

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

ALPINISMUS
Reinhold Messner
über sein Leben
für die Berge

UHREN
Das verbindet
sie mit dem
Segelsport

ABENTEUER

So robust, so raffiniert: Outfits,
auf die man fliegen muss

GOLF
Das sind die
10 schönsten
Plätze in Europa

FEBRUAR 2021

SonntagsZeitung





PANTHÈRE

DE

Cartier



TUDOR

#BORN TODARE

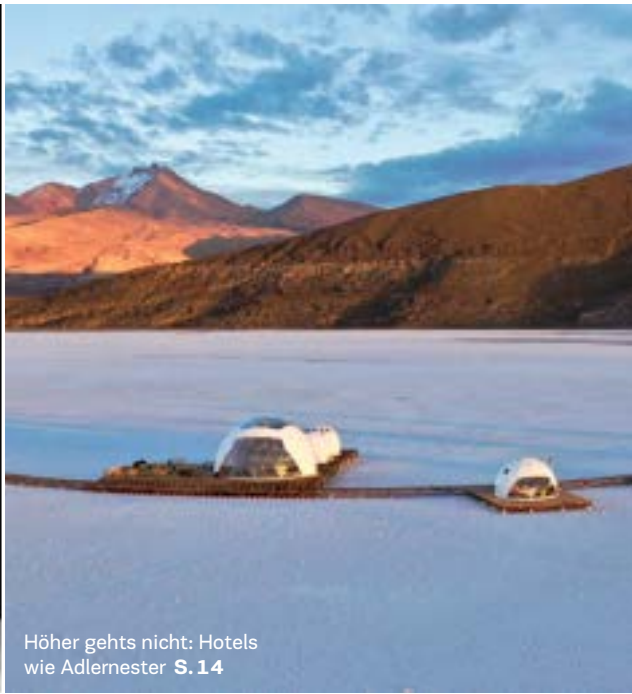
Was treibt einen Menschen dazu an, Großartiges zu leisten. Es mit dem Unbekannten aufzunehmen, etwas Neues zu wagen und vor nichts zurückzuschrecken? Es ist die Willenskraft, die auch TUDOR hervorbrachte. Eine Kraft, die mit dieser Uhr in jeder Frau und jedem Mann lebendig ist. Ohne diese Menschen gibt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



BLACK BAY FIFTY-EIGHT



Ein Leben für die Berge: Reinhold Messner im Gespräch S. 20



Höher gehts nicht: Hotels wie Adlernester S. 14



Perfektes Paar: Uhren und Yachten S. 24

Abenteuer | Februar 2021

HIGHLIGHTS

12 Trend

Tragen und trinken: Flaschenhalter für moderne Nomaden

16 Auto

Massige Maschinen: Sogar Pick-ups fahren jetzt mit Strom

18 Saga

Von den ersten Spikes bis zum Carbon: die Geschichte des Laufschuhs

34 Sport

Abschlag mit Aussicht: Zehn atemberaubende Golfplätze in Europa

38 Beauty

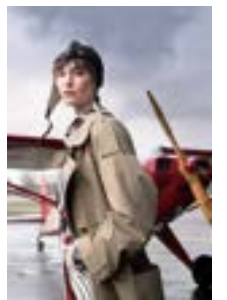
Solide Sache: Feste Kosmetika sind praktisch – und nachhaltig

AUSSERDEM

6 Lieblinge: Von einem legendären Lippenrot bis zu in Gold gegossenen Worten 15 Entschlüsselt: Die Big Bang Tourbillon Automatic Orange Sapphire von Hublot 33 Shopping: Brillen für urbane Abenteuerer 39 Meine Welt: Ester Ledecá



Jumpsuit aus Viskose, Sonnenbrille, **Longchamp**. Gürtel aus Epsom-Kalbsleder, **Hermès**. S. 26



COVER

Trenchcoat aus Baumwollpopeline, breit gestreiftes Oversize-Seidenhemd mit Schlipskragen, Rüeblhose aus Baumwollgabardine, **Louis Vuitton**. Uhr *Longines Spirit Chronographe*, Automatik-uhrenwerk, Stahlgehäuse, Zifferblatt mit blauem Sonnenschliff, Lederarmband, **Longines**. Fliegermütze aus der Sammlung des Uhrenmuseums von Longines, Saint-Imier.

FOTOS
Benoît Peverelli

STYLING
Simon Pylser

Der Geruch von Freiheit

GROSSE HÖHEN, weisse Gipfel, wir kommen! In diesem seltsamen Winter, in dem die Welt auf die Grösse eines Homeoffice schrumpft, ergreifen viele von uns die Flucht nach oben. Endlich frische Luft! Ob auf Skiern und Schlitten oder mit Schneeschuhen an den Füßen, es tut einfach wahnsinnig gut, sich zu bewegen. Das Einzige, was das sogar noch übertrifft, ist der mitgelieferte Tapetenwechsel: Wer in den schier endlosen Horizont schaut, entdeckt immer auch ein bisschen sich selbst. Und weil wir alle schon eckige Augen vom In-den-Bildschirm-Schauen haben, soll diese «Encore!»-Ausgabe wie eine frische Brise funktionieren. Dafür haben wir den legendären



Renata Libal, Chefredaktorin

Alpinisten Reinhold Messner gefragt, wie sich das anfühlt, wochenlang in Schnee und Eis unterwegs zu sein (S. 20). Wir rennen allem ein bisschen davon – mit der Geschichte des Laufschuhs (S. 18). Wir schmieden (fast ernsthafte) Pläne, uns über den täglichen Wahnsinn zu erheben – in den höchstgelegenen Hotels der Welt (S. 14). Selbst unsere Modestrecke (S. 26) zelebriert die Sehnsucht nach einem Anderswo, wo man – beziehungsweise, in diesem Fall: Frau – sich den Elementen stellt und Widrigkeiten trotz, um stärker denn je wieder zurückzukehren. Wir hoffen, dass die folgenden Seiten die Fenster weit aufstossen – Wind und Wetter und Masken und Desinfektionsmitteln zum Trotz. Letztlich zählt nur eines: dass man weiter träumt. Mit ganzer Kraft.

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, Dieter Liechi, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Fotos:** Benoît Peverelli **Illustration:** André Gottschalk **Übersetzung:** Paulina Szczesniak, Daniel Böniger **Bildbearbeitung:** Photomedia **Korrektur:** Dominique Graf **Druck:** Swissprinters AG, Zofingen **Marketing:** Florence Ruffetta **Chief Commercial Content Officer:** Annina Flückiger **Werbung Deutschschweiz:** Goldbach Publishing AG, Seestrasse 39, Postfach, 8700 Küsnacht, anzeigen@encore_mag.ch **Werbung Romandie:** Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actua 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 Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, Ricardo AG, ricardo France Sàrl, Schaar Holding AG, Schaar 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.



Feuriges Rot ist Teil der Dior-Identität – wie diese Zeichnung von René Gruau aus dem Jahr 1947 zeigt, die das Isfahan-Abendkleid mit farblich abgestimmten Lippen in Szene setzt.

MAKE-UP

Rot gewinnt

Dies ist die Geschichte von Lippen, die küssen wollen. Und lächeln, ohne dass eine Hygienemaske den Blick auf sie versperrt... Die Marke Dior hat wahrlich den richtigen Moment gewählt, um ihre gesamte – mythische! – Lippenstiftlinie neu zu lancieren: Die Rückkehr der unverhüllten Gesichter dürfte herrlich leuchtend werden. Alles begann 1953, als Christian Dior sich als Pünktchen auf dem i zu seinen Outfits eine kräftigen Lippenfarbe wünschte, deren Verpackung an den Obelisken auf der Place de la Concorde erinnern sollte. Gesagt, getan – und das berühmte Dior-Rot war gebo-



Der Farbton 080 Red Smile hat noch jede Mode mitgemacht... und überlebt.

ren. Dieses Jahr knöpft sich Peter Philips, Kreativdirektor von Make-up Christian Dior, die Ikone vor. Angefangen bei der (wiederverwendbaren!) Hülle: Die zielt jetzt ein charakteristischer Fries, der an die Gürtelsilhouetten des legendären New Look anspielt. Beim Stift an sich kann man aus vier Texturen wählen – von sinnlich-samtig bis zu metallisch-kühl – und aus nicht weniger als 75 Farbtönen; florale Substanzen (z.B. Pfingstrose und Granatapfelblütenextrakt) schützen die empfindliche Lippenhaut. Los, raus, strahlen und die Welt erobern! R.L.
Dior Rouge, ab ca. 52 Fr.

ZUM WOHL!

Chasselas, einmal anders



VON
PIERRE THOMAS

Ins Auge sticht die charakteristische kupferorange Farbe. Und natürlich die Trübung! Sie ist noch ausgeprägter als beim «Non Filtré» aus Neuchâtel, der jeweils am dritten Mittwoch im Januar präsentiert wird. Die Rede ist von einem sogenannten Orange Wine. Oder genauer: von einem Weisswein mit Maischegärung, so wie es die Internationale Organisation für Rebe und Wein (OIV) letzten Dezember definiert hat.

In der Nase sind zurückhaltende Noten von Reineclaude auszumachen. Am Gaumen dann, nach etwas Kohlensäure im Auftakt, überraschend holzig-ledrige, ja moschusartige Anklänge, gefolgt von Tannennadeln und einem leicht bitteren Finale, das an Chinarinde erinnert. Ein Geschmacksprofil, bei dem man zuallerletzt an Chasselas denkt. Das muss doch etwas anders sein...

In Douanne am Ufer des Bielersees interpretiert die 34-jährige Winzerin Anne-Claire Schott auf den vier Hektar des Familienweinguts die meistgepflanzte weisse Rebsorte der Schweiz neu. Was sie selbst so beschreibt: «Einem Aufguss gleich werden aromatische Essenz, Struktur und Kraft der Trauben während tagelanger Maischevergärung extrahiert.»

In einem Video auf ihrer Website erklärt Schott, mitten in ihren Rebbergen sitzend, ihre Herangehensweise. Ihr Blick ist dabei auf die St. Petersinsel gerichtet, die schon Jean-Jacques Rousseau so mochte. Und so scheint auch dieser aussergewöhnliche Chasselas «rouseuistisch» zu sein. Entsteht er doch nach allen Prinzipien eines Naturweins, was Anne-Claire Schott bis auf den letzten Buchstaben zu befolgen scheint: null Zusatzstoffe, weder in den Reben noch im Keller; keine Zuchthefen, keine Filtration, keine Schönung, keine Sulfite. Ein naturbelassener Geschmack, der am besten in Begleitung von Käse zur Geltung kommt. Ich denke da an einen Vacherin Mont-d'Or, selbstverständlich gut gereift. Und aus Rohmilch, wenn ich bitten darf!

Chasselas «orange» 2019, «Aroma der Landschaft»
45 Fr./7.5 dl; www.schottweine.ch



UHR

Zurück zum Mond

Während wir darauf warten, dass die Nasa im Jahr 2024 wieder eine bemannte Rakete zum Mond hochschickt, bringt Omega seine Moonwatch schon mal als Master-Chronometer heraus. Die mittlerweile vierte Speedmaster-Generation, inspiriert von jenem Modell, dass die Astronauten der Apollo-11-Mission im Jahr 1969 trugen, hat in puncto Uhrwerksleistung einen Zacken zugelegt: Das Kaliber Co-Axial Master Chronometer 3861 ist nun in der Lage, extremen Magnetfeldern von bis zu 15 000 Gauss (das entspricht einem MRT, Anm. d. Red.) standzuhalten. Und weil auch im Weltraum die Ästhetik zählt, gibts gleich acht Modelle aus innovativen Materialien. Nächstes Projekt: Mars? *Mathilde Binetruy*

Omega Master Chronometer Professional Chronograph Moonwatch, 42 mm, Stahlgehäuse, Sedna™- oder Canopus™-Gold, ab 5900 Fr.



Avnier x Saint James: Sportswear für Traditionsbewusste mit modischen Ansprüchen.

MODE

Für urbane Seefahrer

Atlantik und Genfersee sind jetzt verbunden! Dank der – zweiten – Zusammenarbeit der mehr als hundert Jahre alten Traditionsmarke Saint James mit der jungen Sportswear-Bude Avnier. Erstere trägt den Namen eines Dorfes in der Normandie, wo schon im 18. Jahrhundert Seemannspullover hergestellt wurden; zweite wurde vom Schweizer Designer Sébastien Strappazon und dem Künstler Orelsan (der ebenfalls aus der Normandie stammt) ins Leben gerufen. Die neue gemeinsame Unisex-Kollektion setzt gewissermassen auf ein zeitgemässes, urbanes Seefahrer-Outfit: zwei Teile cool, ein Teil preppy. Die berühmte Saint-James-



Der Schal Cullyham hat zwei verschiedene Seiten. Wir wir alle, ein bisschen...

Matrosenjacke zum Beispiel erhielt ein Make-over mit übergrossen Taschen, verstärkenden Blätzen und einem blauen Reissverschluss. Das Streetwear-Teil schlechthin, die Jogginghose, wurde mit einer homöopatischen Dosis nautischen Flairs versehen. Und endlich umfasst das Strickmützen-Sortiment von Saint James nun auch eine Sturmhaube! Schön arty auch der Pulli Suffers, dessen Muster von den Reflexionen der untergehenden Sonne auf dem Wasser inspiriert ist... Noch ein Zuckerli: Die ganze Kollektion besteht zu 100 Prozent aus recycelbarer Schurwolle. *Estelle Lucien*

Erhältlich in den Onlineshops von Saint James und Avnier. Ab 25 Euro bis ca. 300 Euro.



SCHMUCK

Goldene Worte

Nicht nur T-Shirts können Slogans. Und nicht nur parfümierte Briefe erzählen Liebesgeschichten... Das Pariser Atelier Paulin hat sich seit seiner Gründung 2014 darauf spezialisiert, zarte Gefühle in ebensolche Schmuckstücke zu verwandeln – meist nur ein Wort, mithilfe der Juwelierszange in Gold- oder Silberdraht verewigt,

sodass man es ums Handgelenk, am Finger, am Ohr oder um den Hals immer bei sich tragen kann. Die aktuelle Capsule Collection TOI x MOI bringt etwas Rock'n'Roll ins Spiel. Das Resultat? Kleine Herrlichkeiten in einem tattoohaften Look. *R. L.*

Atelier Paulin, www.atelierpaulin.com. Earcuff ab 95 Euro, Anhänger ab 240 Euro.



HAUTPFLEGE

Gib mir Paprika!

Nichts geht über einen gelegentlichen Energiekick. Die straffende Anti-Aging-Crème von Clarins liefert ihn mittels eines Fruchtcocktails – und Paprika, für einen tonisierenden Effekt. Gut für die Haut – und für die Laune! *R. L.*

Clarins, Crème de Jour Extra-Firming Energy, ca. 115 Fr.



Aldo Cipullo beweist, dass der Armreif Love, den er für Cartier designt hat, ein Unisex-Modell ist.

BUCH

Goldenes Händchen

Juste un Clou. Nur ein Nagel. Die kompromisslose Kreativität von Aldo Cipullo lässt sich mit der gleichnamigen Cartier-Kollektion aus dem Jahr 1971 zusammenfassen, die auf der Idee eines ringförmig gebogenen Nagels basierte. Wenige Jahre davor hatte sich Cipullo bereits sein Love-Armband ausgedacht, einen schlichten, mit Schraubköpfen besetzter Reif, den man mit einem passenden Schraubenzieherchen am Handgelenk befestigt. 1935 in Neapel in eine Juweliersfamilie hineingeboren, zog Cipullo in den 60ern nach New York, eine Stadt, von der er später sagen würde, er sei dort ein zweites Mal geboren. Dies und alles, was es sonst über sein Leben und Werk



Vivienne Becker: *Cipullo. Making Jewelry Modern*. In englischer Sprache. Assouline-Verlag 2021, 212 S., 200 Abb., ca. 200 Fr.

zu erfahren gibt, ist nun in einem wunderschönen Buch versammelt, das Vivienne Becker, Redaktorin beim «How to Spend It»-Magazin der «Financial Times», zusammen mit Aldos Bruder Renato geschrieben hat. Auf über 200 Seiten taucht man in die Welt von Cipullo ein, der ausser für Cartier auch für David Webb und Tiffany & Co. designte, bevor er sich 1974 selbständig machte. 1978 vertraute ihm die American Gem Society eine Sammlung von in den Staaten geförderten Steinen an: Türkise aus Arizona, Diamanten aus Arkansas und Saphire aus Montana, die er auf extravagante und zeitlose Weise verarbeitete. Wie pflegte er doch zu sagen? «Ich kreierte für heute und denke an morgen.» *Estelle Lucien*



BEAUTY

Reine Sache

Immer, wirklich immer abschminken, bevor man ins Bett geht. Diese goldene Regel hinterfragt die kultige, zugleich deckende und durchscheinende Puderfoundation der US-Marke bareMinerals: Wozu? Schliesslich sind da nur reinste Ingredienzen drin. 1995 lanciert und auf der Philosophie der sauberen Schönheit gründend, ist bareMinerals seit Oktober via Marionnaud endlich auch in der Schweiz erhältlich. *R. L.*

bareMinerals, *Original Loose Powder Foundation*, 39.90 Fr., Pinsel *Beautiful Finish Brush*, 37.90 Fr.



