

# encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

## REISEN

Krafttorte  
weit weg  
von allem

## KULINARIK

Alexandre  
Couillon  
definiert  
Luxus neu

## UHREN

Olympische  
Zeitmesser

# ABENTEUER

So warm und doch so cool: Outfits  
für einen aufregenden Frühling

FEBRUAR 2022

SonntagsZeitung





PANTHÈRE

DE

*Cartier*

Elegance is an attitude

  
Régé-Jean Page

LONGINES



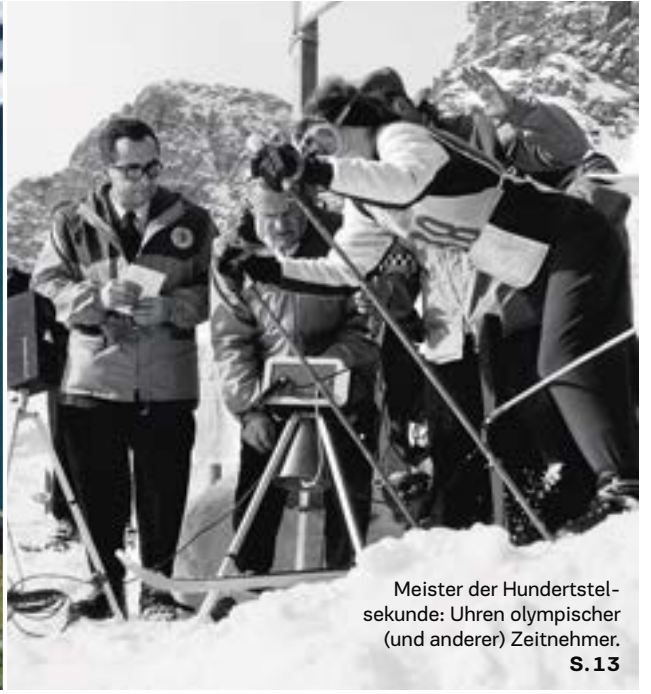
The Longines  
Legend Diver Watch



Alexandre Couillon kocht maximal regional. Und das auf Sternenniveau. **S. 14**



Mal alles hinter sich lassen? Kraftorte weit weg von allem – und allen. **S. 28**



Meister der Hundertstel-sekunde: Uhren olympischer (und anderer) Zeitnehmer. **S. 13**

# Abenteuer | Februar 2022

**HIGHLIGHTS**

**10 Trend**

Wie sich die College-Jacke von der Sportklamotte zum It-Piece gemausert hat

**11 Beauty**

Welche Duftstoffe stecken in Parfums, die nach der viel zitierten grossen weiten Welt riechen?

**12 Swiss Made**

Felco 2 – nie gehört? Die vielleicht beste Heckenschere der Welt ist die Erfindung eines Appenzellers

**24 Reportage**

In einer Fabrik aus der Zarenzeit werden heute Uhren der Marke Raketa produziert. Ein Besuch in Sankt Petersburg

**AUSSERDEM**

- 6 Lieblinge: von afrikanischen Freiluft-Fotoateliers bis zu einem Töff, der Lust aufs Abhauen macht**
- 17 Jubiläum: Champagne Veuve Clicquot wird 250**
- 23 Backstage: Die Aquaracer Professional von TAG Heuer ist für Extremsituationen gemacht**
- 30 Meine Welt: Interior-Designerin Ilse Crawford**



Mantel und Hose aus gestepptem Satin, Satinhemd, Lederboots, **Fendi**. Fake-Fur-Chapka, **Louis Vuitton**. **S. 18**



**COVER**

Daunenjacke, Steppjuppe, **Louis Vuitton**. Rollkragenpulli aus Wolle, Mütze aus Angorawolle, **Celine Homme**. Uhr **Aquaracer Professional 200**, Stahl, 40 mm, Automatikuhwerk, rauchschwarzes Zifferblatt mit Sonnenschliff, einseitig drehbare Lünette, **TAG Heuer**.

**FOTOS**  
Arthur Delloye  
**STYLING**  
Simon Pylser



## Wo immer Sie auch sind...

SCHLIESSEN SIE DIE AUGEN und malen Sie vor Ihrem inneren Auge folgendes Bild: windgepeitschte Felsen; ein metallisch schimmerndes Meer; Salzsümpfe, die ein Säbelschnäbler auf der Suche nach kleinen Wirbellosen durchstelt...

Leider liess es die Pandemie nicht zu, dass wir den bretonischen Spitzenkoch Alexandre Couillon auf Noirmoutier besuchten, jener Insel, die ihn so sehr inspiriert. Also erzählte es uns halt aus der Ferne von seiner Leidenschaft für Fisch, der so frisch ist, dass er fast noch zappelt (Interview S. 14). Dafür konnten wir für diese Ausgabe aber durch den Schnee oberhalb von Les Diablerets stapfen (Modestrecke S. 18) und – nach zwei PCR-Tests, zwei Covid-Wellen und



Renata Libal, Chefredaktorin

zwei gecancelten Flügen – doch noch den patinaüberzogenen Glanz von Sankt Petersburg bewundern, wo eine russische Uhrenmarke gerade ein fantastisches Comeback erlebt (Reportage S. 24). So ist es mit den Reisen im Jahr 2022: Manche finden tatsächlich statt (und man zergeht fast vor Glück!), andere nur in der Fantasie oder dank den Wundern der Technik. Eine ähnliche Dualität von sich ergänzenden Erfahrungen bringt auch die Einführung unserer Online-Ausgabe mit sich, die Sie ab heute entdecken können. Das gedruckte Magazin mit dem haptischen Erlebnis, das nur mittels Papier möglich ist, wird durch eine Website ergänzt, die dazu einlädt, jederzeit und überall einen bestimmten Artikel, ein Bild zum Teilen oder ein lieb gewonnenes Zitat zu sich auf den Bildschirm zu holen. Wo auch immer Sie sind – wir werden auch da sein.

**encore!** ist die monatlich erscheinende 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 615, 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: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Katrin Roth, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch). **Fotos:** Jeremy Bierer, Arthur Delloye. **Illustrationen:** André Gottschalk. **Übersetzungen:** Gianna Crivelli, Paulina Szczesniak. **Korrektorat:** Dominique Graf. **Bildbearbeitung:** Photomedia. **Druck:** Swissprinters AG, Zofingen. **Marketing:** Franziska Wiesner. **Chief Commercial Content Officer:** Annina Flückiger. **Werbung Deutschschweiz:** Goldbach Publishing AG, Seestrasse 39, Postfach, 8700 Küsnacht; anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch. **Werbung Romandie:** Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actus Immobilier SA, Adagent AG, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Berner Oberland Medien AG BOM, CAR FOR YOU AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, DZB Druckzentrum Bem AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DoH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, Ricardo AG, rickardo 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-Viračar, 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.



Das «Porträt einer Frau mit modischer Frisur und Regenschirm» schoss ein unbekannter Fotograf um 1890, vermutlich in Nigeria.

AUSSTELLUNG

# Black Beauty

Könnte aus der neuesten «Vogue» stammen, das Foto der stylishen Frau im Bild oben, oder? Ist aber 130 Jahre alt! Schon kurz nach der Erfindung der Fotografie 1839 war nämlich nicht nur in Paris, sondern auch in Afrika eine regelrechte Fotomania ausgebrochen. Profi-Porträtisten rückten ihre Kundschaft in Freilichtstudios ins beste Licht – und was dabei entstand, unterscheidet sich so krass von dem, was europäische Dokumentalisten damals vom «dunklen Kontinent» nach Hause brachten, dass man

sich die Augen reibt. Dass wir die andere Seite der Fotomedaille nun endlich auch zu sehen bekommen, verdankt sich dem Sammler-Gen der deutschstämmigen US-Ethnologin Christraud M. Geary, die frühe Aufnahmen west- und zentralafrikanischer Künstler über Jahrzehnte zusammengetragen hat. Rund 100 dieser Beauties sind nun im Museum Rietberg zu sehen – eine Schweizer Premiere. *Paulina Szczesniak*

«The Future is Blinking». Vom 18. März bis 3. Juli 2022, Museum Rietberg, Zürich. [www.rietberg.ch](http://www.rietberg.ch)

ZUM WOHL!

## Vom Winde umweht



VON  
**PIERRE THOMAS**

40 Jahre lang wurde die fünf Hektar grosse Scadena-Parzelle oberhalb von Malans von Peter Wegelin bewirtschaftet. Nun hat er den Stab an Rafael und Mathilde Hug übergeben. Das Ehepaar – um die 30, beide Önologen, er in Wien, sie in Toulouse ausgebildet; man lernte sich auf einem Weingut in Neuseeland kennen – macht sich nach und nach bemerkbar. Optisch etwa auf dem Etikett, mit einer von einem Kastanienblatt inspirierten Rosette. Und grundlegend mit einer Kennzeichnung als biodynamisch (Demeter) ab dem Jahrgang 2022.

Rafael Hug stammt aus Malans; sein Cousin bewirtschaftet den höchsten Weinberg des Kantons St. Gallen (auf fast 1000 Meter Höhe) am gegenüberliegenden Rheinufer und lässt dessen Früchte von Hug vinifizieren. Dasselbe gilt für die Trauben von Andres von Salis' auf einer Terrasse in der Nähe von Schloss Haldenstein gelegenen Bothmarhalde. Auf fast 700 Meter ist dies der höchstgelegene Weinberg der Bündnerherrschaft. Ein Segen, dass zur ständigen Belüftung durch die kühle Bergluft ein Herbstföhn stösst, der die Trauben «boostet», die Ende Oktober geerntet werden.

Der erste Jahrgang, der 2019er, stammt von Weinstöcken, die inzwischen zugunsten kleinbeeriger Burgunderklone gerodet wurden. Zwangsläufig einzigartig, entwickelt dieser Pinot noir ein elegantes Aroma von Himbeeren und Kirschen mit feinen Tanninen. Kurz vor Weihnachten

auf den Markt gebracht, dürften die 2500 Flaschen bald ausverkauft sein. Dann empfehlen wir sein Pendant, den Weisstorkel: Er ist ebenfalls ein Jahr in Burgunderfässern gereift, aber «strukturierter, weil aus schwereren Böden weiter unten im Weinberg» (wie Mathilde erklärt), wurde gerade erst abgefüllt – und es gibt doppelt so viel davon. Der Vergleich der beiden Tropfen, die zum gleichen Preis verkauft werden, dürfte interessant sein.



**Bothmarhalde 2019**  
40 Fr./75 cl; [weingutwegelin.ch](http://weingutwegelin.ch)



COFFEE TABLE BOOK

## Reisen in XL

Wie war es, zwischen 1869 und 1939 zu reisen? Damals brachen Söhne (und manchmal Töchter) aus gutem Hause zur sogenannten Grand Tour auf. So lautet nun auch der Titel eines Augenschmauses von Buch, das im XL-Format (3.5 Kilo!) jenes goldene Zeitalter aufleben lässt, in dem jede Reise ein Abenteuer war. Von Plakaten bis zu Postkarten, von Billetts bis zu Speisekarten: Jede Seite ist ein Genuss – nicht zuletzt dank Texten berühmter Reiseschriftsteller wie Jules Verne oder F. Scott Fitzgerald. *Estelle Lucien*

«The Grand Tour. The Golden Age of Travel». Mehrsprachige Ausgabe. Marc Walter, Sabine Arque (Hrsg.), Taschen 2021, gebunden, ca. 75 Fr.



Die neue *Ladybird Colors* von Blancpain, hier in Tangerine Orange, kombiniert ein ausgeklügeltes Uhrwerk mit anspruchsvoller Ästhetik.

UHR

## Paradiesvögel

Bijou oder Uhrwerk? Dank Blancpain muss man sich endlich nicht mehr entscheiden. Bei den neuen Ladybird-Colors-Modellen ist ein Manufakturkaliber (4 Tage Gangreserve, Siliziumspiralfeder) in ein Gehäuse von schönster Machart eingebettet: Perlmuttzifferblatt, applizierte Goldziffern, Diamanten und weitere Codes der Eleganz geben sich hier ein Stelldichein, einschliesslich der durchbrochenen Zeiger, einem Markenzeichen des Hauses. Auf der Rückseite ist die Schwungmasse samt abge-schrägten, mit Genfer Streifen verzierten Brücken zu bewundern. Und wo kommen die erwähnten «Colors» ins Spiel? Beim Armband, dessen sieben Farbvarianten es



Rotgoldmodell mit blauem Alligator-Armband.

mit den Federn eines exotischen Vogels aufnehmen könnten. Blancpain, vor allem für Taucheruhren bekannt, knüpft mit diesem Modell am femininen Teil seiner Firmengeschichte an. Genauer: Bei Betty Fiechter, die mit ihrem Neffen Jean-Jacques ab 1933 als erste Frau in der Branche das Unternehmen leitete. Mit der Ladybird von 1956, die das damals kleinste Uhrwerk der Welt enthielt (daher der Name: «Ladybird» ist das englische Wort für «Marienkäfer»), war ihr ein ebenso kühner wie bildhübscher Wurf gelungen. Bestimmt hätte sie sich über dieses Comeback gefreut. *Renata Libal*

Blancpain Ladybird Colors, Rot- od. Weissgold, 59 Diamanten, 34.9 mm, Armband in 7 Farben

MODE

## These Boots Are Made for ...



Wir haben keinen Bock mehr auf Verschwendung! Das sieht auch die US-Outdoor-Marke Timberland so. Und nimmt seit Anfang Jahr gebrauchte Teile zurück, um ihnen je nachdem, «wie viel Leben noch in ihnen steckt», ein Make-over zu verpassen oder sie dem Recycling zuzuführen. Gute Sache. Schliesslich sind Boots und Klamotten, die für den Einsatz bei rauem Wetter, in Schlamm und auf Geröll bestimmt sind, ja gerade aus Materialien gemacht, die ein zweites Leben locker wegstecken. Timberland ist mit seinem Timberloop-Programm (Loop steht für Kreislauf) in bester Gesellschaft. Auch andere Outdoor-Labels – Patagonia, The North Face, Barbour – haben ein Herz für unseren Blauen Planeten und leisten entsprechend grüne Pionierarbeit. Dass dabei die Coolness nicht auf der Strecke bleibt, dafür sorgt der künstlerische Leiter von Timberland, der britische Designer Christopher Raeburn, höchstpersönlich. *Renata Libal*

Der Europa-Start von Timberloop ist für Frühling geplant. [www.timberland.ch](http://www.timberland.ch)

BEAUTY

## Stargast Magnolie

Caudalie, die Marke mit der Kraft der Traube, hat einen neuen Verbündeten: Honokiol, ein Extrakt aus der Magnolie. Als Enzym-TET-Booster kämpft es gegen die Hautalterung an. Natur pur! *R.L.*

Pflegelinie *Premier Cru* von Caudalie (Serum, Creme, Creme riche, Augencreme), ab 57 Fr. bis 105 Fr.

