

# encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

**UHREN  
RETRO?  
JA, ABER  
HIGHTECH!**

**VENEDIG**  
Ein Messe für  
Kunsthandwerk  
vom Feinsten

**ANTONIO  
CITTERIO**  
Der Mann,  
der Sofas  
fürs Leben  
entwirft

## DESIGN

Silberstreif am Horizont:  
Klassiker im Metallic-Look

APRIL 2022

**SonntagsZeitung**



# AUDEMARS PIGUET

*Le Brassus*

FROM ICONOCLAST  
TO ICON



Royal Oak  
50<sup>th</sup> anniversary

---

AUDEMARS PIGUET BOUTIQUES : ZÜRICH | GENÈVE | CRANS-MONTANA



Feel it!

# RADO

S W I T Z E R L A N D

MASTER OF MATERIALS

RADO.COM



CAPTAIN COOK HIGH-TECH CERAMIC DIVER

Die Zeit  
reist um die Welt.

ARCEAU LE TEMPS VOYAGEUR

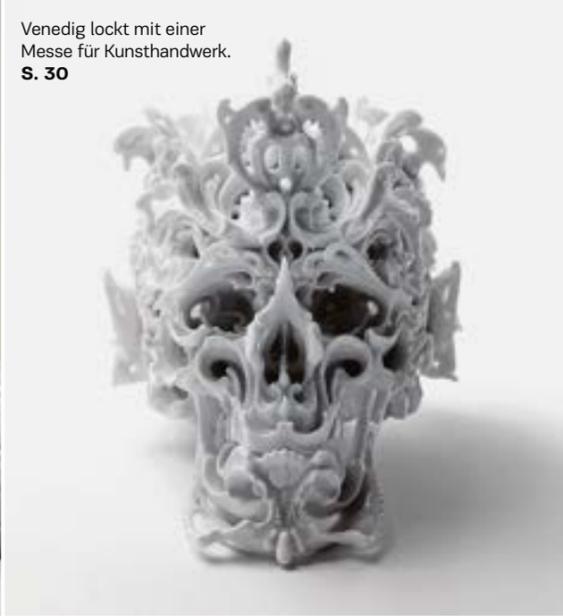


DIE ZEIT, EIN HERMÈS-OBJEKT.

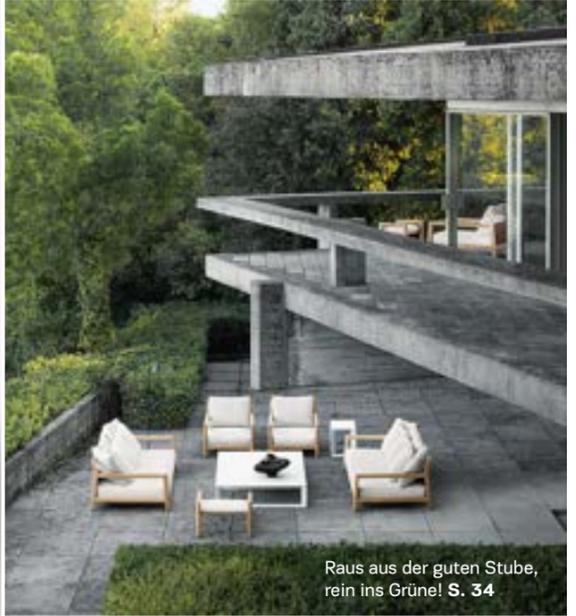
  
**HERMÈS**  
PARIS



Antonio Citterio weiss, wie Design geht, das Trends überdauert. S. 18



Venedig lockt mit einer Messe für Kunsthandwerk. S. 30



Raus aus der guten Stube, rein ins Grüne! S. 34

# Design | April 2022

HIGHLIGHTS

## 12 Trend

3-D-Tapeten – so raffiniert, dass man die Hände nicht von den Wänden lassen kann

## 14 Swiss Made

Im Toggenburg wird lokales Holz zu nachhaltigen Zahnbürsten verarbeitet

## 35 Uhren

Die Retro-Welle ist am Handgelenk angekommen: Digitalanzeigen sind zurück!

## 36 Auto

Stardesigner Luc Donckerwolke weiss, wie man schmittige Fahrzeuge entwirft

AUSSERDEM

**8 Lieblinge 16 Ikone: Die Royal Oak von Audemars Piguet wird 50! 33 Entschlüsselt: Die Square Bang von Hublot 37 Parfums: Fabelhafte Flakons 38 Laufsteg: Alles beige oder was? 39 Meine Welt: Dirigent Lorenzo Viotti mag es nicht nur klassisch**



Halogenleuchte *Oca* aus Messing, *Eulesi*, 1970er-Jahre, (bei Les Illuminés Design XX° Geneva, Genf). Tischleuchte *Sawaru* aus vergoldetem Aluminium, *Nendo* (bei Teo Jakob, Genf). Schreibtischlampe *Tube* aus Chromstahl, *Ingo Maurer*, 1960er-Jahre (bei Cyclup Design, Genf). Tischleuchte *Tabo* aus Chromstahl, *Jo Niemeyer* (bei Teo Jakob, Genf). S. 22



COVER

Vase und Couchtisch, Ronan & Erwan Bouroullec für *Vitra*. Stuhl *Frama* (bei Chic Cham, Lausanne). Regenmantel mit Lederpaspel, *Hermès*. Uhr *Chronomaster Sport Boutique Edition*, Edelstahl, Lünette aus schwarzer Keramik, 41 mm, Automatik-uhrwerk El Primero, Zifferblatt mit dreifarbigem Zählern, *Zenith*.

FOTOS Anoush Abrar  
STYLING Marie Dami

## Für immer und ewig...

**D**AS ZEITLOSE OBJEKT: Wie ein roter Faden zieht es sich durch die aktuelle Ausgabe zum Thema Design. Das war nicht von Anfang an so geplant. Aber es kommt vor, dass aus einer Idee heraus die nächste keimt – und am Ende eine Art verborgenes Muster von Seite zu Seite mäandert. Genau das ist diesen Monat passiert. Wir wollten zunächst einfach Einrichtungsgegenstände vorstellen, die es uns angehen, zum Beispiel die Möbel aus Metall, die es in puncto Erhabenheit durchaus mit zeitgenössischen Skulpturen aufnehmen können (S. 22). Spontan fanden in diesem Reigen auch Vintage-Stücke ihren Platz – denn Schönheit kennt schliesslich kein Alter. Und als wir dann unsere liebsten Neuheiten zusammenstellten



Renata Libal, Chefredaktorin

(S. 8), fiel uns auf, dass es sich dabei ganz oft um wunderbare Neuinterpretationen handelt. Die Gartenmöbel für den Sommer 2022? Haben allesamt das Zeug zum Klassiker von morgen (S. 34). Unser Interviewpartner diesmal? War der genialische Designer und Architekt Antonio Citterio, eine Galionsfigur der unaufgeregten, zeitlosen Ästhetik (S. 18). Scheint ganz so, als habe sich unser kollektives Bewusstsein im Laufe der letzten Jahre verändert. Im Fahrwasser des nachhaltigen Denkens haben wir uns in Formen, harmonische Proportionen und wertige Materialien verliebt, die sich nicht aus einer Laune heraus aus unserem täglichen Umfeld vertreiben lassen. Möbel, Uhren, Accessoires, mit denen wir unser ganzes Leben teilen wollen... Könnte es sein, dass wir dabei sind, die Vorzüge der treuen Liebe zu entdecken?



encore! ist die monatlich erscheinende Lifestyle-Beilage der Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche. Adressen: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich; TX Groupe SA, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 61.5, 1001 Lausanne. Herausgeberin: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich). Redaktion/Produktion: Paulina Szczesniak (deutschsprachige Ausgabe), Estelle Lucien (französischsprachige Ausgabe). Layout/Art Direction: Géraldine Dura. Bildredaktion: Endrit Nurcaj. Mitarbeiter dieser Ausgabe, Text: Mathilde Binetruy, Jennifer Seguy, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch), Nina Tremli. Fotos: Anoush Abrar, Lea Meienberg. Illustrationen: André Gottschalk. Übersetzungen: Gianna Crivelli, Paulina Szczesniak. Korrektorat: Dominique Graf. Bildbearbeitung: Photomedia AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Tel. +41 21 349 50 50. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actua Immobilien SA, Adagent AG, 20 Minuten Advertising AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helpling Switzerland AG, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, Ricardo AG, ricardo France Sàrl, Schaefer Holding AG, Schaefer Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, Trendsales ApS, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Europa AG, Zattoo Inc., Zattoo International AG, Zürcher Oberland Medien AG. Alle Rechte vorbehalten. Gemäss den geltenden Bestimmungen des Urheberrechts sowie dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist ohne die schriftliche Genehmigung des Verfassers jegliche Art von Nachdruck, Reproduktion oder Vervielfältigung der Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamthafte oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinediensten.



Akten tasche (1430 Fr.) und abnehmbarer Gepäckanhänger (155 Fr.) aus der Kollektion «Meisterstück Soft».

## GEPÄCK

# Urbane Alpinisten

Wir sind ready für den Frühling! Von Schnee und Eis wollen wir nichts mehr wissen – es sei denn, wenn sie, wie jetzt bei Montblanc, als Inspiration für zwei Capsule Collections (für Taschen und kleine Accessoires) dienen. Marco Tomasetta, seit 2021 künstlerischer Leiter der Marke mit dem weissen Stern, hat deren DNA mit kontrollierter Kühnheit interpretiert. Für die Kollektion «Meisterstück Glacier» passte er gewissermassen das Equipment des alpinen Abenteurers an urbane Bedürfnisse an – indem etwa Druckverschlüsse, wie sie beim Klettern zum Einsatz kommen, integriert wurden. Bei der «Meisterstück Soft»-Linie



Sporttasche aus der Capsule Collection «Meisterstück Soft», ca. 1635 Fr.

(aus weicherem Leder, so ein Name verpflichtet!) wiederum beschränkt sich das Fassvermögen nicht aufs Tascheninnere, sondern auch aussenrum steht Stauraum zur Verfügung. Praktisch, wenns mal schnell gehen muss! In Anlehnung an die Schreibutensilien der Marke erhielt der lederne Reissverschlussanhänger die Form einer Füllfeder. Damit nicht genug: Tomasetta stiess im Firmenarchiv auf frühe Skizzen des weissen Montblanc-Sterns – und beschloss prompt, ihm etwas von seiner ursprünglichen Üppigkeit zurückzugeben. *Estelle Lucien*

Montblanc Meisterstück, Taschen und Accessoires aus Leder und umweltfreundlichem Nylon.

## ZUM WOHL!

# Zwei mit Ambitionen

VON  
**PIERRE THOMAS**



Ein junges Duo hat die Verwaltung der zehn Hektar Weinberge von Payerne übernommen, welche die Gemeinde seit dem 16. Jahrhundert

am Genfersee besitzt: Der 37-jährige Önologe Gilles Musy und der 26-jährige Winzer Arthur Pidoux sind die neuen «Partisseurs», d. h. die rechenstarken Köpfe, die traditionell bei der Weinlese über die gelieferten Kilos Trauben und die getrunkenen Liter Wein Buch führten. Daher auch der Name von zwei aktuellen Cuvées.

Ausgebildet in der Fachhochschule in Changins und auf einigen der besten Weingüter der Schweiz, haben Musy und Pidoux grosse Ambitionen. Letzterer plant, das Weingut auf bio umzustellen, und macht bereits Versuche in Weinbergen, in denen seit zehn Jahren keine Herbizide mehr eingesetzt wurden. Seit zehn Jahren werden die Weine auch vor Ort neben dem Château de Montagny gekeltert, auch wenn sie weiterhin in Payerne (im Keller samt Wine-Bar unter der Abteikirche) abgefüllt werden.

Von den beiden Weinen, die zur Lagerung bestimmt sind, ziehe ich den roten dem weissen vor. Beiden liegt die gleiche Philosophie zugrunde: Assemblagen, die ein Jahr lang in 300-Liter-Eichenfässern reifen und nach etwas mehr als zwei Jahren auf den Markt kommen. Der weisse «Partisseur tout blanc» – der zu gleichen Teilen Pinot gris, Sauvignon und Viognier enthält – kommt ein wenig technisch daher, zeigt aber bereits ein schönes Gleichgewicht zwischen Frucht, Kraft und Ausbau.

Der Rote setzt zu 60 Prozent auf Cabernet Sauvignon von jungen Rebstöcken und zu 40 auf Merlot, der vor 30 Jahren gepflanzt wurde. Der 2019er ist vollmundig, kräftig, rund und weist mit 14,5 Volumenprozent für einen trockenen Rotwein einen hohen Alkoholgehalt auf.

Kaum zu glauben, dass man sich vor nicht allzu langer Zeit noch fragte, ob diese beiden Bordeaux-Rebsorten überhaupt eine Chance hätten, im Lavaux zu reifen!



Le Partisseur Tout Rouge, 2019  
30 Fr. / 75 cl  
[www.cavelabbatiale.ch](http://www.cavelabbatiale.ch)

## ZU TISCH

# Was bist du, mein Kleiner?

Ist's ein Babylöffel? Ist's eine schicke Gabel? Es ist beides – und heisst Moscardino, der kleine Oktopus. So niedlich, dass man sofort ein paar davon adoptieren möchte, kommt das hübsche Ding überall dort zum Einsatz, wo man etwas Essbares mit einer Hand picken kann. Zum Beispiel am Buffet, bei einem schnellen Happen vor dem Computer (was verboten werden sollte!) oder bei einem dieser trendy Dinners, bei dem sich alle vom selben Teller bedienen. Ganz neu ist das Hybridbesteck nicht: Die Designer Giulio Lacchetti und Matteo Ragni haben es bereits im Jahr 2000 für Alessi entworfen. Damals kam es jedoch in einem – ziemlich hässlichen – biologisch abbaubaren Verbundstoff daher. Jetzt ist es zurück: in – sehr hübsch glänzendem – Edelstahl. Geht doch. *R.L.*

Moscardino, Alessi, ca. 35 Fr. / 4er-Set





Giradil? Krokoffe?  
Armreif *Indomptables*,  
lackiertes Gelbgold,  
Schnauze aus Onyx,  
Augen aus Tsavoriten.

## SCHMUCK

## Das etwas andere Duo

Die Surrealisten erforschten in den 1920er-Jahren genüsslich die kreative Kraft der sogenannten *Cadavres exquis*, dieser im Kollektiv erschaffenen Gedichte oder Zeichnungen, bei denen jeder mit-tut, ohne den Beitrag der anderen zu kennen. In gewisser Weise überträgt Cartier diese eigensinnige Kunstform nun in die Welt der Haute Joaillerie: Die Kollektion «*Indomptables*» präsentiert ein fantastisches Bestiarium, in dem das Krokodil mit der Giraffe zusammenspannt und das Zebra mit dem Tiger. Dieser ebenso verspielte wie exquisite Ansatz erweitert das für Cartier charakteristische Repertoire der wilden Luxustiere: Unvergessen das fabelhafte Krokodil, das sich 1975 an den Hals der mexikanischen Schauspielerin María Félix schmiegte, Barbara Huttons Brosche mit dem hängenden Tiger aus dem Jahr 1957 – und natürlich all die

Panther, die sich bei Cartier tummelten, seit Jeanne Toussaint, die legendäre künstlerische Leiterin des Schmuckhauses, sie in den frühen 1930ern zu ihrem persönlichen Emblem gemacht hatte. Die «*Indomptables*» nun sind ausserdem von jenen *Tête-à-têtes* inspiriert, die man von antiken Armreifen her kennt, bei denen sich zwei Figuren gegenüberstehen. Bei Cartier kommen sie teils spektakulär besetzt daher; die skulpturale Arbeit ist von unglaublicher Präzision und verleiht den Tierchen einen realistisch, ja fast individuellen Ausdruck. Ihr Fell besteht aus Gold und Diamanten, ihre Mähnen glänzen – nein: funkeln! – dank Tsavoriten und Mondsteinen. Stammeschmuck der Extraklasse! *Renata Libal*

Cartier, Kollektion *Indomptables*, fünf Armreifen, zwei Halsketten, drei Uhren; Weiss- oder Gelbgold, teils besetzt mit Edelsteinen. Preis auf Anfrage.