ACCESSOIRE

Privates Gärtlein

Etwas Kapuzinerkresse zum Aufpeppen des Salats, lila Bohnen samt Gartenkrallen, Ingwer-Rhizome... Die luxuriösen Schweizer Foulards von Fabric Frontline setzen diesen Frühling auf die reizvolle Verschränkung von Garten und Küche. Sieh an: Gleich zwei Steckenpferde, die wir im Lockdown wiederentdeckt haben... *R. L.*

Fabric Frontline, *Seidencarré Gourmet Garden*, 140 x 140 cm, blau, gelb, rosa od. grün, 550 Fr.

Die Glotze, die sich einrollt und verschwindet

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Komfort: zweifellos das Wort der Stunde. Wenn Winter und Pandemie einen in die eigenen vier Wände zwingen, wirds umso wichtiger, ein nettes Nest zu haben. Und da spielt der gute alte Fernseher natürlich eine zentrale Rolle. Ein intelligenter Fernseher, wohl-gemerkt, der sich über den Mainstream erhebt und auf all den verschiedenen Onlineplattformen sämtliche Filme, Serien und Repos der Stunde liefert; zudem, bitte schön, ein Fernseher, der dem Auge schmeichelt und nicht einfach nutzlos rumsteht, wenn er ausgeschaltet ist.



Auf dem megafuturistischen Signature R9 von LG Electronics lassen sich auch Ritterfilme schauen. Da kann kein Bub widerstehen!

Mit The Frame hat Samsung bereits einen Versuch in diese Richtung gestartet. Wenn man nicht glotzt, verwandelt sich der Screen – schwups! – in einen Bilder-rahmen samt Bild, das man passend zur Wohnzimmereinrichtung wählen kann. LG geht nun noch einen Schritt weiter und lässt den Bildschirm einfach... verschwinden! Der Signature R9 ist ein zusammenrollbarer TV, der sich bei Nichtgebrauch selbst in den Standfuss versorgt.

Im aktiven Zustand präsentiert sich der 165cm-OLED-Bildschirm der neuesten Generation in seiner vollen Grösse; allerdings kann er auch nur ein Stück weit ausgefahren werden, um beispielsweise Infos zu den grade abgespielten Musiktiteln oder zum Wetter anzuzeigen. Im Sockel stecken neben dem mechanischen Hokuspokus auch zwei High-End-Lautsprecher. In ein paar Monaten soll das Science-Fiction-Ding erhältlich sein – für 80000 Franken. Aber so viel sollte einem ein Trip in die Zukunft vom Sofa aus schon wert sein, oder?

FLEXFORM

MADE IN ITALY





Diese Sanduhren haben ein Geheimnis.

DESIGN

Tempus fugit

Wie fängt man das Verstreichen der Zeit ein? Wie macht man Sekunden greifbar? Jungdesigner und ECAL-Absolvent Renaud Defrancesco, 29, lädt uns auf subtile Weise zur Kontemplation ein. Seine gläsernen Sanduhren namens Maître du Temps dienen zugleich auch als Schalen oder Vasen – und geben allein, vor allem aber auch im Verbund ein reizvolles Stillleben ab. Das schlichte Design täuscht darüber hinweg, dass ihre Entwicklung «ein rechtes Stück Arbeit» war, um es mit den Worten des Designers zu sagen. Defrancesco und die Glasmacher der Neuenburger Werkstatt, wo jedes Objekt von Hand gefertigt wird, mussten knobeln und pröbeln, bis alles richtig rieselte. So besteht der «Sand» nun in Wahrheit aus winzigen Glasperlen, die in den hauchdünnen Wänden stecken und die Illusion

erzeugen, die Behältnisse seien gefüllt. «Ich mag es, Produkte zu entwickeln, bei denen Handwerkskunst auf Technik trifft», sagt Renaud Defrancesco. Wobei man sagen muss, dass die technische Raffinesse – der perfekte Perlfluss verdankt sich etwa der Asymmetrie der Behälter – das Feld letztlich doch der Poesie überlässt. Und, eben, der Kontemplation über die wahre Bedeutung von voll und leer. Ein Hochgenuss für die Augen – aber auch für die Ohren, denn das Rieseln erzeugt ein sanftes Geräusch, das geradezu hypnotisierend wirkt.

Estelle Lucien

Erhältlich bei Mobilab in Lausanne, www.mobilabgallery.ch, Tel. 021 601 30 10. Jedes Stück wird in einer Edition von acht Exemplaren produziert; Preis auf Anfrage. www.renauddefrancesco.ch

TOP 5

Echte Abenteuer zwischen zwei Buchdeckeln



- 1 Was, wenn das Leben am seidenen Faden hängt und dieser durchtrennt wird? Antwort gibt Joe Simpson in «Sturz ins Leere» (1988).
- 2 In «Mit der «Endurance» ins ewige Eis» blickt Sir Ernest Shackleton zurück auf die erste Antarktisüberquerung 1931, die ein Misserfolg war.
- 3 1951 / 1952 reiste der argentinische Biochemiker Alberto Granado «Mit Che durch Südamerika» – auf dem Motorrad. Verfilmt wurde das später auch.
- 4 «Mein langer Weg in die verbotene Stadt» von Alexandra David-Néel (1927): ein fesselnder Reisebericht – und ein Stück Emanzipationsgeschichte.
- 5 Der Britin Beryl Markham gelang 1936 der erste Nonstopflug von England in die USA. Nachzulesen in «Westwärts mit der Nacht».

REISEN

Der Kaiserin neue Kleider



Während sich die Flugzeuge am Boden langweilen, die Reisenden vorm heimischen Bildschirm versauern und die Festbrüder sich mit Zoom-Apéros begnügen, nutzt Marrakeschs wunderbarer Fünf-Sterne-Palast La Mamounia die Flaute, um sich in Schale zu werfen: Die fast 100 Jahre alte Luxusoase (das Haus stammt aus dem Jahr 1923) im Herzen der Medina hat ihren öffentlichen Räumen ein radikales Make-over durch das Pariser Studio Jouin Manku gegönnt. Alle fünf Restaurants wurden umdekoriert und mit eigens für die Hotellegende entworfenen Möbeln vom Designlabel Cassina bestückt. Der neue Hotspot für italienische Küche (im Bild) unter der Leitung von Chef Jean-Georges Vongerichten spielt ein bisschen Wintergarten – mit Flechtmetall und Naturtextilien. Und als Krönung? Der riesige Glaslüster, der sich im Terrassenbrunnen spiegelt. R. L. mamounia.com, DZ ab 500 Fr.

SCHMUCK

Eisblumen

Blumen im Winter sind etwas Rares. Und drum etwas Wertvolles. Wie diese herrlichen Ohrhinge der Kollektion Hellébore von Van Cleef & Arpels: inspiriert von Schneerosen, aus Weissgold, Perlmutter und Diamanten (1.64 Karat). E.L. Preis auf Anfrage. vancleefarpels.com

S-CLASSY.



Cares for what matters.

Die neue S-Klasse.





Fast ein kleiner tragbarer
Champagnerkühler:
das Modell von Chloé.

Trinkkumpan

SPORTLER, ihr dürft aufhören zu lachen. Ob Skitürler, Langstreckenläufer, Ruderer in ihren Skiffs oder Velofahrer, sie alle haben ihre Trinkflasche stets griffbereit; in vielen Sportoutfits sind Flaschenfächer oder ein spezieller Haltegurt integriert. Aber in der Mode? Wer braucht schon Wasser auf dem Weg ins Büro? Wer führt einen Flüssigkeitsvorrat spazieren? Richtige Antwort derzeit: Jeder. Und jede! Die Winterkollektionen 20/21 haben den Flaschenhalter, den sich man wie ein Täschli umhängt, als ultimatives Freihandaccessoire eingeführt. Wahlweise auch mit einem Karabinerhaken am Gürtel befestigt, zum Beispiel bei Jacquemus.

In den Saisons davor waren bereits allerlei Riemen aufgetaucht, mit deren Hilfe man wie ein Modesoldat Handy, Schlüssel und Portemonnaie um den Hals mittrug. Und nun kommt also noch das Wasserfläschli hin-



Gestept und mit
Tragekettchen
bei **Chanel**, mit
Monogramm
und Ledersaum bei
Louis Vuitton.

zu. Was nicht zuletzt dem aktuellen Trend geschuldet ist, das böse PET durch eine wiederverwendbare Trinkflasche zu ersetzen. Wobei man sich durchaus fragen darf, wie viel Sinn es macht, dem Überkonsum mit einem zusätzlichen Habenwollen-Objekt entgegenzuwirken... Nun, das It-Accessoire der Stunde wurde angedacht, lang bevor die Pandemie spontanen Abstechern ins Café einen Riegel schob. So gesehen, ist sein Auftauchen mitten im Lockdown von bittersüßer Stimmigkeit: Voilà, ein kleiner Krisenhelfer für das neue Beisammensein (draussen, mit gehörigem Abstand), zu dem jeder seinen eigenen Kafi mitbringt. Und weil etwas Luxus halt schon wahnsinnig guttut, gibts die Dinger auch von den grossen Designern. Die gesteppte Version von Chanel ist wie für den Winter gemacht, die von Chloé – aus veganem Leder – erinnert an einen Champagnerkühler... Wer sagt, dass es immer Wasser sein muss? ☺

TEXT RENATA LIBAL

Miele



DIE NEUE GENERATION 7000

PERFEKTION NEU DEFINIERT

WWW.MIELE.CH/GENERATION7000

#LifeBeyondOrdinary



Sie erinnern ein bisschen an ein Mondcamp, die «Iglus» der Kachi-Lodge in Bolivien.

Hoch, höher, **Hotel**

EINFACH MAL ALLES HINTER – UND UNTER – SICH LASSEN: ES GIBT HOTELS, DIE MACHEN ES MÖGLICH. UND ZWAR GANZ, OHNE AUF LUXUS VERZICHTEN ZU MÜSSEN.

TEXT JENNIFER SEGUI

DIESER HIMMEL! Diese Sterne! Und diese Stille! Wenn Paul Kennes, Chef des Reisebüros Horizons Nouveaux in Verbier, über die Kachi-Lodge spricht, das luxuriöse Öko-Camp, das er auf dem Altiplano in Bolivien mitgestaltet hat, dann kommt er aus dem Aufzählen von Highlights gar nicht mehr raus. Ursprünglich als Etappenziel der Trekkingtour vom Titicacasee im Norden nach San Pedro de Atacama im Süden konzipiert, steht sie jetzt auch weniger sportlichen Besuchern offen. Man muss zugeben, dass der Ort zum Träumen anregt. Man stelle sich vor: Eine Gruppe igluartiger Hüttchen auf einer hölzernen Plattform in der riesigen weissen Salzwüste von Uyuni. All das kilometerweit vom nächsten Dorf entfernt, auf fast 3600 Metern über Meer, am Fusse des Tunupa-Vulkans, ringsum nichts als Berge und Kakteen. Und, trotz dieser Abgeschlossenheit: eine luxuriöse Einrichtung im Bohème-Chic, privates Bad und Terrasse – und ein Gourmetrestaurant, das ausschliesslich auf lokale Zutaten setzt. Ach ja, und natürlich ein persönlicher Guide zum Erkunden der Umgebung.

Innerhalb einer Flugstunde und einer weiteren im Auto von La Paz aus erreichbar und ganzjährig geöffnet, bietet die Kachi-Lodge ihren Gästen ein einzigartiges Erlebnis. «Wir richten uns an Leute, die das Reisen gewohnt sind, aber nicht zwingend nur an solche, die das Abenteuer suchen», sagt Paul Keens. Auch wer schon die eine oder andere weite Ebene gesehen hat, wird hier von den Socken sein: «Die Landschaft ist schlicht atemberaubend, die Abgeschlossenheit ist beinahe greifbar. Man ist weit, weit weg von allem; das touristischste Gebiet liegt auf der anderen Seite des Salars. Das Weiss des Salzes vermittelt das Gefühl, man stünde auf einem Meer aus Eis, in der Regenzeit auf einem endlosen Spiegel. Ringsum herrscht absolute Stille. Und nachts... Es ist, als wäre man auf dem Mond! Das Camp befindet sich in einem Teil der Welt, wo aufgrund mehrerer Faktoren der klarste Himmel überhaupt zu beobachten ist.»

Allein sein, sich über den Rest der Welt erheben: etwas, das den Menschen seit je fasziniert. Eremiten und buddhistische Mönche haben sich stets an die höchstgelegenen Orte zurückgezogen, um dem Himmel näher zu sein. (Heutige Abgeschlossenheitssuchende könnten ergänzen: Und weiter weg von all den Viren!) Auf einem Planeten, der bald acht Milliarden Menschen fasst, wird das Alleinsein immer begehrt. Was natürlich seinen Tribut fordert. Ob das kleine Felsengasthaus Aescher in Appenzell, das die Besuchermassen nicht mehr zu bewältigen weiss, oder das Kloster Paro Taktsang in Bhutan: Was wie ein Adlernest kilometerweit über dem hektischen Alltag thront, wird über kurz oder lang von Ruheshungrigen überrannt werden.

Wahnsinnsarchitektur

Aber noch gibt es sie, die Oasen in luftigen Höhen: In China – Land des Zen, aber auch der zahlenmässig grössten Bevölkerung der Welt – eröffnet demnächst mitten in den Pingjiang-Bergen in der Provinz Hunan das Luxushotel Eagle Rock Cliffs. Auf Felsvorsprüngen gebaut, bietet es eine spektakuläre Sicht auf die umliegenden Flusstäler und Bambuswälder. Eine Wahnsinnsarchitektur à la James Bond, erdacht, um inneren Frieden zu finden.

Das Chalet Sheldon auf einem Gletscher in Alaska, das aus Stein gebaute Hotel Alila Jabal Akhdar im Gebirge von Oman: Auch das Reisebüro Voyageurs du Monde hat luxuriöse Ziele und massgeschneiderte Reisen abseits der ausgetretenen Pfade im Angebot. Jérôme Tissot, VdM-Geschäftsführer in der Schweiz, kennt den Wunsch nach Abgeschlossenheit vieler Reisender, gerade jetzt: «Die Zeit des Massentourismus ist vorbei. Heute stehen Rückzug und eine Pause von der ständigen Erreichbarkeit hoch im Kurs. Momente des Innehaltens, in denen man wieder zu sich selbst findet. Die Orte, an denen das uneingeschränkt möglich ist, sind rar – und unsere Spezialität.»

Höhenrausch ohne Schwindel; Abenteuer ohne Komfortabstriche; Abgeschlossenheit, ohne einsam zu sein... Wann gehts los? 📍



Für Umweltbewusste
Die Kachi-Lodge in der Uyuni-Salztonebene in Bolivien.
www.kachilodge.com



Für Weitsichthungrige
Das Bürgenstock Hotel & Alpina Spa in Obbürgen im Kanton Nidwalden.
www.burgenstockresort.com



Für Bergliebhaber
Das Sheldon Chalet im US-Bundesstaat Alaska.
www.sheldonchalet.com



Für Ästheten
Das aus Stein gebaute Hotel Alila Jabal Akhdar im Oman.
www.alilahotels.com/jabalakhdar

Orange Mechanik

DIE BIG BANG TOURBILLON AUTOMATIC ORANGE SAPPHIRE VON HUBLOT IST EIN COUP: DANK IHREM SAPHIRGEHÄUSE, IHREM TOURBILLON UND IHRER POPPIGEN FARBE.

TEXT DIE REDAKTION

DAS MATERIAL

Es hat fast zwei Jahre gebraucht, um synthetischen Saphir in dieser spezifischen Nuance zu entwickeln. Das Hightech-Material kam bei Hublot schon mit verschiedenen Effekten und in mehreren innovativen Farben – rot, blau, gelb, transparent – zum Zug; für diese auf 50 Exemplare limitierte Serie kommt nun ein poppig Orange hinzu. Hätte Hergés Professor Bienlein (für den der Schweizer Erfinder Auguste Piccard als Inspiration gedient hat) wirklich existiert, er hätte sich im Metallurgie- und Werkstofflabor von Hublot pudelwohl gefühlt. Was da alles ausgetüftelt wird! Ein Material zu entwickeln, das eine einheitliche Farbe mit keinerlei Unreinheiten, Bläschen und Rissen aufweist: Das ist eine kleine Revolution.

DAS GEHÄUSE

Es ist eine Premiere: Das Gehäuse aus gefärbtem Saphir sorgt für verblüffende Effekte, indem es als transparente Kulisse für die bei Big-Bang-Modellen typische Sandwich-Konstruktion dient.

DAS PATENT

Ein Klick – und die Uhr macht aus Ihnen einen Golden Boy, einen Abenteurer, einen Ästheten... Je nachdem, für welches Armband Sie sich am Morgen entscheiden. Das patentierte One-Click-System erlaubt es, im Handumdrehen Farbe und Material auszuwechseln.

DAS ARMBAND

Ein Goldgehäuse mit einem Kautschukarmband kombinieren? Was heute Mode ist, kam 1980 einem Erdbeben gleich. Hublot war die erste Marke, die ihre Uhren mit Kautschukarmbändern versah – eine entspannte Eleganz, die bald zum Markenzeichen wurde. Bei den Modellen aus Saphir tritt Silikon anstelle von Kautschuk, um einen transparenten Effekt zu erzeugen.



DIE LÜNETTE

Es ist die Geschichte eines einzigartigen Designs (und ein bisschen auch die des Erfolgs dieser Uhr): Die durchsichtige, aus fein poliertem, orange-farbenem Saphir bestehende Lünette ist vom Schiffbau inspiriert. Hingucker sind die sechs H-förmigen Schrauben sowie die beiden transparenten Seitenelemente.