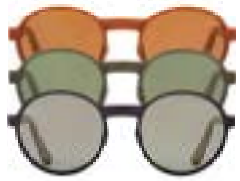


Im Waadtland von Hand gefertigt: Brillen des jungen Labels Nardi.

ACCESSOIRE

# Lokale Visionen

Wenn man die Radiesli beim Bauern seiner Vertrauens kauft, warum sollte man dann nicht auch bei der Brille aufs Motto «think global, act local» setzen? Dass das geht, zeigt die Zürcher Marke VIU, die mittlerweile in allen grösseren Städten mit Boutiquen vertreten ist, seit 2014: Sämtliche Modelle – auch der neueste Wurf, eine Hommage an die hiesigen Pioniere des Alpinismus – werden in der Schweiz designt und in Italien von Hand gefertigt. Nachhaltig, of course. Nun bekommen die Zürcher Konkurrenz aus der Westschweiz: Die Marke Nardi Lunetier, 2019 von den Brüdern Silvio und Fabio Nardi ins



Hommage an die grossen frühen Alpinisten: Hochgebirgsbrille The Adventurer RX von VIU, ab 225 Fr.

Leben gerufen, geht in puncto Lokalverankerung sogar noch einen Schritt weiter: Produziert wird in einem Atelier in der waadtländischen 2500-Seelen-Gemeinde Lonay; verkauft, seit letztem Dezember, im eigenen Ladengeschäft in Lausanne. Das Konzept: Swiss made und handmade. Die aktuell zwölf Modelle aus Azetat oder Büffelhorn sind ab 650 Fr. zu haben, wer sich seine Brille gar nach Mass angefertigt wünscht, ist ab 1200 Fr. dabei. Etwas teurer als ein Radiesli ist das schon, klar. Aber dafür auch wesentlich langlebiger!

Estelle Lucien

[www.shopviu.com](http://www.shopviu.com)  
[www.nardilunetier.ch](http://www.nardilunetier.ch)



BEAUTY

## Besser beissen

Die Marke vVARDIS, gegründet von den Schweizer Zahnärzte-Schwestern Golnar und Haleh Abivardi, hat die Gesundheit und die Schönheit gleichermaßen im Visier: Die Produktpalette – von Zahnpasta über Zahnserum bis zur Mundspülung – enthält eine innovative Formel, die den Zahnschmelz remineralisiert und ihn gleichzeitig aufhellt. Gut aussehen tun die Produkte natürlich auch. Ehrensache. E.L.

Whitening Collection Oral Care Set, in Soft Mint oder Strong Mint, 189 Fr. [www.vvardis.com](http://www.vvardis.com)



MODE

## Sorge tragen

Erst war da Schmuck, der mit seiner Gutgelauntheit an Feriensouvenirs erinnerte. Nun hat Elise Tsiki – der Vater Grieche, die Mutter Französin – ihre inzwischen achtjährige Marke um Foulards und Kimonos im Gypsy-Stil erweitert. Schönes Plus: Sie entstehen in Zusammenarbeit mit der Fabrique Nomade, die Migranten in Frankreich eine Erwerbstätigkeit ermöglicht. R.L Modell Carmen, 654 Euro, [www.elisetsikis.com](http://www.elisetsikis.com)

# Das perfekte Gefährt zu Abhauen

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Alles hinschmeissen und abhauen. Weit weg und für lang. Mit zwei oder drei Kumpels vielleicht, auf jeden Fall aber mit dem Töffschein im

Sack. Die Autobahn meiden, Umwege nehmen, wieso nicht querfeldein fahren. Und dann irgendwann zurückkehren, mit Erinnerungen so schön wie Narben. Seit Anfang der 80er-Jahre hat dieser Traum einen Namen: Yamaha Ténéré. Ihr simples Rezept: grosse Räder für ordentlich Kilometer, hohe Bodenfreiheit für Geländegängigkeit, unzerstörbarer Motor. Dazu ein begrenzter Hubraum, man will



Yamaha Ténéré 700 Raven, ca. 12 000 Fr., begrenzte Verfügbarkeit.

schliesslich ohne viel Ballast unterwegs sein. Die Idee dahinter: ans Ziel zu kommen, unabhängig von den Schwierigkeiten, die sich unterwegs auftun. Dank der einfachen Mechanik kann selbst der nicht sehr technisch versierte Fahrer sein in der kasachischen Steppe steckengebliebenes Bike wieder in Gang bringen oder ein chinesischer Traktormechaniker die rettende Reparatur durchführen.

Bei der Version 2022 beschränkt sich die Elektronik auf das – abschaltbare – ABS, die Einspritzung und den Anlasser. Der Hubraum ist von 600 auf 700 cm<sup>3</sup> angeschwollen; aber dies werden nur Snobs monieren, die behaupten, man könne mit einer 125-cm<sup>3</sup>-Maschine die Strecke Paris-Dakar fahren. Kurz: Die komplett schwarz lackierte Ténéré 700 Raven ist ein erstklassiger Köder für alle, die schon lang davon träumen, alles hinter sich zu lassen. Für immer. Oder auch nur für, sagen wir, jedes zweite Wochenende, wegen der Kinder und der Arbeit und all dem.



# BVLGARI

## ALLEGRA



MAGNIFY FOR MORE EMOTION

[BVLGARI.COM](http://BVLGARI.COM)



Auch der Liebling von NBA-Spielern und Rappern, die Herrenmarke Rhude, holt jetzt die College-Jacke aus der Mottenkiste.

## Back to School

**S**IE KENNEN WEDER DIE REGELN von American Football, noch sind Sie ein Basketball-Ass? Nicht schlimm. Die College-Jacke, die in letzter Zeit auch bei uns auffällig oft gesichtet wird, ist mit ihrem sportlichen Vorfahren nur auf nostalgischer Ebene verwandt. Die ästhetischen Codes hat sie allerdings freudig übernommen, wenn auch modisch frei interpretiert: den Rumpfteil aus Wollstoff, die Kontrast-Ärmel aus Leder, den gerippten Bund, das Rückensujet, die draufgestickten Buchstaben... Wer ab den 1930ern in den USA an die Uni ging und sportlich etwas auf sich hielt, für den war besagte Jacke gewissermaßen Uniform (die gern auch mal vom Girl Friend ausgeliehen wurde). Aus Sportklamotte wurde Mode, aus Mode wurde Kult – und so ist die Jacke heute unverzichtbares Requisite der Ivy-League-Mythologie (und all der Filme, die darüber gedreht wurden – wissen Sie noch, Tom Cruise in «All the Right Moves»?).

Und was passiert mit dem guten alten Ding, wenn es Designern in die Hände fällt? Bei Vuitton (in der posthumen Frühjahrskollektion von Virgil Abloh) wird sie bukolisch interpretiert und mit riesigen Blumen bestickt; Dior setzt auf schlichtes Grau, wie es sich gehört. Burberry wählt die Ledervariante ohne Ärmel; Moschino zieht derweil die Lollipop-Farbkombi aus Gelb und Hellblau vor – samt einem draufgestickten Bären (und wir haben gleich den «Go, Bears!»-Schlachtruf der University of California, Berkeley, im Ohr). Geht alles. Suchen Sie sich Ihren Favoriten aus. Aber vergessen Sie nicht: Ursprünglich verdiente man sich die Varsity Jacket durch Schweiß auf der Stirn. Auch wenn das bei den aktuellen Modellen nicht mehr der Fall ist – eins bleibt gleich: die Attitüde. Dieses Teil wird getragen, um gesehen zu werden und seinen Platz zu behaupten. Gehen Sie also raus – und machen Sie Ihr Team stolz! ☺

TEXT RENATA LIBAL



Kann ein Duft einen hierhin entführen? Wenn es der passende ist, ganz bestimmt!

# Der Duft der Freiheit

WONACH RIECHT ER EIGENTLICH, DER BERÜHMTE DUFT DER GROSSEN WEITEN WELT? DIE PARFUMHERSTELLER HABEN DA GANZ UNTERSCHIEDLICHE ANTWORTEN PARAT.

TEXT KATRIN ROTH

**K**IEFERNADELN unter den Füßen. Wellen, die sich krachend an Felsen brechen. Dazu ein endloser Horizont und eine warme Brise im Gesicht... So umschreibt Cecilia Bönström, die künstlerische Leiterin vom Zadig & Voltaire, ihre Idee von Freiheit, die sie im jüngsten Duft der Modemarke – «This is Him! Vibes of Freedom» – olfaktorisch übersetzt hat.

Freiheit aus dem Flakon? Wieso nicht! Nach langen Monaten in den eigenen vier Wänden sehnen wir uns doch alle nach dem «great wide open». Da kann es nicht verkehrt sein, sich – pschcht, pschcht! – mit etwas Instant-Abenteuer zu beduften. Aber: Welche Aromen verbinden wir eigentlich mit dem Aufbruch ins Ungewisse?

Vielleicht ist es der Klassiker «Colonia» von Acqua di Parma, der, obwohl schon 1916 komponiert, dem Duft der grossen weiten Welt bis heute am nächsten kommt. Das frische Zitrusparfum mit Blütenessenzen und warmen Edelholznoten steht nicht nur für erstklassige Handwerkskunst made in Italy, sondern ist zugleich das Vermächtnis des Abenteurers Carlo Magnani. Letzterer, Baron und Gründer des Traditionshauses, erfüllte sich mit «Colonia» seinen Wunsch nach einem persönlichen Duft, der seinen polyglotten und unkonventionellen Lebensstil spiegelt.

## Lieber zu Wasser oder zu Land?

Bei Prada ist das Abenteuer klar verortet, nämlich in den Weiten des Ozeans. Genauer: bei der darauf ausgetragenen Segelregatta der Superlative, dem America's Cup. Seit 2018 leistet sich das italienische Modehaus eine gemeinsam mit dem italienischen Segelteam Luna Rossa kuratierte, «vom Wettstreit zwischen der menschlichen Innovationskraft und den Urgewalten von Wind und Meer inspirierte» Duftlinie. Letztes Jahr kam bereits der fünfte Wurf auf den Markt, «Luna Rossa Ocean», eine knackige Mischung aus Zitrusfrüchten, Lavendel, Salbei, Leder, Safran und Veilchenwurzel.

Dass die Flucht aus dem Alltag nicht zwingend übers Meer führen muss, demonstriert die Unisex-Duftkollektion «Les Eaux de Chanel», die 2018 vom Chanel-Hausparfümeur Olivier Polge ins Leben gerufen wurde, um «das Verlangen, im letzten Moment auf einen abfahrenden Zug aufzuspringen» zu stillen. Und so ist jede Kreation einer anderen Sehnsuchtsdestination gewidmet. «Paris – Edimbourg», der letzte Streich, führt ins neblig-geheimnisvolle Schottland – und riecht nach Waldig-Torfigem wie Wacholder und Zypresse.

Fassen wir kurz zusammen. Pinien, Meer, Holz und Zitrusfrüchte

geben dem Wunsch, den Alltag hinter sich zu lassen und einfach aufzubrechen, auffallend oft Ausdruck. Freilich ist das nur die Spitze des olfaktorischen Eisbergs. Alberto Morillas, in der Schweiz wohnhafter Meisterparfümeur mit spanischen Wurzeln und der Vater von zahlreichen Duft-Bestsellern, hat als Dreh- und Angelpunkt für sein jüngstes Eau de parfum (das Ende Jahr vorgestellte «Black Incense Malaki» für Chopard) Weihrauch gewählt. Das ätherische Öl, das wie kein anderes für die heiligen Traditionen Arabiens steht, lässt das abenteuerhungrige Herz tatsächlich gleich höher schlagen. «Und genau darum geht es in meinem Beruf», erklärt Morillas, «Emotionen in Duft zu übersetzen.» Und welches war die emotionalste Erfahrung in seinem eigenen Leben? Da muss Morillas nicht lang überlegen: «Die Geburt meiner Kinder!»

Auswandern; Bergsteigen; Karaoke singen; auf einer grossen Welle surfen; einen Marathon laufen: Was wir als aufregend empfinden, ist so individuell wie unser Fingerabdruck. Und so kann ein Abenteuer sogar in einem Rosengarten beginnen, wie bei der neuen «London Roses Collection» von Jo Malone London. «Red Roses» zum Beispiel ist eine sinnlichen Abenteuerreise in die Ursprungsländer der sieben erlesensten Rosen der Welt. Parfümliebhaberinnen, denen eher nach einem Adrenalinstoss zumute ist, sei hingegen «Black Opium Illicit Green» von Yves Saint Laurent ans Herz gelegt. Die Parfümeurin Nathalie Lorson hat sich dafür mit der preisgekrönten Mixologin Marcot Lecarpentier zusammengesetzt. Herausgekommen ist ein von Mocktails inspirierter Duft, bei dem sich das Black-Opium-Urgespann – Kaffee, Jasmin und Vanille – mit einer prickelnden Infusion aus grüner Mandarine, frischem Feigenblatt und cremigen Feigenfrucht-Akkorden vermengt.