## DESIGN

## Froh verstaut



Der kleine Zylinder schien schon immer irgendwie gut gelaunt. Seit seiner Erschaffung 1967 bot er modularen Stauraum ohne viel Aufhebens. Sein Design stammt von Anna Castelli Ferrieri (1920-2006), einer der ersten Frauen, die am Polytechnikum in Mailand einen Abschluss in Architektur erwarben. Dass sie darüber hinaus auch die Ehefrau des Gründers der italienischen Möbelmarke Kartell war, dürfte die Umsetzung ihrer innovativen Vision von Innenräumen zumindest nicht gebremst haben. Mit dem Aufbewahrungstönchen *Componibili* (das es, Kunststoff sei Dank, in vielen Farben und Ausführungen gibt) ist ihr freilich ein Totem der Popkultur geglückt, das heute in jedem Designmuseum steht, das etwas auf sich hält. Dank der dritten Kartell-Generation kommt der Klassiker nun auch im 21. Jahrhundert an: Neu besteht er aus einem Biopolymer, der mit Rohstoffen aus erneuerbaren Quellen aus der Landwirtschaft hergestellt wird, und ist also von A bis Z recycelbar. Und, ausserdem, hurra: pastellfarben! *R.L.*

Kartell, *Componibili bio*, Ø 32 cm, in Rosa, Lindgrün, Hellgelb, Grau, 209 Fr. Erhältlich bei Pfister.



## MAKE-UP

## Hippe Lippe

Der belgische Couturier Dries Van Noten, berühmt für seine wild gemusterten Würfe, bringt eine Make-up-Kollektion auf den Markt. Das nennen wir mal echte Beauties! *R.L.*

Dries Van Noten, Lippenstift, 4 Euis, 15 Farbnuancen.

## LIEBLINGE



Eine fast schon geniale Idee: Serge Lutens hat Düfte speziell für den Start in den Tag entwickelt.

### PARFUM

# Endlich Morgen!

Von allen (hochkomplexen!) Kreationen des vielleicht poetischsten unter den Parfümeuren, Serge Lutens, ist die Linie «Eaux de Politesse» die subtilste: Ihre Düfte, leicht wie eine Brise, riechen vor allem frisch und sauber. Der neueste Zuwachs, «Matin Lutens», ist einmal mehr eine Kreation, mit der man eher sich selbst und anderen gegenüber Respekt bekundet, statt sich olfaktorisch zu profilieren. In den grossen, schlichten Flakons steckt ein Elixier, mit dem man sich morgens das Gesicht besprüht, um gut gelaunt in den Tag zu starten. Wie anno dazumal mit dem Wasser aus der Waschschüssel, die auf dem Frisiertisch stand! «Mit beiden Händen schöpft man aus dem Vollen und legt den Kopf beim Auftragen genussvoll in den Nacken!», freut sich Lutens über seine neue Kreation, die einen willkommenen Kontrast

bildet zu seinen teils eher schweren, von den Zumutungen des Lebens inspirierten Schöpfungen. Das elementarste der drei neuen Wässerchen heisst ganz einfach «L'Eau» – und ist die Neuformulierung eines Geruchs, den Lutens seit jeher liebt: den nach frisch gebügelter Wäsche. «Dans le Bleu qui pétille» ist maritim, mit einer Spur von Salz und Jod. Und beim – fast geruchlos – «Paroles d'Eau» schliesslich macht man in der Tiefe Eukalyptus und Kiefernnadeln aus. Hochintime Düfte sind das, für Pflegerituale, die es neu zu entdecken gilt. Zu jedem der Eaux de Parfums gibts ein passendes Gel, das man in den Händen aufschäumen kann... Und in jedem davon möchte man am liebsten baden!

Renata Libal

Matin Lutens, drei Eaux de Parfums (je 155 Fr./100 ml), drei Gels moussants (je 45 Fr./240 ml)



### SNEAKERS

## Sportlich, aber chic

Roger Federers Lieblings-Schuhmarke On Running gönnt sich einen Abstecker in die Modewelt. In Zusammenarbeit mit dem spanischen Luxusbrand Loewe ist eine Capsule Collection entstanden, bei der man selbstredend immer noch wie auf Wolken geht, allerdings in erdnahen Farbtönen. Die Palette (Khaki, Blau, Orange) ist von der Natur inspiriert, das Polyester recycelt – und die von Hand gestickte Deko eine hübsche Idee für ein Hightech-Produkt. R.L.

Loewe x On, Sneakers (ab 355 Fr.) und Sportbekleidung.



### PAPETERIE

## Echtes Papier

Wenn die Welt erbebt, die Nächte schlaflos sind und die Nachrichten zum Weinen, dann hilft es manchmal, seine Gefühle zu (echtem!) Papier zu bringen. Das neue Notizbuch der deutschen Traditionsfirma Leuchtturm1917 eignet sich hervorragend dafür. Zumal es gerade nicht zu gross ist, um es überallhin mitzunehmen. R. L.

Leuchtturm1917, Notizheft im B5-Format, Hardcover, 9 Farben, 219 Seiten, ca. 32 Fr.

## Es stimmt halt schon: Weniger ist mehr

### TOYS FOR BOYS

VON CHARLES-ANDRE AYMON



Luft und Licht sind Baustoffe. Wir könnten hier aufhören. Sie würden einen Blick auf das Foto werfen und mir zustimmen. Dann müssten Sie freilich auf die schöne Geschichte verzichten, die sich hinter dem «Radio in Cristallo» verbirgt: 1938 betrachtete der junge italienische Architekt Franco Albini irritiert das Riesenmöbel aus Holz, Bakelit und Stoff, das er zu seiner Hochzeit geschenkt bekommen hatte. Kurzerhand nimmt er sich des Radios an und entfernt erst mal alles, was nicht der Tonübertragung dient. Dann verpasst er



Radio in Cristallo, ab ca. 6000 Fr., erhältlich in Designer-Elektronikgeschäften.

dem, was übrig bleibt, ein Mäntelchen aus gehärtetem Glas. Albini, der bald für seine modernistischen Möbel bekannt werden sollte, leistete hier Pionierarbeit in Sachen Minimalismus.

Bloss: Das gute Stück blieb bis zu seiner Neuauflage durch den italienischen Möbelproduzenten Cassina geheim! Nun endlich aber ist seine Zeit gekommen: 72 cm hoch (immerhin!), hat es einen hoch-effizienten Röhrenverstärker mit einer Leistung von 50 Watt verpasst bekommen. Natürlich ist auch ein Radio mit an Bord, sowohl UKW als auch DAB. Dank der hochwertigen Bluetooth-Verbindung und des 18 cm grossen Bildschirms kann das Gerät auch als externer Lautsprecher verwendet werden. Optional kann man sogar einen Subwoofer anschliessen.

Bleibt nur noch eine Frage: Wie wäre es, wenn auch wir selbst den überflüssigen Ballast aus unserem Leben entfernen würden? Um ein wenig Luft, Licht und Eleganz in den Alltag zu bringen?



**FLEXFORM**

**Gregory XL**  
modulares Sofasystem  
Antonio Citterio Design  
Made in Italy  
[flexform.it](http://flexform.it)

Hubbel für die Wand!  
3-D-Tapete der  
italienischen Marke  
Spaghetti Wall.



## Tiefenwirksam

**G**LÜCKLICH DÜRFEN sich Mieter und Besitzer von historischen Gebäuden schätzen, denn: Strukturierte Wände verleihen jedem Zimmer ein bisschen mehr Seele, egal, ob es sich dabei um Ziegel, Holz oder Stuck handelt. Moderne Räume, oft nüchtern und klinisch glatt, haben es da schwer, in Sachen Atmosphäre mitzuhalten. Ein geradezu mustergültiges Beispiel für Wände, die entzücken, stellt die frisch renovierte Dior-Boutique (ach was, Tempel! Palast!) in der Pariser Rue Montaigne 30 dar. Der Laden besteht aus mehreren aneinandergereihten Salons, von denen jeder seinen ganz eigenen Charakter hat. Aber stets muss die Besucherin dem Drang widerstehen, ihre Finger über die Wände gleiten zu lassen, um deren Struktur zu streicheln! Während in der Beauty-Abteilung die puderweissen Wände mit

einem Rosenblatt-Relief versehen wurden – eine Hommage an die Lieblingsblume von Christian Dior –, scheint das Café mit Stickereien und Steppnähten ausgekleidet zu sein.

Alle, die sich davon inspiriert fühlen, auch den eigenen vier Wänden ein (wenn auch nicht ganz so exklusives) Make-over zu verpassen, können auf eine immer breiter werdende Auswahl von Tapeten ausweichen. Dank 3-D-Druck finden sich da inzwischen allerhand grandiose Effekte. Die französische Firma Elitis beispielsweise beherrscht die perfekte Nachbildung von geschnitztem Holz (wobei man sogar die Holzart wählen kann!), während die italienische Marke Spaghetti Wall auf Prints mit abenteuerlicher Tiefenwirkung setzt (im Bild). Täuscht es, oder haben wir da ein «Berühr mich! Berühr mich!» gehört? ☺

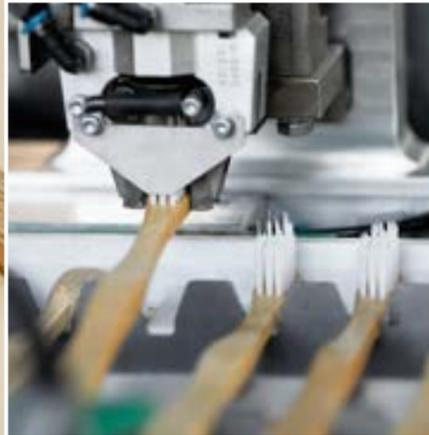
TEXT RENATA LIBAL



SITZSYSTEM **ROGER** | DESIGN RODOLFO DORDONI  
COUCHTISCHE **SUPERQUADRA** | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27  
ENTDECKEN SIE MEHR BEI [MINOTTI.COM/ROGER](http://MINOTTI.COM/ROGER)

AGENTUR HENRIK MAASZ  
T. 091 7911008 - [INFO@PMOBILE.CH](mailto:INFO@PMOBILE.CH)  
HÄNDLERNACHWEIS: [WWW.MAASZ.CH](http://WWW.MAASZ.CH)

# Minotti



VOM BAUM ZUR ZAHNBÜRSTE

**LINKS** Jede Zahnbürste hat bis zu 4000 Kunststoffborsten.  
**GANZ OBEN MITTE** Blick ins Holzlager.  
**GANZ OBEN RECHTS** Spezialisierte Firmen liefern die Kunststoffborsten in puckförmigen Bündeln.  
**OBEN MITTE** Die Borsten werden auf die perfekte Länge gestutzt...  
**OBEN RECHTS** ...und in Stichproben mittels Zugmaschine auf ihre Robustheit geprüft.  
**RECHTS** Regelmässig wird ein Bürstenkopf aufgefräst, um zu kontrollieren, wie tief die Borsten im Holz verankert sind.



# Nachhaltig geputzt

SEIT ÜBER 100 JAHREN ENTSTEHEN IM TOGGENBURGISCHEN EBNAT-KAPPEL BÜRSTEN ALLER ART. FÜR DIE TRENDIGEN HOLZZAHNBÜRSTEN WERDEN NUR BÄUME AUS DER REGION GEFÄLLT.

TEXT PAULINA SZCZESNIAK FOTOS LEA MEIENBERG

**A**LLES BEGINNT BEIM Baum: Am Anfang einer jeden Holzzahnbürste steht ein Besuch im Wald, wo Holzchef Manuel Grunauer dem Förster zeigt, welche Buchen er gefällt haben möchte. Möglichst gerade, wettergeschützte Stämme müssen es sein. «Man merkt es einem Baum an, wenn er dem Föhn ausgesetzt war: Da sind Spannungen im Holz, die sich bei der Verarbeitung entladen können.» Schon zehn Jahre gehört der gelernte Zimmermann zur 200-köpfigen Belegschaft der Ebnat AG – und zählt damit nicht mal zu jenen, die am längsten an Bord sind. Marketing- und Verkaufschef Peter Langenegger zum Beispiel ist gar ein Vierteljahrhundert dabei: «Wer einmal hier ist, bleibt. Es ist schön im Toggenburg», lacht er. «Und es macht Freude, zu sehen, wie unsere Produkte von Jahr zu Jahr immer noch ein bisschen besser werden.» Er erinnert sich gut an die ersten Holzzahnbürsten der Firma, in einer Zeit, als Naturnähe noch nicht so trendy war wie heute. «Alle paar Jahre stellten wir eine kleine Charge für eine Amish-Gemeinschaft in den USA her. Mit Schweineborsten! Das war vom Mundgefühl her schon etwas gewöhnungsbedürftig, ehrlich gesagt.»

Inzwischen setzt man auf hygienischere Kunststoffborsten – und produziert rund vier Millionen Holzzahnbürsten im Jahr. Tendenz steigend, seit die Grossisten vor vier, fünf Jahren auf den Geschmack gekommen sind.

Bevor so ein Bürstchen aber in schmucker Ökoverpackung im Regal hängt, durchläuft es zahllose Maschinen, die von 5 Uhr früh bis 22 Uhr spät unter den wachsamen Augen von Spezialisten surren und stampfen und rattern.

Zunächst gilt es, backsteindicke, noch mit Rinde versehene Bretter so lang zu zerkleinern, bis daraus sogenannte Kanteln entstanden sind: Rohlinge, aus denen anschliessend Zahnbürstengriffe werden. Immer wieder checken Mitarbeiter in blauer Werkkleidung und Gehörschutz die Qualität des Holzes; Stücke mit Astlöchern werden aussortiert. «Im Schnitt schafft es nur die Hälfte eines Baumes zur Zahnbürste», sagt Langenegger. Ungenutzt entsorgt wird der Rest aber nicht: «Daraus machen wir Holzschnitzel, mit denen wir die Fabrik heizen.»

**Geheimer Vegan-Wachs**

Letztere ist im Lauf der Jahrzehnte um jenes Häuschen herum gewachsen, in das die gerade mal dreijährige «Toggenburgische Holzwaren- und Bürstenfabrik AG» 1917 einzog – jenem Jahr, in dem sie die allererste, noch von Pferden gezogene Strassenkehrmaschine der Schweiz ins Leben rief. Heute umfasst das Sortiment der (seit 1989 zu Trisa gehörenden) Ebnat AG rund 1000 Holz- und Kunststoffbürsten aller Art; zahllose Treppen, Gänge und Türen verbinden Werkstätten, Lager, Büros und die Trocknungskammer, in der das Holz vor der Verarbeitung eine Woche bei 60 Grad Celsius lagert. «Wer bei uns anheuert, muss erst mal gründlich den

Grundriss dieses Labyrinths studieren», sagt Langenegger lachend.

Zurück zu den Kanteln, die in der Hygienezone der Fabrik so in Form gefräst werden, dass sie später perfekt in der Hand liegen. Nach dem Glattschliff kommen sie zu 1000 Stück in eine Trommel – und dann gehts rund! Zwölf Minuten später kommen sie wieder raus, gleichmässig mit veganem Wachs – streng geheime Rezeptur! – überzogen und damit wasserabweisend. Dann werden in die Bürstenköpfe (je nach Modell) 32 bis 38 Löchlein gefräst und in diese wiederum die Borsten gestanzt. Der Trick, dass sie so gut halten, ist 90 Jahre alt: 1931 liess der Deutsche Leo Levy die Methode, bei der jeweils ein Metallplättchen einem Borstenbüschel als Anker dient, patentieren – und kam, als er 1933 vor den Nazis fliehen musste, bei der «Bürsti» in Ebnat-Kappel unter.

Doch so bewährt die Technik auch ist: Kontrolle muss sein. Alle paar Stunden pickt Qualitätsprüferin Nada eins der Bürstchen heraus, schaut unterm Mikroskop, ob die Borstenspitzen von der Schleifmaschine auch schön abgerundet worden sind, und rückt den Borsten mit der Zugmaschine zu Leibe, um zu sehen, ob sie die garantierten 1,8 Kilo Belastung auch aushalten.

Wie von rot leuchtender Geisterhand wird derweil auf die restlichen Bürsten das Logo des jeweiligen Grosskunden gelasert – und dann gehts in 30000-Stück-Kartons hinaus in die Welt. Auch in Deutschland und Frankreich putzt man sich nämlich gern mit Schweizer Holz die Zähne! ☉



**Michele Vela**

2010 stiess der Betriebswirt aus dem Aargau zur Ebnat AG, 2015 übernahm er die Firmenleitung. «Ich schätze die Arbeit mit Produkten, die man in die Hand nehmen kann. Das liegt mir mehr als abstrakte Zahlenschieberei», sagt der 58-jährige HSG-Absolvent. «Und dass wir inhouse unsere eigenen Maschinen entwickeln, erfüllt mich ebenso mit Stolz wie die Tatsache, dass unsere Produktion sich an den Nachhaltigkeitszielen der UNO orientiert.» Vela's Lieblingsprodukt? «Sie liegen mir alle am Herzen», lacht er. «Aber ich wage zu behaupten, dass die Flaschenbürste unserer Purus-Linie die weltbeste ihrer Art ist.»