DIE ZIFFERN

Stockfinstere Nacht ist nichts Furcht-einflössendes mehr, sondern Grund zur Freude: Mit Leuchtstoff beschichtete Zeiger weisen auf die ebenfalls leucht-fähigen Ziffern, die charakteristisch für die Big-Bang-Familie sind.

DAS UHRWERK

Völlig neu, komplett selbstständig entwickelt und hergestellt: voilà, das Hublot-Tourbillonwerk mit Automatikaufzug und Gangreserve von drei Tagen. Der bei 12 Uhr angebrachte Mikrorotor aus sandgestrahltem 22-karätigem Weissgold mit Sonnenschliff spiegelt die Drehungen seines Regulierorgans, des Tourbillons, das in perfekter Symmetrie bei 6 Uhr positioniert wurde und von vorn wie von hinten sichtbar ist. Ein Bijou der Uhrmacherarchitektur!

DIE INNOVATION

Seit die Big Bang im Jahr 2005 das Licht der Welt erblickt hat, hat Hublot nicht davon abgesehen, nach neuartigen Materialien zu suchen: Magic Gold (kratzfestes Gold), Keramik in lebhaften Farbtönen, Kevlar (eine robuste synthetische Faser), Kautschuk, Beton, Silicium... Hublot hat die Uhrmacherkunst aus ihrer gelb-, weiss und roségoldenen Tradition herausgeführt und auf die Fabrikation innovativer Werkstoffe gesetzt. Einer davon ist der synthetische Saphir: 2016 ist es Hublot gelungen, als erster Uhrenhersteller Modelle aus diesem unzertrennbaren Material zu fertigen. Es folgten farbige Stücke – erst in Rot, Blau und Gelb, bevor nun dieses Jahr mit der neuen Big Bang Tourbillon Automatic Orange Sapphire ein oranges Modell Weltpremiere feiert.

DIE MARKE

1980 in der Schweiz gegründet, zeichnet sich das Haute-Horlogerie-Haus Hublot seit jeher durch ein innovatives Konzept aus: die «Kunst der Fusion», die auf die visionäre Vorstellungswelt von Chairman Jean-Claude Biver zurückgeht und von Ricardo Guadalupe, CEO seit 2012, weiter beflügelt wird. Die Philosophie der Marke – «Be First, Different and Unique» – bringt es auf den Punkt: Hublot ist Avantgarde, sei es in puncto Entwicklung aussergewöhnlicher Materialien und Manufakturkaliber (Unico, Meca-10, Tourbillon), sei es beim Engagement bei wichtigen Events (FIFA World Cup™, UEFA Champions League™, UEFA EURO™) sowie bei der Auswahl einzigartiger Markenbotschafter wie Kylian Mbappé, Usain Bolt oder Pelé.



Kugelsicheres Monster aus Stahl: Der Cybertruck von Tesla.

Elektrische Kraftpakete

EIN INTERESSANTES EXPERIMENT: ELEKTRISCH BETRIEBENE PICK-UPS SOLLEN V8-JÜNGER BEKEHREN. DER US-MARKT IST AUSSCHLAGGEBEND.

TEXT DIETER LIECHTI

IN DEN USA liefern sich Start-ups und traditionelle Hersteller seit Monaten einen veritablen Ankündigungswettkampf. Denn egal, ob Elektropionier Tesla, traditionelle Hersteller wie General Motors und Ford oder die unzähligen Newcomer wie Rivian, Atlys oder Bollinger – sie alle wollen in naher Zukunft Elektro-Pick-ups der Superlative auf den Markt bringen.

Ausgerechnet Pick-ups! Die uramerikanische Fahrzeuggattung, die man sich ohne hubraumstarke, bollernde und spritschluckende V8-Motoren kaum vorstellen kann, soll von Elektromotoren angetrieben werden und ihre Energie aus Batterien ziehen? Was erst seltsam klingt und sogar von den US-Medien hinterfragt wird, macht (zumindest in den USA) durchaus Sinn. Zum einen sind Pick-ups noch immer die beliebtesten Autos in den USA und somit rein zahlenmässig ein extrem wichtiger Markt für elektrische Alternativen. Zum andern handelt es sich bei den Pick-up-Käufern überdurchschnittlich oft um eingefleischte Spritverfechter. «Wer den US-Markt erobern und verändern will, kann nicht allein auf Autonarren und Nerds setzen», erklärt Aarian Marshall vom Magazin «Wired». «Er muss den Durchschnittsbürger für sich gewinnen. Und der fährt Pick-up.»

Am Anfang dieser elektrisierenden Entwicklung steht Tesla mit dem futuristischen Cybertruck. Das fahrende Dreieck bricht optisch mit allen Konventionen und verfügt über eine Karosserie aus gehärtetem Edelstahl, die schlag- und schussicher sein

soll. Mit seinen Dimensionen (5,86 Meter lang, 2,03 Meter breit, 1,90 Meter hoch) orientiert sich der Cybertruck am US-Pick-up-Bestseller Ford F-150. Im Fahrerhaus ist Platz für sechs Personen, die Pritsche ist 1,98 Meter lang und die maximale Zuladung gibt Tesla mit 1588 Kilo an. Drei unterschiedliche Batteriepacks sorgen für Reichweiten von 402, 483 und 805 Kilometer und können mit drei Motorvarianten kombiniert werden. Der Grundpreis bewegt sich in den USA je nach Modell zwischen 39900 und 69900 Dollar. Die Auslieferungen des 2017 vorgestellten Cybertruck sind für Ende 2021 geplant.

Auto zieht Eisenbahn

Dass Elon Musk Ford als Hauptkonkurrenten in den Fokus rückt, ist kein Zufall: Der F-150 ist seit Jahrzehnten das meistverkaufte Auto in den USA. Und zwar nicht nur im Pick-up-Segment, sondern überhaupt. Und er kommt demnächst in einer Elektroversion auf den Markt. Schon seit ein paar Jahren testet Ford Prototypen auf der Strasse aus. Und setzte einen davon zu PR-Zwecken effektiv in Szene: Der Elektro-F-150 zog zehn mit 42 konventionellen Ford-Pick-ups beladene Eisenbahn-Waggons, die zusammen 454 Tonnen wogen. Ausserdem scheint Ford auch eine Version zu planen, bei der ein 1.0-Liter-Dreizylinder-Benziner als Range Extender zum Einsatz kommt – damit die Reichweitenangst auch jenseits des grossen Teichs kein Thema mehr ist.

Der elektrisch angetriebene General-Motors-Pick-up, mit dem der Konzern die Marke Hummer reaktiviert, hat fast so viel

Pick-ups sind in den USA noch immer die beliebtesten Autos

mediale Aufmerksamkeit bekommen wie einst der Cybertruck. Kein Wunder: Für die dreimotorige Topversion prognostizieren die Amis mehr als 1000 PS und ein Drehmoment-Maximum von knapp 15600 Newtonmeter. Das Robustdesign ist Hummer-typisch, und halbautonome Fahrfunktionen für den Highway sind ebenso an Bord wie innovative Offroad-Features. So kann sich der Hummer-Fahrer auf Unterbodenkameras und eine Allradlenkung verlassen. Und im sogenannten Crab-Mode kann der Fahrer per Tastendruck die vorderen und hinteren Räder diagonal stellen, um das Fahrzeug wie eine Krabbe fast seitlich zu bewegen. Erste Exemplare des Einführungsmodells Edition 1 sollen Ende Jahr zum Preis von 112595 Dollar auf die Strasse rollen und waren innert weniger Minuten ausverkauft.

Es geht auch preiswerter

Deutlich günstiger, weniger spektakulär, aber wohl ein paar Monate früher kommt der Rivian R1T daher. Die vier radnah installierten Elektromotoren sollen eine Gesamtleistung von 588 kW (800 PS) und im Höchstfall 1120 Newtonmetern liefern. Die maximal mögliche Batteriegrösse (180 kWh) sorgt für eine Reichweite von bis zu 640 Kilometern. Als Basispreis stellt Rivian für das 5,5 Meter lange Auto weniger als 70000 Dollar in Aussicht. Apropos Dollar: Das Elektroauto-Start-up Rivian hat im Januar weitere 2,65 Milliarden in der Investment-Kasse verbucht; darunter ist wieder Geld vom bisher schon grössten Investor Amazon.

Wer wird das Rennen machen? Bei einer Befragung von Cox Automotive zeigten sich 39 Prozent der Teilnehmenden an einem Elektro-Pick-up interessiert. Unter den vier vorgeschlagenen Modellen schnitt der Ford F-150 Electric – obwohl es von ihm noch kein offizielles Bild gibt – deutlich vor dem Tesla, dem Hummer und dem Rivian ab. ☉



Hummer EV



Rivian R1T



Kunst und Wissenschaft gehen bei La Prairie Hand in Hand. Diese Zeichnung von Nobuhiro Nakanishi hat viel mit der jüngsten Errungenschaft der Kosmetikfirma gemeinsam.

Neues Meisterwerk

DIE SCHWEIZER LUXUSKOSMETIKMARKE LA PRAIRIE STELLT IHRE NEUESTE ERRUNGENSCHAFT VOR: DIE INTENSIVKUR PLATINUM RARE HAUTE-REJUVENATION PROTOCOL.

TEXT DIE REDAKTION

DIESER MOMENT, in dem die Zeit stillsteht und die Ewigkeit erfahrbar wird: Gibt es ihn? Der japanische Künstler Nobuhiro Nakanishi hat ihn erlebt. Gleich doppelt, sogar: Das erste Mal, als er im Rahmen seiner Zusammenarbeit mit der Luxuskosmetikmarke La Prairie die Schweiz besuchte und die hiesigen Berge in ihrer ganzen Erhabenheit mit eigenen Augen sah, die schiere Endlosigkeit des Nachthimmels darüber erfasste und den Wind über seine Haut streichen spürte. Das zweite Mal, als er diese Erfahrung wenig später in ein Kunstwerk einfliessen liess, das im Rahmen der Lancierung des neuesten Meisterwerks der Schweizer Kosmetikunternehmens entstand (siehe grosses Bild und Bildbox rechts).

Intensivkur für die Haut


Vor fast einem Jahrhundert war ein anderer junger Mann ebenfalls fasziniert von der Idee, die Zeit anzuhalten. Der Schweizer Arzt und Ästhet Dr. Paul Niehans (1882-1971) begründete nach langer intensiver Forschung 1931 seine bahnbrechende Zellulärtherapie, die er – getreu der Überzeugung, dass «Verjüngung nicht dem Leben mehr Jahre, sondern den Jahren mehr Leben schenken» sollte – in seiner Clinique La Prairie am Genfersee einem exklusiven Kundenkreis angedeihen liess, zu dem unter anderen Papst Pius XII. und Kaiser Hirohito gehörten.

Inspiriert von Dr. Niehans' richtungsweisender Arbeit und gestützt auf die Skin-Biology-Forschung des 21. Jahrhunderts, hat die Luxuskosmetikmarke La Prairie Jahrzehnte später die Platinum Rare Collection entwickelt. Diese basiert auf der Wissenschaft von Haute-Rejuvenation, welche die Fähigkeit der Haut nutzt, sich

mithilfe diverser, von Signalmolekülen gesteuerter Verjüngungsprozesse selbst zu erneuern. Haute-Rejuvenation steuert dem alterungsbedingtem Nachlassen dieser Prozesse entgegen, indem es verjüngende Zellmechanismen in allen Hautschichten angeregt und so den Zeichen der Alterung Einhalt gebietet.

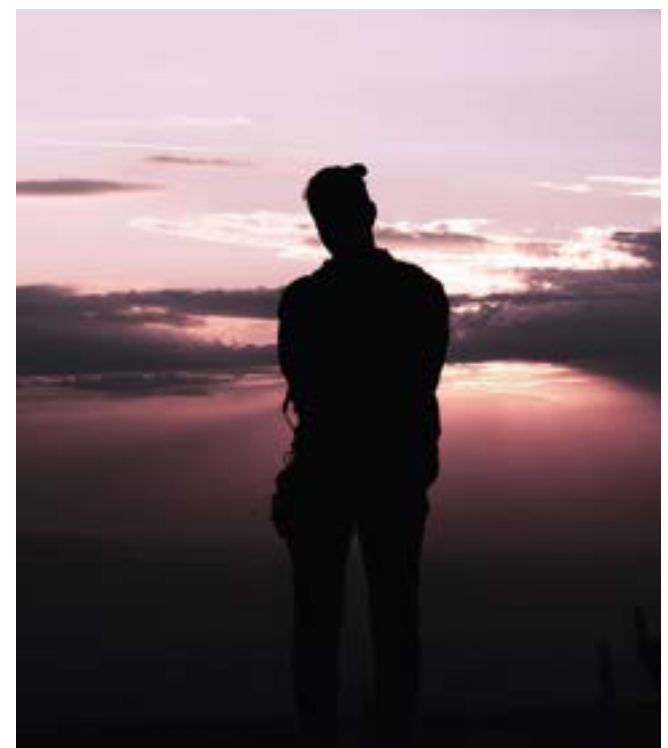
Nun hebt La Prairie Dr. Niehans' Vision auf ein neues Level und stellt eine Intensivkur vor, die sich perfekt ins Platinum-Rare-Pflegeritual einfügt: Platinum Rare Haute-Rejuvenation Protocol. Dabei unterstützt die Kur die Haut da, wo sie natürlicherweise mit zunehmendem Alter an Aktivität einbüsst: Weil die Stammzellen weniger Hautzellen produzieren, können diese auch weniger Bausteine für die extrazelluläre Matrix bilden – jene den einzelnen Hautschichten zugrunde liegende Struktur, die für Festigkeit, Elastizität und Dichte sorgt. Die Haut wird zunehmend dünner.

Dem wirkt La Prairie Platinum Rare Haute-Rejuvenation Protocol gleich dreifach entgegen. Indem vorübergehend die Durchlässigkeit der Hautbarriere erhöht wird, kann die Haut die in der Formel enthaltenen Aktivstoffe optimal aufnehmen und in vollem Umfang nutzen. Signalmoleküle regen das Zellwachstum an; das zum Patent angemeldete Platinum-Multi-Peptide sowie der exklusive Cellular Complex beleben die Hautzellen neu, die wiederum die extrazelluläre Matrix regenerieren. So gewinnt die Haut nicht nur sichtbar an Frische und Spannkraft – sie fühlt sich auch so an.

Dass die einzigartige Wirksamkeit dieser Formel in klinischen Studien nachgewiesen wurde, versteht sich von selbst. La Prairie wäre aber nicht La Prairie, wenn es nicht über seine Labors hinaus blicken würde. Mit den Augen von Nobuhiro Nakanishi, zum Beispiel. Es gibt ja so viel zu entdecken: Kleine, manchmal aber auch grosse Wunder... 



Platinum Rare Haute-Rejuvenation Protocol ist als vierwöchige Intensivkur konzipiert, die bis zu vier Mal pro Jahr durchgeführt werden kann. Das Etui beinhaltet drei Wirkstoff-Phiole sowie den exklusiven Platin-Katalysator zum Mischen und Aktivieren der Kur. Jede Phiole besteht aus zwei Kammern: je eine für die konzentrierte und die transparente Phase. Die beiden Formulierungen treffen erst unmittelbar vor dem Auftragen aufeinander, indem sie mithilfe des Katalysators zusammengebracht werden. So können sie ihre maximale Wirkungskraft entfalten, während das Versprechen der Verjüngung auch visuell erfahrbar wird.
www.laprairie.com



KUNST FÜR DIE EWIGKEIT

Das Werk «Eternal Circle» des in Osaka lebenden Künstlers Nobuhiro Nakanishi visualisiert den Traum, der die Forscher von La Prairie bei der Entwicklung von Platinum Rare Haute-Rejuvenation Protocol inspiriert hat: den Traum, die Zeit für einen Moment anzuhalten und sie zugleich in ihrem endlosen Fluss erfahrbar zu machen. 60 poetisch-minimalistische, aus zahllosen haarfeinen Linien bestehende Handzeichnungen wurden digital zu einem Video-Loop zusammengefügt, den der deutsch-britische Filmkomponist Max Richter («Waltz with Bashir», «Ad Astra») mit einem emotional-rhythmischen Soundtrack unterlegt hat. Die Video-Installation ist die zweite Kollaboration von Nakanishi und Richter für La Prairie; sie wird auf der virtuellen Plattform der diesjährigen Art Basel Miami Beach zu sehen sein. La Prairie pflegt seit Jahren eine rege Zusammenarbeit mit zeitgenössischen Kunstschaffenden und Kulturinstitutionen.
www.laprairie.com/de-ch/artists



1936

Jesse Owens überholt an den Olympischen Spielen in Berlin alle – in einem Paar Schuhe der Gebrüder Dassler.

Wie der **Blitz**

VON DEN ERSTEN SPIKES ZU GENOPPTEN SOHLEN BIS HIN ZU CARBONEINLAGEN: DIE GESCHICHTE DES LAUFSPORTS IST ENG MIT JENER DES LAUFSCHUHS VERWOBEN.

TEXT ESTELLE LUCIEN

RENNEN. Was soll man sonst tun? In Zeiten von Pandemie und Abstandspflicht fühlt sich das Joggen mehr denn je nach Freiheit an. Habitués sind froh, gegen Wind, Wetter und Covid-19 angaloppieren zu können, und Bewegungshungrige anderer Disziplinen montieren angesichts von geschlossenen Studios und Hallen zwangsläufig ebenfalls ihre Laufschuhe.