Wie sagt doch Alberto Morillas? «Ein Parfum zu tragen, mit dem man sich gut und frei fühlt: Das allein ist schon ein kleines Abenteuer.» Recht hat er. ☺

**1. Black Opium Illicit Green**, Eau de parfum, fruchtig, floral, zart, **Yves Saint Laurent**, 90 Fr./30 ml

**2. Red Roses**, Eau de cologne, floral, **Jo Malone**, 72 Fr./30 ml

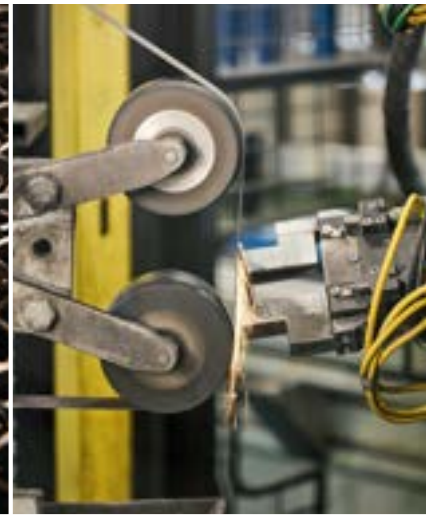
**3. This is Him! Vibes of Freedom**, Eau de toilette für Herren, holzig, vitalisierend, **Zadig & Voltaire**, ca. 80 Fr./100 ml.

**4. Paris – Edimbourg**, Les Eaux de Chanel, Eau de toilette, aromatisch, **Chanel**, ca. 155 Fr./125 ml.

**5. Luna Rossa Ocean**, Eau de toilette für Herren, frisch, ledrig, **Prada**, 95 Fr./50 ml.

**5. Black Incense Malaki**, Eau de parfum, orientalisch, **Chopard**, 120 Fr./80 ml.





VOM ROHSTOFF ZUM GANZEN

**LINKS** 2018 holte das Modell Felco 2 den Schweizer Designpreis. **OBEN MITTE** In einer Halterung steckende Klingle werden thermisch behandelt. **OBEN RECHTS** Jede Klinge durchläuft mehrere Arbeitsschritte, bevor sie geschliffen wird. **RECHTS** Griff und Gegenklinglehalter bestehen aus geschmiedetem Alu. **UNTEN MITTE** Die Sperrklinke wird angebracht. **UNTEN RECHTS** Finale Montage.



# Schnitttuges Kerlchen

KURZ NACH DEM ZWEITEN WELTKRIEG BEGANN EIN APPENZELLER, IM KANTON NEUENBURG GARTENSCHEREN ZU PRODUZIEREN. MANCHE DER URMODELLE SIND NOCH HEUTE IM EINSATZ!

TEXT CHARLES-ANDRÉ AYMON FOTOS JEREMY BIERER

**K**ONISCHES DESIGN hat bisweilen eine fiese Begleiterscheinung. Manche Objekte dieser Kategorie sind so sehr Teil des Alltags, dass man vergisst, wie viel Intelligenz, Know-how und Ausdauer nötig waren, um sie zu erschaffen. Ein Beispiel? Die Gartenschere Felco 2. Als ultimatives Schneidwerkzeug für Profis hat sie ihren Erfinder zur weltweiten Nummer eins in diesem Sektor gemacht – und die 1500-Seelen-Gemeinde Les Geneveys-sur-Coffrane im Kanton Neuenburg, wo sie hergestellt wird, zum Grüne-Daumen-Hotspot.

Alles begann damit, dass der junge, frisch aus der Armee entlassene Felix Flisch 1945 hier eine aufgegebenen Uhrmacherwerkstatt kaufte. Der 1914 in Walzenhausen in Appenzell Ausserrhoden geborene Bursche war mit 15 Jahren in der Westschweiz in die Lehre gegangen und wusste alles über die Schneide- und Stutzwerkzeuge, welche die Landwirte und Weinbauern der Region benutzten. Aus Stahl gefertigt, waren sie schwer und nicht unbedingt sehr effizient.

Und so wird es Flischs Mission, ergonomische und langlebige Werkzeuge zu entwickeln. Was so gut klappt, dass er seine Kreationen bereits 1946 exportieren kann. 1948 erfindet er die Felco 2, deren Griff aus geschmiedetem Alu – eine Novum! – ebenso leicht wie stabil in der Hand liegt und deren Klinge austauschbar ist. Eine lebenslange Garantie sorgt dafür, dass Profis (und bald auch Hobbygärtner) ihr Werkzeug nicht mehr ersetzen müssen.

Heute macht die – fast unveränderte – Felco 2 immer noch 40 Prozent der Verkäufe aus: pro Jahr werden etwa 600.000 Stück abgesetzt. «Man wirft seine Felco nie weg», bestätigt Nabil Francis, CEO und Ehemann der Enkelin von Felix Flisch. «Selbst 60-jährige Werkzeuge werden uns vorbeigebracht, damit wir sie auf Vordermann bringen. Oft reicht es, die Klinge auszutauschen.»

**Bienen auf dem Dach**

Nachhaltig war die Firma Felco schon, als noch nie jemand von diesem Ausdruck gehört hatte. «Und wir haben uns stets bemüht, sparsam mit allen Ressourcen umgehen», sagt Francis. Heute stammen 60 Prozent des verwendeten Aluminiums aus dem Recycling, beim Stahl sind es gar 100 Prozent. «Unser gesamter Strombedarf wird mittels erneuerbarer Quellen gedeckt, und wir haben selbst Solarpaneele auf dem Dach.» Dort stehen übrigens auch Bienenstöcke – denn der Patron war leidenschaftlicher Imker!

Die Fabrik ist im Laufe der Jahre um das Haus von Felix Flisch herum gewachsen, bis es schliesslich vollständig von der Produktion geschluckt wurde. Im Inneren führen Treppen, Lastenaufzüge und Schiebetüren zu verschiedenen Hallen, Lagern und Werkstätten, wo es vor Aktivität nur so brummt. Hier werden die 400-Kilo-Stahlrollen angeliefert, aus denen die Klingleformen gepresst werden; da werden sie gehärtet, um die optimale Mischung aus Festigkeit und Flexibilität zu erzielen, die für einen dauerhaften Schnitt erforderlich

ist; dort werden die Teile geschliffen und geschärft. Parallel dazu entstehen Gegenklingle, Verschlussklinke, Feder, Halterung... und natürlich der Griff, der mit glänzendem, garantiert phthalatfreiem Kunststoff überzogen wird. Dabei war das charakteristische Rot, das der Felco 2 ihren Glanz verleiht, keine zufällige Wahl: «Vielmehr handelt es sich um das Rot der Schweizer Flagge», verrät Aurelia Di Lenardo, Marketing- und Kommunikationsbeauftragte der Firma, schmunzelnd.

Zum Schluss gehts an die Montage. Millimeterarbeit, die sofort ans Licht bringt, ob die vorherigen Schritte auch wirklich perfekt ausgeführt wurden. Hier ist handwerkliches Geschick gefragt – auch wenn im Grunde jede und jeder mit einem 7er- und einem 8er-Schlüssel «und ein bisschen Erfahrung» (Aurelia Di Lenardo) eine Felco-Schere auseinandernehmen könnte.

«94 Prozent unserer Garten-, Ast- und Kabelscheren werden ins Ausland exportiert», sagt Nabil Francis. Eine stolze Zahl. «Der internationale Erfolg verdankt sich der hiesigen kompromisslosen Präzision und dem Sinn für Details.» Dass der Markt stark umkämpft ist, habe zudem zur Folge, dass man pausenlos an Innovationen tüfelt. So führt Felco bereits eine Reihe von elektrischen Scheren im Sortiment – und will demnächst eine mit einer App aufgerüstete Rebschere vorstellen, mit der ganze Weinberge geolokalisiert und der Zustand jeder einzelnen Rebe kontrolliert werden können. Willkommen in der Zukunft! ☺



**Nabil Francis**

Nachdem er 20 Jahre lang Teams und Unternehmen in Indien, Sri Lanka und auf den Philippinen geleitet hatte, übernahm Francis im Juni 2021 die Leitung von Felco. Lächelnd erzählt er, dass seine Frau – die Enkelin des Firmengründers – ihm die neue Aufgabe ans Herz gelegt habe: «Ich bin dir zwei Jahrzehnte lang gefolgt, sagte sie, jetzt bist du dran!» Letztlich überzeugt hätten ihn aber das Produkt und der Stolz auf gut gemachte Arbeit, den die Mitarbeiter ausstrahlen. «Und die Firmenkultur, die den Optimismus des Handelns über den rationalen Pessimismus stellt.»

Die diesjährigen Olympischen Spiele sind schon der 30. Zeitmesser-Einsatz von Omega. 1956, in Cortina d'Ampezzo, war die Technik noch etwas weniger ausgeklügelt als heute.



# Absolute **Bestzeit**

ULTRAPRÄZISE ZEITMESSUNG? VERTRAUT MAN AM BESTEN JENEN UHRENHERSTELLERN AN, DIE DIESE AUFGABE SEIT VIELEN JAHREN AN INTERNATIONALEN SPORTWETTKÄMPFEN INNEHABEN.

TEXT MATHILDE BINETRUY

**E**INE HUNDERTSTELSEKUNDE – was ist das? Nichts. Oder aber: Der entscheidende Abstand zwischen dem Amerikaner Michael Phelps und dem Serben Milorad Čavić im Finale über 100 Meter Schmetterling an den Olympischen Spielen 2008 in Peking. Ein Flügelschlag, der Phelps seine siebte Goldmedaille an jenem Wettkampf bescherte. Der erfolgreichste Teilnehmer in der Geschichte der Olympischen Sommerspiele (23 Gold-, 3 Silber-, 2 Bronzemedailles zwischen 2004 und 2016) hat freilich das Glück, in der richtigen Zeit geboren zu sein. Denn den alten Griechen stand an den Panhellenischen Spielen im Stadion von Nemea einst nur ein einziges Messinstrument zur Verfügung: das menschliche Auge. Im Jahr 1912 wurde zwar das elektromagnetische System des «durchtrennten Drahtes» erfunden, aber erst in den 70er-Jahren wurden die Zeiten an Sportwettkämpfen standardmässig mithilfe von elektronischen Helferlein erfasst.

Fortschritt, Innovation, Genauigkeit... Die Geschichte der Zeitmessung ist auch ein Stück weit jene der Uhrenbranche. Omega dokumentiert seit 1932 die Leistungen der Athleten bei den Olympischen Spielen; die kommenden Spiele in Peking werden die dreissigsten sein. 2020 wurden dafür 400 Tonnen Material und 900 Freiwillige nach Tokio entsandt. Hublot pfeift seit 2006 bei Fussballspielen das Match-Ende an. Und die Marke Longines war es, welche unlängst die Konkurrenten von Marco Odermatt in Wengen darüber informierte, dass sie sich keine Hoffnungen auf den Sieg mehr machen müssen: Die Partnerschaft mit dem Internationalen Skiverband FIS besteht seit 2006. Klar, die meisten Uhrenliebhaber brauchen weder Startpistole noch Bewegungssensoren. Und doch verströmen Modelle von Herstellern, die an internationalen Wettkämpfen engagiert sind, diesen gewissen Hauch von Adrenalin. Und so lässt man sich doch auch als Hobbysportler gern zu Bestleistungen anspornen. Stimmts? ☺

## LIEBLINGSMODELLE

Von oben nach unten:

**Tissot SuperSport Chrono**, Stahl und schwarze PVD-Beschichtung, 45.5 mm, Quarz-Chronograph, wasserdicht bis 100 m, 1 Stahlarmband, 22 austauschbare von NBA-Trikots inspirierte Armbänder, 1 Basketball-Lederarmband, 495 Fr., 42 Fr. pro Armband. *Modell zum 75-Jahre-Jubiläum der NBA, deren offizieller Zeitnehmer Tissot seit 2015 ist.*

**Longines Spirit**, Stahl, 40 mm, Automatikuhwerk, COSC-zertifiziert, wasserdicht bis 100 m, 2000 Fr. *Offizielle Kollektion für die alpine Skisaison. Longines ist seit 2006 Partner und offizieller Zeitnehmer des Internationalen Skiverbands FIS.*

**Chopard Mille Miglia 2021 Race Edition**, rostfreier Stahl, 44 mm, Automatikuhwerk, COSC-zertifiziert, wasserdicht bis 100 m, 7610 Fr. *Limitierte, nummerierte Serie von 1000 Stück für die Mille Miglia 2021. Chopard ist seit 1988 Partner und offizieller Zeitnehmer dieses spektakulären Langstrecken-Oldtimer-Rennens.*

**Ulysse Nardin Diver X Cap Horn**, Titan mit schwarzer DLC-Beschichtung, Lünette aus Titan und Karbon, 44 mm, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 300 m, 9900 Fr. *Auf 300 Stück limitierte Serie als Hommage an die Segler der Vendée Globe. Ulysse Nardin ist zudem offizieller Zeitnehmer des Ocean Race (2022-2023).*

**Hublot BIG BANG e UEFA EURO 2020**, polierte schwarze Keramik, 42 mm, Smartwatch, wasserdicht bis 30 m, 5500 Fr. *Offizielle Uhr der UEFA-Fussball-Europameisterschaft 2020. Hublot ist auch offizieller Zeitnehmer der FIFA-Fussball-Weltmeisterschaft in Katar 2022.*

**Omega Seamaster Aqua Terra «Beijing 2022»**, Stahl, 42 mm, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 150 m, 6150 Fr. *Uhr in spezieller Olympia-Schatulle. Seit 1932 ist Omega schon 30 Mal offizieller Zeitnehmer der Olympischen Spiele gewesen.*



ENCORE! | ABENTEUER 2022

Alexandre Couillon weiss, wie man die Landschaft der Bretagne auf den Teller bringt. Damit hat er es von null auf die Liste der hundert besten Köche der Welt gebracht.