#MolteniGroup



RATIO— VINCENT VAN DUYSEN

# Molteni & C | Dada

DADA LUZERN FLAGSHIP STORE MEIPLATZ 1, 6032 EMMEN T +41 41 2605151 BY DA VINCI  
MOLTENI@HOME - VIRTUELLE DESIGNBERATUNG UNTER MOLTENI.IT



**JUBILÄUMSMODELLE**  
Stahl, Platin oder Gold? Mit Diamanten oder ohne? Zum 50. Geburtstag der Royal Oak wird die Auswahl beim Uhrenklassiker noch einmal grösser.

# STAHL, ROYAL

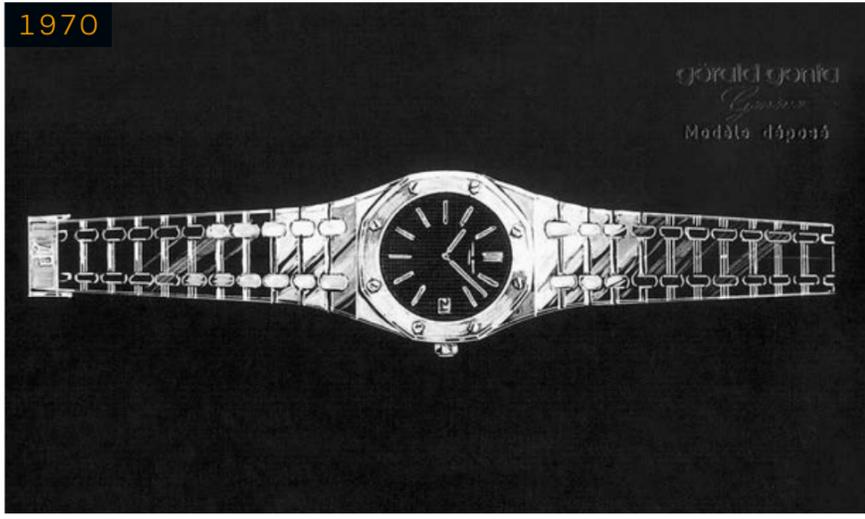
ZUM 50-JAHRE-JUBILÄUM DER LEGENDÄREN ROYAL OAK ZÜNDET AUDEMARS PIGUET EIN WAHRES FEUERWERK AN NEUIGKEITEN.

TEXT DIE REDAKTION

**E**IN SCHWATZ in der Kaffeepause, eine Plauderei im Lift – die Uhren- und Schmuckmesse Baselworld lebte schon immer auch vom Small Talk. Beziehungen wurden gefestigt; teils sprang der Funke für ein gemeinsames Projekt oder innovative Ideen. Ohne diesen lockeren Austausch wäre auch die Royal Oak nicht entstanden: Georges Golay, damals geschäftsführender Direktor von Audemars Piguet, unterhielt sich am 10. April 1970 gerade mit seinen drei Vertretern Carlo de Marchi, Charles Bauty und Charles Dorot, als die Frage nach der Bedeutung von Gold im High-End-Segment aufkam. Halb im Scherz, halb als Provokation, beschlossen die «drei Musketiere», sich einer Herausforderung zu stellen: eine Luxusuhr aus Stahl zu entwerfen, die den Bedürfnissen des modernen Lebens entsprach. Ein Modell, das sportlich und elegant zugleich war – und sowohl zur Abendgarderobe als auch in den Alltag passte.

Der Trend ging damals aber eher in Richtung raffinierter Kreationen. Georges Golay hätte also gute Gründe gehabt, die Idee zu verwerfen. Würden sich eine perfekte Verarbeitung und ein qualitativ hochwertiger Abschluss auf ein Stahlgehäuse übertragen lassen? Würde so nicht das Kunstwerk Uhr versandelt? Und sogar der Ruf von Audemars Piguet ruiniert werden? Ausserdem riskierte man mit der Aufrechterhaltung des hohen Standards,

1970



dass der Preis ganz schön hoch ausfallen würde. Würden die Kunden für einen Zeitmesser aus Stahl tief in die Tasche greifen wollen? Georges Golay vertraute seinem Gespür – und beschloss, das Experiment durchzuführen. Es war der richtige Zeitpunkt dafür: Die Uhrenwelt war im Umbruch; die USA hatten gerade die Gold-Konvertibilität des Dollars abgeschafft, und in der Branche diskutierte man die Einführung von Quarz. Georges Golay verzichtete auf eine Marktstudie. Er hat eine viel bessere Idee: Er holte das Genie Gérald Genta ins Boot.

#### In einer einzigen Nacht

Der Genfer Uhrendesigner sollte sich auch Jahrzehnte später noch an den Anruf von Georges Golay erinnern: «Es war 16 Uhr. Der Generaldirektor machte keine langen Umschweifen: «Herr Genta, unsere Vertreter möchten eine Sportuhr aus Stahl. Das Problem ist nur, dass es sie noch nicht gibt. Ich brauche die Skizze für morgen früh.»» Gérald Genta machte sich sofort an die Arbeit. Ein Bild aus seiner Kindheit kam ihm bei der Ideenfindung in den Sinn: Ein Mann auf dem Pont de la Machine in Genf, der ein Objekt mit acht Bolzen und einer Gummidichtung trug: eine Taucherglocke. Diese Inspiration übersetzte er in seinen ersten Entwurf – und so kam es zur achteckigen Form samt acht Schrauben. Beim Uhrwerk kam das flachste mechanische Kaliber mit Automatikaufzug und Datum zum Zug: das Kaliber 2121, ein Derivat des 2120. Das Armband, erstmals integriert, wies sich schräg verjüngende Glieder auf.

Und wie sollte das Meisterwerk heißen? 400 Jahre zuvor hatte Charles II., König von England, eine Eiche – die Royal Oak – geadelt, in deren Krone er sich nach einer Schlacht auf der Flucht vor seinen Feinden versteckt und die so sein Leben gerettet hatte. In einigen Texten wird die stählerne Uhr auch mit den nach dieser Eiche benannten Schlachtschiffen der Royal Navy in Verbindung gebracht. Ob Eiche oder Schiff: Der Name steht für Noblesse, für Beständigkeit und Robustheit. Und wie robust sie ist! Das Gehäuse zu öffnen, kommt dem Knacken eines Safes gleich: Unmöglich, eine der Sechskantschrauben zu lösen!

Ein Jahr nach dem ersten Entwurf, kurz vor Beginn der Uhren- und Schmuckmesse in Basel, ist der Prototyp (aus Weissgold) der zukünftigen Royal Oak fertig. Er wird zu einer Sensation.

#### Hunderte kleiner Pyramiden

Die Uhr entwickelt sich im Nu von einer Neuheit zu einem sicheren Wert; im Lauf der Jahre wird die Royal Oak mit verschiedensten Komplikationen und Materialien durchdekliniert; qualitativ auf höchstem Niveau – und erfolgreich – ist sie aber immer. Seit 1976 gibt es sie auch für Damen: Das Modell 8638 wurde von Jacqueline Dimier entworfen, einer der wenigen Designerinnen in der Branche. Später folgt das Modell 4100 mit einem kleineren Durchmesser und einem Sekundenzeiger in der Mitte. 1992 schlägt die Stunde der üppigeren, maskulineren Royal Oak Offshore, entworfen von Emmanuel Gueit. Es folgten Dutzende von weiteren Referenzen – eine erstaunlicher als die andere. Bei einigen Modellen kommt statt Stahl Gold zum Einsatz – darunter sogar eine gehämmerte Version, die eine aussergewöhnliche Illusion von Diamantstaub schafft. Aber das ultimative Modell, das die Legende der Royal Oak schuf, bleibt die klassische Version mit dem Zifferblatt im blauen Tapisserie-Motiv, die im Laufe der Jahre nur winzige Variationen erfuhr.

Ein halbes Jahrhundert später schlagen Neuigkeiten rund um die Royal Oak noch immer hohe Wellen. Pünktlich zum 50-Jahr-Jubiläum zündet Audemars Piguet ein regelrechtes Feuerwerk von Modellen. Die «Jumbo» – den Spitznamen verdankt die Royal Oak ihrem für den Geschmack der 70er-Jahre übergrossen Durchmesser –



1970

erhält Zifferblätter in Grün, Grau, rauchigem Goldgelb und der Nuance mit dem poetischen Namen «Night Blue, Cloud 50». Die neuen Modelle gibt es wahlweise in Stahl, 18-Karat-Gelb- oder Roségold oder in Platin – mehr Glamour geht nicht! Und dann das Uhrwerk: Fünf Jahre nahm die Entwicklung des Kalibers 7121 in Anspruch, ein extraflaches Automatik-Uhrwerk mit Stunden-, Minuten- und Datumsanzeige, welches das ursprüngliche Kaliber 2121 ersetzt.

Audemars Piguet präsentiert ausserdem neue Versionen des für schmale Handgelenke idealen 34-mm-Modells. Dazu kommen Modelle mit Automatikaufzug und Stunden-, Minuten-, Sekunden- und Datumsanzeige in 37 mm sowie die Chronographen in 38 und 41 mm. Alle bleiben sie dem originalen Zifferblattdesign mit der Tapisserie-Guillochierung treu, einer Struktur aus Hunderten kleiner Pyramidenstümpfe auf quadratischer Grundfläche, zwischen die wiederum Zehntausende winziger rautenförmiger Einkerbungen gestochen sind, wodurch ein einzigartiges, subtiles Lichtspiel entsteht. Die 34-, 37-, 38- und 41-mm-Modelle wurden an Armband, Zifferblatt und Gehäuse ergonomisch überarbeitet, die Schrägen ober- und unterhalb des Gehäuses vergrössert, was die Uhr schlanker wirken lässt. Die neu trapezförmigen ersten Glieder des beidseitig integrierten Armbands betonen die Verjüngung von dessen Gliedern. Und die Proportionen der Indexe der Modelle mit Automatikaufzug und Stunden-, Minuten-, Sekunden- und Datumsanzeige sowie der Chronographen wurden je nach Durchmesser vereinheitlicht.

Und das ist noch nicht alles: Audemars Piguet hat ein neues Kaliber entwickelt! Neben dem Kaliber 5900 mit drei Zeigern und Datum, welches in den 37-mm-Modellen arbeitet, und dem Kaliber 2385, welches die 38-mm-Modelle antreibt, gibt es fortan das Kaliber 4401, mit welchem die 41-mm-Chronographen aus Stahl bestückt sein werden. Einzigartiges Detail: Die Referenzen 15550, 15551, 26240 und 26242 sind mit einer Jubiläums-Schwungmasse ausgestattet, die das «50-years»-Logo sowie die eingravierte Audemars-Piguet-Signatur aufweist. Oder wie wäre es mit einem fliegenden Tourbillon oder eine extraflachen, offen gearbeiteten Ausführung?

Die Royal Oak ist und bleibt ein Freigeist. Sie ist der Inbegriff von Ideenreichtum und Mut. Und nichts passt besser in die heutige Zeit. ☺

1972



1972



1972

2022

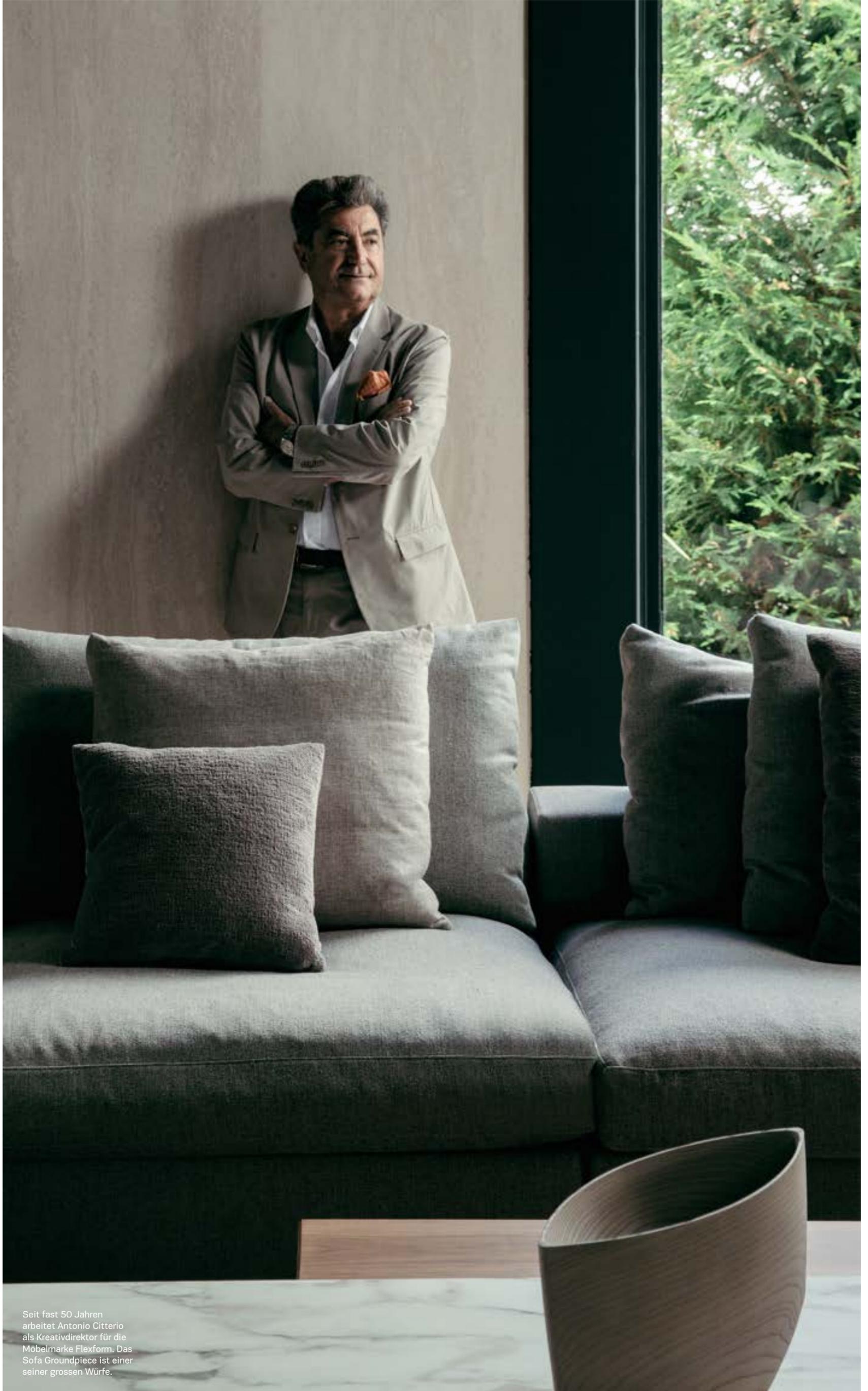
**OBEN LINKS** 1970: Skizze des Modells 5402 der Royal Oak.

**OBEN RECHTS** 1972: Die ersten Werbeanzeigen legen den Fokus auf den Stahlkörper der Royal Oak.

**MITTE LINKS** Gérald Charles Genta (1931–2011; hier ein Porträtfoto von ca. 2010), unabhängiger Genfer Uhrendesigner mit italienischen Wurzeln, liess sich beim Entwurf von einer achtfach verschraubten Taucherglocke inspirieren. Er skizzierte die Royal Oak in einer einzigen Nacht.

**MITTE RECHTS** Das Herz der allerersten Royal Oak war das Kaliber 2121, ein mechanisches Uhrwerk mit automatischem Aufzug und Datum.

**UNTEN** Das klassische Modell scheint in 50 Jahren keinen Tag gealtert zu sein: die «Jumbo» von 1972 neben der Referenz 16202ST, die ein neues, ultraflaches Uhrwerk enthält.



Seit fast 50 Jahren arbeitet Antonio Citterio als Kreativdirektor für die Möbelmarke Flexform. Das Sofa Groundpiece ist einer seiner grossen Würfe.

# LEISE

# LEGENDE

DIE MÖBEL UND BAUTEN VON **ANTONIO CITTERIO** WOLLEN EINFACH NICHT AUS DER MODE KOMMEN. DAS ERFOLGSREZEPT SEINER 50-JAHRE-KARRIERE? ZURÜCKHALTUNG!