«Du kannst in jede beliebige Richtung und in jedem Tempo laufen, gegen den Wind und auf immer neuen Routen – und das alles allein mit der Kraft deiner Füße und Lungen.» Jesse Owens, der Autor dieser Worte und vierfache Goldmedaillengewinner bei den Olympischen Spielen 1936 in Berlin, vergisst dabei allerdings ein Detail: die Turnschuhe. Dabei wählte der US-Amerikaner seine Ausrüstung seinerzeit keineswegs unbedacht, als er unter den finsternen Blicken von Adolf Hitler über die Laufbahn flitzte. Dem selbsternannten «Führer» passte es gar nicht, dass hier ein schwarzer Champion seine Theorie der arischen Überlegenheit widerlegte. Vielleicht tröstete er sich damit, dass Owens Füße in Schuhen der deutschen Gebrüder Dassler steckten. Seit 1925 brachten Rudolf und Adolf «Adi» Dassler kleine Metallstacheln am Vorderteil der Sohle an, was die Bodenhaftung massiv verbesserte; die erste olympische Goldmedaille damit gewann 1928 Lina Radke in Amsterdam.

Auch jenseits des Ärmelkanals war man auf diese Idee gekommen, sogar schon etwas früher: Bereits im 19. Jahrhundert verkaufte die britische Firma J.W. Foster & Sons, heute Reebok, Schuhe mit solchen Spikes, während die Liverpool Rubber Company anno 1830 ein Modell aus Segeltuch mit Gummisohle entwickelt hatte. Diese Plimsolls waren für den Strand gedacht. Leicht und weich, konnte man damit praktisch geräuschlos durch die Gegend schleichen, «to sneak», wie das im Englischen heisst – womit die Herkunft des Wortes Sneakers erklärt wäre.

Drei Streifen, ein Swoosh

Gestützt auf diese Erstlingsversuche, konzentrieren sich die Dassler-Brüder in den 1930ern indes auf den Laufsport. 1939 bringen sie das Modell Marathon heraus – und setzen damit das Fundament einer bewegten Familiensaga, die mit einer nicht minder bewegten Zeit zusammenfällt. Verrat, Denunziation und eheliche Komplikationen führen 1948 zum Zerwürfnis zwischen den beiden. In der Folge entstehen zwei separate Firmen: Adi Dassler gründet Adidas, Rudi Dassler Ruda, das er bald in Puma umbenennt.

Der Rest ist Sportgeschichte. 1949 verstärkt Adi Dassler seinen Laufschuh mittels der berühmten drei seitlichen Lederstreifen; 1952 entwickelt er ein neues Marathon-Modell, das den legendären Emil Zátopek zu den Olympischen Spielen in Helsinki be-

gleitet. Acht Jahre später präsentiert Adidas in Rom seinen gleichnamigen Schuh mit Verstärkungen vorn und an der Ferse. «Ein revolutionäres Modell für die Läufer der 60er-Jahre», sagt Pierre Morath, Laufexperte und Autor des Dokumentarfilms «Free to Run» (2016). Allerdings ist es ein Barfuss-Champion, Abebe Bikila, der in Rom Furore machte, als er den Marathon in 2 Stunden und 15 Minuten absolvierte.

Vier Jahre später, 1964 in Tokio, holte der Äthiopier seinen zweiten Olympiasieg: drei Minuten schneller – und mit Pumas an den Füßen. Freilich steht der Athlet Kihachiro Onitsuka nahe, der 1949 Asics (ein Akronym von Anima sana in corpore sano) gegründet hat. Dessen Topmodell – der Tiger, der eigentlich für Basketballer gedacht war – wird bei Läufern immer beliebter, vor allem, seit Shigeki Tanaka 1951 darin den Boston-Marathon gewonnen hat. Das fällt auch einem gewissen Philip Knight auf, selbst Mittelstreckenspezialist und Marketingstudent. Der junge Amerikaner überzeugt Onitsuka, ihn mit dem Verkauf des Tigers in den USA zu betrauen und erhält 1963 eine erste Lieferung. Wenige Jahre später gründet er zusammen mit seinem Trainer Bill Bowerman die Firma Blue Ribbon Sports, die 1972 in Nike umbenannt wird. Namensgeberin ist die griechische Siegesgöttin, deren Flügel auch den heute weltbekanntesten «Swoosh» inspirieren.

Anfangs touren die Nike-Vertreter noch mit einem Van durch die Stadien, um ihren



Turnschuh zu bewerben, der noch stark an den Tiger von Asics erinnert. Bis Bill Bowerman auf ein Waffeleisen stösst, was ihn auf die Idee bringt, Gummisohlen dranzupressen. Und so wird 1974 der Nike Waffle geboren, dessen Noppenrelief die Traktion des Läufers verbessert; ein bisschen wie bei Stollenschuhen, aber ohne die Stollen. Der Waffle markiert einen Wendepunkt: Er wird zum meistverkauften Modell in den Vereinigten Staaten und wird von der «Vogue» zum «hottest symbol of status» erkoren. Es sind die «Jogging»-Jahre, in denen die Läufer-Community wächst und sich zunehmend auch um Läuferinnen erweitert, nicht zuletzt, weil Kathrine Switzer sich 1967 in den Boston-Marathon geschmuggelt hat, den bis da nur Männer bestreiten durften, und bewiesen hat, dass Frauen durchaus ein Platz in diesem Sport zusteht. Neben Adidas, Nike und Puma, die den Laufmarkt dominierten, mischen nun auch weniger renommierte Akteure im Lauffeld mit, wie zum Beispiel die ursprünglich auf orthopädische Schuhe spezialisierte Firma New Balance, die sich 1960 mit dem in mehreren Weiten erhältlichen Modell Trachsler einen Namen gemacht hat.

Mythische Modelle

Inzwischen schielt Nike in den Weltraum und spannt mit dem Nasa-Ingenieur Frank Rudy zusammen, um den Nike Air zu entwickeln: den ersten Sportschuh mit Luftkissen, das sich beim Auftreten komprimiert und den Fuss abfedert.

Für die Marken geht in den 80ern nichts über Technologie. «Denn beim Laufsport ist das einzige Gadget, das man technisch verbessern kann, der Schuh», erklärt Pierre Morath. So stellt Asics 1986 eine bahnbrechende Innovation vor: GEL. Ein Dämpfungs- und Stabilisierungssystem, das in den 90ern mit dem Kayano seinen Höhepunkt erreicht. Ein Morath zufolge «mythisches Modell». In diesem Strom von Innovationen halten nicht alle, was sie versprechen. Adidas integriert Schrittzähler und bietet ein Torsionssystem an. «Eine medizinische Fehlkonstruktion», so Morath.

In den Nullerjahren weht der Wind von anderswo. Das Buch «Born to Run» von Christopher McDougall setzt auf die Idee, dass Laufen zwar gut, aber ohne Turnschuhe noch besser sei. Als Beweis dafür führt der Autor die Tarahumaras an, ein Volk von

2005



Barfussgängern, die in der Lage sind, in der mexikanischen Sierra kilometerweit zu laufen, ohne wund zu werden. Sie inspirieren die minimalistische Strömung, die eine Kuriosität hervorbringt: den Vibram Fivefingers, den ersten Schuh zum Laufen ohne Schuhe. Aber irgendwie zieht das nicht, und so beschliessen neue Akteure, zur Sohle zurückzukehren, diese aber neu zu denken. Etwa beim One One der Marke Hoka, die 2009 in Annecy gegründet wurde und auf Maori so viel wie «über der Erde schweben» bedeutet. Das Prinzip dahinter: hohe Ferse mit weicher Sohle, in die sich Fuss regelrecht hineinschmiegt.

Und dann gibts natürlich noch die 2010 in der Schweiz gegründete Marke On, die ein Running wie auf Wolken verspricht. «Wir haben die Dämpfung neu erfunden», erklärt Olivier Bernhard vom Gründertrio, «indem wir einen Weg gefunden haben, die Aufprallkräfte mittels einzelner geometrischer Elemente zu absorbieren: den Clouds.»

Unlängst hat es schliesslich auch das omnipräsente Carbon in den Laufschuh geschafft. In die Sohlen eingelassen, sorgt er für bemerkenswerten Vortrieb. Welchen Anteil hatte der damit ausgestattete Nike Vaporfly 2019, als Eliud Kipchoge die 2-Stunden-Marke im Marathon knackte (1h 59' 40")? Tatsächlich wurde der Rekord nicht anerkannt, denn: Könnte das technische Doping sein? Ein neues Kapitel in der Geschichte des Laufsports beginnt – an dem sogar der Internationale Leichtathletikverband mitschreibt, indem er die Einführung neuer Technologie in Schuhen bis zu den Olympischen Spielen in Tokio sistiert. Weiter gehts diesen Sommer in Japan. Hoffentlich... ☺

SCHRITT FÜR SCHRITT

1960 New Balance lanciert den Trachsler mit Zackensohle. Er ist in verschiedenen Breiten erhältlich.

1967 Das Adidas-Modell von Kathrine Switzer, mit dem sie 1967 verbotenerweise am Boston-Marathon teilnimmt.

1974 Ein Waffeleisen inspirierte den legendären Nike Waffle.

1980 Der zweifache Olympia-Medaillengewinner Frank Shorter (1972/1976), setzte auf Asics, die japanische Marke, von der sich Nike anfangs viel abschaut.

2005 Der Vibram Fivefingers: der erste Schuh zum Rennen wie ohne Schuhe.

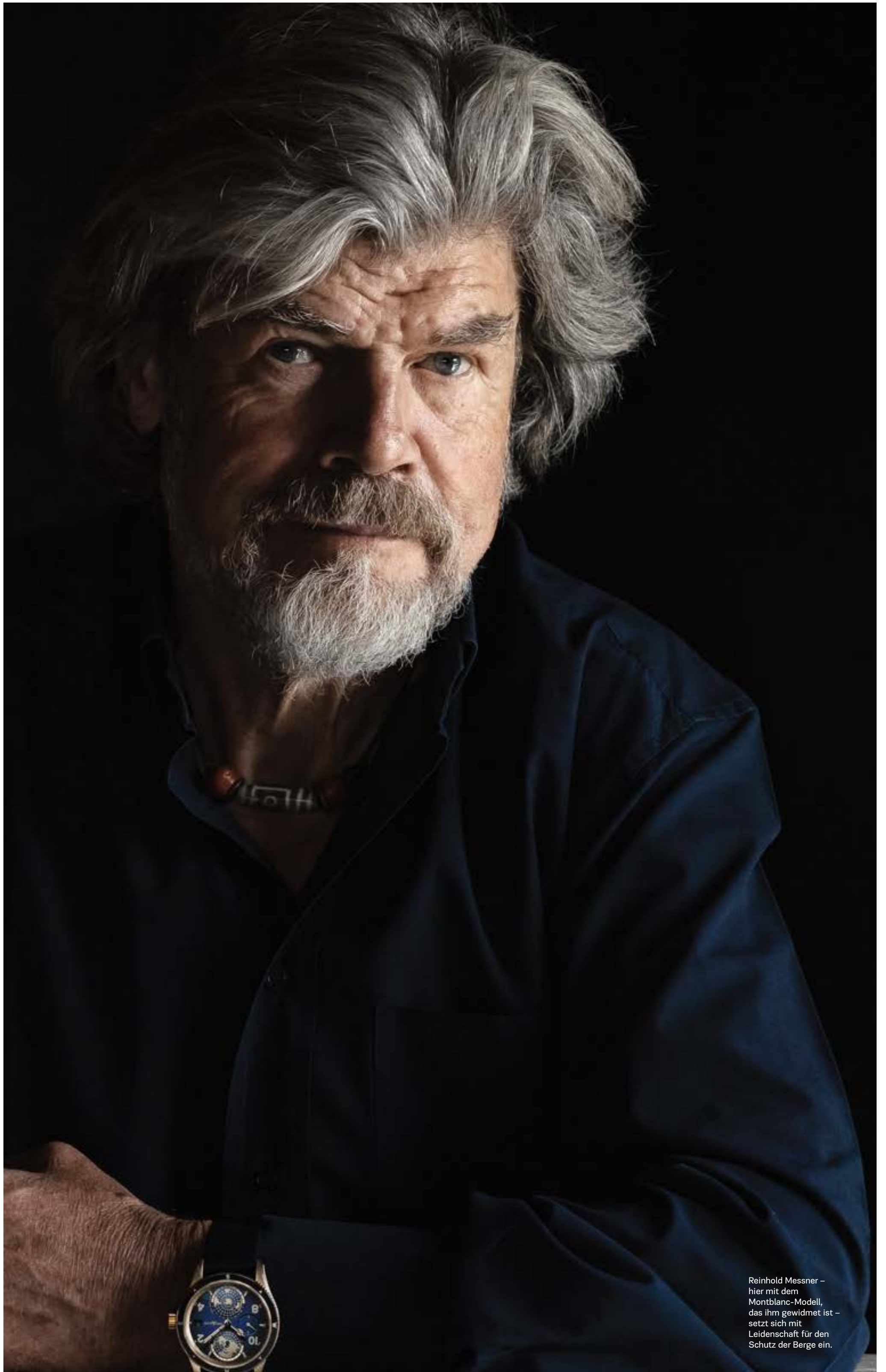
2010 Die Schweizer Marke On revolutioniert die Dämpfung. Die Cloud-Elemente ermöglichen ein Laufgefühl wie auf Wolken.

2019 Die Kenianerin Brigid Kosgei stellt einen neuen Weltrekord im Marathonlauf bei den Frauen auf: 2 Stunden, 14 Minuten, 4 Sekunden. An ihren Füessen: Der Vaporfly von Nike, der fast schon unheimlich schnell macht.



2019





Reinhold Messner –
hier mit dem
Montblanc-Modell,
das ihm gewidmet ist –
setzt sich mit
Leidenschaft für den
Schutz der Berge ein.

ENDLOSE

WELTEN

DER LEGENDÄRE ALPINIST UND ABENTEURER
REINHOLD MESSNER SIEHT ES MIT
 BESORGNIS, DASS DIE BERGE ZUSEHENDS
 ÜBERRANNT WERDEN. MANCHE REGIONEN
 DER WELT SOLLTEN WILD BLEIBEN, FINDET ER.

TEXT **RENATA LIBAL**

EIGENTLICH habe er schon sieben Leben gelebt, meint er lachend. Gerade ist er drauf und dran, das achte in Angriff zu nehmen. Und auch in diesem schlägt sein Herz nur für eins: für die Berge. Mit 76 Jahren ist Reinhold Messner eine Legende. 1978 waren er und Peter Habeler die ersten, die den Mount Everest ohne Zuhilfenahme von Flaschensauerstoff bestiegen. Zwei Jahre später bezwang Messner den höchsten Gipfel der Erde erneut, wieder ohne Flaschensauerstoff, diesmal aber im Alleingang. Heute ist die Messner-Liste – die Liste der jeweils höchsten Berge auf allen sieben Kontinenten – so etwas wie der heilige Gral für Bergsteiger mit Ambitionen; Messner selbst hatte sie bereits 1986 alle bezwungen. Was die sieben Leben anbelangt, die er erlebt haben will, so dürften es wohl sogar noch mehr gewesen sein; so mancher von Messners Weggefährten kam von einer Expedition nicht zurück.

Heute setzt sich der Südtiroler – der sich neben dem Alpinismus auch als Buchautor, Filmemacher und Mitglied des Europaparlaments hervorgetan hat – hauptsächlich dafür ein, die Berge als Orte der Stille, Langsamkeit und Erhabenheit zu erhalten. Im Rahmen seines Projekts «Messner Mountain Heritage» betreibt er das auf sechs Standorte verteilte Messner Mountain Museum; 2019 ist das Buch «Rettet die Berge» (Benevento-Verlag) erschienen.

Natürlich hat sein – wie immer pointierter, meinungsstarker, unbequemer – Appell gegen Massentourismus für gehobene Augenbrauen gesorgt. Es ist ja auch nicht ganz unproblematisch, dass ausgerechnet einer, der das Extrembergsteigen überhaupt erst populär gemacht hat, nun anderen dieselben Erlebnisse madig machen will. Messner ist das wurscht. Wer mit ihm debattieren will – nur zu! Sein Aufruf zur Mässigung, zu einem nachhaltigen Umgang mit der Natur kommt aus einer tiefen Überzeugung heraus. Während unseres Videotelefonats redet er sich in Rage, gestikuliert, vergisst dabei schon mal, ins Mikrofon zu sprechen, und wiederholt, was ihm besonders wirklich ist, extra laut. Die letzten paar Wochen im Homeoffice, zu Hause auf Schloss Juval im Südtirol, haben ihn ungeduldig gemacht, er fiebert den Aufritten rund um den Globus merklich entgegen. Das achte Leben des Reinhold Messner: Er geht es leidenschaftlich an. Wie gewohnt.

Wie fühlt sich ein Abenteurer, wenn er zum Zuhausebleiben gezwungen ist?

Ein bisschen wie ein Rentner. Erst recht hier, auf dem Schloss Juval, da ist man schon sehr isoliert. Ich warte auf meine Impfung. Langweilig ist mir aber nicht! Im vergangenen Frühling war ich während des Lockdowns in München und hab die Zeit genutzt, um ein Buch abzuschliessen («Gehe ich nicht, gehe ich kaputt», Malik-Verlag, Briefe aus 50 Jahren und ausgewählte Dokumente berühmter Bergsteiger, mit denen Messner Haltung und Antrieb grosser Alpinisten beleuchtet, Anm. d. Red.). Das hat mich eine gewisse Routine gelehrt. Aktuell ordne ich grade meine Ideen für die Zukunft, für mein achttes Leben. Mein letztes. Ich gebe mir noch fünf bis zehn Jahre.