# STERNE IM NIRGENDWO

# SPITZENKOCH ALEXANDRE COUILLON HAT EINE GANZE REGION ZU NEUEM LEBEN ERWECKT. MIT EINEM ERSTAUNLICH EINFACHEN TRICK.

TEXT RENATA LIBAL

# A

M ÄUSSERSTEN ENDE der Insel Noirmoutier, die nur durch eine schlanke Brücke mit dem französischen Festland verbunden ist, liegt der Hafen von L'Herbaudière. Vom Atlantik umspült, sieht man Wellen, soweit das Auge reicht. Hier, quasi am Ende der Welt, hat der Chefkoch Alexandre Couillon mit seiner Frau vor über 20 Jahren das alte Familienrestaurant übernommen – und später einen Holzofen und seine Biotrockner für Lebensmittelabfälle und seine selbstgemachte Hefe eingeführt. Nach einem harzigen Start an diesem Ort, der lediglich im Sommer von Familien besucht wurde, ist der Küchenchef heute mit Auszeichnungen dekoriert: zwei Michelin-Sterne, 19/20 Gault-Millau-Punkte, ein Platz auf der Liste der 100 besten Restaurants der Welt. Vor allem aber gilt Couillon als Pionier eines gastronomischen Ansatzes, der auf Produkte setzt, die, ja: mehr als lokal sind. Der Fisch? Wird ausschliesslich auf dem Fischmarkt von L'Herbaudière gekauft und kommt sozusagen direkt aus dem Meer. Das Gemüse? Wächst in den 4000 Quadratmeter grossen, vom Küchenchef gehegten Gärten auf der anderen Seite der Brücke. Fleisch? Nicht in dieser Küche, denn die Gegend eignet sich wenig für die Aufzucht von Nutztieren. Das Restaurant ist trotzdem immer voll, denn Feinschmecker kommen hierher, um den wahren Geschmack der Bretagne zu finden: diese einzigartige Kombination aus Gemüse, das in jodreicher Luft herangewachsen ist, und frischstem Fisch – Aromen, wie man sie an keinem anderen Ort der Welt so intensiv erleben kann. Und was kommt im Moment auf die Teller? Jakobsmuscheln aus der Bucht von Bourgneuf an gehobelten Kastanien und einem Fond aus Knollensellerie, zum Beispiel.

Nach zwei Monaten Pause – zum einen pandemiebedingt, zum andern, weil im Dezember und Januar eh kein Gemüse am Meer wächst – öffnet Alexandre Couillon in diesen Tagen sein Restaurant wieder. Am Telefon erzählt uns der Chefkoch, wie er die Auszeit genutzt hat, um mit seiner Familie am Strand von La Linière zu verweilen. Und natürlich von der Herausforderung, auf einem vom Wind gepeitschten Felsen ein kulinarisches Universum aus dem Nichts zu erschaffen. Couillon spricht schnell und viel, aber vor allem mit einem Enthusiasmus, der berührt. Und so anschaulich, dass man es kaum erwarten kann, dereinst an einem Tisch im «La Marine» Platz zu nehmen, die Sicht auf die Segelboote zu geniessen und Gerichte zu kosten, die von der Liebe zur Natur, vom Streben nach Perfektion und der Überzeugung geprägt sind, dass auch die simpelste Zutat ihren Moment des Ruhms verdient hat.

## Wie geht es Ihnen in dieser für die Hotel- und Gastrobranche so schwierigen Zeit?

Die Lage ist wirklich sehr instabil. Die Coronakrise hat eine tiefgreifende Veränderung beschleunigt, die sich in unserem Gewerbe ohnehin bereits abgezeichnet hatte. Ich möchte mich deshalb noch mehr auf den Ansatz fokussieren, den ich seit einigen Jahren verfolge: Wir schaffen Arbeitsbedingungen, die anders sind.

## Wie wollen Sie das erreichen?

Ganz einfach: Indem wir uns mehr Zeit nehmen. Als ich mit meiner Frau Céline im Jahr 1999 das Restaurant übernahm, waren wir nur zu zweit – und 23 und 24 Jahre alt. Heute umfasst unser Team in der Hochsaison 37 Personen. Um dies zu erreichen, haben wir immer vollen Einsatz gegeben und uns nicht einen Moment der Auszeit gegönnt. Wir alle wissen, dass unser Tempo zu hoch ist, dass uns die Zeit fehlt, unsere Kinder aufwachsen und unsere Eltern alt werden zu sehen. Ich möchte aber weder mir noch meinen Angestellten vorenthalten, was wirklich wichtig ist – nämlich, Zeit mit seinen Liebsten zu verbringen, auch mal auf den Putz zu hauen und sich aufs Menschsein zu besinnen. Wir brauchen mehr Musse. Deshalb haben wir die Vier-Tage-Woche eingeführt: Das ganze Team hat Sonntag, Montag und Dienstag frei. Wir haben ebenfalls beschlossen, unser Restaurant jedes Jahr für zwei Monate zu schliessen.

## Das Geheimnis heisst also: Zeit?

Nicht nur! Ein Team braucht auch ein gemeinsames Projekt, das der Arbeit Sinn gibt. So entwickeln wir dieses Jahr zum Beispiel zusammen einen Essig und experimentieren mit Fermentierungsprozessen. Der Einbezug des ganzen Teams erfordert Vertrauen und ist anspruchsvoll. Man muss mit Personen zusammenarbeiten, die dieselben Werte teilen. Nur so kann man ein Team langfristig binden und das Leben für alle angenehmer gestalten. Eine weitere Herausforderung liegt darin, die Gastrobranche den kommenden Generationen schmackhaft zu machen. Im Moment haben sie wenig Grund, sich dafür zu begeistern.

## Sie haben selber zwei Töchter.

Richtig. Emma, die ältere, ist 19 und eine leidenschaftliche Köchin. Es ist ihr in die Wiege gelegt! Wir haben uns bemüht, es ihr auszureden – wir wissen ja, wie hart dieser Beruf ist. Aber sie hat bereits drei Praktika in tollen Häusern absolviert und möchte nach Abschluss des Schuljahres weitermachen. Es freut mich zu sehen, wie sie in der Küche aufblüht, aber ich wünsche mir für sie, dass sie es anders macht als wir einst und nicht alles für den Beruf opfert. Meine Jüngere, Marie, ist 17 und begeistert sich für Mode. Sie eine geschickte Schneiderin.

## Sie gehören wohl nicht zu diesen berüchtigten jähzornigen Chefs mit militärischem Führungsstil, oder?

Gar nicht. Ich bin anspruchsvoll, das schon, aber ich bin auch immer vor Ort. Ich bin stolz darauf, noch nie eine Schicht verpasst zu haben. Wenn ein junger Mensch beispielsweise aus Chicago anreist, um bei uns zu arbeiten, dann ist es doch das Mindeste, dass ich da bin. Die Küche ist ein Ort, wo man gut korrigieren, zeigen, Wissen weitergeben kann. Aber: Wenn ich die Zero-Waste-Regel einführe und einen leeren Abfallkübel predige, muss ich dies natürlich zuerst selbst können. Wir haben das Glück, in einer Region zu leben, in der es uns an nichts fehlt. Aber wir dürfen nicht vergessen, dass das nicht überall so ist. Verschwendung ist inakzeptabel.

## Wie überträgt sich diese Haltung auf Ihre Gerichte?

Unsere Speisekarte hat sich eindeutig weiterentwickelt. Wenn wir vor fünf, sechs Jahren einen bestimmten Fisch brauchten, bestellten wir ihn bei anderen Fischmärkten oder holten ihn in Noirmoutier. Heute arbeiten wir ausschliesslich mit dem Fischmarkt von L'Herbaudière zusammen: auf dem kürzesten Weg, den es gibt. Alles, was wir servieren, wurde am gleichen Tag gefischt oder im Garten gepflückt.

## Wenn Sie «wir» sagen, meinen Sie dann auch sich selbst?

Natürlich, ich bin jeden Morgen mit meinem Team hier. Auch weil ich die Auswahl und die Mengen kontrollieren möchte: Wir kaufen genau das ein, was wir für den Tag brauchen. Ich will weder Lagerbestände noch Abfall, sondern nur komplett frische Produkte. Dafür fangen wir jeden Tag von Neuem an.

## Was machen Sie, wenn Sie nicht genügend von einem bestimmten Produkt für Ihre zwanzig Gäste bekommen? Gibts dann Mini-Portionen?

Ganz sicher nicht! Unsere Gäste kommen von weit her zu uns und haben oft Monate im Voraus reserviert, um einen schönen Moment zu geniessen, da erwarten sie zurecht grosszügige Portionen. Wenn es zum Beispiel tollen Petersfisch gibt, aber nur zwei Stück davon, und etwas Hummer und Seehecht, dann stelle ich mir im Geiste unseren Speisesaal vor und teile auf: Der Sechsertisch bekommt den Hecht, der Zweiertisch den Petersfisch und so weiter. Wir servieren allen die gleichen Beilagen, aber variieren den Fisch.

## Schielen die Gäste nicht auf die Teller der Nachbartische?

Wir erklären ihnen unseren Ansatz: Sie essen, was das Meer hergibt. Ich muss mich dem Fang des Tages anpassen, nicht umgekehrt. Wenn die Makrelen zum Beispiel eher gross sind, 600 bis 700 Gramm, legen wir sie etwas länger in Salz und Zucker ein, bevor sie geschmort werden. Das lernen die Jungen hier: Rezepte sind gut, aber wahres Können bedeutet, sie an das reale Leben anzupassen. Das Konzept vom noblen Fisch, wie es in Hotelfachschulen gelehrt wird, ist veraltet. Für mich sind alle Fische nobel. Hering? Sardine? Köstlich! Vor allem, wenn sie direkt aus dem Meer kommen.

## Gibt es etwas, was Sie in all den Jahren dank den Fischen gelernt haben?

Ich habe gelernt, auf das Meer zu hören, auf die Haut der Fische zu achten. Je nach Farbschattierung der Schuppen kann ich heute ihre Qualität beurteilen. Wenn der Wittling eine schwarze Haut mit wenig gelbem Glanz aufweist, wissen wir, dass die Qualität herausragend ist. Während meinen drei Wochen beim Küchenchef Toru Okuda in Japan musste ich übrigens richtig einstecken. Damals war ich der erste ausländische Koch in seiner Küche. Ich habe mich ganz klein gemacht und einfach beobachtet, beobachtet, beobachtet. Da wurde mir klar, dass auch wir diesen respektvollen Umgang mit dem Fisch und die schonende Behandlung übernehmen müssen. Dieses Wissen will ich weitergeben. Baptiste ist bei uns für den Fisch zuständig und erzählte mir neulich, wie er, nachdem er alle Steinbutte und Meerbrassen vorbereitet hatte, einen Moment innehielt und die glänzende und schimmernde Haut der Fische wie ein Gemälde bewunderte. Für diesen jungen Mann gibt es kein Zurück mehr: Nachdem er Fisch auf diese Weise betrachtet hat, wird er nie wieder welchen auf die Schnelle zubereiten können.



## MAXIMAL REGIONAL

### LINKS OBEN

Die grossflächigen Salzgärten stehen exemplarisch für die raue Schönheit der Bretagne, die nicht aufhört, Couillon zu inspirieren.

### LINKS UNTEN

Frischer Fisch auf den Tisch! Der lokale Fischmarkt befindet sich direkt unter den Fenstern des Restaurants.

### RECHTS

Die «Bouillon Marin» variiert von Tag zu Tag, abhängig davon, welche Fische und Meeresfrüchte gerade erhältlich sind. Das schöne grüne Wattenbodengewächs Queller (*Salicornia*) wird von Gilbert Couillon, dem Vater des Küchenchefs, höchstpersönlich gesammelt.

### Ich habe auch von Ihrem flambierten Kopfsalat gehört.

Dafür wird ganz junger Vilandry-Kopfsalat einige Minuten blanchiert und anschliessend über Holzkohle grilliert, sodass er feine Röstaromen erhält. Wir servieren ihn auf einer grünen Crème aus Kräutern, die am selben Morgen im Garten gepflückt wurden: Petersilie, Rosmarin, Knoblauch, Öl... Dann ergänzen wir den Kopfsalat mit gesalzenen Heidelbeeren – wir haben letzten Sommer viel davon geerntet – und frischen Jungblättern: Chrysanthemen-Blüten, Kapuzinerkresse, gekräuseltem Blattsenf und roten Grünkohl-Jungblättern. Am Tisch tranken wir das Ganze mit einer Essenz aus in Butter angeschwitzten Zwiebeln. Die Zwiebeln werden wie ein Braten zubereitet, und wir verwenden den daraus entstandenen goldenen Saft. Dieses sehr farbenfrohe Gemüsegericht hat den starken Charakter, den man normalerweise mit einem Fleischgericht in Verbindung bringt.

### Ist Ihr Garten ein Zaubergarten, dass da Schätze ausserhalb der Saison wachsen?

Pflanzen kann man in all ihren Stadien essen, und zudem jeden ihrer Bestandteile: Stängel, Wurzeln, Blätter, Blüten, Samen... Diese Vielfalt an Möglichkeiten verlängert die Saison ungemein! Wir haben unseren Garten seit sechs, sieben Jahren. Er verfügt über ein besonderes Mikroklima. Meine Grosseltern säten die Bohnen Ende November, um sie im März zu ernten. Wir machen es genauso, aber in gedeckten Tunneln. Die Triebe kommen bei uns aus dem Boden, wenn es in anderen Teilen Frankreichs noch friert. Ab Februar haben wir Blumen. Der Boden ist ausserdem sehr salzhaltig, weil es sich um ein ehemaliges Moorgebiet handelt und wir ihn regelmässig mit Algen düngen. Unser Jungspinat sowie die Jungblätter der roten Gartenmelde und des Amarants haben eine leicht salzige Note, wenn man sie roh isst – ein aromatisches Markenzeichen.

### Sie richten sich wirklich ganz nach der Natur...

Absolut. Die grossen Kopfsalatblätter verwenden wir für Gratins für unser Personal oder unseren zweiten Standort, das Bistro «La Table d'Élise». Nichts wird entsorgt. Seit drei Jahren haben wir einen kleinen Komposter von der Grösse einer Waschmaschine. Wir sammeln alle organischen Abfälle, von der Fischgräte bis zur Brotrinde; der Komposter arbeitet die ganze Nacht – und am Morgen können wir ihm ein Substrat in Pulverform entnehmen, das wir der Erde zufügen.

### Sie funktionieren also fast autark.

Ja, und ich kann es mir anders gar nicht mehr vorstellen. Einen Fisch kaufen, der von irgendwo kommt, und ihn fünf Tage lang im Kühlschrank aufbewahren – unmöglich! Klar, unser Ansatz ist eine Verpflichtung. Das macht das Leben nicht unbedingt einfacher, aber zurück können und wollen wir nicht.