TEXT RENATA LIBAL

**K**LEINE SEH-ÜBUNG: Woran erkennt man ein Möbelstück – sagen wir ein Sofa, er hat so viele davon gemacht! – oder ein Gebäude von Antonio Citterio? Antwort: Es ist – normal. In den über fünf Jahrzehnten, in denen der Maestro des subtilen Designs die zeitgenössische Ästhetik schon prägt, hat er eine bestimmte Art von Perfektion definiert, die auf Unauffälligkeit und einem Gefühl von Selbstverständlichkeit beruht. Als ob das Sofa schon immer da gewesen wäre, als ob es spontan in den Raum hineingewachsen wäre. «Ich hoffe, ich habe keinen Stil», pflegt er jeweils scherzhaft zu sagen.

Dieser zurückhaltende Ansatz – das Spiel mit Beige- und Ockertönen, das Feilen am harmonischen Gesamteindruck – gründet in tiefem Respekt für die italienische Handwerkskunst. 1950 in Meda nördlich von Mailand geboren, wuchs Citterio im Herzen jener Region auf, wo das Beste produziert wird, was es an modernen Möbeln auf dem Markt gibt. Schon mit sechs Jahren baute sich der kleine Antonio in der Schreinerei seines Vaters seine eigenen Spielsachen. So wundert es nicht, dass er seine berufliche Bestimmung rasch gefunden hatte: Mit 13 Jahren kam er auf die Schule für Gestaltung, mit 19 begann er sein Architekturstudium, mit 20 gründete er sein erstes Büro.

Heute ist Citterio Co-Leiter eines Studios ganz in der Nähe des Mailänder Doms: ACPV – das steht für Antonio Citterio und Patricia Viel, seine langjährige Geschäftspartnerin – ist eines der größten und einflussreichsten Unternehmen der Branche. Mit fast 150 Mitarbeitern, mit Projekten von Dubai bis Miami Beach (wobei oft ganze Stadtteile entworfen werden, wie beim Business-Quartier Symbiosis, das soeben in Mailand entsteht). Dennoch hat Citterio nie den Spass am kleineren Format, sprich: am Möbeldesign verloren; bis heute reizt ihn die Suche nach der optimalen Verschränkung von Komfort und Schönheit. Sessel und Sofas bleiben seine Leidenschaft, die er meist – und schon seit seiner Studienzeit – bei Flexform auslebt: Als Kreativchef der Traditionsmarke verantwortet er heute deren gesamte Produktpalette, nicht nur die eigenen Stücke. Was ihn allerdings nicht daran hindert, elegantes Besteck für Iittala, Bürostühle für Vitra oder Sofas für B&B Italia zu entwerfen...

Der Salone di Mobile in Mailand, der internationale Treffpunkt für alles, was im Design Rang und Namen hat, wurde dieses Jahr von April auf Juni verschoben. Aber Antonio Citterio kann es bereits kaum erwarten, den neuen Showroom von Flexform zu eröffnen. Via Bildschirm erzählt er uns mit ungebrochenem Elan von den Umwälzungen in seiner Branche.

#### Wie starten Sie jeweils in den Tag?

Ich stehe früh auf und gehe hinunter in meinen Fitnessraum, um 45 Minuten lang zu trainieren. Ich liebe diesen Moment, der nur mir gehört: Ich mache Kilometer auf dem Laufband, verfolge die News auf dem TV-Bildschirm, denke nach. Vor acht Jahren habe ich mit Sport angefangen. Es ist mir sehr wichtig, körperlich fit zu bleiben. Dreimal die Woche kommt ein Personal Trainer vorbei.

#### Ich nehme an, Sie trainieren mit den Sportgeräten, die Sie für die Marke Technogym entworfen haben?

Selbstverständlich. Auf dem Laufband, dem Crosstrainer... Das ist mein tägliches Vergnügen!

#### Die Mailänder Möbelmesse wurde erneut verschoben. Ist die Veranstaltung nach all den Jahren eigentlich noch relevant?

Aber ja! Dieses Jahr dürfte sie besonders interessant sein, weil wir Produkte sehen werden, die von den gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Zeit erzählen. Für Flexform ist 2022 zudem speziell, weil wir einen neuen Showroom im Zentrum von Mailand eröffnen.

#### Was sind die wichtigsten Veränderungen auf dem Markt?

Mir fällt auf, dass einige Modemarken versuchen, sich im Möbelbereich zu positionieren. Ich bin ehrlich gespannt, was sie vorzuweisen haben. Einerseits werden Möbel immer mehr zu Lifestyle-Produkten, bei denen das Label als – vielleicht trügerischer – Stilgarant dient, andererseits hat die Pandemie den Fokus der Leute stark auf ihren Wohnraum verschoben, und man legt Wert auf Qualität. Ein seltsamer Widerspruch.

#### Die Nachfrage nach Einrichtungsdingen ist explodiert...

Rund um den Globus mussten manche Möbelfirmen ihre Produktion um 30 bis 40 Prozent steigern! Viele Menschen haben erkannt, dass mehr Zeit zu Hause eine andere Art zu Leben bedeutet. Daher ist die Zeit reif für Innovationen – auch wenn diese manchmal auf Utopien beruhen.

#### Was beschäftigt Sie derzeit am meisten?

Das Thema Nachhaltigkeit. Für die Möbelbranche gilt es erstens, sich von allem, was nach kurzlebigen Trend riecht, fernzuhalten. Zweitens müssen wir die industriellen Prozesse von Grund auf überdenken. Nachhaltigkeit ist für die Kundschaft derart wichtig geworden, dass es da für Firmen nicht mehr um ideologische, sondern um wirtschaftliche Fragen geht. Das hat zur Folge, dass man ein Produkt von hinter her denken muss: Am Anfang steht die Frage, was am Ende seines Lebens passiert, und dann konzipiert man es im Hinblick auf die Wiederverwertbarkeit seiner Bestandteile.



## BAUKUNST AUF DER LEINWAND

### OBEN

Der Dokumentarfilm «The Importance of Being an Architect» lässt nicht nur Citterio und seine Geschäftspartnerin Patricia Viel zu Wort kommen, sondern zeigt auch viele ihrer Bauten – etwa den luxuriösen Wohnkomplex Arte in Surfside, Florida.

### Können Sie uns ein Beispiel geben?

Polyurethan ist eine Knacknuss, was das Recycling angeht; aber so viele Köpfe tüfteln derzeit daran, dass ich sicher bin, dass wir in zehn Jahren Lösungen gefunden haben werden. Bei Kunststoffen wird darauf geachtet, die Bestandteile nicht mehr zu vermischen, damit sie getrennt recycelt werden können; bei Metallen wird poliertes Alu bevorzugt, da es den gleichen Glanz wie Chrom hat, aber leichter zu recyceln ist. Und die Verwendung verschiedener Holzarten wurde komplett überdacht, man setzt auf Hölzer aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern.

### Wählt man Möbel heute eher nach realen tagtäglichen Bedürfnissen aus? Statt, wie früher, danach, ob sie optisch etwas hermachten?

Es wird immer eine Mischung von beidem sein. Möbel können nicht nur funktional sein. Die Emotionen, die sie auslösen, sind der Schlüssel. Aber ich glaube, dass die Zukunft zeitlosen Produkten gehört, die sich in die Lebensgeschichte ihrer Besitzer einfügen. Schauen Sie nur, wie die Menschen immer häufiger umziehen: Was nehmen sie mit sich? Vielleicht einen Stuhl oder eine Lampe, die ihnen am Herzen liegt. Ich glaube, die Zeit, in der man möglichst billige Dinge kaufte, die man dann bald wieder wegwirft, ist vorbei.

### Sie sind der König der Sofas. Wissen Sie, wie viele Sie schon entworfen haben?

In 50 Jahren? Eine Menge! Ich arbeite gerade an meinem Gesamtkatalog und komme auf 650 Produkte... Ein Sofa ist ein zentrales Stück, das die Einrichtung dauerhaft prägt. Nach 30 Jahren ersetzt man einfach den Bezug – und es lebt weiter. Deshalb habe ich immer eine Ästhetik angestrebt, die nichts Modisches an sich hat. Polster sind übrigens schwer zu recyceln, genau wie Matratzen, der reinste Horror; also arbeiten wir daran, dass die Materialien getrennt verbaut werden, um irgendwann wieder auseinandergenommen und weiterverwendet werden zu können.

### Und wie leben Sie selbst? Mit lauter Citterio-Möbeln?

Nein, nein. Unsere Wohnung ist kein Museum. Wir leben seit über 45 Jahren in einer Art Loft in einem alten Gebäude im Zentrum Mailands. In dieser Zeit hat sich dort einiges angesammelt, unter anderem ein paar Prototypen von meiner Frau (*der aus Kalifornien stammenden Architektin Terry Dwan, Anm. d. Red.*), Stücke von Luigi Caccia Dominioni... Ich bin nicht von meinen Designs besessen. In unserem Haus in St. Moritz steht nur ein einziges Flexform-Sofa, die anderen Stücke sind vintage.

### Oha! Ein Designer und Sammler!

Genau! Nehmen wir mein Büro. Ein Ort, den ich liebe und an dem ich viel Zeit verbringe. Mein Arbeitstisch stammt aus den 1930ern und gehörte einst dem Architekten Carlo Scarpa. Ich hatte mal die Gelegenheit, ihn in seinem Büro zu besuchen. Als ich dann Jahre später in einem Antiquitätengeschäft wieder auf diesen Tisch stiess, zögerte ich nicht. Er erfüllt mich mit Freude! Genauso wie

meine Bilder oder meine antiken Stühle. Es sind schöne Objekte, die ich teils schon seit 30 Jahren besitze, und ich habe eine echte emotionale Bindung zu ihnen. Bei Möbeln geht es um Anziehung, um Verführung. Sie sind dazu da, geliebt zu werden.

### Ihr Studio ACPV ist ein Riesenbetrieb. Tun Sie auch mal etwas anderes als nur zu beaufsichtigen?

Ich habe mein erstes Büro in den 1970ern gegründet – und das hat nie aufgehört zu wachsen. Ich arbeite gern in einem multidisziplinären Team. Jetzt, mit 72, ziehe ich mich ein wenig zurück, um anderen Raum zu geben. Kreativität ist ja oft ein Pingpong-Spiel. Also nehme ich zu Beginn von Projekten an Gesprächen teil, aber ich verfolge nicht alle bis zum Schluss. Beim Bulgari-Hotel, das gerade in Paris eröffnet wurde, hatte zum Beispiel Patricia Viel den Lead.

### Wobei die Bulgari-Hotels sehr wohl Ihr Baby sind...

Ja, als wir vor 20 Jahren das erste Bulgari-Hotel in Mailand eröffneten, wollten wir einen neuen Standard setzen: ein luxuriöses Haus mit zeitgenössischer Architektur und ebensolchem Design. Das war eine wunderbare Aufgabe.

### Gibt es ein Hotel, das Ihr Herz heute höher schlagen lässt?

Ich arbeite am «Palace II» in St. Moritz: Es gilt, einen neuen Flügel mit dem historischen Gebäude zu verbinden, das Sie sicher kennen. Der alte Stein, die Lage im Ortszentrum, die Bergkulisse... Es ist aufregend, diesen Geist in eine neue Sprache zu übersetzen. Beton wäre undenkbar gewesen. Stattdessen setzen wir auf Stein, dunkles Holz und natürliche Farben. 2023 werden Sie sich das Resultat ansehen können!

### St. Moritz hat es Ihnen offensichtlich angetan.

Ich verbringe nach wie vor viel und gerne Zeit in unserem Haus dort. Unsere Kinder sind in St. Moritz geboren!

### Beim Möbeldesign arbeiten Sie seit 50 Jahren mit der Firma Flexform. Sie sind ein treuer Partner!

In meiner Jugend war ich mit einem Sohn der Besitzerfamilie befreundet, eines Tages führte er mich herum. Ein kleines Projekt zog ein grösseres nach sich. Ich verbrachte sehr viel Zeit damit, die Handwerker bei ihrer Arbeit zu beobachten; ich studierte regelrecht, wie Möbel hergestellt werden, wie die Textilien zurechtgeschnitten werden, wie die Nähte gestaltet werden... Wissen Sie, die Arbeit an einem Sofa ist die eines Schneiders: Alles wird auf Mass angepasst, in drei Dimensionen.

### Dieser auf die verschiedenen Handwerke bezogene Ansatz ist ein zentraler Punkt Ihrer Arbeit, nicht wahr?

Ich bin noch nie mit Skizzen zu Flexform gekommen. Die Entwürfe entstehen direkt vor Ort, durch Gespräche und Materialien, die man in die Hand nimmt. Das ist das Geheimnis unserer Beziehung: Flexform und ich arbeiten in einer Art synchronisiertem Tanz, fernab von Moden und Marketing-Briefings.



## ELEGANT SITZEN

**OBEN LINKS**  
Der Sessel Grand Relax und der dazugehörige Schemel, entworfen für Vitra im Jahr 2019

**OBEN RECHTS**  
Breite Sitzfläche, kunstvoll geflochtenes Leder, Beine aus Metall: Das Modell Peter, 2004 für Flexform entworfen, macht sich auch im Duett gut.

### Aber bequem muss es am Schluss doch sein...

Keine Frage! Wenn es nicht bequem ist, ist es kein Sofa! Gutes Design muss diverse Eigenschaften unter einen Hut bringen. Nehmen wir das kürzlich lancierte Gregory XL: Es besteht im Grunde nur aus erstklassigen, miteinander verbundenen Polstern. Die Struktur ist elementar – und das Ergebnis doch ein wunderschönes, leicht zu recycelndes Möbel. Da wurden nirgends Kompromisse gemacht.

### Diese Nüchternheit, die sich ganz selbstverständlich durchsetzt: Ist sie der Kern Ihres Stils?

Ich kultiviere keinen Stil. Deshalb erkennt man meine Möbel vielleicht nicht auf den ersten Blick. Na und? Ich suche stets nach dem Stück, das man wirklich will und braucht. An wie vielen charakteristischen Möbeln hat man sich nach sechs Monaten sattgesehen? Ich bin stolz, dass Stücke, die ich vor 40 Jahren entworfen habe, immer noch auf dem Markt sind. Know-how hat nichts mit Ego zu tun, sondern mit der Synthese vieler komplexer Zusammenhänge.

### Läuft die Zusammenarbeit immer gleich, unabhängig davon, mit welcher Firma Sie zusammenarbeiten?

Im Gegenteil. Bei Vitra arbeitet man zum Beispiel ganz anders als bei Flexform, dort muss man Mathematiker sein! Alle Prototypen werden digitalisiert, es handelt sich um eine riesige, roboterunterstützte Hightech-Produktion. Ich habe viel über dieses Thema nachgedacht und eine Theorie entwickelt: Jedes Produkt hat einen Vater und eine Mutter; ein Elternteil ist der Designer, der andere die Firma, die es herstellt. Es ist eine Verbindung dieser beiden DNAs. Ein Objekt entsteht nie im Büro eines Einzelnen, es ist immer eine Teamleistung.

### Im Dezember wurde Ihr Dokumentarfilm «The Importance of Being an Architect» vorgestellt. Erzählen Sie uns davon.

Patricia Viel und ich hatten uns den Film als eine Art Jubiläumsfeier gönnen wollen, zu 20 Jahren Zusammenarbeit, 50 Jahren Karriere, meinem 70. Geburtstag... Die Pandemie hat das Projekt nun um ein Jahr verzögert, aber was solls. Es handelt sich nicht wirklich um die Nacherzählung unserer beruflichen Geschichte. Er ist eher ein Blick auf das, was unser Beruf in die heutige Welt einbringt. Ein Drehbuch gabs nicht, wir haben uns einfach unterhalten und diese Szenen dann zusammengeschnitten. Dazu kommt eine musikalische Komponente.

### Ist der Film eine Art Vermächtnis?

Wissen Sie, in dem halben Jahrhundert, das meiner Karriere umspannt, habe ich viele normale Dinge getan. Nur wenige wissen um den Aufwand, den Normalität erfordert. In meiner Anfangszeit galt Normalität als langweilig. Der Zeitgeschmack favorisierte spektakuläre Entwürfe wie die von Zaha Hadid oder Philippe Starck – deren Arbeit ich im Übrigen sehr respektiere. Ich selbst war nicht Teil des Hypes. Inzwischen hat der Wind gedreht, unser Studio arbeitet international an grossen Projekten. Es geht im Film auch um diese Subtilität, mit der sich unsere Werke in die Landschaft integrieren.