Wie wird dieses achte Leben aussehen?

Ich möchte alle Hochburgen der Bergkultur zu besuchen. Geplant sind ein Monat in Australien, dann Neuseeland, Alaska, Slowenien... Ausserdem will ich meine Philosophie eines traditionellen Alpinismus unter die Leute bringen, vor allem bei den Jungen. Das ist ein internationales Thema. Mir schweben mehrtägige Festivals vor, mit öffentlichen Debatten, Vorträgen, Filmvorführungen. Ich wünsche mir, dass die Bergbewohner begreifen, wie wichtig es ist, ihre Heimat zu schützen, damit sie wild und unbezwingbar bleibt. Ich kämpfe gegen den Massentourismus an, der Jahr für Jahr aber hunderte Menschen auf den Everest spült. Das Gebirge darf kein Freizeitpark werden.

Gibt es da bereits Modelle, denen man folgen könnte? Regionen, die einen sanften Tourismus kultivieren?

Manche Regionen haben begriffen, dass es touristische Vorteile birgt, auf dieses Pferd zu setzen. Aber mein Ansatz ist ein anderer. Ich versuche, Menschen, die die Berge wirklich lieben, dazu zu bewegen, sich mit deren wahrer Wildnis auszusetzen, und sei es nur für kurze Zeit. Sie werden von diesem Erlebnis endlos zehren.

Was sind denn die Werte des traditionellen Alpinismus?

Die Wildnis ist zweifellos die beste Lebensschule. Nur dort können wir uns mit der Unendlichkeit messen. Nichts lässt uns Angst



EIN LEBEN FÜR DIE BERGE

OBEN LINKS

Ganz allein auf der Spitze des Nanga Parbat (8125 m ü. M.) in Afghanistan, 1978

OBEN RECHTS

Mit Peter Habeler beim Aufstieg auf den Mont Everest, 1978. Die beiden waren die ersten, die den höchsten Berg der Welt (8849 m ü. M.) ohne Zuhilfenahme von Flaschensauerstoff erklommen.

UNTEN LINKS

Seit ansässige Bauern Messner 1970 auf dem Nanga Parbat das Leben retteten, setzt er sich für die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Bergbewohner ein. Hier hilft seine Stiftung beim Wiederaufbau von Häusern nach einem Hochwasser des Flusses Indus.

UNTEN RECHTS

Einer der sechs MMM-Standorte (Messner Mountain Museum). Im Museumsbau von Zaha Hadid in den Dolomiten, auf dem Gipfelplateau des Kronplatzes auf 2275 m ü. M., geht der Blick in alle vier Himmelsrichtungen über die Landesgrenzen hinaus: von den Lienzer Dolomiten im Osten bis zum Ortler im Westen, von der Marmolada im Süden bis zu den Zillertalern im Norden.

und Glück so tief empfinden wie die intakte Natur. Angesichts ihrer Unermesslichkeit lernen wir, wer wir wirklich sind. Bis in die 1950er-Jahre sind die Leute einzig dafür in die Berge gestiegen. Als Kind wurde mir diese Denkweise mitgegeben, auch wenn ich das damals nicht begriffen habe. Später hatte ich das Glück, die grössten Alpinisten des letzten Jahrhunderts kennenzulernen, etwa Walter Bonatti. Den grossen Lionel Terray, den Philosophen der Berge, habe ich leider nicht gekannt, aber seine 1961 erschienene Biografie ist packend («Les conquérants de l'inutile», 2017 im Paulsen-Verlag neu aufgelegt, Anm. d. Red.).

Nun aber wird diese grossartige Landschaft banalisiert.

Dazu muss man sich eins vor Augen halten: Die Generation vor meiner konnte sich vielleicht drei Expedition leisten – im Leben, wohlgemerkt, so viel Geld und Zeit verschlang jede Reise in den Himalaya in den 1940ern und 50ern. Meine Generation war die erste, die zwei bis drei Expeditionen pro Jahr unternehmen konnte. Ich selbst hatte das Privileg, rund 100 Expeditionen zu unternehmen, und jede einzelne bedeutete einen derartigen Aufwand, als sei es die erste. Heute finden Sie manche dieser Destinationen in Reisekatalogen.

Wie kann man diesem Trend entgegenwirken?

Indem man zeigt, dass der Alpinismus kein Sport ist, sondern eine Suche. Heute üben 90 Prozent der Hobbykletterer an Kunststoffwänden. Ein toller Sport, der dieses Jahr erstmals an den Olympischen Spielen vertreten sein wird. Aber eben: ein Sport. Da gehts um Wettbewerb, um Zeitmessung, aber gefährlich ist das nicht. Beim Alpinismus hingegen ist der Mensch mit der wilden Bergwelt konfrontiert. Windige, eiskalte Leere, unvorstellbar weitläufig. Ich bin Abenteurer, kein Sportler. Ich habe nie Rekorden nachgejagt, und wenn ich mich mit jemandem gemessen habe, dann nur mit mir selbst.

Der Unterschied zwischen Kletterer und Alpinist, zwischen Sportler und Abenteurer liegt also vor allem auch beim mentalen Training?

Genau! Der Alpinist ist in einem gefährlichen Gelände ganz allein mit seinen Gefährten. Es gilt, Schwierigkeiten zu überwinden und ans Limit zu gehen. Man muss Gefahren voraussehen und sie dann mit Kreativität meistern können. Man muss den Berg kennen und sich selbst auch, denn Scheitern kann hier den Tod bedeuten. Das ist der springende Punkt, dass man Gefahren ausgesetzt ist: Welche Distanz ist der Alpinist bereit, auf sich zu nehmen, hinsichtlich der Sicherheit? Wenn man sich, sagen wir, auf dem Mont Blanc befindet und im Notfall einen Helikopter rufen kann, dann ist das kein Abenteurer. Man muss auf sich selbst gestellt sein, in einer Umgebung, wo kein Helikopter einem helfen kann. Mit jedem Schritt, der den Alpinisten weiter von der Sicherheit wegführt, wird der Alpinist klüger, umsichtiger.

In Extremsituationen ist es unmöglich zu sagen, **ob 15 Minuten verstrichen sind oder zwei Stunden**

Gibt es noch Berge, wo man diese Erfahrung machen kann?

Aber ja! Es gibt viel mehr Berge, die noch nie bestiegen wurden, als solche, auf denen schon mal jemand war. Es sind immer dieselben, welche die Massen anziehen: das Matterhorn, der Mont Blanc, der Everest, der Kilimandscharo, der Aconcagua... Die Leuten wollen da hoch, um bewundert zu werden. Nicht, weil sie eine Erfahrung für sich selbst machen wollen.

Aber sind diese wenig bekannten Berge nicht leichter zu erklimmen?

Die Technik hat die Parameter enorm verändert. Dank dem GPS findet man sich überall zurecht. Satelliten visualisieren für uns jede noch so unzugängliche Stelle. Es ist schwer, sich einer unerschlossenen Umgebung zu stellen, wenn es eigentlich keine unerschlossenen Flecken mehr gibt. Da bleibt einem nur eins: Auf jegliche technische Hilfe zu verzichten, ebenso auf Flaschensauerstoff, und minimal ausgerüstet loszuziehen, auf einem wenig beschrifteten Trasse des Everests oder in der Antarktis, egal. Der Faktor Abenteurer verhält sich umgekehrt proportional zur Ausrüstung.

Sie glauben an die Entschleunigung.

So ist es. Und zwar nicht nur beim Alpinismus. Wir sind acht Milliarden auf dieser Erde, auf lange Sicht werden wir nur überleben, wenn wir uns mässigen. Weniger Material in den Bergen, aber auch weniger Fernreisen, weniger Autos, weniger Konsum. Ich propagiere die Lust am Verzicht. Verzicht muss endlich als etwas Positives erkannt werden. Wir können uns nicht mehr wie Kinder vor der Süßigkeitenauslage an der Kasse verhalten und mehr haben wollen, als wir handhaben können. Wir müssen lernen, uns zu sagen: Das brauche ich nicht, warum soll ich es also kaufen? Ohne bin ich glücklicher.

Damit rennen Sie bei der Generation Greta offene Türen ein.

Sie protestieren viel, aber tun wenig. Aber ich war ja auch mal jung



HIMALAYA Eis, so weit das Auge reicht: Reinhold Messner und Peter Habeler bei der Besteigung des Mont Everest. Jeder Schritt ist ein Risiko.

und hatte zweifellos eine ähnlich idealistische Haltung. Bloss: Um wirklich etwas zu verändern, müssen sich die Jungen gut ausbilden und in die Politik. Verzichtprogramme politisch durchzubringen ist schwer. Die Populisten, die die Leute mit dem füttern, was sie hören wollen – im Stil von «America first» – habens da einfacher.

Was hat Sie im Rückblick dazu getrieben, all diese unmöglich scheinenden Expeditionen zu unternehmen?

Erst wars die Tatsache, dass ich aus einem Bergdorf stammte, wo alles so beengt war. Geografisch, aber auch im übertragenen Sinne. Als Kind entfloh ich dem, indem ich auf Gipfel stieg und in die Ferne schaute. Dabei wurde mir bewusst, dass die Welt mehr zu bieten hat als meine Heimat. Später, mit 25, habe ich meinen jüngeren Bruder Günther bei unserer gemeinsamen Expedition auf den Nanga Parbat verloren. Damals musste ich entscheiden, wie meine Zukunft aussehen sollte. Freunde und Familie drängten mich, mir einen normalen Job zu suchen, konkret stand Architektur im Raum. Ich entschied aber, meinen Weg weiterzugehen. Ich habe die Disziplin gewechselt, weil ich ohne meinen Bruder nicht mehr gleich gut klettern konnte, und machte mich an die Eroberung der höchsten Spitzen. Fünfmal habe ich anschliessend das Metier gewechselt, wurde Abenteurer im Hohen Norden, Filmemacher, Museumskurator, grüner Politiker im Europaparlament... Und jedes Mal fing ich bei Null und hab mein ganzes Herzblut für das jeweilige Projekt aufgewendet.

Wie haben Ihre Wurzeln Ihre Laufbahn beeinflusst?

Ich stamme aus einer Familie mit neun Kindern. Wir waren acht Jungen und ein Mädchen, ich war der Zweitälteste. Wir wurden so erzogen, dass man sich umeinander kümmerte und zusammenhielt, und wir waren immer draussen an der frischen Luft. Mein Vater war Alpinist und lehrte uns alles über die Bergwelt und das Klettern. Schon als Knirpse wussten wir uns allein durchzuschlagen. Wir haben einen Instinkt für die Berge entwickelt; das war wohl das, was mir später am meisten von Nutzen war. Es half mir, am Leben zu bleiben. Ich habe mich oft in Situationen wiedergefunden, wo das Ziel nur noch war, zu überleben.

Die Lust am Abenteuer lag wohl bei Ihnen in der Familie...

Ja. Da war Günther, das Kletterass. Dann war da mein sechstjüngster Bruder Siegfried, der 1985 in den Dolomiten umgekommen ist. Und da ist Hubert, der neben seiner Arbeit als Frühgeburten-Mediziner dem Abenteuer auch nicht abgeneigt ist. Wir sind zusammen auf Expedition in die Arktis, nach Grönland und zum Nordpol gegangen, ausserdem zum Himalaya.

Die Marke Messner ist bis heute ein Familienunternehmen.

Meine Frau Diane arbeitet mit mir zusammen an meinen Projekten, mein Sohn Simon, der Filmemacher ist, hat mich bei einigen Filmprojekten unterstützt. Meine Tochter Magdalena kümmert sich

um die Museen, keine leichte Aufgabe derzeit. Es sind insgesamt sechs, alle in Italien, eines davon ist im Schloss Juval untergebracht, wo ich lebe.

Sie waren die Inspiration für ein Uhrenmodell der Marke Montblanc, die 1858 Geosphere, die eine Hommage an die Messner-Liste ist. Was verbindet Sie mit der Marke?

Montblanc verkörpert Werte, die auch im Alpinismus zentral sind: erstklassiges Material, Eleganz, Präzision, Tradition. Aus diesem Grund habe ich mich auf die Zusammenarbeit eingelassen. Gemeinsam setzen wir uns für die Stiftung ein, die ich gegründet habe, um die Bergbewohner der Nanga-Parbat-Region zu unterstützen. Die Menschen dort leben wirklich in prekären Verhältnissen. Wir setzen uns namentlich für die Schulbildung der Kinder ein, die bisher keine andere Wahl hatten, als sich im Flachland eine Werkätigkeit zu suchen, die von Sklaverei nicht weit entfernt war. Und dann spricht mich der Markenname natürlich auf einer emotionalen Ebene an. Ich habe den Mont Blanc mehrmals bestiegen, unter anderem in den 1960ern über die schwerstmögliche Route, über die Frêneflanke an der Südwand. Ein unvergessliches Erlebnis.

Und die Uhr an sich? Ist sie für Abenteurer denn von praktischem Nutzen?

Gewiss! Bei einer Uhr zählen für mich zwei Funktionen: Uhrzeit und Datum. Stellen Sie sich vor, Sie seien in der Antarktis unterwegs. Das Licht verrät kaum etwas über die Tageszeit. Sie arbeiten sich in fließenden Bewegungen vor, setzen jeden Schritt ganz bewusst, derart konzentriert, dass Sie nicht darauf achten, wie die Zeit verstreicht. Im normalen Leben kann jeder ungefähr die Länge einer Stunde einschätzen. In Extremsituationen aber ist es unmöglich zu sagen, ob 15 Minuten verstrichen sind oder zwei Stunden. Aber genau da ist es fundamental, das zu wissen. Und was das Datum angeht, so verliert man nach ein paar Wochen Trekking komplett die Übersicht über die verstrichene Zeit. Man befindet sich in einer anderen Dimension. Aber auch da ist es sehr wichtig, zu wissen, ob man noch im Zeitplan ist oder nicht. Eine Uhr ist deshalb ein zwar kleines, aber zentrales Werkzeug. Ich hatte auf keiner einzigen Expedition Sauerstoff dabei, aber ohne Uhr bin ich nie aufgebrochen. Das Montblanc-Modell konnte ich nie unter Extrembedingungen testen, aber aus Erfahrung kann ich sagen, dass gute Fabrikate die Bedingungen gut wegstecken.

Denken Sie, dass die Corona-Krise die Sicht der Menschen auf die Natur verändern wird?

Ich würde es mir wünschen, habe aber wenig Hoffnung. Ich fürchte, dass sich, wenn alles durchgestanden ist, vielmehr alle in die Läden und auf die Flugzeuge stürzen werden. Deshalb ist es mir wichtig, möglichst rasch wieder an die Arbeit gehen zu können. Ich wünsche mir so sehr, dass die Leute begreifen, dass sie ihrem Leben auch anders einen Sinn geben können als durch das ewige Konsumieren. ☺



MONTBLANC FEAT. MESSNER

Die 1858 Geosphere von Montblanc verfügt über eine Weltzeitkomplikation mit zwei drehbaren gewölbten Globen, die jeweils für die nördliche und die südliche Halbkugel stehen und sich in 24 Stunden einmal um die eigene Achse drehen. Bei der Messner Limited Edition (262 Exemplare in Anspielung an die 26 200 Fuss, die er insgesamt bestieg) zieren den Gehäuseboden eine Abbildung des Mont Blanc, die vollständige Messner-Liste, ein Kompass und zwei gekreuzte Eispickel. Zudem verfügt die Limited Edition über eine gravierte Signatur von Reinhold Messner.



Nichts für Wasserscheue

NAUTISCHE UHREN FÜRCHTEN WEDER STURM NOCH WELLENGANG. DAMIT SIND SIE AUF HOHER SEE GENAU IN IHREM ELEMENT – ALLERDINGS FÜHLEN SIE SICH AUCH IM TROCKENEN WOHL.

TEXT MATHILDE BINETRUÿ

DA IST ZUNÄCHST MAL das technische Know-how. Dann das stolze historische Erbe. Ferner sind da die Zuhilfenahme der Himmelskörper zwecks Orientierung, der Geruch von Abenteuer und die Leidenschaft, die entfacht wird... Soll noch einer sagen, dass Uhrmacherei und Segeln nichts miteinander gemein haben! Beides Kinder von Forschung und Präzision, sprechen sie oft auch dieselbe Zielgruppe an. Kann durchaus sein, dass man eine Regattauhr am Handgelenk einer uhrbegeisterten Wasserratte antrifft – oder die flatternde Werbefahne eines Uhrenherstellers an einem Mast.

Die beiden Disziplinen näherten sich erstmals im Zeitalter der Aufklärung an. Damals, als die Seefahrt noch lange Wochen auf See, Messungen mit dem Sextanten und mathematische Berechnungen unterm Sternenhimmel bedeutete, begleiteten Marinechronometer Seereisende in alle Ecken der Erde. In einer Zeit ohne Satellitenverbindung und VHF war das die einzige Möglichkeit, sich unter-wegs zurechtzufinden; Abenteuerer waren damals keine Sportler, sondern unerschrockene Pioniere.