### Welche Trends sehen Sie auf die Gastronomie zukommen?

Die Gesundheit wird immer mehr im Fokus stehen. Die Leute werden sich einen Ruck geben müssen und nicht mehr auf Produkte

Plötzlich ist es ein Vorteil, dass wir weit weg von allem sind: Das gibt uns Identität.

verzichten, die sie nicht mögen – oder glauben, nicht zu mögen. Hier liegt es an den Köchen, kreativ zu sein! Es wird allerdings eine Herausforderung sein, sich mit lokalen Qualitätsprodukten auszugewöhnen zu ernähren.

### Als Sie anfangen, war Noirmoutier nicht gerade für gastronomische Höhenflüge bekannt. Heute ist die Region ein kulinarisches Mekka, mit Ihnen als Aushängeschild.

#### Wie kam es dazu?

Das war nur als Gemeinschaftsleistung möglich. Als meine Frau und ich 1999 anfangen, kam ausserhalb der Hauptsaison kein Mensch hierher. Jeden Dezember sagten wir uns: «Das kanns nicht sein, wir müssen aufhören.» Erst als ich 2007 einen Michelin-Stern erhielt, entschieden wir uns, definitiv hierzubleiben. Unser Traum war schon immer, dass die Leute wegen der natürlichen Reichtümer der Region hierherkommen. Und wir haben diesen Traum nie aufgegeben. Heute wissen die Fischer, dass sie nicht Unmengen fischen müssen: Wenn sie sehr guten Fisch fangen, können sie einen höheren Preis dafür verlangen – und haben mehr Freude an der Arbeit. So konnten wir nach und nach alle regionalen Händler und Produzenten für diesen Ansatz begeistern. Lange war es ein Nachteil, dass wir weit weg von allem sind, jetzt ist es ein Vorteil: Es gibt uns Identität und Einzigartigkeit.

### Sie haben kürzlich einen Lebensmittelladen im Hafen eröffnet, «Le Petit Couillon». An Humor mangelt es Ihnen nicht! (Couillons Nachname bedeutet wörtlich übersetzt so viel wie «Dummkopf», Anm. d. Red.)

Habe ich denn eine Wahl? Als wir das Restaurant eröffneten, hing am Eingang ein kleines Schild: «Maitre Restaurateur Alexandre Couillon». Die Leute fotografierten sich damit und kugelten sich vor Lachen. Das machte mich rasend! Heute ist das Schild von gastronomischen Auszeichnungen umringt. Die Leute fotografieren sich noch immer damit, aber auf eine andere Art. Ich erinnere mich noch, als ich vor einigen Jahren für die ersten Auszeichnungen nach Paris reiste, schüttelten mir manche Sterneköche die Hand und sagten: «Ein solcher Dummkopf bist du also doch nicht!» ☺



# Prickelnde Zeiten

DER CHAMPAGNER VEUVE CLICQUOT FEIERT SEIN 250-JÄHRIGES BESTEHEN. SEINE GESCHICHTE WAR VON ANFANG AN ENG MIT DER SCHWEIZ VERBUNDEN.

TEXT DIE REDAKTION

## 2022



## HOCH DIE GLÄSER!

Seit 1772 steht er für Lebensfreude: der Champagner der Marke Clicquot. Wie viele Feste mag er in den letzten 250 Jahren wohl schon begleitet haben? Man kann ihn sich jedenfalls bildhaft vorstellen, wie er in aristokratischen Kristallgläsern des 19. Jahrhunderts ebenso fröhlich vor sich hin perlte wie in den schicken Salons und legendären Gourmet-Tempeln des 20. Jahrhunderts... Und dabei – obwohl unbestritten ein edler Tropfen – stets diese ihm eigene Aura von Unbeschwertheit verbreitete. Eine Tugend, die er sich bis heute erhalten hat, wie er vergangenen Dezember in verschneiten Höhen bei einer ganz besonderen Gelegenheit wieder mal unter Beweis stellte: Zum Auftakt des Jubiläumsjahres zum 250. Firmengeburtstag hatte die Maison Clicquot nach Zermatt geladen. Genauer: ins geschichtsträchtige Hotel Post, wo stilecht unter freiem Himmel und mit Skischuhen an den Füßen angestossen wurde. Und zwar mit sonnen-, pardon, Veuve-Clicquot-gelben Champagner-Flütes! Das ikonische, gute Laune verströmende Etikett der Cuvée **Brut Carte Jaune** erinnert stets daran, dass der Erfolg des Hauses auf dem unerschütterlichen Willen und Optimismus einer Frau gründet. Zu Ehren der unerschrockenen Patronne rief Veuve Clicquot 1972 – zum 200. Firmenjubiläum – den Bold Woman Award ins Leben, der 2014 um den Bold Future Award ergänzt wurde: Beide werden jeweils an Frauen verliehen, die ein Unternehmen mit ihrem Engagement zu neuen Ufern geführt haben. Inzwischen wurde 350 Frauen aus 27 Ländern ausgezeichnet. In der Schweiz steht dieses Jahr die 17. Ausgabe der Bold Awards an – mit einer Premiere: Mit dem neuen Bold Champion Award wird künftig jeweils ein Mann ausgezeichnet, der sich langfristig für die Förderung von Frauen im Business oder in der Gesellschaft einsetzt hat.



## 2021

### KELLER UND GARTEN

Gemeinsam mit dem neuen Markenbotschafter, dem Schweizer Spitzenkoch **Dario Cadonau** (1 Michelin-Stern, 17 Gault & Millau-Punkte), ruft Veuve Clicquot das Projekt *Garden Gastronomy* ins Leben: Gerichte mit frischem Gemüse aus dem Engadin (wo Cadonau tätig ist) treffen auf die Cuvée La Grande Dame von Veuve Clicquot. Eine doppelte Hommage an das Terroir – zu genießen im Gourmetrestaurant Vivanda im IN LAIN Hotel Cadonau in Zermaz.



## 1972 DIE CUVÉE LA GRANDE DAME

Nur eine Qualität: die allerbeste», so lautet das Motto von Madame Clicquot. Für sie birgt der **Pinot noir**, die Hauptrebsorte des Hauses, das Potenzial, um daraus den besten Champagner überhaupt zu keltern. Zu Ehren der Traubensorte kommt zum 200-Jahr-Jubiläum der Marke 1972 eine Prestige-Cuvée auf den Markt: La Grande Dame, die aus der Assemblage der historischen Crus Verzy, Verzenay, Bouzy, Ambonnay, Aÿ, Mesnil sur Oger, Oger und Avize hervorgeht.



## 1805

### DIE WITWE CLICQUOT

1798 wird geheiratet: Barbe-Nicole Ponsardin ehelicht den Sohn des Patrons, François Clicquot, der sich davor in St. Gallen bei einem Bankier und Freund seines Vaters kaufmännisches Wissen angeeignet hat. Zurück in Reims, bringt sich Clicquot junior beherzt ins Familienbusiness ein – bevor er 1805 jung stirbt. Seine 27-jährige Witwe – die **Veuve Clicquot** – übernimmt das Geschäft. Ein wichtiger Weggefährte ist der Schweizer Handelsreisende Louis Bohne, ein guter Freund ihres Mannes.



## 1773

### ERSTMALS IN DER SCHWEIZ

Die ersten Schweizer Kunden kaufen bei Philippe Clicquot Muiron in erster Linie Stoffe – und eher nebenbei Champagner. Letzterer wird nämlich erst Ende des 18. Jahrhunderts zum Hauptgeschäft der Maison Clicquot. Allerdings gelangen schon im Jahr nach der Firmengründung 1772 die ersten Flaschen in die Schweiz: nach Basel (ins legendäre **Hotel Trois Rois**) und nach Lausanne. 1775 wird erstmals auch Rosé-Champagner ins Ausland geliefert – wiederum nach Lausanne.

**MODE**

# **COOL RUNNINGS**

WARM, WINDDICHT – UND STYLISCH? DAS GEHT.  
UND PLÖTZLICH MACHEN MINUSTEMPERATUREN FREUDE.

*FOTOS ARTHUR DELLOYE STYLING SIMON PYLYSER*



**LINKE SEITE** Daunenjacke, Steppjupe, hohe Stiefel aus Polyamid, **Louis Vuitton**. Rollkragenpulli aus Wolle, Mütze aus Angorawolle, **Celine Homme**.

**DIESE SEITE** Jacke aus Dyneema©, Hose aus Mikro-Ripstop, Cardigan mit Reißverschluss aus leichtem Techno-Stretch-Jersey, **Moncler Grenoble**. Bob-Mütze aus Flanell, Wanderschuhe aus Kalbsleder, **Loewe**. Sonnenbrille aus Azetat, **Alpina**. Uhr **Aquaracer Professional 200**, Stahl, 40 mm, Automatikuhwerk, rauchblaues Zifferblatt mit Sonnenschliff, einseitig drehbare Lünette, **TAG Heuer**.

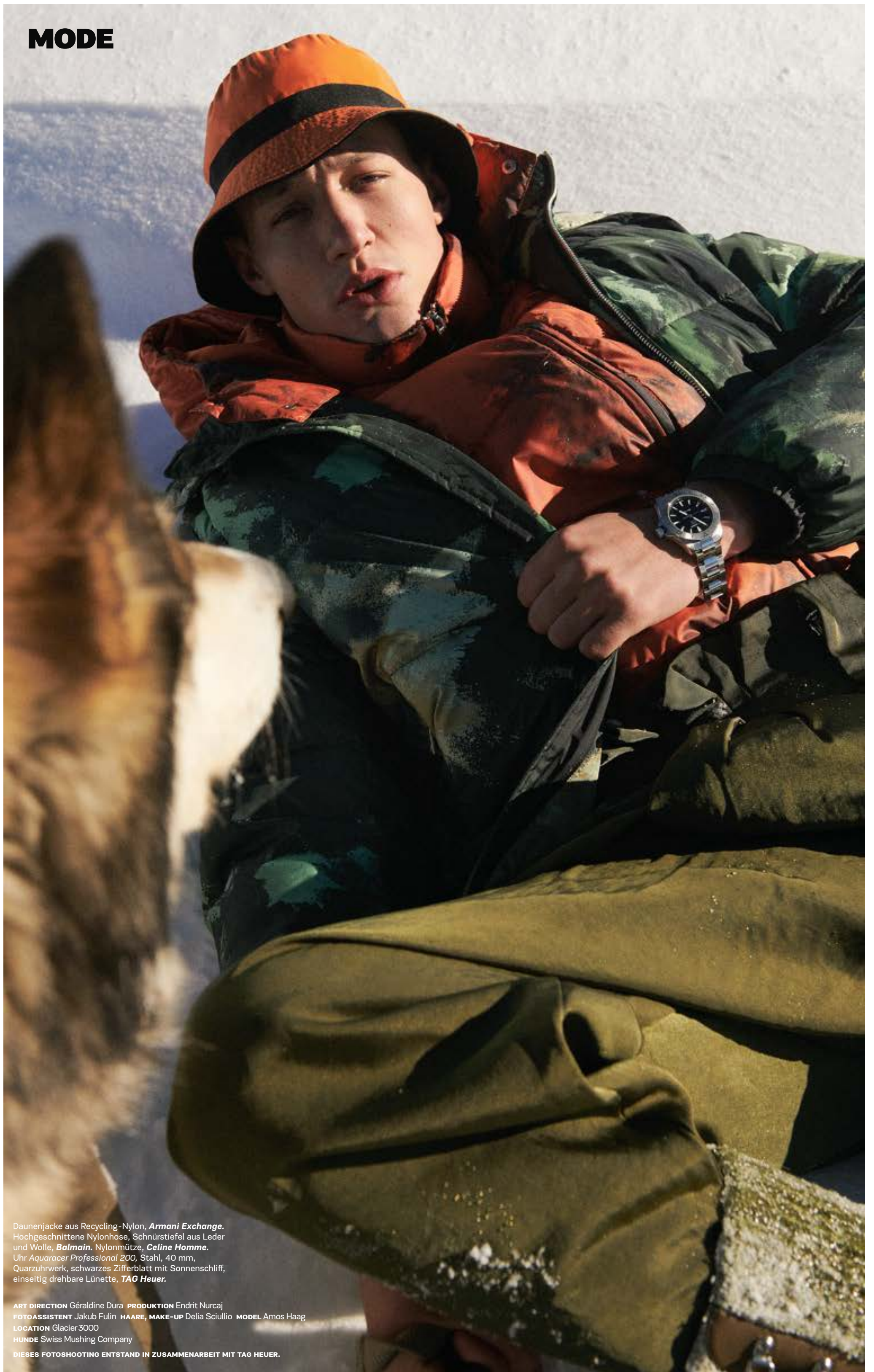


**DIESE SEITE** Silberne Daunenjacke aus Funktionsgewebe, Cargohose aus Wolle, **Lanvin**. Sneakers aus Funktionsgewebe und Wildleder, **Armani Exchange**.

**RECHTE SEITE** Steppjacke, **Mugler**. Bestickter Rollkragenpulli aus Wolle, Nylonmütze, Rucksack aus Leinen und Leder, **Celine Homme**. Baumwollhose, **Alexander McQueen**. Uhr **Aquaracer Professional 200**, Stahl, 40 mm, Automatikuhrwerk, rauchschwarzes Zifferblatt mit Sonnenschliff, einseitig drehbare Lünette, **TAG Heuer**.



# MODE



Daunenjacke aus Recycling-Nylon, **Armani Exchange**.  
Hochgeschnittene Nylonhose, Schnürstiefel aus Leder  
und Wolle, **Balmain**. Nylonmütze, **Celine Homme**.  
Uhr **Aquaracer Professional 200**, Stahl, 40 mm,  
Quarzuhrwerk, schwarzes Zifferblatt mit Sonnenschiff,  
einseitig drehbare Lünette, **TAG Heuer**.

ART DIRECTION Géraldine Dura PRODUKTION Endrit Nurcaj  
FOTOASSISTENT Jakub Fulin HAARE, MAKE-UP Delia Sciuillio MODEL Amos Haag  
LOCATION Glacier 3000  
HUNDE Swiss Mushing Company  
DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT MIT TAG HEUER.

# Fürs Abenteuer gemacht

DIE GESCHICHTE DER LEGENDÄREN AQUARACER-SERIE HAT EIN NEUES KAPITEL ERHALTEN: MIT DER AQUARACER PROFESSIONAL 200.