Beim Design ist es wie beim Kochen: **Das Einfachste ist am anspruchsvollsten.**

### Welche Projekte bringen die ACPV-Philosophie am besten auf den Punkt?

Das Technogym Village in Cesena, das sich der Autobahn entlang schlängelt. Oder das Hauptquartier von Edel Music in Hamburg, einer meiner Lieblingsbauten. Er ist auch schon 20 Jahre alt und sehr transparent, sehr weltoffen. Und vor allem scheint er die Menschen, die darin verkehren, immer noch zu beglücken. Ich sehe darin Parallelen zum Groundpiece-Sofa, das ebenfalls 20 wird und auf das man sich immer noch mit einem zufriedenen Seufzer setzt.

### Abgesehen von Mailand und St. Moritz, wo fühlen Sie sich sonst noch besonders wohl?

Während der Pandemie haben wir viel Zeit auf unserem Bauernhof in Portofino verbracht. Wir pflanzen dort Gemüse an, ausserdem halten wir Hühner und produzieren so den Grossteil unserer Lebensmittel selbst. Die Lage ist unglaublich, auf einem Hügel mit Panoramablick auf das Meer. Genau deshalb liebe ich Mailand: Man ist in zwei Stunden am Meer und ebenso schnell in den Bergen. Man kann morgens in Portofino auf den Bauernmarkt gehen, im Freien zu Mittag essen – und ist um 17 Uhr im Büro.

### Kochen Sie selbst?

Viele Leute denken, ich sei ein Spitzenkoch. Stimmt aber nicht! Allerdings bin ich ein Feinschmecker. Besonders mag ich einfache Gerichte, denen man nicht anmerkt, wie anspruchsvoll sie eigentlich sind. Zum Beispiel Tomatensauce: Alle Zutaten wachsen auf unserem Land, Tomaten, Zwiebeln, Olivenöl... Aber es dauert 50 Jahre, bis die Olivenbäume ihre beste Qualität erreicht haben. Das ist eine Kunst. Wie beim Design ist das Einfachste das Anspruchsvollste.

### Worauf freuen Sie sich nach der Pandemie am meisten?

Ganz klar: aufs Reisen. So sehr ich den Tapetenwechsel liebe, der nur zwei Stunden Autofahrt entfernt ist, tief in meinem Inneren sehne ich mich nach fernen Stränden, weissem Sand und der Sonne. Ich habe für Weihnachten bereits Costa Rica gebucht. Und ganz ehrlich: Ich kann es kaum erwarten, endlich dort zu sein. ☺



# **SILBERSTREIF AM HORIZONT**

ES IST NICHT ALLES GOLD, WAS GLÄNZT: MODERNE  
KLASSIKER UND SOLCHE, DIE ES WERDEN WOLLEN.

*FOTOS ANOUSH ABRAR STYLING MARIE DAMI*



## LINKE SEITE

## Von oben nach unten:

Couchtisch *Silver Tree* (im Foto hochkant) aus poliertem Gussaluminium, Wood & Cane Design für **Roche Bobois**. Beistelltisch *Metal Side Table*, geformtes und geschweisstes Stahlblech, hochglänzend pulverbeschichtet, Ronan & Erwan Bouroullec für **Vitra**. Runder Tisch aus Aluminium, Muller van Severen für **Valerie Objects** (bei Chic Cham, Lausanne).

## DIESE SEITE

Kronleuchter aus Messing und Chrom, 1970er-Jahre, **Gaetano Sciolari** (bei Les Illuminés Design XX° Geneva, Genf). Hängeleuchte aus Aluminium, 1970er-Jahre, **Raak** (bei Cyclup Design, Vesenaz). Regenmantel mit Lederpaspel, **Hermès**. Uhr *Chronomaster El Primero Open*, Edelstahl, 40 mm, mattschwarzes Zifferblatt mit den charakteristischen dreifarbigem Zählern und einer Öffnung, die das Regulierorgan mit Hemmungsrad und Anker aus Silizium offenbart, Uhrwerk El Primero 3604, **Zenith**.



**DIESE SEITE**  
Zeitschriftenhalter aus Edelstahl, 1970er-Jahre, François Monnet für **Kappa** (bei Galerie Latham, Genf). Vase *Nuage* aus eloxiertem Aluminium, Ronan & Erwan Bouroullec für **Vitra**. Beistelltisch *Curved* aus Edelstahl, **Kristina Dam** (bei Chic Cham, Lausanne). Regenmantel mit Lederpaspel, **Hermès**. Uhr *Chronomaster El Primero Open*, Edelstahl, 40 mm, mattsilbernes Zifferblatt mit den charakteristischen dreifarbigem Zählern und einer Öffnung, die das Regulierorgan mit Hemmungsrad und Anker aus Silizium offenbart, Uhrwerk El Primero 3604, **Zenith**.

**RECHTE SEITE**  
Landsitz-Stuhl aus matt eloxiertem Aluminium, 1938, Design Hans Coray, **Vitra**. Stuhl *Tasca* aus gebürstetem Aluminium, **Frama** (bei Chic Cham, Lausanne). Stuhl *Luxembourg*, Frédéric Sofia für **Fermob**.







**LINKE SEITE**

Hocker *Rocket* aus lackiertem Polyesterharz, Nathanaël Désormeaux & Damien Carrette für **Roche Bobois**, Hocker *Radian* aus glasierter Keramik, Cédric Ragot für **Roche Bobois**.

**DIESE SEITE**

Garderobenständer *Coat Tree* aus verchromtem Stahl, 1990er-Jahre, Sidse Werner für **Fritz Hansen** (bei Teo Jakob). Regenmantel mit Lederpaspel, **Hermès**. Uhr *Chronomaster Sport bicolore*, Edelstahl und 18-Karat-Roségold, 41 mm, Automatikuhwerk El Primero, mattsilbernes Zifferblatt mit dreifarbigem Zählern, **Zenith**.

**ART DIRECTION** Géraldine Dura

**PRODUKTION** Endrit Nurcaj

**MODEL** Noa F.

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

# Immer sportlich bleiben

DIE DEFY-KOLLEKTION VON ZENITH IST EIN BLEIBENDER WERT. EIN KURZER BLICK ZURÜCK AUF DIE GESCHICHTE EINES DESIGNKLASSIKERS MIT FLAIR FÜR MAXIMALE PRÄZISION.

TEXT DIE REDAKTION

**R**OBUST und irgendwie selbstverständlich: Wie den Einrichtungsstücken auf den vorherigen Seiten, gelingt auch Full-Metal-Uhren das Kunststück, absolut zeitgemäß zu wirken und gleichzeitig den Eindruck zu erwecken, als hätte es sie schon immer gegeben. Was sich zweifellos dem Material selbst verdankt – Metall umgibt diese Aura von Ewigkeit und Unveränderlichkeit. Aber ebenso zentral ist das Design, das sich ohne viel Chichi auf das Wesentliche konzentriert. So wie bei den Uhren der Defy-Serie von Zenith: Diese wird heuer um zwei nigelnagelneue Modelle erweitert, welche die Codes der historischen Vorgänger ins Hier und Jetzt übersetzen. So, wie auch schon die El-Primero-Referenzen überarbeitet wurden, ein weiterer in den 60er- und 70er-Jahren entwickelter Pfeiler der Manufaktur aus Le Locle.

Blick zurück in die wilden Sechziger: Der Trend geht zu sportlichen, «professionellen» Uhren, die man gern auch auf einen Tauchgang mitnehmen kann. Also tauchen die Designer von Zenith ihrerseits ins Firmenarchiv ein und lassen sich – schon damals ein bewährtes Vorgehen! – von einer Taschenuhr namens Defy aus dem Jahr 1902 zu einem neuen Modell inspirieren, das sie in Anlehnung auf den Impulsgeber Defy taufen. Von Anfang an hat diese neue Defy einige Überraschungen in petto: ihre unkonventionelle achteckige Form, klar definierte Kanten, eine facettierte Lünette...

Das robuste Gehäuse mit seinem muskulösen Design, das die Uhr gegen alle Widrigkeiten des Alltags wappnet, bekommt bald mal den Spitznamen «Panzerschrank» verpasst. Und paradoxerweise öffnet dieser Tresor das Feld der gestalterischen Möglichkeiten.

## Aus dem Fenster geworfen

Das Modell setzt sich durch, gerade weil es nicht einfach nur irgendein Zeitmesser ist, sondern Charakter hat. Dazu gesellt sich eine Robustheit, die ihresgleichen sucht. Um zu demonstrieren, was das Modell alles wegsteckt, befestigen die Verantwortlichen von Zenith zwei Exemplare der Defy am Aussenbordmotor eines Bootes, das sie dann zweimal über den Ärmelkanal schicken. Die Uhren überstehen die Strapazen unbeschadet. Ein Zenith-Mitarbeiter wirft die Defy sogar aus dem Fenster des dritten Stocks. Beim Aufprall zerbricht die Bodenfliese, und das Mineralglas des Zifferblatts, und das Uhrwerk arbeitet weiter, als wäre nichts gewesen. Spätestens ab da ist klar, dass hier

eine Uhr entwickelt worden ist, die wirklich alles mitmacht; die verrückten Stresstests werden für die Defy zum Eintrittsticket in die Welt des Sports.

Die zweite Etappe ihrer Geschichte beginnt 1971, als ihr erstmals das berühmte El-Primero-Uhrwerk eingebaut wird und damit eine Chronographenversion auf den Markt kommt. Die Frequenz erhöht sich von 28800 auf 36000 Halbschwingungen pro Stunde, wodurch die Defy sogar Zehntelsekunden messen kann.

Aber dort ist noch lange nicht Schluss! 2017 wird die Defy El Primero 21 mit einer innovativen Spiralfeder aus CNT (Kohlenstoff-Nanoröhrchen) ausgestattet. Das Uhrwerk verfügt über eine Doppelketten-Architektur, was es ultrapräzise macht: Es misst die Zeit auf die Hundertstelsekunde genau. Und dann ist da noch die Defy Lab: eine mechanische Uhr mit einer atemberaubenden Präzision von 0,3 Sekunden pro Tag über 95 Prozent ihrer Gangreserve (fast 60 Stunden).

Dass die Geschichte der Defy damit noch nicht zu Ende erzählt ist, beweist Zenith jetzt mit zwei aussergewöhnlichen Modellen (siehe Box): Die facettierte Lünette der Defy Skyline (im Bild rechts) ähnelt derjenigen der ersten Defy-Modelle, bloss weist sie neu zwölf Seiten auf, welche die Indizes spiegeln. Die Defy Revival (im Bild links) wiederum ist eine Neuinterpretation des Flaggschiffs von 1969, der Defy Revival A3642. Ein sehr schickes Doppel-Reboot einer der kühnsten Kollektionen der Manufaktur. ●



Die Codes, die dem Design der Defy zugrunde liegen, mögen ein paar Jährchen auf dem Buckel haben – von gestern sind sie deswegen aber noch lange nicht!



## DAS SIND DIE BEIDEN NEUEN

Die Defy-Kollektion, ein sicherer Wert im Zenith-Pantheon, kehrt dieses Jahr mit einem schmucken Duo ins Rampenlicht zurück. Rechts im Bild: die **Defy Skyline** mit 41-mm-Durchmesser, dem neuen Kaliber El Primero 3620 und einem geradezu himmlisch blauen Zifferblatt. Links: die **Defy Revival** (Kaliber Elite 670), die ihrem Vorläufermodell von 1969 in einer auf 250 Exemplare limitierten Serie sehr nahe kommt: vintage-braunes Zifferblatt, achteckiges 37-mm-Gehäuse, dazu eine 14-seitige Lünette von sehr geometrischem Design. Auch wenn mehr als ein halbes Jahrhundert zwischen den Defy-Generationen liegt, eins bleibt doch immer gleich: ihr ausgeprägter Haben-Wollen-Faktor!

# encore!

DA, WO DU BIST.

REISEN

MODE

[www.encore-mag.ch](http://www.encore-mag.ch)

DESIGN

BEAUTY

KULINARIK

ABENTEUER

DEIN LIFESTYLE-MAGAZIN  
**JETZT AUCH ONLINE**



Porzellanschädel der japanischen Künstlerin Katsuyo Aoki, zu sehen in der Biblioteca Longhena in der Fondazione Cini.

# 10

## **MEISTER- LEISTUNGEN IN VENEDIG**

HOMO FABER, DIE MESSE FÜR KUNSTHANDWERK, LÄSST EINEN DIE LAGUNENSTADT NEU ENTDECKEN.

*TEXT RENATA LIBAL, ESTELLE LUCIEN*



# 1 Porzellan

## Zauberhaft zerbrechlich

**Das gibts zu sehen** Vergessen Sie Teller! Das hier ausgestellte Porzellan geht weit (sehr weit!) über den alltäglichen Gebrauch hinaus – man nehme nur den kunstvoll gearbeiteten Totenkopf der Japanerin Katsuyo Aoki (links). Der Dialog zwischen Europa und Japan erweist sich als faszinierender Clash zweier radikal unterschiedlicher Herangehensweisen an das Material. Die in London ansässige japanische Künstlerin Hitomi Hosono etwa lässt sich für ihre üppig geschmückten Objekte von der Botanik und traditionellen Landschaften inspirieren. Ruth Gurvich hingegen, Französin mit argentinischen Wurzeln, präsentiert reizvoll Zerdrücktes, Geknicktes oder Verbogenes. Und natürlich werden auch die grossen Traditionsmanufakturen wie Meissen, Sèvres, Nymphenburg und Bernardaud geehrt.

**Das Highlight** Staunenswertes gibts hier nicht nur in Augenhöhe: In der barocken Klosterbibliothek, entworfen vom Architekten Baldassare Longhena, wimmelt es nur so von Schnitzwerk und Holzverzierungen. **Fondazione Cini, Biblioteca Longhena: «Porcelain Virtuosity».**

# 2 Gartenbau

## Blühender Geheimtipp

**Das gibts zu sehen** Über die Zugbrücke zwischen Dogenpalast und Markusplatz erreicht man das kunstvolle Eingangstor, stösst es auf – und kann kaum glauben, dass hier der in Venedig omnipräsente Stein auf 5000 m<sup>2</sup> einer Fülle aus Grün und Pastellfarben weicht: Die Wege in den Giardini Reali sind von Hortensien gesäumt, Kanäle schlängeln sich durch Gewächshäuser und Gartenlauben, neben zeitlosen Blumen bilden Bambushalme orientalische Nischen. Die «königlichen» Gärten sind übrigens kein Überbleibsel der Dogenherrschaft; vielmehr wurden sie Ende des 18. Jahrhunderts auf Geheiss von Napoleon Bonaparte angelegt. Die letzten 30 Jahre der Verwilderung überlassen und erst kurz vor Pandemieausbruch wieder auf Vordermann gebracht, sind sie noch ein Geheimtipp. Aber wohl nicht mehr lange...

**Das Highlight** Ein (Eis-)Kaffee wäre jetzt die Krönung? Kein Problem. Im garteneigenen Café kann man die meditative Ruhe geniessen und die Zeit vergessen. **Giardini Reali, täglich 9-19 Uhr, Eintritt frei.**

# 3 Spieldosen

## Raffinierte Mechanik

**Das gibts zu sehen** Venedig schlägt nicht nur Brücken in der Lagune – sondern bis in die Schweiz! Genauer: nach Lausanne, an die Kunsthochschule Ecal, und ins waadtländische Sainte-Croix. Der Jurabogen ist bekannt für sein Savoir-faire in der traditionellen mechanischen Kunst, die in der Uhrmacherei, aber auch für die Herstellung von Spieldosen und Musikdosen zur Anwendung kommt. Diesem immateriellen Unesco-Kulturerbe wird an der Homo-Faber-Messe mit einer – vom Westschweizer Nicolas Le Moigne mitkuratierten – Ausstellung gehuldigt. Fünf von der Designerin Charlotte Therre konzipierte interaktive Installationen können via Mechanismen aktiviert werden. Ein Zusammenspiel aus Licht und Material.

**Die Alternative** Wenn Venedig zu weit weg ist, sei ein Ausflug in die Ursprungsregion der Musikmechaniken ans Herz gelegt: Das Musée Baud im Dorf L'Auberson in der Gemeinde Sainte-Croix beherbergt Schätze aus der Zeit zwischen 1750 und 1940. **Fondazione Cini: «Mechanical Marvels».**



# 4 Japonismen

## Dialog zwischen Ost und West

**Das gibts zu sehen** In Japan und in Italien kommt dem Streben nach dem Schönen eine gleichermassen grosse Bedeutung zu. Deshalb umfasst die Homo-Faber-Messe eine Ausstellung, die von Japan inspirierte Werke von 19 italienischen Kunsthandwerkern zeigt: Mosaik, Masken, Glas, Spiegel... Als Schnittstelle zwischen dem Orient und dem Okzident empfing die Handelsstadt Venedig 1585 erstmals eine Delegation japanischer Adliger, die grosszügig mit Seiden- und Brokatstoffen beschenkt wurden.