Ankerlichter, ein letzter Blick auf die im Hafen Zurückgebliebenen, das Festland in der Ferne verschwinden sehen... Manches ist heute nicht viel anders als damals. Anderes schon, zum Beispiel der obligate Kanonenschuss bei der Abfahrt. Auch beim Wettbewerb gehts heute nicht mehr darum, möglichst viel unbekanntes Terrain anzusteuern, sondern darum, Strecken möglichst rasch zu schaffen. Kein Wunder, sponsern Uhrenhersteller gern Segelveranstaltungen. So etwa den Sail GP, gewissermasser die Formel 1 des Meeres, wo superschnittige Katamarane schon mal Geschwindigkeiten von 90 km/h erreichen. Presenting Partner und offizieller Zeitnehmer ist Rolex; die Firma ist schon seit sechzig Jahren im Segelzirkus dabei.

Ein weiterer temporeicher Event ist der America's Cup. Die Geschichte dieser ältesten Regatta der Welt geht ins Jahr 1851 zurück: Im Rahmen der Weltausstellung in London forderten die US-amerikanischen Dockers die Kollegen vom Royal Yacht Club zu einem Wettsegeln zur Isle of Wight (51 Meilen bzw. 82 km) heraus. Sieger war der Schoner «America» des New York Yacht Club, der vierzehn der besten britischen Konkurrenten austach; nach ihm ist auch der Wanderpokal benannt, der bis heute weitergegeben wird. Die 36. Austragung des America's Cup soll vom 6. bis 15. März 2021 vor Auckland stattfinden; offizieller Zeitmesser ist Omega. «Das freut uns natürlich enorm», sagt CEO Raynald Aeschlimann, «ebenso, ein weiteres Mal das Emirates-Team New Zealand begleiten zu dürfen. Der America's Cup liegt uns sehr am Herzen.»

Boliden der Meere

Auch andere Marken machen sich als Sponsoren gern nass, etwa Panerai für das Team Luna Rossa. «Eine Partnerschaft, die symbolisch für all die Werte steht, die uns wichtig sind: technische Innovation, Spitzenqualität made in Italy, die Liebe zum Meer – und Wagemut», fasst Jean Marc Pontroué, Geschäftsführer bei Panerai, zusammen. Und tatsächlich ist die Suche nach immer wieder neuen, zugleich leichten und robusten Materialien etwas, was die Seglerei mit der Uhrenbranche verbindet. So hat Panerai unlängst ein Gehäuse aus Carbotech™ entwickelt, einem Kunststoff auf Karbonfaserbasis, der trotz seines geringen Gewichts resistent gegen äussere Einwirkungen und zudem nicht korrosionsanfällig ist – und der auch beim Bau des Schalenrumpfs der AC75-Yacht Verwendung fand. Das Schiff ist auf den Titanboden der Uhr eingraviert, dazu das Luna-Rossa-Logo und der America's Cup. Ein weiteres Material, das in der neuen Luminor Luna Rossa Anwendung



LINKE SEITE: Rolex ist Partner der SailGP, eines 2019 ins Leben gerufenen internationalen Segelwettbewerbs mit Hochleistungs-F50-Folienkatamaranen. **DIESE SEITE, LINKS OBEN:** America's Cup; das Team von Luna Rossa wird von Panerai gesponsert. **LINKS UNTEN:** America's Cup; offizieller Zeitmesser und Partner des Emirates-Teams New Zealand ist Omega. **OBEN:** IWC Schaffhausen spannt mit dem Bootsbauer Solaris zusammen.

Hier wie dort gehts um **Präzision**, aber auch um Raffinesse und Eleganz

fand: Scafotech™. Das innovative und nachhaltige Material besteht aus Kohlenstofffasern, die aus Resten vom Rumpf und den Tragflügeln der AC75-Yacht des italienischen Teams gewonnen wurden. Sie wurden recycelt und zu einem Hightech-Polymer für die Verwendung als Zifferblatt geschmiedet.

Anderes Rennen, anderer Sponsor. Ulysse Nardin begleitet die Segler an der wohl härtesten Einhandregatta der Welt: der Vendée Globe, die entlang des Südpolarmeers einmal um den Globus führt. Das Modell Diver x Cape Horn der Marke hat eine schwarzes Textilarmband mit safranfarbener Ziernaht, das an die Gewürzroute erinnert, die um Feuerland herumführt, während auf der Rückseite des Gehäuses aus DLC (diamond-like carbon) die 24000 Seemeilen (44448 km) lange Route in miniature eingeprägt ist.

Und dann sind da natürlich noch jene Marken, die das Ganze kunstvoll mit einem Hauch von Jetset verbinden. IWC zum Beispiel spannt mit Solaris Yachts zusammen, einem Unternehmen, das seit den 1970ern hochseetaugliche Segelyachten für gehobene Ansprüche baut und perfekt zur IWC Portugieser passt. Hublot setzt auf den Bol d'Or Mirabaud auf dem Genfersee, eine der wichtigsten Binnenseeregatten Europas; und Richard Mille ist Partner der Voiles de St Barth in der Karibik. Schicker – und blauer – gehts nicht.

Ein Wort gibts im Fachjargon, das kein Segler gern hört: Flaute, also Windstille. In der Uhrmacherterminologie wäre das Äquivalent dazu vermutlich Magnetismus. Denn in beiden Fällen geht dann jeweils nichts mehr. Und das ist ein Zustand, den man hier wie dort überhaupt nicht mag. Vielmehr will man in Bewegung bleiben, noch schneller beziehungsweise noch präziser werden, noch raffinierter, gern auch noch eleganter... Kein Wunder ist das ein Duett, das bestens funktioniert! ☺

MARITIME BEGLEITER

VON OBEN NACH UNTEN

OMEGA Seamaster Planet Ocean 36th America's Cup Limited Edition, Stahlgehäuse, 43,5 mm, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 600 m. **Funktionen:** Stunden, Minuten, Sekunden, Datum, einseitig drehbare Taucherlunette aus blauer Keramik mit Taucherskala aus Liquidmetal™. Auf 2021 Exemplare limitierte Edition, 7000 Fr.

ROLEX Oyster Yachtmaster II, Gehäuse aus Oystersteel, 44 mm, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 100 m. **Funktionen:** Stunden, Minuten, kleine Sekunde auf 6 Uhr, Countdown-Funktion mit mechanischem Speicher und der Synchronisation «im Flug», zentrale Sekunde mit Stoppvorrichtung, 17 800 Fr.

OFFICINE PANERAI Luminor Luna Rossa GMT, Gehäuse aus sandgestrahltem Titan, 42 mm, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 300 m. **Funktionen:** Stunden, Minuten, kleine Sekunde auf 9 Uhr, Datum, GMT. Lunette aus Carbotech™, Zifferblatt aus Scafotech™. Auf 250 Exemplare limitierte Edition, 21 300 Fr.

ULYSSE NARDIN Diver x Cape Horn, Titangehäuse, 44 mm, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 300 m. **Funktionen:** Stunden, Minuten, kleine Sekunde und Datumsfenster auf 6 Uhr, Gangreservenanzeige auf 12 Uhr, 9900 Fr.

IWC Portugieser Yacht Club Moon & Tide, Gehäuse aus 18-Karat-Rotgold, 44,6 mm, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 60 m. **Funktionen:** Stunden, Minuten, Zentrumssekunde mit Stoppvorrichtung, Datum, Gezeitenanzeige, Doppelmond für die nördliche und südliche Hemisphäre mit integriertem Display der Nipp- und Springtiden, 35 000 Fr.



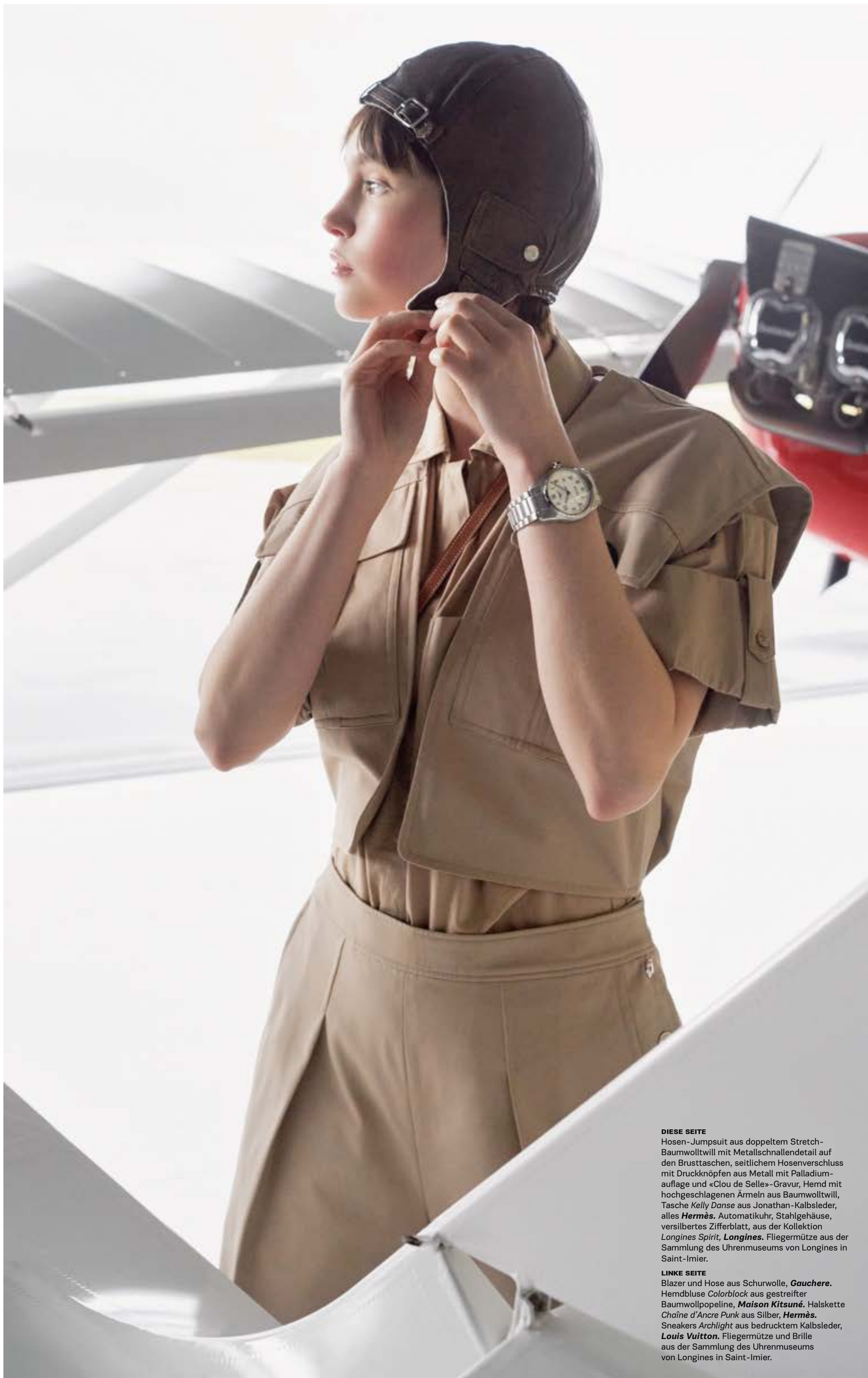
MODE

FLIEG MIT MIR

ZEITLOSE WERTE: BUNDFALTEN, GUTE SCHNITTE, LEDERDETAILS –
UND EIN HAUCH VON NONCHALANCE.

FOTOS **BENOÎT PEVERELLI** STYLING **SIMON PYLYSER**





DIESE SEITE

Hosen-Jumpsuit aus doppeltem Stretch-Baumwolltwill mit Metallschnallendetail auf den Brusttaschen, seitlichem Hosenverschluss mit Druckknöpfen aus Metall mit Palladiumauflage und «Clou de Selle»-Gravur, Hemd mit hochgeschlagenen Ärmeln aus Baumwolltwill, Tasche *Kelly Danse* aus Jonathan-Kalbsleder, alles **Hermès**. Automatikuhr, Stahlgehäuse, versilbertes Zifferblatt, aus der Kollektion *Longines Spirit*, **Longines**. Fliegermütze aus der Sammlung des Uhrenmuseums von Longines in Saint-Imier.

LINKE SEITE

Blazer und Hose aus Schurwolle, **Gauchere**. Hemdbluse *Colorblock* aus gestreifter Baumwollpopeline, **Maison Kitsuné**. Halskette *Chaîne d'Ancre Punk* aus Silber, **Hermès**. Sneakers *Archlight* aus bedrucktem Kalbsleder, **Louis Vuitton**. Fliegermütze und Brille aus der Sammlung des Uhrenmuseums von Longines in Saint-Imier.

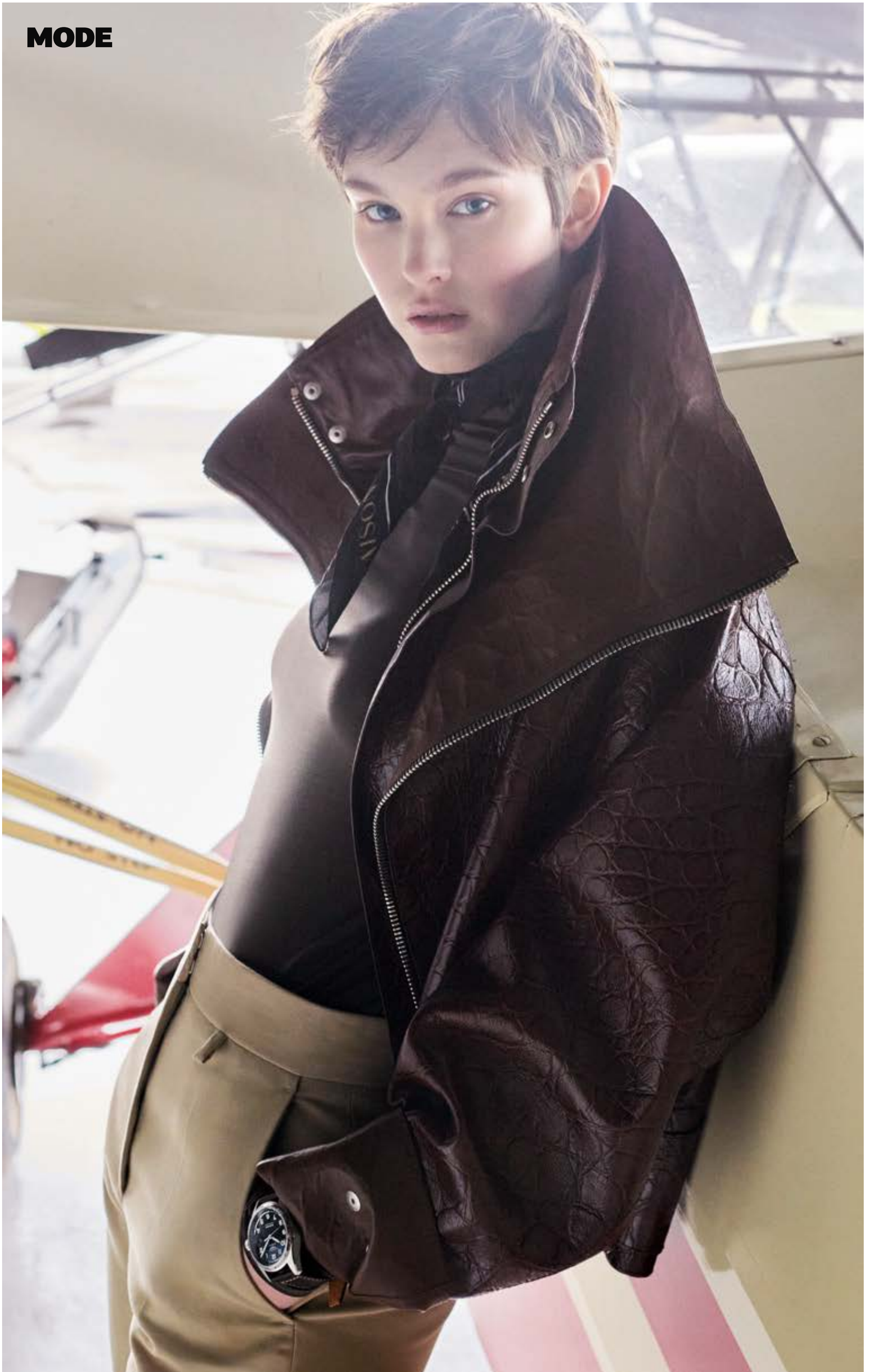


DIESE SEITE
Jacke aus Baumwolltweed mit Bijouxknöpfen, Jeans, Ohrring aus Metall, Kunststoff und Strass, alles **Chanel**. Automatikuhr, Stahlgehäuse, versilbertes Zifferblatt, Lederarmband, aus der Kollektion **Longines Spirit**, **Longines**. Fliegermütze und Brille aus der Sammlung des Uhrenmuseums von Longines in Saint-Imier.

RECHTE SEITE
Trenchcoat aus Baumwollgabardine, **JW Anderson**. Top aus Seide und Jacquard, Baumwollhose, **Chloé**. Seidenfoulard als Gürtel getragen, **Hermès**. Fliegermütze aus der Sammlung von Longines.



MODE





DIESE SEITE

Militärparka aus Funktionsnylon, Polokleid aus gestreiftem Baumwollpiqué, **Maison Kitsuné**. Baumwollhose, **Coperni**. Clogs aus Kalbsleder mit Sohlen aus Buchenholz und Details aus Metall, **Hermès**.

LINKE SEITE

Kurze Windjacke aus Leder, Bundfaltenhose aus Baumwolle, **Givenchy**. Top aus Polyamid, **Gauchere**. Baumwollfoulard, **Maison Kitsuné**. Automatikuhr, Stahlgehäuse, mattschwarzes Zifferblatt, Lederarmband, aus der Kollektion *Longines Spirit*, **Longines**.