TEXT DIE REDAKTION

**E**IN STÜRMISCHER WIND fegt über die Berggipfel und wirbelt den Schnee in eisigen Höhenflügen durch die Luft. Auf 3000 Meter Höhe klatscht das Foto-Team in die Hände, um sie aufzuwärmen, und fragt sich im Stillen, was es hier eigentlich genau macht. Die meisten Lifte des Skigebiets Glacier 3000 oberhalb von Les Diablerets stehen wegen des starken Windes still. Daran solls nicht liegen: Ein Schneebus mit beeindruckenden Raupen gabelt Team und Material stattdessen auf. Er manövriert millimetergenau durchs Schneegestöber, balanciert auf dem schmalen Weg dem Bergrücken entlang – und schwenkt dann plötzlich um und braust den Steilhang hinunter. Innen drin halten die Passagiere sich und die Objektivie fest, so gut es eben geht.

Mit anderen Worten: genau die richtigen Bedingungen für die Aquaracer Professional 200, die auf den vorherigen Seiten in drei Ausführungen zu entdecken ist. Vor vierzig Jahren brachte TAG Heuer mit der Aquaracer einen SUV von Armbanduhr auf den Markt: kälte-, magnetismus- und druckbeständig, kurz: top zuverlässig. Frédéric Arnault, CEO von TAG Heuer, zögerte keine Sekunde, als die Idee aufkam, eine zeitgemässe Nachfolgerin dieser Pionierin zu entwickeln. «Die Aquaracer gehört zu den Kultmodellen von TAG Heuer», sagt er, «genau wie die Carrera oder die Monaco. Ihre Codes und die Philosophie, die ihr zugrunde liegen, wurden vor Jahrzehnten ausgearbeitet und haben nie an Relevanz verloren. Erst recht nicht jetzt, in dieser Zeit der Neuaufbrüche.»

## Auf der Jagd nach den legendären sechs Merkmalen

Alles beginnt 1978, als Jack Heuer, der Urenkel des Firmengründers, die Heuer 844 entwirft – für Männer und Frauen, die Sport und Nervenkitzel lieben, und zwar sowohl zu Land wie auch zu Wasser. Der Name Aquaracer wurde dem abenteuerliebenden Ding allerdings erst 2004 verpasst – und steht für sechs Designcodes: eine einseitig drehbare Lünette, eine verschraubte Krone, Wasserdichtigkeit bis mindestens 200 Meter, Leuchtmarkierungen, Saphirglas und eine doppelt gesicherte Schliesse.

An diesem Sextett gibts bis heute nichts zu rütteln. Es ist regelrecht indiskutabel. «TAG-Heuer-Fans sind stets auf der Jagd nach den Referenzmodellen der Serien 844, 1000 und 2000», bestätigt Kreativchef Guy Bove. «Mit der Aquaracer Professional 200

schreiben wir ein neues Kapitel dieser weltweiten Erfolgsgeschichte. Mit ihr wollten wir eine Uhr kreieren, die zeitgeistig ist, zugleich aber auch den Geist der Urmodelle atmet.»

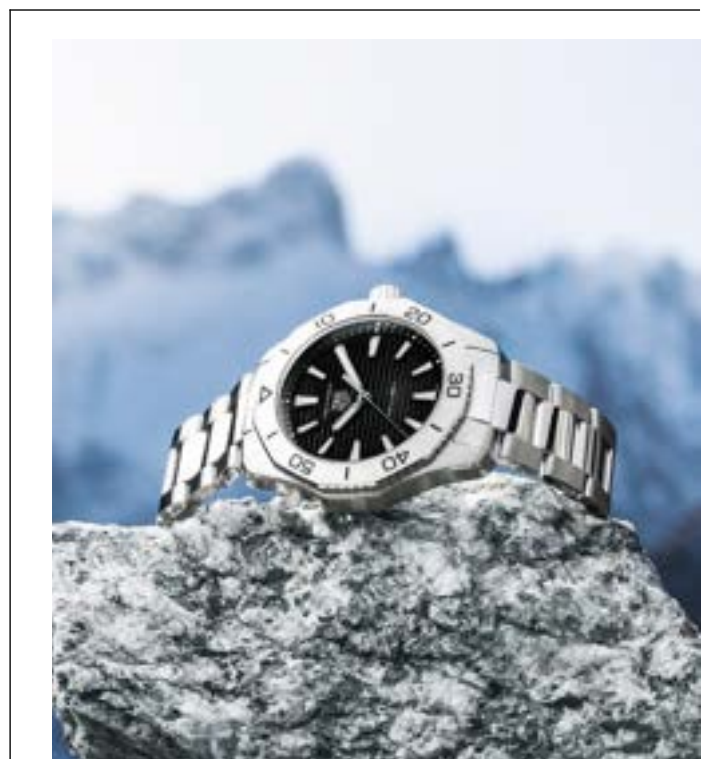
Hier ist sie nun also – und das sogar in 11-facher Ausführung: mit 40-mm-Durchmesser und jeweils zwei Automatik- und Quarz-Modellen und mit 30-mm-Durchmesser mit zwei Automatik- und fünf Quarz-Modellen. Jede einzelne wurde in der Manufaktur in La Chaux-de-Fonds ausgiebig getestet, ob sie auch wirklich so präzise, wasserdicht und kratzfest ist, wie man das von einer TAG Heuer erwartet. Wobei die Aquaracer-Professional-Serie ihr grösstes Qualitätsversprechen dann einlöst, wenn sie unter Extrembedingungen zum Einsatz kommt.

Die ihrer DNA eingeschriebene Dosis Adrenalin wirkt ein bisschen wie eine Brausetablette voll Abenteuerlust: Wer eine solche Uhr trägt, den juckt es in den Fingern, etwas Unkonventionelles zu unternehmen. Was natürlich einem ganz bestimmten momentanen Bedürfnis entspricht: jenem nach Ausbruch, nach Aufbruch, danach, alles hinter sich zu lassen und über sich hinauszuwachsen. Oder, wie es TAG-Heuer-CEO Frédéric Arnault formuliert: «Die Aquaracer Professional 200 ist die perfekte Begleiterin für ein temporeiches Leben voller unvergesslicher Momente, in dem nichts unmöglich ist.»

Und unser Foto-Shooting in den Bergen? Das entwickelte sich auf die bestmögliche Art: Als hätte auch Petrus Freude an der neuen Aquaracer Professional, legte sich der Wind im Lauf des Vormittags auf geradezu wundersame Weise, und so war es uns sogar möglich, total chic bei schönstem Sonnenschein zu shooten. ☺

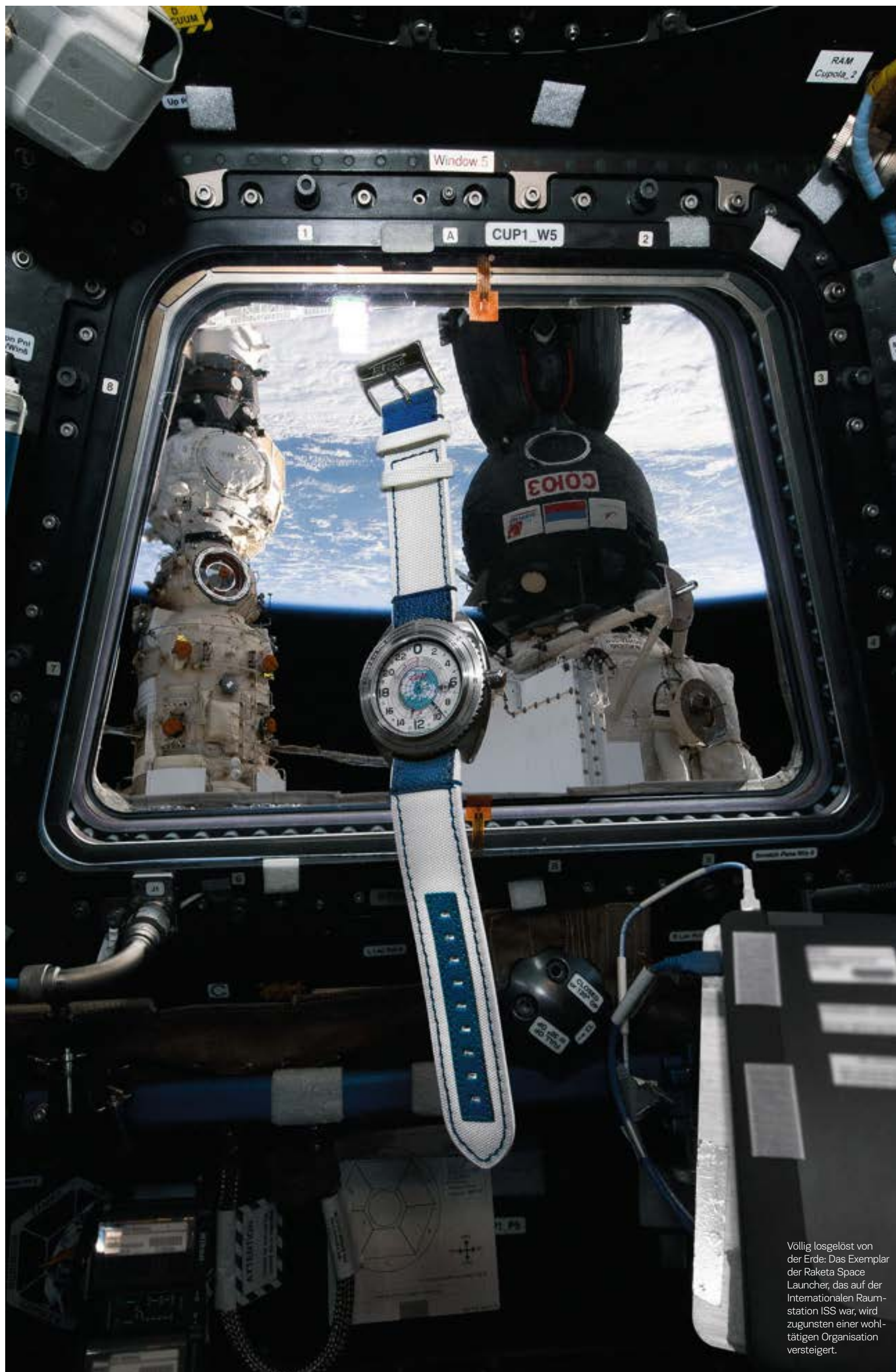


Steppjacke, **Mugler**. Wollpulli mit Rollkragen, Nylonmütze, Rucksack aus Leinen und Wolle, Schnürboots aus Kalbsleder, **Celine Homme**, Baumwollhose, **Alexander McQueen**. Uhr **Aquaracer Professional 200**, Stahl, 40 mm, Automatikuhrwerk, rauchschwarzes Zifferblatt mit Sonnenschliff, einseitig drehbare Lünette, **TAG Heuer**.



## MINIMALISTISCH BIS UNERSCHROCKEN

Die erste Entscheidung, die es vor dem Kauf der neuen Aquaracer Professional 200 zu treffen gilt, betrifft den Durchmesser: Unter den sieben 30-mm-Modellen hats ebenso minimalistische wie verspielte Varianten – hellblaues oder schwarzes Zifferblatt, Diamanten, Perlmutter –, während die vier 40-mm-Modelle (teils mit Datumsanzeige) eher einer gewisse Unerschrockenheit ausstrahlen. Da ist es also noch verhältnismässig leicht, sich zu entscheiden. Aber dann stellt sich die Frage nach dem Uhrwerk: Automatik oder Quarz? Falls Sie gerade ein bisschen überfordert sind – relax. «Sowohl bei den Automatik- wie auch bei den Quarzmodellen wurde viel Wert auf Eleganz gelegt», sagt TAG-Heuer-Kreativchef Guy Bove. «Und zwar, indem wir auf eine schlankere Lünette, längere Indizes und stärkere Markierungen bei 3, 6, 9 und 12 Uhr gesetzt haben.» Und natürlich sind alle Stücke technisch auf Top-Niveau. Ehrensache!



Völlig losgelöst von der Erde: Das Exemplar der Raketa Space Launcher, das auf der Internationalen Raumstation ISS war, wird zugunsten einer wohltätigen Organisation versteigert.

## Die Uhr, die **im All** war

DIE RUSSISCHE UHRENMARKE RAKETA GREIFT NACH DEM INTERNATIONALEN MARKT. UND – ALS BEGLEITERIN VON WELTRAUMFLÜGEN – NACH DEN STERNEN. DIE SCHIER UNGLAUBLICHE FIRMENGESCHICHTE FÜHRT IN EINE ZUR ZARENZEIT ERBAUTE FABRIK.

TEXT RENATA LIBAL





Produktionsleiter Anatoly Cherdantsev inmitten der Maschinen, die er beim Zusammenbruch der Sowjetunion in den 1990ern gerettet hat.



Die Russian Code (limitierte Auflage) ist der natürlichen Bewegung der Planeten nachempfunden: Ihre Zeiger drehen sich in entgegengesetzter Richtung.

**D**ER RUSSISCHE KOSMONAUT Alexander Alexandrowitsch Missurkin genoss seinen dritten Flug zur internationalen Raumstation ISS ganz besonders. Als Kommandant der Sojus MS-20 hatte er im Dezember 2021 nicht etwa Werkzeug für Wartungsarbeiten an Bord – sondern zwei japanische Weltraumtouristen. Eine Plauschfahrt wars natürlich trotzdem nicht, aber immerhin: Missurkin hatte Zeit, nicht nur die ferne Erdkugel zu bewundern – sondern auch die brandneue Raketa mit 24-Stunden-Anzeige an seinem Handgelenk.

Mehr als 400 Kilometer unter seinen Füßen (oder seinem Kopf, man weiss das ja nie so genau im All) schneite es derweil in Sankt Petersburg, wie sich das für diese Jahreszeit gehört. In dicke Wolljacken eingemummelt, verfolgte die Belegschaft einer kleinen Uhrenfabrik die Mission mit grösster Spannung: Sie war es gewesen, die im Sommer ein Grüppchen Kosmonauten zwischen Öfen und Werkbänken herumgeführt hatte, derweil das Designteam mit der russischen Raumfahrtbehörde Roskosmos eine limitierte Auflage jenes Modells entwickelte, das nun mit Missurkin im All unterwegs war. Eine Uhr, notabene, deren Gehäuse aus dem Metall der Sojus-2.1a-Rakete und deren Armband aus einem Stück der ikonischen blau-weißen «Sokol»-Raumanzüge gefertigt sind, Materialien also, die wirklich und wahrhaftig in der Atmosphäre unterwegs waren!