**Das Highlight** Zu den Kunsthandwerkern der Ausstellung gehört Lino Tagliapietra, der so etwas wie der Star unter den zeitgenössischen Glasbläsern ist: Seine Werke sind in den grössten Museen der Welt zu finden. Der inzwischen 87-jährige Venezianer, der auch viel in den USA gearbeitet hat, hat 2014 ein Atelier in Murano eingerichtet. Das Backsteingebäude direkt am Wasser beherbergte einst die Schreinerei der Fundamenta Serenella und ist quasi zur Pilgerstätte für Fans von Maestro Tagliapietra geworden. Besuche sind möglich – allerdings nur auf Voranmeldung! **Fondazione Cini: «Italy and Japan: Marvellous Liaisons».**

# 5 Kostüme

## Für Film, Oper und Carnevale

**Das gibts zu sehen** Das Schaufenster, das auf einen Kanal im Stadtteil Cannaregio hinausgeht, ist eher bescheiden. Man muss schon eintreten, wenn man in die zauberhafte Welt von Stefano Nicolao eintauchen will! Sein 1980 eröffnetes Schneideratelier ist eine regelrechte Zeitmaschine. Nicolao träumte von einer Schauspielkarriere, bevor er merkte, dass ihn die Arbeit hinter den Kulissen sogar noch mehr reizte. Nun setzt er die Tradition der venezianischen Kostümschneiderei fort, die jedes Jahr während des Carnevale zu neuem Leben erweckt wird; zudem ist er in der internationalen Film-, Theater- und Operszene tätig, allen voran natürlich für La Fenice. Nicolaos Œuvre umfasst inzwischen rund 15 000 Kostüme.

**Das Highlight** Beim Besuch im Atelier kann man auch die Stoffe berühren und so die Arbeit von Stefano Nicolao aus nächster Nähe erleben. Der Schneider ist auch Kostümhistoriker – und hat unter anderem die Kostüme für die prämierten Spielfilme «Farinelli» (1994) und «Elizabeth» (1998) entworfen. **Cannaregio 2590, Besuch im April nur auf Voranmeldung (via www.homofaber.com) möglich.**

# 6 Glas

## Farbenfroh und blumenbestückt

**Das gibts zu sehen** Wer kennt sie nicht, die Glasmanufaktur Venini? Vor genau 101 Jahren gründeten der Mailänder Anwalt Paolo Venini und der venezianische Antiquar Giacomo Cappellin ein Atelier, in dem sie fortan ihre grossen künstlerischen Ambitionen in der jahrhundertealten Tradition der Glaskunst verwirklichen wollten. Die Idee war von Anfang an, die kreativsten Köpfe und Hände Venedigs zu verpflichten; tatsächlich hat das Unternehmen in den 100 Jahren seines Bestehens zahlreiche Auszeichnungen erhalten. Die Homo-Faber-Ausstellung konzentriert sich auf Vasen. Ein fast rauschhafter Reigen aus Farben und Transparenz – der noch dadurch verstärkt wird, dass die Vasen mit Bouquets der bekanntesten Blumenkünstler der Gegenwart bestückt werden.

**Das Highlight** Die doppelte Farbenpracht gibt einem das Gefühl, durch einen verwunschenen Garten zu wandeln. Wer nicht genug bekommt, besuche unbedingt noch den Venini-Flagshipstore (an der Fundamenta dei Vetrai 50). Die Preise können einem den Puls kurz in die Höhe treiben – aber schauen kostet ja nichts... **Fondazione Cini: «Blossoming Beauty».**

FOTOS: JULIA DESSIRIER, NICOLAO, SUSANNA POZZOLI, MICHELANGELO FOUNDATION, NYMPHENBURG, VIENNASLIDE / ALAMY, STOCK PHOTO, PD

ENCORE! | DESIGN 2022

## UNTERWEGS



## 7 Federn

Die zarteste Form von Couture

**Das gibts zu sehen** In einem Raum, der an Antonello da Messinas «Der heilige Hieronymus im Gehäuse» (1474, eins der ersten italienischen Gemälde in Öltechnik) erinnert, stellen 14 Exponenten der Fashionbranche hochraffiniertes Know-how vor: das Schmuckhaus Van Cleef & Arpels beispielsweise das Crimpen, also das Verbinden zweier Komponenten mittels plastischer Verformung, oder der Mailänder Lederwarenspezialist Serapien die Ledermosaiktechnik. Am schwersten beeindruckend dürfte aber das Federleichte: Das Pariser Unternehmen Lemarié, gegründet 1880, ist eines der weltweit letzten, das der delikaten Kunst der Federverarbeitung frönt. Seit 1996 gehört Lemarié, wo auch exquisite Textilblüten und Smokarbeiten (in Fältchen geraffte Stoffe) herkommen, zur Chanel-Gruppe. **Das Highlight** Das Winter-Brautkleid, in dem Luna Bijl als krönender Abschluss der HW-Show 2019/2020 von Chanel über den Catwalk schwebte. Der Jupe besteht aus Federn, die wie Schneeflocken zu Boden fallen. **Fondazione Cini: «Genealogies of Ornament», kuratiert von der Engländerin Judith Clarck.**

## 8 Fotografie

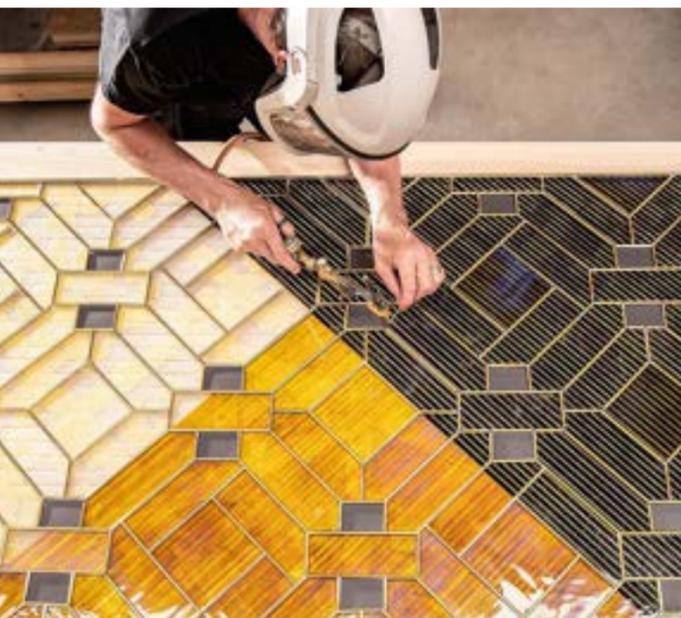
Kulturgut aus Fleisch und Blut

**Das gibts zu sehen** In Japan, dem Gastland der aktuellen Homo-Faber-Ausgabe, werden die erfahrensten Kunsthandwerker als lebendes Kulturgut verehrt. Die Fotografin Rinko Kawauchi hat zwölf davon besucht und ihre Meisterschaft (etwa auf dem Gebiet der Keramik, der Lackarbeit, der Web- und der Färbekunst) festgehalten. Gleich nebenzu, im Cenacolo Palladiano (dem ehemaligen Refektorium) sind zudem zwölf Perlen der japanischen Handwerkskunst zu sehen: Kimonos, ein Blumenkorb aus geflochtenem Bambus, eine Harfe aus Urushi-Lack... Das eher schlichte Cenacolo Palladiano beherbergte übrigens einst Veroneses berühmtes Gemälde «Die Hochzeit zu Kana». Heute ist hier nur noch eine Kopie zu sehen: Das Original fiel den Beutezügen Napoleons zum Opfer und hängt heute im Louvre. **Das Highlight** Sonoko Sasaki (im Bild), 1939 in Tokio geboren und seit 2005 lebendes nationales Kulturgut, beherrscht uralte Textiltechniken wie das Weben von Seidenfäden in der Tsumugi-Tradition, um Pongé (Wildseide) herzustellen, aus dem Kimonos gefertigt werden. **Fondazione Cini: «The Ateliers of Wonders».**

## 9 Spiegel

Zauberhafte Reflexe

**Das gibts zu sehen** Exklusiv für Homo Faber öffnet eines der ältesten und angesehensten Ateliers von Venedig seine Türen für die Öffentlichkeit: Die Firma AAV Barbini Specchi Veneziani wurde zwar erst 1927 von Nicolò Barbini (1903-1985) gegründet; die Familie hatte sich aber davor schon während Jahrhunderten (!) einen Namen gemacht als Produzent von erstklassigem Spiegelglas. Heute führen die Erben von Nicolò das stolze Unternehmen. Im Rahmen der Messe geben sie Einblick in die verschiedenen Produktionsschritte, die es braucht, um einen Qualitätsspiegel herzustellen: von der Entwurfsskizze über den Glaszuschnitt bis hin zur Versilberung und Gravierung. **Das Highlight** Ausgefallene Spiegel à gogo kontrastieren mit einem zeitgenössischen Interieur – und entführen die Besuchenden nach Indien, Marokko oder Saudi-Arabien – wo Palastwände traditionell mit kunstvollen Spiegeln geschmückt wurden – sowie zum spektakulären Königspalast in Bangkok. **Calle Dietro gli Orti 7, Murano. Besuch im April nur auf Voranmeldung (via [www.homofaber.com](http://www.homofaber.com)) möglich.**

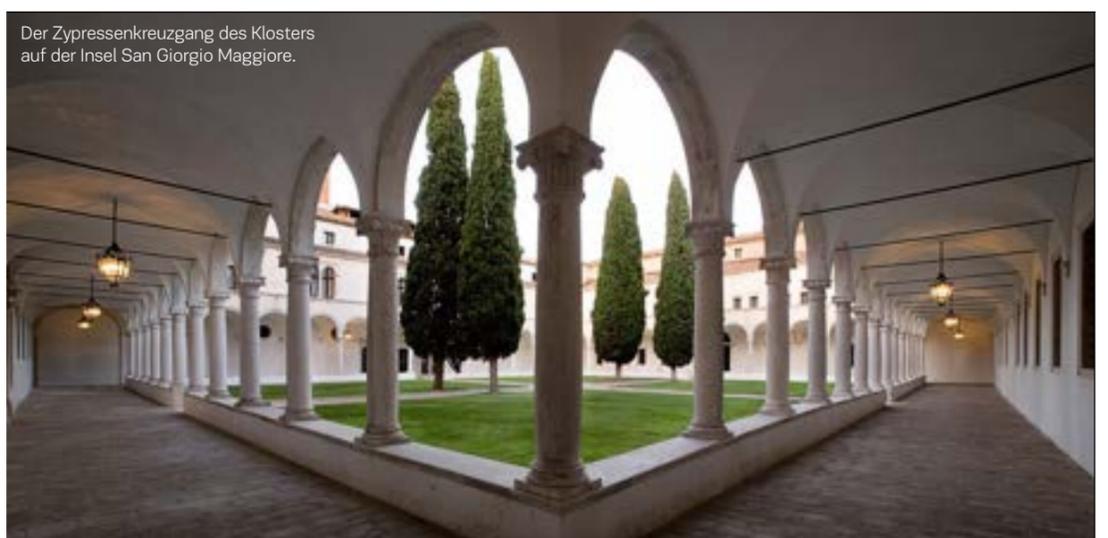


Ziel ist es zu zeigen, was **der Mensch immer besser können wird** als jede noch so ausgeklügelte Maschine

## 10 Mosaik

Mustergültige Arbeit

**Das gibts zu sehen** Bildende Kunst und Kunsthandwerk sind in einem ständigen Dialog. Genau diesen will der deutsche Designer und Innenarchitekt Sebastian Herkner mit der Ausstellung «Pattern of Crafts» beleuchten. Dazu hat er 18 Kreative eingeladen, das geometrische Muster des Vorplatzes der Basilika San Giorgio Maggiore neu zu interpretieren – mit dem Ziel, darauf aufbauend Dekorelemente zu schaffen, die sich in ein zeitgenössisches Interieur einfügen lassen. Die Vielfalt der vertretenen Techniken und Materialien ist grandios: von Glas und Mosaik über Holz, Tapeten bis hin zu Metall und Textilien. Sogar gewobene Algen sind dabei (von der Pariser Designerin Violaine Buet)! **Das Highlight** Es wäre ein grober Fehler, nur den Vorplatz der Basilika San Giorgio Maggiore zu besuchen (auch wenn die Aussicht auf den gegenüberliegenden Markusplatz fantastisch ist!) und die im Jahr 1610 eingeweihte Kirche nicht auch zu betreten. In der majestätischen Basilika finden sich nämlich gleich zwei Meisterwerke von Tintoretto: «Die Mannalese» und «Das letzte Abendmahl». **Fondazione Cini, Sala Barbantini: «Pattern of Crafts».**



## Eine Ode an die menschliche Schöpfungskraft

Die erste Ausgabe der Kunsthandwerksmesse Homo Faber ging im September 2018 über die Bühne, damals ebenfalls in der Fondazione Giorgio Cini im ehemaligen Kloster auf der Insel San Giorgio Maggiore im Herzen von Venedig. Über 62 000 Personen wollten damals sehen, was an Grossartigem entstehen kann, wenn menschliche Schöpfungskraft auf geschickte Hände trifft. Die zweite Ausgabe der Messe, die einen Zwei-Jahres-Rhythmus anstrebt, verzögerte sich wegen der Pandemie – bis jetzt. Heuer stehen die traditionellen Fertigkeiten Japans im Fokus und treten in Dialog mit europäischen Techniken. Neu ist, dass sich die Messe nicht nur auf die historischen Säle und Gartenanlagen des Kloster erstreckt, sondern in die Gassen Venedigs ausstrahlt, wo Werkstätten, die sonst nicht öffentlich zugänglich sind,

ihre Türen öffnen. Homo Faber ist eine Initiative der Michelangelo Foundation. Die Stiftung mit Sitz in Genf wurde von Johann Rupert und Franco Cologni gegründet, zwei Mitgliedern der Geschäftsleitung des Luxusgüterkonzerns Richemont (zu dem u. a. Cartier, Piaget und Panerai gehören). Ziel der Messe ist es, in unserem durch und durch technologisierten Zeitalter zu zeigen, was der Mensch immer besser können wird als jede noch so ausgeklügelte Maschine. Und natürlich, die nächste Generation dafür zu begeistern, ein schaffender Mensch – eben ein Homo Faber – zu werden.

**Homo Faber, 10. April bis 1. Mai 2022, San Giorgio Maggiore, Venedig. Tickets über [www.homofaber.com](http://www.homofaber.com) (10 Euro inkl. Überfahrt zur Insel ab Markusplatz)**

# Schwarzes Quadrat

ES BRAUCHT MUT, UM MIT GEWOHNHEITEN ZU BRECHEN. HUBLOT HAT GENAU DAS GETAN. DAS RESULTAT IST EIN TRIUMPH: DIE NEUE SQUARE BANG ALL BLACK.

TEXT DIE REDAKTION



## DIE FORM

Eine Big Bang von Hublot ist rund. Oder? Eben nicht! Der brandneuen Square Bang All Black mit 42 mm Durchmesser gelingt gewissermaßen die Quadratur des Kreises, indem sie das Kultmodell um eine neue Form erweitert und zugleich den Codes der Marke treu bleibt. Abgerundete Ecken sind ebenso reizvoll fürs Auge wie die mehrschichtige Gestaltung des Zifferblatts, das den Blick aufs Uhrwerk frei lässt. Stilvoll, originell – genau das richtige Mass an Verspieltheit.

## DAS GEHÄUSE

Wenn Hublot etwas macht, dann richtig. Das sieht man dem All-Black-Keramikgehäuse der Square Bang an, bei dem sich satinierte und polierte Flächen abwechseln. Die Schrauben sind sandgestrahlt, die Krone mit Kautschuk überzogen, die grossen Drücker mit Quadratmuster versehen. Und beim Zifferblatt, bei den Zeigern, beim Uhrwerk und bei der Superluminova wird das Farbkonzept gleich durchgezogen: Alles ist schwarz – und damit sichtbar und unsichtbar zugleich. Damit trägt man ein Stück Firmen-DNA am Handgelenk: Hublot war die erste Uhrenmarke, die All-Black-Modelle einführte.