ART DIRECTION Géraldine Dura **PRODUKTION** Endrit Nurcaj **FOTOASSISTENZ** Valentin Woëffray **HAARE UND MAKE-UP** Tilia Novotny **MODEL** Jade **VENUE** Flugplatz Neuchâtel-Colombier

DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT MIT LONGINES.

Frei wie ein Vogel

DIE UHREN AUF DEN VORANGEHENDEN SEITEN ERINNERN AN DIE PIONIERINNEN DER LUFTFAHRT. LONGINES HAT SIE UND IHREN ZEITLOSEN STIL SEIT JEHER BEGLEITET.

TEXT DIE REDAKTION

IN DER STADT trägt Fräulein Matilde Moisant einen Federhut, ein langes Kleid, Pumps. Beim Fliegen setzt sie auf eine lederne Kopfbedeckung und dunklen Cordstoff, ihre Schnürstiefel reichen ihr bis zu den Knien. Welches der beiden Outfits ist anmutiger? Die Frage, die die amerikanische Pilotin mittels Fotos in der «Revue aérienne» von 1912 stellt, ist nicht so banal, wie sie klingt. Denn als zu Beginn des 20. Jahrhunderts neben den Piloten auch Pilotinnen auf den Flugplätzen auftauchen, stehen sie vor zwei Problemen. Erstens müssen sie Anfeindungen parieren – und zweitens ein Flugoutfit finden, das Bewegungsfreiheit erlaubt, ohne zu schockieren. Die Kleingeister lassen die unerschrockenen Damen links liegen; was die Kleidung anbelangt, mixen sie gekonnt Komfort mit Eleganz, sogar wenn das bedeutet, manches selbst von Hand anfertigen zu müssen. Was für ein Anblick ist etwa Elinor Smith in ihrem figurbetonten Einteiler mit Pluderhose!

Und in puncto Heldentaten sorgen die fliegenden Damen erst recht für Furore. Baronin Raymonde de Laroche ist 1910 die erste Frau, die den Pilotenschein macht, während Hélène Boucher sich als Luftakrobatin hervortut. Die Luftfahrt steckt noch in den Kinderschuhen, die Risikobereitschaft ist extrem, doch die Enthusiastinnen kämpfen mit allen Mitteln gegen die etablierte Ordnung für ihr Recht aufs Fliegen. Zwar holt der Erste Weltkrieg sie zwischenzeitlich auf den Boden zurück. Doch nach seinem Ende machen sie sich wieder an die Eroberung der Lüfte: Am 1. April 1921 schafft Adrienne Bolland als erste Frau den Alleinflug über die Anden. Etwa zeitgleich klettert eine 23-Jährige in den USA zum ersten Mal in ein Cockpit. Ihr Name ist Amelia Earhart – und die Geschichte wartet auf sie.

Obwohl sie behauptet, «just for fun» zu fliegen, stellt die junge Frau 1922 einen Rekord auf, indem sie die Höhe von 4300 Metern erreicht. Zehn Jahre später überquert sie als erste Frau den Atlantik im Alleingang, nur wenige Monate, nachdem ihre gerade mal 19-jährige Landsfrau Elinor Smith einen neuen Höhenrekord aufgestellt

hat: 9929 Meter! Wie die Männer trotzen auch diese beiden Virtuossinnen der Lüfte dem Lärm, den Erschütterungen, der Kälte und dem Wind im offenen Cockpit.

Hommage im Vintage-Stil

Von Beginn weg haben Longines-Uhren all jene begleitet, die das vermeintlich Unmögliche versuchen – in der Luft, aber auch zu Wasser und zu Land. Die Marke aus Saint-Imier im Berner Jura rüstete Flugzeuge mit Präzisionsinstrumenten aus und übertrug ihr Chronometrie-Know-how auch auf Armbanduhren. «Sie hat perfekt funktioniert», lobte Elinor Smith ihre Uhr nach ihrem Rekordflug. Die Marke mit der geflügelten Sanduhr im Logo ist daher auf vielen Archivfotos zu sehen, wo sie zur Aura der Eroberin beiträgt, die mit festem Blick, hoch erhobenem Kinn und unerschütterlicher Attitüde in die Kamera blickt.

Die Longines Spirit-Kollektion wurde kürzlich als Hommage an eben diesen Esprit und an die kühnen Köpfe jener Zeit lanciert. Ihr Design lehnt sich mit Vintage-Elementen stilistisch an die Modelle von damals an. (Die Technik ihrerseits ist von heute, keine Bange.) Die Herzen dieser

Uhren schlagen (oder sollte man sagen: ticken) für Erkundung, Eroberung und Adrenalin; schliesslich ist die Kollektion all jenen gewidmet, die das scheinbar Unmögliche möglich gemacht haben – etwa dem schnellsten Piloten der Welt, Howard Hughes (1905-1976), aber auch dem Entdecker Paul-Émile Victor (1907-1995) und den anderen Unerschrockenen im grossen Almanach der Weltabenteurer. Und natürlich ist die Ästhetik nicht zuletzt eine Verbeugung vor den Pionierinnen, die ihre Jupes noch so gern gegen ein avantgardistisches Tenue eintauschten – und so festgefahrene Ansichten demontierten und eine neues, freies Frausein propagierten.

Auf ihre Weise trug die Marke Longines, die 1832 von Auguste Agassiz gegründet wurde, zu dieser Entwicklung bei: Ihre Modelle haben Abenteurer technisch unterstützt (die neuen, COSC-zertifizierten Automatikwerke mit Silizium-Unruhspirale setzen dieses Erbe fort) und auch ein Stück weit ihren Stil geprägt. Leuchtzeiger; überdimensionierte Krone, um die Uhr trotz behandschuhter Hände einstellen zu können; gut lesbare Indizes... Alles Regeln der Grammatik jener, die Geschichte schrieben. Ⓞ



Elinor Smith (1911-2010) konnte auf ihre Longines zählen, wenn sie zu ihren Rekordflügen aufbrach.



DIE UHR ZUR LEGENDE

Die im Sommer 2020 lancierte Kollektion Longines Spirit Chronographe wird laufend um neue Modelle erweitert – wie das hier abgebildete mit mattiertem Zifferblatt (42 mm). Die Kollektion ist unisex und umfasst auch Dreizeiger-Modelle sowie etwas kleinere Zifferblätter (40 mm). Aber immer sind da Stahl – für Robustheit –, Leder – für Abenteuer –, Schwarz und Weiss – für Zeitlosigkeit – ... und gern auch Blau: für die endlosen Weiten des Himmels.

GESCHICHTSTRÄCHTIGER FLIEGER

Das kleine Flugzeug, das in unserer Fotostrecke so prominent auftritt, ist eine Luscombe aus dem Jahr 1936, die uns grosszügig von ihrem Besitzer, Jean-Patrick Ducommun vom Flugplatz Colombier, zur Verfügung gestellt wurde. Es war das erste eines Geschwaders, das dereinst 1000 Maschinen hätte umfassen sollen. Niemand geringerer als Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler hatte sie in den USA bestellt, mit dem Ziel, Widerstand gegen Deutschland leisten zu können; allerdings wurden nur zwei Flieger vor Kriegsausbruch geliefert. Epochengetreu restauriert, macht das kleine Artefakt der Schweizer Geschichte heute bisweilen Vergnügungsflüge – kurze allerdings, denn länger als zwei Stunden mag wohl niemand im Minicockpit eingepfercht sein.





Von links nach rechts Pilotenbrille mit Metallgestell, **Dior**, 410 Fr. Pilotenbrille mit Titangestell, **Matsuda**, 635 Fr. Sonnenbrille *Asmara Explorer* mit Gestell aus Azetat, **L.G.R.**, 370 Fr.



V. l. n. r. Sonnenbrille mit Gestell aus Bernstein-Azetat, **Loewe**, 310 Fr. Pilotenbrille mit Gestell aus Schildpatt-Azetat, **Gucci**, 250 Fr. Pilotenbrille mit Metallgestell, **Fendi**, 250 Fr.



V. l. n. r. Brille mit Obersteg aus dunklem Bernstein-Azetat, **Celine**, 395 Fr. Brille mit Gestell aus Schildpatt-Azetat und Metall, **Saint Laurent**, 305 Fr. Brille *Jaye* mit Gestell aus Schildpatt-Azetat, **Oliver Peoples**, 300 Fr.



V. l. n. r. Brille mit Gestell aus Azetat, **Tom Ford Eyewear**, 270 Fr. Brille mit Gestell aus Azetat, **Mykita x Maison Margiela**, 505 Fr. Pilotenbrille *Santos* mit Metallgestell und Lederapplikation am Steg, **Cartier**, 840 Fr.



V. l. n. r. Brille mit Gestell aus schwarz-weissem Schildpatt-Azetat, **Thom Browne**, 665 Fr. Brille mit hellem Azetatgestell, **Berluti**, 395 Fr. Brille *Comanche* mit Gestell aus Azetat und Titan, **Jacques Marie Mage**, 680 Fr.

Piloten bevorzugt

WAS DEN PIONIEREN DER LUFTFAHRT RECHT WAR, KANN MODISCHEN ÜBERFLIEGERN HEUTE NUR BILLIG SEIN. WELCHE BRILLE DARFS DENN SEIN?

AUSWAHL ENDRIT NURCAJ



Der Golfplatz Costa Navarino Dunes verläuft entlang der gleichnamigen Bucht auf der Halbinsel Peloponnes.

10

TRAUMHAFTE GOLFPLÄTZE

SO SCHÖN, DASS MAN SICH FAST NICHT AUFS SPIEL KONZENTRIEREN KANN. ABER NUR FAST.

TEXT HENRI MATHIS



1 Griechenland

Es hätte wohl auch den Göttern gefallen

Der Golfplatz Seit es Golfresort des Jahres 2017 war, ist **Costa Novarino** auf der Halbinsel Peloponnes zu einer Trenddestination geworden. Die Zimmer, Suiten und Bungalows sind luxuriös, die Infrastruktur ist nachhaltig betrieben und elegant in die Landschaft eingepasst. Die beiden zugehörigen Golfplätze – Dunes und Bay – sind unweit von Kalamata gelegen. Dunes, vom Ryder-Cup-Gewinner Bernhard Langer entworfen und 2010 eröffnet, verläuft entlang der traumhaft schönen Bucht von Navarino; die Fairways sind breit und die Greens sehr temporeich. Bay, 2011 eröffnet und von Robert Trent Jones II. entworfen, ist hügelig, mit verwinkelten und schnellen Greens. Sie lieben Bunker? Dann ist das Ihr Platz!

Die Umgebung Tja, wo soll man mit dem Schwärmen anfangen? Beim Meer, den Delfinen und Schildkröten? Bei den herrlich duftenden Rosen? Den Strandrestaurants wie dem «Barbouni» (ein Muss!)? Oder doch bei den Ausgrabungsstätten wie dem Nestor-Palast, der im 13. und 12. Jahrhundert vor Christus als königliche Residenz diente?

www.costanavarino.com, Greenfee ab 160 Euro.

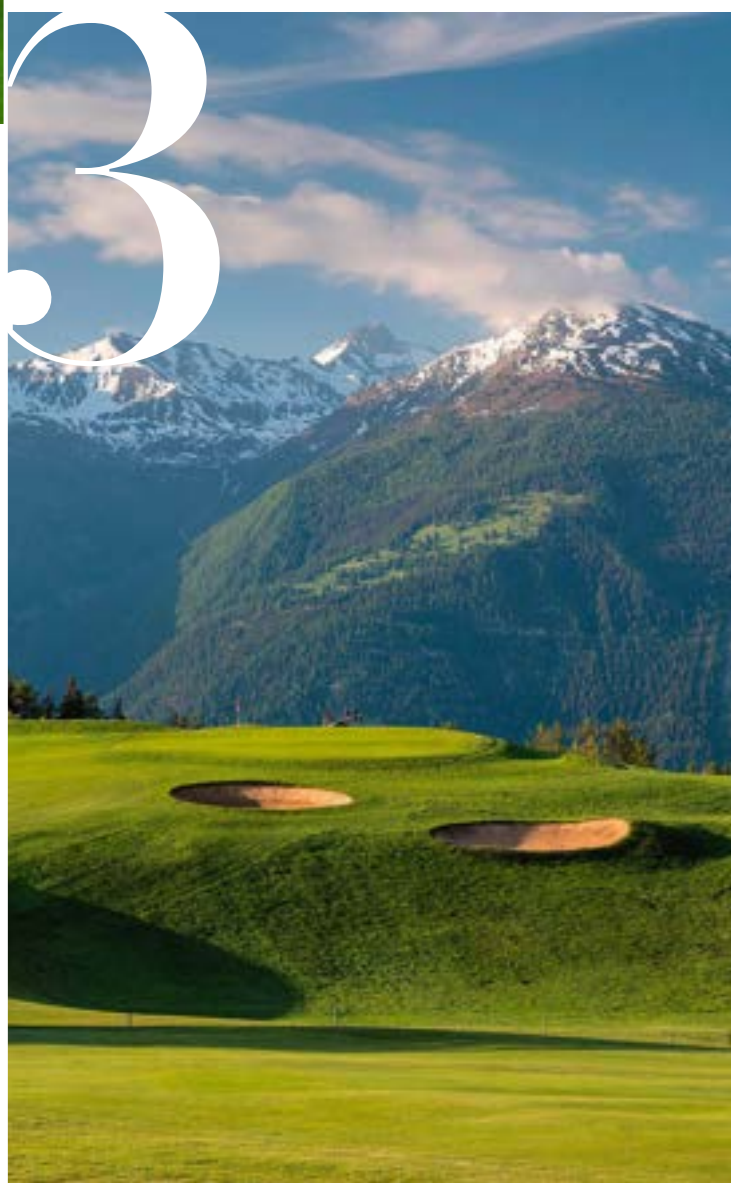


Grossbritannien

Ein Jahr Wartezeit – aber es lohnt sich

Der Golfplatz Gegründet im Jahr 1754, ist der **Royal and Ancient Golf Club of St Andrews** unweit von Edinburgh der älteste der Welt. Das ehrwürdige House of Golf thront direkt an der Meeresküste und ist von sechs 18-Loch-Plätzen sowie einem 9-Loch-Platz umgeben, die alle mit so viel Hingabe gepflegt werden, wie sich das für ein Volk mit grosser Gartenbautradition gehört. Wer auf dem legendären Old Course spielen will, muss freilich Geduld haben: Die Wartezeit beträgt schon mal ein Jahr (wer sich allerdings frühmorgens meldet, profitiert mit etwas Glück von einer kurzfristigen Absage). Die ersten neun Spielbahnen verlaufen von Süd nach Nord, die zweiten neun in umgekehrter Richtung. Das Loch Nr. 18 führt über die berühmte, für Besucher offene Swilcan Bridge (was für eine Aussicht!). Anfänger werden sich schwertun: Die Fairways sind oft geradlinig angelegt, die Bunker tief (teils mit Sodenwänden), die Roughs dicht und die Neigungen tückisch.

Die Umgebung Schloss, Kathedralenruine, Uni, Hafen Strände, Pubs... St Andrews ist ein (Kron-)Juwel! www.standrews.com, Greenfee von 15 bis 195 Pfund (je nach Parcours und Saison).



Wallis

Machen Sies besser als McIlroy

Der Golfplatz Der Golf-Club von Crans-sur-Sierre verfügt über vier Plätze, wobei der 18-Loch-Platz in **Crans-Montana** – benannt nach dem legendären Profi Severiano Ballesteros – zu den schönsten Europas zählt. Auf 1500 Metern ü. M. spielt man hier inmitten eines einzigartigen Alpenpanoramas, Matterhorn und Mont Blanc inklusive (beim Abschlag von Loch Nr. 7)! Alles, was Rang und Namen hat, stand hier schon auf dem Rasen. 2019, beim Finale des Omega European Masters, war auch Superstar Rory McIlroy mit am Start, musste den Sieg aber dem wenig bekannten Schweden Sebastian Söderberg überlassen.

Die Umgebung Mag sein, dass Crans-Montana sich einen gewissen Bergdorfcharakter erhalten hat, tote Hose herrscht hier allerdings nicht. Das sonst brummende Nachtleben kocht coronabedingt zwar derzeit auf Sparflamme; erstklassig essen kann man hier freilich nach wie vor. Wer Ruhe und Abgeschiedenheit sucht, bucht seine Unterkunft im nahen Weiler von Colombire (auf 1850 Meter Höhe). Wer es gediegener mag, checkt im Hotel Ambassador ein.

www.golfcrans.ch, Greenfee ab 50 Fr.

4 Spanien Ein Platz, der Bälle verschluckt

Der Golfplatz Sicher, Spanien hat so manchen Top-Platz zu bieten: Finca Cortesin, PGA Catalunya, Valderrama ... Jener der **Lumine Mediterránea Beach & Golf Community** ist trotzdem eine Klasse für sich, weil er neben seinen beiden 18-Loch-Plätzen – Hills und Lakes – und dem 9-Loch-Platz auch mit einem Beach Club, einem Fitness-Center und Wellness-Angeboten aufwartet. Beim Hills empfiehlt sich, wie der Name schon sagt, ein Buggy, er trumpft mit langen Par-4-Löchern und mit Meerblick auf. Lakes, designt von Greg Norman, ist technischer und verläuft entlang von Wassergräben, in denen es vor Bällen nur so wimmelt. Abwechslungsreich und mit breiten Fairways ist der Parcours das, was man «challenging» nennt. Als Tüpfchen auf dem i serviert das Club House exzellente katalanische Küche. Kein Wunder, holte Lumine die Auszeichnung «Europe's Best Golf Venue 2019».