Während man bei Roskosmos auf modernste Technologien setzt, ist das bei Raketa eine etwas andere Geschichte. Wir haben es hier mit der ältesten Fabrik des Russischen Reiches überhaupt zu tun: Baujahr 1721, man glaubt es kaum! Zar Peter der Grosse höchstpersönlich war damals gerade dabei, Sankt Petersburg aufzubauen, und liess sich in der Nähe Schloss Peterhof errichten, dessen zum Finnischen Meerbusen hin offener Park mit zahllosen Springbrunnen bestückt werden sollte. Und da man für ein solches Unternehmen natürlich ordentlich Opal-Brunnenbecken und Malachit-Säulen

braucht, stampfte der Zar kurzerhand eine Fabrik aus dem Boden, die ganz auf die Bearbeitung von Edelsteinen spezialisiert war. Ein Faksimile des zarischen Gründungsdekrets prangt noch heute an der Wand eben dieser Fabrik, an der die Zeit zugegebenermassen nicht ganz spurlos vorbeigegangen ist.

Und wo ist nun das Bindeglied zwischen Steinen und Uhren? Bei den Techniken zum Schleifen und Polieren! Nach und nach wurden in der Fabrik auch kunstvolle Pendeluhrn bearbeitet und nicht zuletzt auch die in Uhrwerken so wichtigen Rubine.

#### Wie Phönix aus der Asche

Als 1917 die Revolution ausbrach, war solcher Schnickschnack natürlich vom Tisch. Die kaiserliche Steinmanufaktur ging in Staatsbesitz über und produzierte noch die Sterne auf dem Kreml und später Lenins Marmorgrab, bevor sie schliesslich endgültig vom Stein abliess und fortan ganz auf Uhren setzte. Nach Kriegsende wurde in der Fabrik mit der Marke Pobeda («Sieg») der Nationalstolz befeuert, bis 1961 mit dem Kosmonauten Juri Gagarin ein neuer Nationalheld gefunden war – und damit auch ein neuer Markenname: Raketa («Rakete») stand für eine schlichte, robuste, zuverlässige und erschwingliche mechanische Uhr, die im gesamten Ostblock für Furore sorgte und von der in der goldenen Zeit fast 5 Millionen Stück pro Jahr produziert wurden.

Und diese Firma ist gerade dabei, wie Phönix aus der Asche zu steigen, seit ein französisch-britischer Unternehmer die Marke im Jahr 2010 gekauft hat. David Henderson-Stewart (siehe Box links), ein leidenschaftlicher Romantiker (der Einfluss der slawischen Seele?), wusste wahrscheinlich nicht, worauf er sich einliess, als er sich in Raketa verliebte und all seine Ersparnisse in sie investierte. In einem weissen Kittel inmitten von Maschinen, aus denen bernsteinfarbenes Öl tropft und Stahlspäne fliegen, wacht er mit stolzem Blick über seine 100 Angestellten: «Ich habe alle Original-Maschinen aus der Anfangszeit wieder aufgetrieben. Von den 242 Komponenten des Uhrwerks werden 85 Prozent unter diesem Dach hergestellt.

Wie viele andere Uhrenmarken können das von sich behaupten?» Weltweit in der Tat nicht mehr als ein Dutzend, davon mehr als die Hälfte in der Schweiz. Und dabei meint Henderson-Stewart auch die zarten Spiralen, diese winzigen Federn, die als Regulierungsorgane so manchem Uhrmacher den Angstschweiss auf die Stirn treiben – das Herz der Uhr, eben. Oder die charakteristische Guillochierung auf der Schwungmasse. Wo andernorts Hightech und computergesteuerte Werkzeuge zum Einsatz kommen, setzt Raketa auf Maschinen, die im Museum auch nicht fehl am Platz wären.

Ein Besuch auf dem Firmengelände (das man auf Voranmeldung besichtigen kann) gestaltet sich entsprechend als Zeitreise: Willkommen in der Vergangenheit der Uhrmacherei, als die über 8000 Handgriffe, die für jedes Modell nötig waren, von Hand ausgeführt wurden! Man kann nur die Daumen drücken, dass die guten alten Maschinen (die übrigens früher oft in der Schweiz gekauft wurden) nicht versagen... «Pannen kommen vor», gibt der Chef lachend zu. «Aber zumindest wissen meine Leute, wie man sie behebt. Das müssen sie auch: Wir sind hier die einzigen Uhrmacher weit und breit. Eben mal einen Spezialisten zu uns holen, das liegt nicht drin.»

#### Support aus der Schweiz

Die aus diesem aussergewöhnlichen Erbe hervorgegangenen Uhren beginnen nun, Sammler jenseits der russischen Grenze zu interessieren. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist mehr als attraktiv (Durchschnittspreis: 1300 Fr.), und vor allem ist es ein ganz besonderes Gefühl, ein Stück Geschichte mit sich herumzutragen. David Henderson-Stewart präsentiert seine Kollektionen seit einigen Jahren an den Geneva Watch Days; online (Lieferung innerhalb von 24 Stunden!) wird die Marke in rund 60 Ländern vertrieben.

Neben dem Modell, das mit der Eroberung des Weltraums verbunden ist, gibts solche für Polarforscher, für Fans russischer Kampfflugzeuge oder Akula-U-Boote und welche, die von der künstlerischen Avantgarde der 1930er inspiriert sind. Die erste Schweizer Verkaufsstelle, die im Mai in



#### DER BOSS

David Henderson-Stewart lebt mit seiner Familie in Moskau. 2010 hat er Raketa gekauft – und haucht seiner Vision seither kontinuierlich Leben ein: der Neuerweckung eines von der russischen Geschichte durchtränkten Luxusprodukts.



Wo bei andern Uhren die 12 steht, ist es bei Raketa eine 0: Jeder Tag ist ein Neuanfang... Das Modell Leopard 24 ist vom russischen U-Boot der Akula-Klasse inspiriert.



Ludmila Voynik ist seit 1959 in der Manufaktur tätig – und verkörpert das kollektive Gedächtnis von Raketa.

Bern eröffnet hat, konnte mit bisher 100 verkauften Stück einen schönen Achtungserfolg verbuchen.

Bereits 2019 in ihren Bann gezogen hat Raketa den Schweizer Manuel Emch (siehe Box links), der seither Investor und Verwaltungsratspräsident der Firma ist. Der Liebhaber zeitgenössischer Kunst und erfahrene Uhrenmanager (Swatch Group, RJ-Watches, derzeit Leiter der Marke Louis Erard) glaubt fest an das Potenzial des Aussenseiters: «Die Geschichte der Marke ist einzigartig», erklärt Emch, der die Geschäftsstrategie ausgearbeitet hat. «Sie bringt alles mit, was für den Erfolg nötig ist: Emotionen, Know-how, aussergewöhnliche Kollaborationen... Sie ist ein Rohdiamant, der nun geschliffen werden muss!»

Emch erwähnt auch den unglaublichen menschlichen Zusammenhalt («eine richtige Familie!»), der dieses industrielle Epos möglich macht, angefangen beim Produktionsleiter Anatoly Cherdantsev, der, als die Sowjetunion vor 30 Jahren zerfiel, die Maschinen versteckte, um sie vor Plünderungen zu bewahren, bis hin zu Xavier Giraudet, einem virtuosen französischen Uhrmacher in Sankt Petersburg, der gerade eine neue, sehr hochwertige Kollektion entwickelt. Letztere führt den Edelstein wieder ein – als Einfassungskreis aus Onyx, Lapislazuli oder grauer Jade, der auf dem Zifferblatt sichtbar ist. Voila, eine Wiederbelebung des Geistes der Romanows!



## DER CHEF-STRATEGIE

Manuel Emch hat am Art Center Europe Design und an der HEC Lausanne Wirtschaft studiert und als selbstständiger Manager (seine Firma heisst «Le Büro») schon mancher Marke neues Leben eingehaucht. Seit 2019 bringt er sein Flair für Kunst und Design bei Raketa ein – und verhilft den Uhren zum Objekte-der-Begierde-Status.

### Da liegt noch mehr drin

Die Menschen, genau! In der Cafeteria der Fabrik, an einem Tisch mit grün-weiss-kariertem Plastikstichtuch, kredenzt das Team der Besucherin in der Mittagspause Instant-Kaffee in einer geradezu kaiserlichen goldenen Tasse. Man öffnet eine Schachtel Baisers und erzählt. Da ist Caterina Ushopova, eine junge Ingenieurin, die in der Entwicklung arbeitet. Da ist aber auch Ludmila Voynik, eine rüstige 80-jährige Babuschka, die nicht daran denkt, ihre Arbeit in einer Fabrik aufzugeben, in die sie 1959 eingetreten ist. «Ich habe bei der Entwicklung des aktuellen Uhrwerks mitgearbeitet», erinnert sie sich. «In den 60ern verbrachten wir viel Zeit damit, Schweizer Uhren auseinander- und

wieder zusammenzubauen, um zu verstehen, was sie so einzigartig macht. Das Raketa-Uhrwerk ist die Essenz dieser Experimente.» Aktuell werden die Arbeitsplätze in der Manufaktur im Duo besetzt: Jeweils mit einem erfahrenen Veteran, der die Maschinen aus dem Effeff kennt, und einem lernbegierigen Jungspund. Kontinuität wie aus dem Bilderbuch.

Das gesamte Team ist zwar stolz auf den bereits zurückgelegten Weg und krempelt die Ärmel hoch, um den Output zu steigern und die Nachfrage zu befriedigen (10000 Uhren sollen es in diesem Jahr werden),

aber allen ist bewusst: Da liegt noch mehr drin. In diesen Tagen wird die Produktion auf eine zusätzliche Etage ausgedehnt, ferner kommen ein Café, ein Shop und ein Museum dazu. Das Konzept stammt vom aufstrebenden Designstar Harry Nuriev, der sich von Le Corbusiers Betonkathedrale inspirieren liess: ein Mix aus Erhabenheit und Industrie-Ästhetik. Die Eröffnung ist für Juni geplant. Ein ganz schön frischer Wind, der bald durch die jetzt noch grauen Hinterhöfen und um den altehrwürdigen, nur einen Steinwurf entfernten Sommerpalast wehen wird. Der Lauf der Geschichte ist wendungsreich. ☺



Fast zum Greifen nah: die Isaakskathedrale.

## Auf nach Sankt Petersburg!

Die ehemalige Zarenstadt wurde von World Travel Awards unlängst als eines der besten Städtereiseziele Europas ausgezeichnet. Derzeit gibt es täglich zwei Aeroflot-Direktflüge ab Genf (3.5 Stunden Flugzeit) sowie diverse Verbindungen ab Zürich. Neben dem Besuch des Peterhofs und der Raketa-Manufaktur muss man vor Ort unbedingt...

... **Kamtschatka-Krabben essen:** im Restaurant Mansarda mit Blick auf die goldene Kuppel der Isaakskathedrale.  
... **auf den Kanonenschuss warten,** der täglich pünktlich zu Mittag erfolgt.

... **eine Flasche mit Weihwasser füllen:** aus dem Reservoir der Kazaner Kathedrale.

... **einheimische Designer entdecken:** im 1907 erbauten Warenhaus Au Pont Rouge.

... **im Eremitage-Museum schmunzeln:** vor dem doppelseitigen Gemälde, das auf der einen Seite den letzten Zaren Nikolaus II. und auf der anderen Lenin zeigt.

... **einen mexikanischen Cocktail trinken** im winzigen «El Copitas», das es auf der Liste «The World's 50 Best Bars 2021» auf Platz 8 geschafft hat (unbedingt reservieren!).

... **ein Ballett ansehen** im grandiosen blau-weiss-goldenen Saal des Mariinski-Theaters.

# CUPRA BORN

100% ELEKTRISCH



THE IMPULSE  
OF A NEW GENERATION

Er ist da. Der neue CUPRA Born: 100% elektrisch, 100% CUPRA. Er überzeugt mit gewohnt stilsicherem Design innen wie aussen. Dank seiner hochentwickelten elektrischen Antriebstechnologie schafft er ein bislang unerreichtes Fahrerlebnis. Tauchen Sie ein in eine neue Ära der Mobilität.



Klein- und Kompaktwagen Elektro  
AUTO BILD, Ausgabe 45/2021 &  
BILD AM SONNTAG, Ausgabe 46/2021

[cupraofficial.ch](https://cupraofficial.ch)

CUPRA Born, 204 PS, 19.4 kWh/100km,  
0 g CO<sub>2</sub>/km, Kat. A





Hoch über Maloja an einem einsamen See steht versteckt die Mountain Hut der Sportschuhmarke On.

# Mein einsamer Kraftort

LUXUS IST, WENN MAN DIE GANZE WELT MAL FÜR EINE WEILE HINTER SICH LASSEN KANN. IMMER MEHR ANBIETER IN DER SCHWEIZ LOCKEN MIT EXKLUSIVER ABGESCHIEDENHEIT.

TEXT JENNIFER SEGUI

**E**S GIBT REISEDESTINATIONEN, die muss man sich regelrecht erarbeiten. Die von der Schweizer Sportschuhmarke On Running im Engadin errichtete Mountain Hut zählt definitiv zu dieser Kategorie. Nachdem man einer Reihe von Zügen und Bussen genommen hat, wartet noch eine nette Zwei-Stunden-Wanderung auf einen, bevor man sein Ziel auf 2500 Meter Höhe mitten im Nirgendwo erreicht hat. Oder sollte man eher sagen: inmitten von allem? Direkt vor der Hütte ein See, dessen Blau mit dem des Himmels verschmilzt, dahinter die majestätischen Berge... Was will man mehr?