## DAS ARMBAND

Man kann in zwei Richtungen denken, wenn man sich das Armband der Square Bang so ansieht: Die einen fühlen sich an eine Schoggi-Tafel erinnert, die andere an gut definierte Bauchmuskeln... Dabei spiegeln die Quadrätrchen in Vierreihen nicht nur die Form des Gehäuses, sondern sind mit ihrer Reliefstruktur auch ein Eyecatcher für sich allein. Obendrein sorgt das patentierte One-Click-System dafür, dass man das Armband in Windeseile austauschen kann. Was darfs denn sein? Kautschuk? Alligatorleder? Die Auswahl ist riesig... Und bald gibts auch noch Modelle aus Soft-Touch-Leder.

## DAS MATERIAL

Der Mix von Materialien ist eine Kunst für sich. In der Square Bang spielt schwarze Keramik so raffiniert mit unterschiedlichen Oberflächenbeschaffenheiten – mal poliert, mal satiniert –, dass sich manche Details nur der Trägerin oder dem Träger erschliessen. Die «Art of Fusion», die Kunst, mit Kombinationen unterschiedlicher Materialien und Techniken zu verblüffen, ist hier auf ihrem Höhepunkt.

## DAS UHRWERK

Erstens hat es sich bewährt. Zweitens ist es absolut zuverlässig. Das Uhrwerk HUB1280 Unico Manufacture hat daher die volle Berechtigung, für den Herzschlag dieser neuen Linie zu sorgen. Das automatische Flyback-Chronographenwerk aus 354 Einzelteilen schwingt mit einer Geschwindigkeit von 4 Hz (28 800 Halbschwingungen pro Stunde) und verfügt über ein Säulenrad auf 6 Uhr, dessen Bicompa-Anzeige ohne Zifferblatt auskommt, sodass die Schönheit des Räderwerks offen zutage tritt.

## DIE FARBE

Schwarz ist ein Statement, nicht nur im uhrmacherischen Bereich. Die Farbe, die Hublot vor mehr als 15 Jahren mit seiner All-Black-Kollektion eingeführt hat, verleiht dieser auf 250 Exemplare limitierten Serie eine starke Persönlichkeit. Ein Uni-Look in Schwarz zeugt von Selbstbewusstsein. Eine schwarze Hublot ebenso – im Quadrat.

## DIE INNOVATION

Jeden Tag stellt man sich in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung von Hublot von Neuem die Frage: Was gibt es noch auszutüfteln? Nachdem man schon die widerstandsfähigsten Materialien, die verrücktesten Partnerschaften und die ungewöhnlichsten Komplikationen kreierte hatte, knöpfte man sich die Form vor. Und so kam es zum Quadrat! Mit der Square Bang und ihrem für die Manufaktur in Nyon noch nie dagewesenen Gehäuse lanciert Hublot «The Shaped Collection», eine Linie mit sogenannten Formuhren. Der radikal neuartige Ansatz fusst auf einer hochkarätigen Mechanik. «Nach runden Gehäusen, der Tonneau-Form und den MP-Modellen hat das Quadrat, diese polarisierende, unkonventionelle Form, nur auf uns gewartet», bringt es CEO Ricardo Guadalupe auf den Punkt.

## DIE MARKE

Grenzen sprengen? Gar nicht so einfach. Hublot tut aber seit 1980 genau das. Am Anfang der «Art of Fusion» stand die innovative Verbindung von Gold und Kautschuk, eine Idee des ehemaligen Chairman Jean-Claude Biver und von Ricardo Guadalupe, der seit 2012 CEO ist. Der Rest ist Geschichte – beziehungsweise einer ordentlichen Portion Kühnheit geschuldet: die Geburt der ikonischen Big Bang (und ihrer Nachfolgerinnen Classic Fusion und Spirit of Big Bang), innovative Materialien (das kratzfeste Magic Gold, Keramik in leuchtenden Farben, Saphir), die Entwicklung von Manufakturwerken (Unico, Meca-10, Tourbillon), Partnerschaften mit Grossevents (FIFA World Cup™, UEFA Champions League, UEFA EURO™) und mit weltberühmten Markenbotschaftern (Chiara Ferragni, Pelé, Kylian Mbappé, Usain Bolt, Samuel Ross).



## ROCHE BOBOIS

**Für Fashionistas.** Eine Lounge, so extravagant wie der Entwurf eines Couturiers! Jean Paul Gaultier hat die erste Outdoor-Version des modularen Klassikers **Mah Jong** entworfen, der vor 51 Jahren von Hans Hopfer ins Leben gerufen wurde. Der Boden ist nass? No problem. Ein Metallpodest hält die Kissen trocken. *Sitzkissen und Rückenpolster samt Unterbau.*

# Luftige Stube

OUTDOOR-MÖBEL, SO GEDIEGEN, DASS MAN GAR NICHT MEHR REIN WILL.

TEXT RENATA LIBAL

## MINOTTI

**Für Kuschelbedürftige.** Mit der Linie **Lido Cord Outdoor** verwischt die Mailänder Möbelfirma die Grenzen zwischen drinnen und draussen: mit Texturen, die zum ersten Mal Outdoor-Luft schnappen. Textilien aus zertifiziertem, recycelbarem Polypropylen sind wasserfest und tragen zu einem kuscheligen Kokon-Effekt bei, der vor Zugluft ebenso schützt wie vor den Unwägbarkeiten des Lebens. Das Design stammt vom dänisch-italienischen Designerpaar GamFratesi.

*Bergère, Sessel, Sitz, Fußsstütze und Tische.*



## POLTRONA FRAU

**Für Musterfans.** Outdoor-Premiere für die 1912 gegründete Firma! Und das gleich mit zwei Kollektionen. Bei **Solaria**, design von Ludovica und Roberto Palomba, sorgen geflochtene Rückenlehnen und durchbrochene Tischoberflächen für reizvollen Schattenwurf. Und natürlich ist alles elegant-harmonisch und handwerklich von allererster Güte – wie immer bei Poltrona Frau. *Modularsofas und Couchtische.*

## B&B ITALIA

**Für Formbewusste.** Seit 15 Jahren schon ist die Traditionsfirma aus dem norditalienischen Novedrate auch im Outdoor-Bereich aktiv. **Pablo**, ihr jüngster Wurf, ist eine Ode an die Geometrie. Die Kollektion des belgischen Designers Vincent Van Duysen besteht aus pflegeleichtem Teakholz, ist sehr angenehm anzufassen – und obendrein recycelbar.

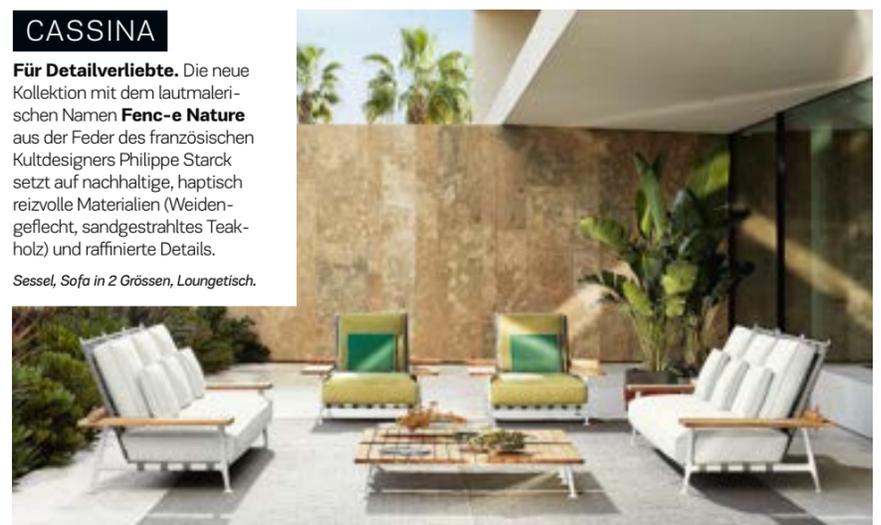
*Sofa, Sessel in zwei Tiefen, Fußhocker.*



## CASSINA

**Für Detailverliebte.** Die neue Kollektion mit dem lautmalerschen Namen **Fenc-e Nature** aus der Feder des französischen Kultdesigners Philippe Starck setzt auf nachhaltige, haptisch reizvolle Materialien (Weidengeflecht, sandgestrahltes Teakholz) und raffinierte Details.

*Sessel, Sofa in 2 Größen, Loungetisch.*

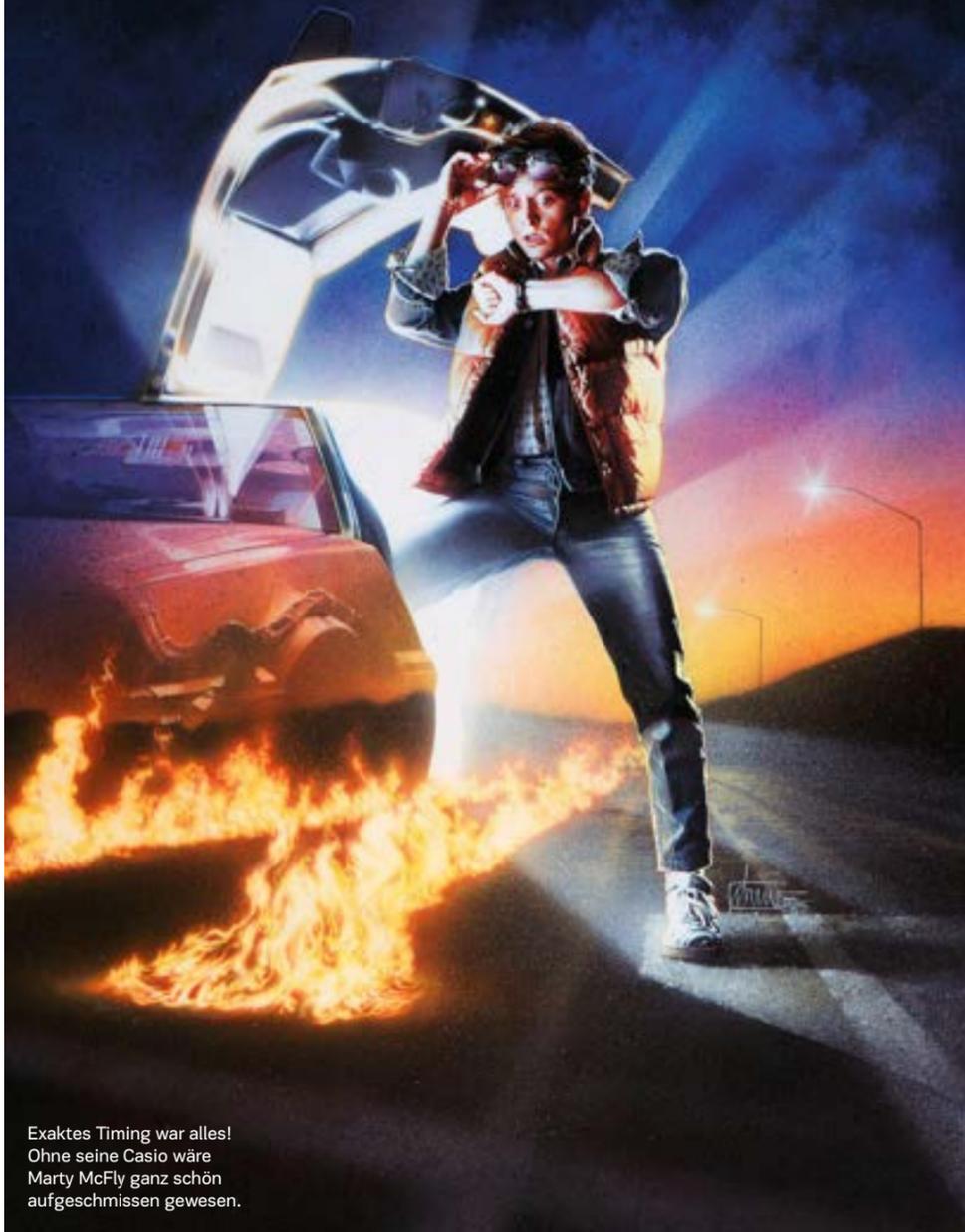


## DEDON

**Für Klassikfans.** Der französische Designer Jean-Marie Massaud hat sich für die Outdoor-Sofa-Linie **Paros** auf die Basics des Lümmelns unter freiem Himmel besonnen: schlicht, klarlinig, geflochten, elegant. Die verwendete Faser ist natürlich.

*Modulares Sofa mit Eckelementen.*





Exaktes Timing war alles!  
Ohne seine Casio wäre  
Marty McFly ganz schön  
aufgeschmissen gewesen.

# Weisst du noch?

ANGESICHTS DER AKTUELLEN RETRO-VERLIEBTHEIT WAR DAS COMEBACK DER DIGITALEN UHREN NUR EINE FRAGE DER ZEIT. NUN IST ES SO WEIT!

TEXT MATHILDE BINETRUY

**I**N DEN 1980ern hiess der coolste Typ des Planeten: Marty McFly. Neben Doc Brown war er der Star der Filmreihe «Zurück in die Zukunft». Alle wollten so sein wie er: Er hatte ein eigenes Telefon im Zimmer, fuhr mitten in der Nacht mit dem Skateboard zu seinem besten Freund, einem verrückten Wissenschaftler, – und trug eine Casio CA-53W-1ER. Das Teil war nicht einfach nur eine digitale Uhr, sondern verfügte über einen Kalender, einen Countdown, eine Stoppuhr... Krasser gings nicht!

Das Teil war Sinnbild einer Epoche: Man schrieb die Geburtsstunde der Videogames, der elektronischen Bauteile, der piependen und blinkenden Helferlein. Die gute alte Armbanduhr von Papa sah daneben ganz schön alt aus. Japan wurde plötzlich zum Nabel der Uhrenindustrie: Quarzmodelle überschwemmten den Markt, Marken wie Timex oder Seiko stellten die Topseller, die mehr Gadget als Zeitmesser waren. Sogar James Bond verfiel dem Trend: In «Live and Let Die» (1973) trug Roger Moore als Agent im Auftrag Ihrer Majestät eine Hamilton Pulsar P2 2900 LED. Unvergesslich die Szene, in der «M» an die Tür klopft und 007 – im bibeli-gelben Bademantel – den seitlichen Knopf der Uhr drückt und so die LED-Anzeige aktiviert.

Genau dieser aufregende Moment, wenn für die Dauer einer Sekunde all die roten Pünktchen auf dem Display aufleuchteten: Er war es, der die Pulsar damals so begehrenswert machte. Und natürlich auch ihr Design, irgendwo zwischen Computer und Raumschiff; es waren schliesslich die Jahre, in denen man euphorisiert auf der Welle, welche die Mondlandung von 1969 geschlagen hatte, dem Zeitalter der Technik entgegensurfte!

Nun, die Welle verebte, wie wir wissen. Das Image von Digi-Uhren kippte von ultra-cool zu maximal uncool. Nun aber scheint der Wind wieder zu drehen: Die Kids von heute (und auch manche grossen Kinder) stehen auf alles, was vintage ist. Und so sind Polaroidkameras, Nintendo-Spielkonsolen und eben die Digi-Uhr plötzlich wieder hip.

Die Branche macht den kurligen Trend noch so gern mit und nutzt die Gelegenheit, um sich technisch mal wieder so richtig auszutoben. Girard-Perregaux hat die Casquette von 1976 als Version 2.0 lanciert, Tissot sein 1999er-Modell mit Touchscreen wieder aus der Schublade geholt und aufgerüstet. Andere Premiummarken tarnen mechanische Meisterstücke als Digital-Modelle. Das Resultat sind Hightech-Würfe mit teils ganz schön avantgardistischem Look. Merke: Die Nostalgie von heute ist die Zukunft von gestern. ☺

## MODELLE MIT ZUKUNFT



**Die mit Biss:** Grosse Glubsch-  
augen als Stunden- und Minutenan-  
zeige, ein weit aufgerissenes Maul  
und ein pulsierendes Herz: Beim An-  
blick der **HM10 Bulldog** kann man  
nicht anders, als an die namensge-  
bende Hunderasse zu denken. Für  
alle, die den Weg des Trägers oder  
der Trägerin kreuzen, ist eine War-  
nung eingraviert: «Forget the dog,  
beware of the owner» ...  
**MB&F**, 117000 Fr.



**Die Authentische:** Retro-Fans,  
haltet euch fest: Die **PSR Digital  
Quartz** katapultiert euch direkt  
rück in eine Zeit, als die Digitalisie-  
rung zaghafte Babyschritte machte.  
Die leuchtend roten Ziffern sind eine  
Hommage an die allererste Digi-Uhr  
der Geschichte: die Hamilton Pulsar.  
Was selbst Roger Moore alias 007  
trug, werden wir sicher nicht ver-  
schmähen.  
**Hamilton**, 995 Fr.



**Die Erleuchtete:** Eine Uhr mit  
Digitalanzeige zu tragen ist umso  
spannender, wenn sich dahinter ein  
mechanisches Meisterwerk verbirgt.  
Die Ziffern des auf 200 Exemplare  
limitierten Modells **A. Zeitwerk  
Honeygold «Lumen»** tanken tags-  
über Lichtenergie – und leuchten  
deshalb in der Nacht.  
**Lange & Söhne**, Preis auf Anfrage.



**Die Revolutionäre:** Sie scheint  
direkt aus den 1970ern herbeige-  
beamt: Die **Casquette 2.0** zeigt  
Stunden, Minuten, Sekunden, den  
Tag sowie ein vom Träger gewähl-  
tes geheimes Datum an. Die LED-  
Anzeige lehnt sich an jene der  
Original-Casquette an, ein Quarz-  
Modell, das zwischen 1976 und  
1978 produziert wurde.  
**Girard-Perregaux**, 4500 Fr.



**Die Maschine:** Sie wünschen sich  
einen Panzer am Handgelenk? Kein  
Problem: Schnallen Sie sich eine  
**T-500** um! Das Kraftpaket hat dank  
sechs parallel geschalteten Feder-  
gehäusen eine Laufzeit von bis zu  
450 Stunden und zeigt die Zeit auf  
grossen Walzen an.  
**Rebellion**, Preis auf Anfrage.



**Das UFO:** Urwerk-Gründungsmit-  
glied Felix Baumgartner beschreibt  
die **UR-112 Aggregat Odyssée**  
als «Wahnsinn pur: Wahnsinnsme-  
chanik mit wahnsinniger Endverar-  
beitung». Das futuristische Ding  
setzt bei der Stunden- und Minuten-  
anzeige – auf Prismen!  
**Urwerk**, 250000 Fr. ohne MwSt.,  
limitiert auf nur 5 Exemplare.



**Das Schweizer Sackmesser:**  
Sie ist wieder da! Die erste solar-  
betriebene Schweizer Smartwatch  
bringt eine Palette an Neuerungen  
mit – aber der Touchscreen bleibt. Mit  
Wetterbericht, Höhenmesser, GPS,  
Kompass, Alarm, Timer u. v. m. ist die  
**T-Touch Connect Solar** so vielsei-  
tig wie ein Schweizer Sackmesser.  
**Tissot**, 1095 Fr.



Ab diesem Jahr in der Schweiz verfügbar: Das vollelektrische Crossover-Coupé GV60 von Genesis.



Die schwebende Konsole verleiht dem Innenraum Leichtigkeit.

# Der Herr der Proportionen

WIE DESIGNT MAN EIN LUXUSAUTO, LUC DONCKERWOLKE? DER CHEFDESIGNER DER JUNGEN SÜDKOREANISCHEN MARKE GENESIS HAT UNS VIA VIDEOCALL EIN PAAR GEHEIMNISSE VERRATEN. ZUM BEISPIEL: WAHRER LUXUS HAT NICHT NUR MIT FORM UND AUSSTATTUNG ZU TUN...

TEXT NINA TREML



## DER CHEF-DESIGNER

Luc Donckerwolke stammt aus einer belgischen Diplomatenfamilie. 1965 in Peru geboren, wuchs er in Afrika auf. Mit 18 zog er nach Europa, um Industrial Engineering in Brüssel und in Vevey Transportation Design zu studieren. Danach war er 24 Jahre lang für die VW-Gruppe tätig, u. a. als Designdirektor von Bentley, Lamborghini und Audi. 2015 wechselte er zur Hyundai Motor Group; seit 2016 ist er Designchef der Marke Genesis.

**A**M ANFANG war ein weisses Blatt Papier. Keine 100-jährige Historie, wie er sie seinerzeit bei Bentley zu berücksichtigen hatte. Kein bestehendes Image, das er wie bei Škoda mit einer frischen Designsprache aufwerten oder wie bei Seat, Audi und Lamborghini zuspitzen sollte. Die Aufgabe lautete schlicht, aus dem bislang als Modellbezeichnung genutzten Namen Genesis eine neuartige automobiler Luxuswelt zu erschaffen. «Eine knifflige Aufgabe», gesteht Luc Donckerwolke, der 24 Jahre lang im Dienst der VW-Gruppe stand, ehe ihn der koreanische Hyundai-Konzern abwarb und 2016 mit der Kreativleitung seiner neuen Premiummarke betraute. «Aber zu reizvoll, um sie abzulehnen.»

Es habe Selbstdisziplin gebraucht, um nicht einfach drauflos zu skizzieren. Wer schon lang im Geschäft sei, wisse haargenau, welche Proportionen, Linien, Details ein Fahrzeug luxuriös anmuten lassen. Doch das wäre zu einfach gewesen. «Zuerst mal ging es um die DNA der Marke. Darum, etwas zu finden, was sie von anderen abhebt», so der Belgier, der in Südamerika und Afrika aufwuchs, sieben Sprachen beherrscht und bei aller Weltgewandtheit in Südkorea doch eine Überraschung erlebte. «Die Servicequalität hat mich umgehauen. Anders als im Westen gilt es dort als nobel, jemandem zu dienen, und die Käufer werden weniger als Kunden denn als Gäste betrachtet. Diese sogenannte Son-Nim-Kultur erwies sich als der perfekte ganzheitliche Ansatz für Genesis.»

Konkret bedeutet das, dass sich die 2021 in Europa lancierte Marke nicht nur mit einem Portfolio an edel ausgestatteten Limousinen,

SUVs und einem Shooting-Brake-Kombi hervortun will, sondern vor allem mit dem distinktierten Drumherum. So wird jedem Kunden, pardon, Gast ein persönlicher Assistent zugeteilt, der sich um jegliche Belange des Fahrzeugs inklusive kostenlosem Werkstatttransfer kümmert. Und nicht zuletzt gibt es die Option, ein Genesis-Modell flexibel im Abo zu nutzen, statt längerfristig zu leasen oder zu Preisen beginnend bei 46200 Franken (für die Mittelklasselimousine G70) zu kaufen. So gesehen steht das Styling der Modelle – wegen ihrer einheitlichen, parabolischen Seitenlinie vom Hersteller als «athletisch elegant» bezeichnet – nicht im Zentrum des Kundenerlebnisses, sondern versteht sich als der visuelle Teil davon.

### Einzigartiger Kundenservice

Doch kann es sein, dass sich Donckerwolke nicht vollständig von der Formensprache eines Ex-Arbeitgebers lösen konnte? Der Designchef nimmt die Frage gelassen: «Der grosse Kühlergrill ist garantiert keine Anleihe an Bentley, sondern eine direkte Übersetzung des geflügelten Genesis-Logos.» Dass sich Genesis im traditionsbewussten Europa ähnlich schwertun könnte wie andere vergleichsweise junge Premiummarken, etwa Lexus und Infiniti, glaubt Donckerwolke nicht: «Die Zeiten haben sich geändert, wie man am Aufstieg der ebenfalls jungen Marke Tesla sieht. Und unser Kundenservice ist in der Branche schlicht einzigartig.» Gerade die Schweizer seien offen für den südkoreanischen Luxusbrand: «Sie haben eine hohe Wertschätzung für Design, wertige Produkte, herausragenden Service – und für fremde Kulturen.» Nicht umsonst habe Genesis nebst London und München ausgerechnet Zürich als einen von europaweit drei Standorten

für ein Show-Studio gewählt. Im Herzen der Stadt, mitten an der Bahnhofstrasse, wird die Marken nun erlebbar gemacht.

Donckerwolke selbst lebt aktuell in Bayern, seit es ihm während der Pandemie verwehrt war, vom abgeriegelten Südkorea aus zwischen den auf mehreren Kontinenten verteilten Designcentern zu pendeln. Digitalen Kommunikationstools sei Dank, kann er die Arbeit seiner Teams auch an seinem Schreibtisch übersehen, hinter dem sich in einem Regal die gesamte Genesis-Palette in Form von kleinen, schwarzen Modellen reiht.

Was die Computerkamera nicht preisgibt, Donckerwolke aber mal in einem Interview verraten hat: dass sich nur wenige Kilometer entfernt eine Garage mit einer beachtlichen Kollektion an historischen, renntauglichen Porsches befindet. «Ich kann nicht leugnen, dass ich wegen Porsche Autodesigner geworden bin», sagt Donckerwolke lachend. Die Fahrzeuge hätten ihn als Bub derart fasziniert, dass er sie abzeichnete und sich auch neue Modelle ausdachte.

Ist er womöglich bei der falschen Marke gelandet? «Ich habe bewusst nie für Porsche gearbeitet. Mir hätte schlicht die emotionale Distanz gefehlt, um einen guten Job zu machen.» Bei Hyundai Motors und deren Edeltöchter Genesis fühlt er sich am richtigen Ort: «Hier kann ich ein eigenes Vermächtnis schaffen.» Der Konzern zähle zu den innovativsten der Welt: Neben dem vollelektrischen Crossover GV60 sollen bis zum Jahresende noch zwei weitere Stromer lanciert werden; bis 2030 will man die Null-Emissions-Marke erreichen. Für Luc Donckerwolke gibt es also noch eine Reihe von weissen Blättern zu füllen: «Vorstellbar ist vom urbanen Flugmobil bis hin zum Roboter alles, was das Leben leichter macht.»

# Griff zum Fläschchen

PARFUM AUFTRAGEN IST EINE ART RITUAL. KEIN WUNDER, WIMMELT ES VON TOTEM-ÄHNLICHEN FLAKONS! UNSERE FAVORITEN.

AUSWAHL ENDRIT NURCAJ



*Silphium*, Weihrauch mit bitter-grünlichen Noten, Eau de Parfum, ca. 135 Fr./30 ml, **Stora Skuggan**. *Lil Fleur*, Leder, Amber, Vanille, Eau de Parfum, 215 Fr./100 ml, **Byredo**. *Fog*, Holznoten, Eau de Parfum, ca. 110 Fr./50 ml, **Henry Rose**.



*Rouse Smoking*, Kirsche, Bergamotte, Vanille, Eau de Parfum, ca. 198 Fr./100 ml, **BDK Parfums**. *Yvonne*, Rose, Chypre-Noten, rote Früchte, Eau de Parfum, ca. 200 Fr./100 ml, **Ormaie**. *Candy Florale*, Rose, Honig, Moschus, Eau de Toilette, ca. 70 Fr./80 ml, **Prada**.



*Baraonda*, orientalische Holznoten, Extrait de Parfum, ca. 125 Fr./30 ml, **Nasomatto**. *Labdanum Dusk*, Zedemblätter, Cyriol, Eau de Parfum, 175 Fr./100 ml, **Molton Brown**. *Ambre Royal*, blumig-würzig, Eau de Parfum, ca. 80 Fr./50 ml, **Ausmare**.



*Blanc*, floral, Eau de Parfum, ca. 50 Fr./90 ml, **André Courrèges**. *The Mountain Standing Still*, holzig-warm, Eau de Parfum, ca. 319 Fr./100 ml, **Floraïku**. *Pure Blanche*, fruchtig, Eau de Parfum, ca. 170 Fr./100 ml, **Nout**.

# Go beige!

SANDTÖNE, DIE PERFEKT ZUM BLAUEN HIMMEL PASSEN.

AUSWAHL ENDRIT NURCAJ



- 1. Mantel aus Baumwollgabardine, **Lemaire**, 1000 Fr.
- 2. Baumwollhemd, **Maison Martin Margiela**, 570 Fr.
- 3. Kaschmirpulli, **Allude**, 465 Fr.
- 4. Sonnenbrille, **Celine**, 336 Fr.
- 5. Baumwollhose **Malinke**, **Wales Bonner**, 538 Fr.
- 6. Ledergürtel, **Saint Laurent**, 500 Fr.
- 7. Ledertasche **Lin**, **Wrangler**, 884 Fr.
- 8. Pflegebalsam **Plein Air Baume de Teint**, **Hermès**, 95 Fr.
- 9. Slingmokassins, **Hereu**, 394 Fr.

- 1. Regenmantel aus Baumwollgabardine, **Sunflower**, 454 Fr.
- 2. Twillhemd mit Schlangenmuster, **Acne Studios**, 435 Fr.
- 3. Wildledergürtel, **Paul Smith**, 171 Fr.
- 4. Hose aus Wollgabardine, **Bottega Veneta**, 1014 Fr.
- 5. Seidenfoulard, **Raf Simons**, 218 Fr.
- 6. Lederrucksack, **Brunello Cucinelli**, 3334 Fr.
- 7. Ledersneakers **Emreeh**, **Isabel Marant**, 431 Fr.





1



2



3

# Lorenzo Viotti

DER SCHWEIZER DIRIGENT GILT ALS BUNTER HUND IM KLASSIKBUSINESS. KÖNNTE DARAN LIEGEN, DASS ER MIT DRUMSTICKS EBENSO VIEL ANFANGEN KANN WIE MIT DEM TAKTSTOCK.

TEXT JENNIFER SEGUI

**N**ICHTS AN Lorenzo Viotti ist langweilig. Weder, wie er aussieht, noch, was er macht. Und so verfolgen inzwischen 84.000 Follower via Instagram mit, wie der 32-jährige Lausanner durch die Metropolen dieser Welt tingelt und das doch eher hüftsteife Universum der klassischen Musik ordentlich durchschüttelt. Wobei Viotti sich nicht nur im Frack am Dirigentenpult wohlfühlt (auch wenn er dies quasi im Blut hat, als Sohn des früh verstorbenen Dirigenten Marcello Viotti), sondern auch im Hoodie oder im **Valentino-Shirt (1)** anderen Leidenschaften frönt. Hauptsache, sie treiben den Puls in die Höhe. Allerdings bleibt ihm neuerdings etwas weniger Zeit dafür. Im Herbst hat er – nach einem dreijährigen «Warmlaufen» als Chef des Orquestra Gulbenkian in Lissabon – seine erste bedeutende Position angetreten: als Generalmusikdirektor der Dutch National Opera und als Chef des Nederlands Philharmonisch Orkest, das zum Teil in Amsterdams Oper spielt.

**Darf man einen Dirigenten nach seinem Lieblingsinstrument fragen?**

Na ja, bei mir ist das ohnehin kein Geheimnis. Ich spielte schon als Knirps **Schlagzeug (6)** und habe es vor meiner Dirigentenausbildung auch studiert. Es ist Groove, es ist Rhythmus... In der Musik geht alles vom Puls aus.

**Welche Musik hören Sie privat?**

Eigentlich jede Art von Musik. Rap, Jazz, Techno, **Klassik (5)**... Und ich liebe Salsa! Sie ist – auch getanzt – enorm sinnlich.

**Und was ist der aktuelle Spitzenreiter auf Ihrer Playlist?**

Das neueste Album von Snoop Dog, **B.O.D.R. (4)**. 18 Tracks, die von seinen West-Coast-lastigen Anfängen bis zu hyperdarkem Zeug reichen.

**Auf Insta läuft es grade sehr gut für Sie. Sind Sie ein Social-Media-Addict?**

Nicht wirklich. Aber es reizt mich, dass ich damit Leute erreichen kann, die jünger sind als das durchschnittliche Klassikpublikum.



4



5

**Sie machen ja eine Menge Sport. Wie wird man am effektivsten fit?**

Nichts geht über fünf Drei-Minuten-Runden im **Boxing (2)**. Ich stehe auf harte Trainings, muss allerdings auf meine Hände aufpassen.

**Sie sind zur Hälfte Schweizer. Wie siehts mit Wintersport aus?**

**Zermatt (3)** ist fürs Snowboarden und Freeriden top. Aber am Ende der Pandemie konnte ich es kaum erwarten, die Hänge in Island, Norwegen und Japan runterzubrettern.

**Sie sind Markenbotschafter für die Uhren von Bulgari. Warum passt das?**

Weil es eine andere Form der künstlerischen Zusammenarbeit ist – mit einer Marke, die unerhört elegant ist.

**Welches Modell hat es Ihnen angetan?**

Beim Besuch in der Manufaktur habe ich mich in die **Diva's Dream Mosaica (7)** schockverliebt. Es ist ein mit Diamanten und Smaragden besetztes Damenmodell – aber ich würde es sofort tragen! ☺



6

7

*Cartier*