Doch gemacht. Besagte Traumkulisse eröffnet sich nur jenen Auserwählten, die von On eingeladen wurden, eine Nacht in den firmeneigenen luftigen paar Quadratmetern zu verbringen. Das Tiny House, das im Sommer 2019 über dem kleinen Dorf Maloja in der Nähe von St. Moritz errichtet wurde, besteht ausschliesslich aus recycelbaren Materialien, wird von Solarzellen mit Strom und von einer nahegelegenen Quelle mit Wasser versorgt, mit einem

Holzofen beheizt und verfügt über eine Trockentoilette. Der Luxus liegt hier woanders: in der Gewissheit, ein einzigartiges Privileg zu geniessen. Posts und YouTube-Videos in allen Sprachen belegen, wie glücklich es machen kann, Holz hacken zu müssen, um sich zu wärmen; Wasser zu holen, das zwischen zwei Felsen hervorsprudelt, um sich etwas zu essen zu kochen und sich am Morgen waschen zu können; geduldig einen Teller Pasta auf dem Ofen zuzubereiten... Und dafür den Computer und das Handy zu vergessen und in der unendlich erscheinenden Stille einen Gang runterzuschalten.

### **Mission: Back to Basics**

«Ausnahmslos alle, die zur Hütte hochstiegen, sind mit einem Lächeln wieder hinuntergekommen», berichtet Romain Gisselbrecht, Kommunikationschef von On. «Offenbar hat das einfache Leben seinen Reiz!» Nach einer pandemiebedingten zweijährigen Zwangspause soll das Projekt deshalb möglichst bald wieder zum Leben erweckt werden. Ein smarter Schachzug. Denn die On Mountain Hut steht unbestreitbar für eine neue Sehnsucht:

sich – und wenn es nur für eine Nacht oder ein paar Tage ist – auf die Grundbedürfnisse zu besinnen. Alles Alltägliche hinter sich zu lassen. Fern von Lärm und Hektik auf sich selbst zurückgeworfen zu sein, um sich wieder mal richtig zu spüren...

In dieser verrückten Zeit, in der das Social Distancing zu einer Lebenskunst geworden ist, machen immer mehr abgelegene Orte aus der Not eine Tugend. Véronique Kanel, Sprecherin von Schweiz Tourismus, bestätigt: «Der Trend zu «Cocooning»-Unterkünften ist vor etwa zehn Jahren aufgekommen. Man will etwas Aussergewöhnliches erleben, der Natur näher sein und den Menschenmassen entfliehen.» Bedürfnisse, die durch die Pandemie noch dringlicher geworden sind. «Der Wunsch, in den Ferien weit weg von allen Bildschirmen und anderen Reisenden zu sein, wird nun noch einmal stärker geäussert.» Die Nachfrage ist so gross, dass Schweiz Tourismus jetzt bei einer Buchungsplattform für einsame Alphütten (alp.holidaybooking.ch) mittut und dieses Jahr die Aktion «Million Stars Hotel», die unkonventionelle Unterkünfte mit freiem Blick in den Sternenhimmel anbietet, weiterzieht.

In der Schweiz gibt es gleich mehrere Pioniere, die sich die Mission «Back to Basics» schon auf die Fahne geschrieben hatten, als der Trend noch in den Kinderschuhen steckte. Die Öko-Luxus-Herberge Whitepod mit ihren futuristischen, aber gemütlichen Cocons, die 1400 Meter über dem Walliser Dorf Monthey an der Bergflanke kleben, bietet seit 15 Jahren die etwas andere Art von Entspannung an. Und das Ehepaar Buchs, das die Leitung seines Hotels Bella Tola in Saint-Luc (VS) unlängst an seine Tochter übergeben hat, hat vor rund zehn Jahren ein abgelegenes Maiensäss saniert, in dem sich erholungsbedürftige Gäste aufs Wesentliche besinnen können – freilich in einer wunderschön ausgestatteten Almhütte. «Eigentlich war das Maiensäss für uns privat gedacht», erzählt Anne-Françoise Buchs, «als Ort, wo wir unsere Batterien aufladen können. Aber wir hatten so selten Gelegenheit, dort Zeit zu verbringen, dass wir es schliesslich unseren Gästen zur Verfügung stellten. Und die liebten dieses Angebot!» Letzten Sommer stand das Maiensäss – sicher auch Corona sei Dank – praktisch nie leer. «Der Luxusbegriff hat sich deutlich hin zu mehr Authentizität verschoben», sagt Anne-Françoise Buchs.

Und so kann man inzwischen aus einem immer breiteren Angebot wählen. Wie wärs zum Beispiel mit einem kleinen Chalet weit weg von den Skipisten (etwa in Zermatt oder in Veysonnaz)? Selbst die grossen Luxusabsteigen sind auf den Zug aufgesprungen:

Der «Vitznauerhof» in Luzern hat im Hotelpark einen Annex erstellt, in den sich die Gäste zurückziehen können. Der Landgasthof Kemmeriboden-Bad in Schangnau im Emmental hat sich gar ein Iglu geleistet, in dem man, schön auf Schaffelle gebettet, die Welt da draussen ein Stückweit vergessen kann.

Wer es abgelegener mag, aber nicht auf Design verzichten will, dem sei die «Anako Lodge» im auf 1700 Meter gelegenen La Forclaz im Eringertal ans Herz gelegt. Dieser kleine Weiler aus ehemaligen, smart renovierten Kornspeichern und Scheunen empfängt Paare oder Familien, die auf der Suche nach Ruhe sind. Vom Architekten Olivier Cheseaux umgestaltet, um dieses Walliser Kulturgut zu erhalten, bieten die Chalets ganzjährig einen schlichten Komfort inmitten einer herrlichen Landschaft. Kaum ist man durch die Tür, fühlt man sich wohl. Das Tempo verlangsamt sich, die Spannung verfliegt... Macht Lust, die nächste Auszeit im Slow-Life-Modus zu verbringen – stimmts? ☺

## Die besten Adressen für eine stille Auszeit

### Gstaad-Zweisimmen (BE)

#### Forellensee

Podhouses und Mini-Villa am Ufer, Chalet-Hausboot auf dem See: [www.forellensee.ch](http://www.forellensee.ch)

### Morat-Meyriez (BE)

#### Glasdiamant der Pinte du Vieux Manoir

Das «exklusivste Baumhaus der Schweiz»: [www.vieuxmanoir.ch/de/rooms/glass-diamond](http://www.vieuxmanoir.ch/de/rooms/glass-diamond)

### Saint-Luc (VS)

#### Maiensäss des Bella Tola

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

### La Forclaz (VS)

#### Anako Lodge

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

### Crans-Montana (VS)

#### Weiler von Colombire

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

### Les Giettes (VS)

#### Whitepod Hotel

[www.whitepod.com](http://www.whitepod.com)

### Ogens (VD)

#### Les Cabanes de Marie

Drei originelle Baumhäuser, ein umgebauter Wohnwagen: [www.lescabanedemarie.com](http://www.lescabanedemarie.com)

### Schweizweit:

Naturnahe Ferien in **Chalets,**

**Maiensässen und Rustici:**

[www.myswitzerland.com/de-ch/unterkuenfte/weitere-unterkuenfte/alphuetten/](http://www.myswitzerland.com/de-ch/unterkuenfte/weitere-unterkuenfte/alphuetten/)

PUBLIREPORTAGE

FÜR TRANSPARENZ VOM KAFFEE BIS ZUR PLANTAGE

# Nespresso lanciert ein Rückverfolgungstool für seinen Reviving Origins Bio-Kaffee

Als erster Kaffee des Original Sortiments ist der aussergewöhnliche Bio-Kaffee Kahawa ya Congo der kongolesischen AMKA Kaffeebauern-Genossenschaft bis auf die Kaffeeplantagen rückverfolgbar. Damit setzt Nespresso neue Massstäbe der Transparenz in der Kaffeelieferkette.



Ermöglicht wurde dies dank der Beteiligung verschiedener Partner, darunter OpenSC, einem unabhängigen Start-up, das mit Blockchain-Technologie arbeitet.

Ab sofort können Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz die Reise ihres Kaffees direkt nachverfolgen. Das ist ein weiterer Schritt hin zu mehr Transparenz, der durch neue Technologien ermöglicht wird. Indem sie den QR-Code auf dem Kapselsetui (Original) scannen, entdecken sie, wann, wo und von wem der Kaffee angebaut wurde. Und sie werden sehen, dass jeder Kaffeebauer für seine Arbeit angemessen entlohnt wurde.

### Reviving Origins Programm belebt Kongos Kaffeewirtschaft

Kahawa ya Congo wird an den fruchtbaren Ufern des Kivu-Sees, im Osten der Demokratischen Republik Kongo (DRK) angebaut. Es ist ein geschmeidiger Bio-Kaffee mit mild-fruchtigen Noten und Getreide- und Nussaromen.



Seit 2019 unterstützt Nespresso Kivus Kaffeebauern im Rahmen seines Reviving Origins Programms dabei, die lokale Kaffeewirtschaft wieder zu beleben und ihnen so ein langfristiges Einkommen zu sichern. Denn die politische Instabilität in den letzten 20 Jahren hat die kongolesische Kaffeewirtschaft stark bedroht. Dabei gehörte Kongos Kaffee seinerzeit zu den besten der Welt. Heute knüpfen Kivus Kaffeebauern an diese Zeit an. Und Kaffeeliebhaberinnen und -liebhaber kommen so in den Genuss dieser raren und einzigartigen Kaffeespezialität.



Entdecken Sie, woher Ihr Kaffee stammt.



Reviving Origins ist ein langfristiges Programm, in dessen Rahmen sich Nespresso gemeinsam mit Kaffeebauern dafür einsetzt, vergangene Kaffeeregionen wiederzubeleben.

NESPRESSO



1



2



3



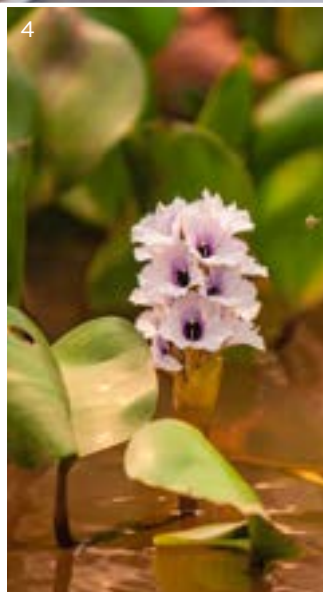
Openhouse

6

# Ilse Crawford

DIE LONDONER DESIGNERIN MAG RÄUME MIT FRIEDLICHER ATMOSPHÄRE. DABEI SETZT SIE AUF NATÜRLICHE MATERIALIEN UND VIEL LIEBE ZUM DETAIL.

TEXT RENATA LIBAL



4



5



7

**W**OHLBEFINDEN: ganz schön überstrapaziert, der Begriff; man denkt automatisch an Spa-Programme und Detox-Kuren. Dabei gibt es jemanden, der das Wellbeing-Prinzip wirklich und wahrhaftig verinnerlicht hat: Ilse Crawford. Die Londoner Designerin legt grossen Wert auf Details, sucht so lang nach der richtigen Form, dem passenden Material, der stimmigen Farbe, bis sich damit eine Umgebung schaffen lässt, in der die Seele auftanken kann. Das Ergebnis? Viele scheinbar schlichte Objekte, die jedoch weit über den ersten Eindruck hinaus wirken – wie die neuen Vasen aus Recycling-Glas für Ikea. Mit ihrem 15-köpfigen Team von StudioIlse gestaltet die 60-Jährige auch öffentliche Orte, vom «Refettorio Felix», einer Gemeinschaftsküche in London, bis hin zur First-Class-Lounge der Airline Cathay Pacific in Hongkong. «Ich strebe eine Atmosphäre der Geborgenheit an, in der den Menschen danach ist, freundlich miteinander umzugehen.»

**Für Ikea gestalten Sie Objekte zu sehr niedrigen Preisen. Warum?**

Mir gefällt der Gedanke, dass jeder die Atmosphäre seiner Wohnung durch kleine emotionale Aufladungen verändern kann. Die **Duftkerze Behjærtad (3)** zum Beispiel riecht nach Holzfeuer – ein Stück Natur, das alle aus der Kindheit kennen.

**Ihre Bambusleuchte Sinnerlig (2) ist schon seit sechs Jahren ein Bestseller.**

Ich liebe es, dass wir mit diesem Projekt echte, unter ausgezeichneten Bedingungen in Vietnam ausgeführte Handarbeit zu einem kleinen Preis anbieten können. Das Stück ist eine Ode an die Handwerkskunst.

**Waren Sie vor Ort?**

Ich durfte zwei Fabriken besuchen und war beeindruckt, wie lebendig das Kunsthandwerk dort ist. Zudem entdeckte ich die **Wasserhyazinthe (4)**: Sie wuchert, man erntet sie – und ihre Binsen werden zu Rattan, das sich flechten lässt. Eine Pflanze als Teil der industriellen Produktion!

**In Helsinki haben Sie das Restaurant Savoy neu gestaltet.**

Ja. Es brauchte menschliche Wärme, aber die **Originale von Aalto (5)** von 1937 sind restauriert immer noch wunderbar. Ich arbeite sehr gern mit dem, was schon vorhanden ist.

**Sie haben an gedruckten Zeitungen mitgearbeitet. Lesen Sie sie auch?**

Mein Vater war Redaktor, und so hege ich eine grosse Zuneigung für Printerzeugnisse. Ich lese die «New York Times», «The Economist», «The Guardian», zudem Designmagazine wie **«Openhouse» (6)** oder «Dirty Furniture».

**Ihre jüngste Interieur-Anschaffung?**

Ein **riesiger Gummibaum (1)**! Wir alle brauchen ein Stück Natur zum Bewässern.

**Ihr liebster Ort auf der Welt?**

Ich habe schon in New York gelebt; ich liebe Kolumbien, wo mein Mann herkommt... Aber **London (7)** ist und bleibt magisch: so viele historische Schichten, so viele Jahrhunderte und Schicksale überlagern sich dort! ☺

# encore!

DA, WO DU BIST.

MODE

REISEN

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

DESIGN

BEAUTY

KULINARIK

ABENTEUER

DEIN LIFESTYLE-MAGAZIN  
**JETZT AUCH ONLINE**



HERMÈS  
PARIS

unbeschwert