Die Umgebung Neben Salou, dem beliebten Badeort an der Costa Dorada, ist die Stadt Tarragona einen Besuch wert: Ihre Überreste aus der Römerzeit haben sie zum Unesco-Weltkulturerbe gemacht.

www.lumine.com, Greenfee ab 110 Euro.



5 Italien Golfen wie Könige und Königinnen

Der Golfplatz Wo einst der Savoyerkönig und seine adligen Kumpane auf die Jagd gingen, da wird heute abgeschlagen und geputtet. Der 3600 Hektar grosse Parco La Mandria gleich vor Turin beherbergt unter anderem den **Royal Park & Country Club I Roveri**. Dessen zwei 18-Loch-Plätze (auf einem davon wurde 2009 das Italian Open ausgetragen) sind relativ flach, dafür mit ordentlich Wasserhindernissen und Bunkern gespickt; das wahrlich königliche Ambiente inmitten von stattlichen Buchen, Kastanienbäumen und Eichen spornt einen dazu an, mit seiner Spielweise dem erhabenen Umfeld gerecht zu werden.

Die Umgebung Der Parco La Mandria ist nicht nur ein Naturschutzgebiet, in dem Rehe, Hirsche, Füchse, Eulen und andere Wildtieren leben, es umfasst auch einen grossartigen Bestand aus über 20 denkmalgeschützten Gebäuden: zahlreiche historische Gutshöfe, Reste einer mittelalterlichen Fluchtburg – und vor allem die königlichen Wohnungen in Borgo Castello, die seit 1997 zum Unesco-Kulturerbe gehören.

www.royalparkgolf.it, Greenfee ab 110 Euro.



6 Frankreich Geheimtipp mit 1A-Tatar

Der Golfplatz Grade mal zwei Autostunden von Genf entfernt, in Saint-Quentin-sur-Isère, liegt das **Golfhotel Charmeil**. Dass es fast wie «charmant» klingt, passt: Der Platz (mit 18 Löchern und zusätzlichem 5-Loch-Übungsplatz) wird Anfängern und Beinahe-Profis gleichermaßen gerecht. Schöne Wasserflächen, ein paar (knifflig platzierte!) Bunker, die Fairways gesäumt von Eichen und Blumenrabatten, dazu der Blick in die Gebirgsmassive von Vercors und Chartreuse ... Was will man mehr? Abends vom Golfbag-Schleppen nicht völlig erledigt sein, vielleicht – was hier, auf diesem flachen Platz, gewährleistet ist. Wer trotzdem eine Stärkung braucht, wird am Tatar im Hotelrestaurant seine Freude haben. Die Preise sind mehr als fair, und dass der Ort trotz Autobahnnähe wunderbar ruhig ist, wird auch keinen abschrecken.

Die Umgebung Grenoble ist nicht weit, klar. Doch ein unvergessliches Erlebnis bieten die Grotten des Vercors-Massivs, etwa die riesige, top ausgeleuchtete Grotte de Coranche (www.visites-nature-vercors.com).

www.golfhotelcharmeil.com. Übernachtung inkl. Frühstück und Greenfee ab 125 Euro.



Österreich Der Tiroler mit Tradition

Der Golfplatz Der nach dem benachbarten See benannte **Golfplatz Achensee** ist nicht nur einer der schönsten Österreichs, sondern auch der älteste im Tirol. 1934 eröffnet, schmiegt er sich zwischen See und Karwendelgebirge – und hat einige technische Herausforderungen zu bieten: Die Fairways weisen teils ausgeprägte Doglegs auf; die Spielbahnen verlaufen, da sich der Platz ein Tal hoch- und dann wieder hinunterwindet, auf- bzw. abwärts; die Greens sind trickreich angelegt. Trotzdem (oder gerade deshalb?) ist der Platz sehr beliebt – nicht zuletzt dank der geselligen Stimmung im Club House.

Die Umgebung Ab aufs Mountainbike! Oder aufs Wasser: Der Achensee wird dank seiner für Segler und Surfer optimalen Windverhältnisse auch als Tiroler Meer bezeichnet. Keine Lust zu Schwitzen? Dann gönnen Sie sich eine Fahrt in der ältesten Dampfbahn Europas. Schon seit 1889 kraxelt die Achensee-Dampf-Zahnradbahn schnaubend und zischend ins 440 Höhenmeter weiter oben gelegene Jenbach hoch.

www.golfclub-achensee.at, Greenfee ab 76 Euro.

8 Deutschland

Die Qual der Wahl

Der Golfplatz Das Wappen des bayerischen Städtchens **Bad Griesbach** zeigt einen silbernen Felsen, dabei wäre ein Golfschläger auch nicht verkehrt. Ganze zehn Golfplätze hat der 9000-Einwohner-Ort vorzuweisen: sechs 18-Loch-Meisterschaftsplätze, drei 9-Loch-Plätze sowie einen 6-Loch-Kindergolfplatz. In die sanft hügelige Landschaft der «Toskana Niederbayerns» eingebettet und teils von namhaften Platzdesignern (u. a. Bernhard Langer, Kurt Rossknecht) entworfen, werden sie selbst dem anspruchsvollsten Golfer ein seliges Lächeln ins Gesicht zaubern. Sie sind ein verkappter Profi? Versuchen Sie es mit dem Parcours Beckenbauer, auf dem auch schon ein PGA-Turnier ausgetragen wurde. Oder mit dem Lederbach: Höllisch anstrengend!

Die Umgebung Was ein Bad im Namen hat, das muss ein Kurort sein. Die 1973 erschlossenen drei Quellen Nikolausquelle, Marienquelle und Karlsquelle sind bis zu 60 Grad warm und kommen teils aus 1522 Meter Tiefe. Darin eintauchen kann man gleich in einer Handvoll Hotels. Unsere Wahl? Das «Drei Quellen».

www.quellness-golf.com, Greenfee ab 66 Euro.



Uri

Vom Spezialisten designt

Der Golfplatz Die Andermatt-Golfregion umfasst gleich vier Plätze, die mit unterschiedlichsten Charakteristiken aufwarten und, zwei Pässen sei Dank, nur 30 Autominuten voneinander entfernt liegen: die drei 9-Loch-Plätze in Realp (UR), Sedrun (GR) und Obergesteln (VS) sowie den 2016 eröffneten **Andermatt Swiss Alps Golf Course** mit 18 Löchern. Letzterer, auf 1444 Metern ü. M. in die spektakuläre Natur eingebettet, wurde vom deutschen Golfplatzarchitekten Kurt Rossknecht konzipiert, der weltweit schon über 70 Plätze gebaut hat. «Technisch herausfordernd», sagt Rossknecht, «waren in Andermatt vor allem die vielfältigen Bodenqualitäten von Fels bis zu tiefem Moor.» Wer Glück hat, trifft den Präsidenten des Golfclubs persönlich an: Skilegende Bernhard Russi.

Die Umgebung Andermatt machte schon Goethe Eindruck. Auf der To-do-Liste für Jetsetter ist es aber erst, seit Samih Sawiris es als Standort für sein «The Chedi» auserkoren hat, wo man nach Strich und Faden verwöhnt wird. Bescheidener, aber charmant ist das Boutique-Hotel River House im alten Dorfkern.

www.golf-andermatt-realp.ch, Greenfee ab 50 Fr.

10 Portugal

Der vielleicht beste Golfplatz Europas

Der Golfplatz Traumdestinations-Alarm! Der superexklusive **Monte Rei Golf & Country Club** in der Algarve, rund 50 km von Faro gelegen, wurde schon mehrmals zur besten Golfdestination Europas gewählt. Während man spielt, tut sich immer wieder die spektakuläre Aussicht auf den Atlantik auf. Dabei hat der Designer, der bekannte Golfer Jack Nicklaus, den Platz so gestaltet, dass sich die Flights gegenseitig nicht sehen. Es ist, als wär man allein im Paradies! Allerdings ist der Parcours anspruchsvoll. Was solls. Wenn jedes Loch ein Bijou ist, lässt man sich gern in die Mangel nehmen von all den Hindernissen (bei elf Löchern hats z. B. Wasser)... Ein Buggy ist wegen der vielen Höhenunterschiede eine gute Idee, vor allem im Sommer.

Die Umgebung Dieses Club House, dieses Resort (Zimmer und Villas), diese Sternküche! Wer vom Gelände weg will, ist selber schuld. Irgendwie blöd, dass die Region landschaftlich und kulturell wahnsinnig attraktiv ist... Vor allem Gourmets kommen auf ihre Kosten: Die lokalen Spezialitäten und die Weine aus dem Alentejo sind zum Sterben gut.

www.monte-rei.com, Greenfee ab 220 Euro.



Kalt draussen? Dann golfen wir halt **indoor!**

Manche Winterdestinationen – z. B. Gstaad, Silvaplana, Nendaz, Crans-Montana – bieten Golf im Schnee an. Samt orangenen Bällen! Klar steht dabei mehr das Vergnügen im Vordergrund als die Technik. Anders beim Indoor-Golf: Da zahlt man seine Greenfee in der Schweiz – und feilt dann nach Herzenslust an seinem Schwung oder am perfekten Putt auf den virtuell herbeisimulierten Plätzen von Pebble Beach, Abu Dhabi, St Andrews, Montrose, Alene Resort oder Valderrama... und das alles ganz ohne Quarantänrisiko, ohne Wartezeiten und ohne CO₂-Ausstoss!

Nehmen wir als Beispiel das Indoor-Golf von Sports Zugerland in Cham, die grösste Indoor-Anlage dieser Art in der Zentralschweiz. Auf zwei Simulatoren, einem 75 m²

grossen Chipping-Green sowie einem Pitching-Green mit Bunker kommen erfahrene Golferinnen ebenso auf ihre Kosten wie blutige Anfänger; wer Tipps vom Profi möchte, bucht eine Lektion bei einem der zwei Swiss-PGA-zertifizierten Golflehrer.

Abwechslung gefällig? Im Sports Zugerland kann man auch Tennis, Badminton und Billard spielen sowie squaschen... und sich nach dem Training dann auch etwas gönnen, wahlweise vom Asiabuffet, vom Grill oder im Chäs-Stübli. Die sind übrigens auch bei Nichtsportlern sehr beliebt.

www.sports-zugerland.ch, 60 Fr./Std., Monats- u. Jahres-Abos erhältlich. Öffnungszeiten von der aktuellen epidemiologischen Lage abhängig.



Das feste Shampoo der Marke Rowse kommt in einer hübschen Metalldose daher. Die ist übrigens wiederverwendbar.

Ein Stück Schönheit

PRAKTISCH, ERGIEBIG, NACHHALTIG: FESTE KOSMETIKARTIKEL SIND IM TREND. AUCH LUXUSMARKEN SIND AUF DEN GESCHMACK GEKOMMEN.

TEXT KATRIN ROTH

FLÜSSIGE Beauty-Produkte sind toll – bis sie einem im Bad aus der Hand gleiten und das Fläschchen auf den Fliesen zerschellt. Oder ein lose Verschlusskappe dazu führt, dass es in der Handtasche ausläuft. Oder man sich an der Sicherheitskontrolle am Flughafen davon trennen muss, weil der pflichtbewusste Mitarbeiter das Ding trotz einer geballten Charme-Offensive beschlagnahmt... Es gibt aber Abhilfe bei all diesen Pannen: Kosmetika in fester Form. Sie sind robust, ergiebig, lang haltbar und im Handgepäck willkommen. Dass sie derzeit hoch im Kurs stehen, verdankt sich aber einem weiteren Pluspunkt: ihrer erstklassigen Ökobilanz.

Es fing mit den Seifen an. Nachdem Flüssigseife lang als das Nonplusultra der täglichen Hygiene gegolten hatte, gerieten die in ihr enthaltenen Konservierungsmittel in den Fokus. Damit begann das grosse Comeback der guten alten Seifenstücke, die – vor allem, wenn man sie «nackt» kauft – in Sachen Nachhaltigkeit kaum zu schlagen sind. Dass sie zudem an eine jahrtausendealte Handwerkstradition anknüpfen, kam dem Marketing auch nicht ungelegen. Altherwürdige Seifensiedereien hatten plötzlich Hochkonjunktur, und sogar die grossen Luxushäuser flirteten mit den schäumenden Mödeli.

Kein Wunder: Die Schönheitsindustrie kommt heute nicht umhin, mit dem Faktor Nachhaltigkeit zu rechnen. Und weil sich Verpackungen sehr ungünstig auf den ökologischen Fussabdruck eines Produkts auswirken, versucht man sich zu mässigen und zu recyceln, wo immer es geht. Im Jahr 2018 wurden laut dem Marktforschungsinstitut Euromonitor International allein in den USA fast 7.9 Milliarden Einheiten Hartplastik für Schönheits- und Körperpflegeprodukte produziert, wovon über 90 Prozent im Abfall landeten (Quelle: «Allure»). Andere Schätzungen gehen davon aus, dass die Kosmetikindustrie bis zum Jahr 2050 bis zu 12 Milliarden Tonnen Plastikabfall verursachen wird.

Wer dem entgegenwirken will, ist mit fester Kosmetik gut beraten. Sie braucht meist weit weniger Verpackungsmaterial und ist bis zu einem Drittel ergiebiger. Pionier auf dem Gebiet ist das britische Unternehmen Lush, wo man seit den 90ern auf unverpackte Produkte setzt – wenn auch aus anderen Gründen, als man vermuten könnte. Mitbegründerin Rowena Bird erzählt: «Anfangs konnten wir uns Verpackung schlicht nicht leisten. Ausserdem wollten wir das Geld nur für beste Inhaltsstoffe ausgeben, also fingen wir an, unverpackte Artikel zu verkaufen. Die Kundschaft schien damit einverstanden, und so machten wir weiter.» Das Konzept hat sich bewährt: Nach wie vor gehören die festen Shampoos zu den Bestsellern im Lush-Sortiment – Tendenz steigend, wie Bird sagt.

Shampoo war eines der ersten in fester Form erhältlichen Beautyprodukte – neben den Alaunsteinen, auf die Deo-Puristen seit geraumer Zeit schwören (auch wenn das darin enthaltene Aluminium nicht unumstritten ist). Zunächst nur in kleinen Manufakturen oder in Bioläden erhältlich, sind inzwischen auch Branchengiganten wie Garnier und Sephora auf den Zug aufgesprungen; dazu stossen hippe Newcomer wie die vegane Marke Rowse. Sicher, gemäss der Website Fashionnetwork macht festes Shampoo gerade mal 0,3 Prozent der weltweit verkauften Haarpflege aus. Allerdings ist der Wert 2020 geradezu explodiert – mit einem Zuwachs von 422 Prozent. So erstaunt es nicht, dass inzwischen auch die Luxusbranche in diesem Bereich mitmisch. Der französische Star-Coiffeur Christophe Robin hat ein festes Shampoo auf Aloe-Vera-Basis und eine Pflegespülung mit Hibiskus entwickelt. «Das Haar muss sich erst an das feste Format gewöhnen», sagte Robin unlängst in der deutschen «Vogue». «Aber bereits nach wenigen Wäschen spürt man den zusätzlichen Bonus von mehr Textur und Halt.»

Von der Feuchtigkeitspflege bis zum Parfum

Was für die Haare gut ist, kann für die Haut nicht schlecht sein. Und tatsächlich bieten feste Konsistenzen dank raffinierten Formeln inzwischen eine derart hohe Qualität, dass sie in die Produktpaletten der grossen Marken Einzug gehalten haben, zum Beispiel als Sonnenschutzstick beim japanischen Luxuskonzern Shiseido. Oder als Feuchtigkeitspflege bei MAC: Auf den Essential Oils Stick schwören laut National Make-up Artist Ingo Tschenett sogar Profis. «Die Inhaltsstoffe wie Kamillen- und Grapefruitöl sind derart hoch konzentriert, dass es nur wenig Produkt braucht.»

Mittlerweile gibt es auch Mascara, Abschminkmittel und sogar Zahnpasta in fester Form. Und immer mehr auch Parfums, gerade von Luxus-Labels wie Le Labo oder Dyptique. Auch die zehn beliebtesten Düfte von Jo Malone London kommen nun in einer wachstumsartigen Konsistenz daher, die sich direkt mit den Fingerspitzen den kleinen Tiegeln entnehmen und nach Lust und Laune kombinieren lassen. So bekommt der Ausdruck «feste Gewohnheiten» in Sachen Pflegeroutine eine ganz neue Dimension. Ihre Handtasche wird es Ihnen danken. Und das Sicherheitspersonal am Flughafen sowieso. ☺

FESTE WERTE FÜR HAUT UND HAARE

- 1. MAC, Prep & Prime Essential Oils Stick**, Feuchtigkeitspflege für Gesicht und Körper, 1,3 g, ca. 30 Fr.
- 2. Christophe Robin, Shampooing Solide hydratant à l'aloë vera**, 100% natürlich und vegan, ohne synthetische Wirkstoffe und Konservierungsmittel, 100 g, ca. 20 Fr.
- 3. Jo Malone London, Fragrance Combining Palette**, festes Parfum, in zehn Duftnuancen erhältlich, ca. 30 Fr.
- 4. Shiseido, Clear Stick UV Protector**, wasserfester Sonnenschutz (SPF 50+) für Gesicht und Körper, 15 g, ca. 35 Fr.
- 5. Dyptique, Do Son Solid Perfume**, 3,6 g, ca. 60 Fr.
- 6. Lush, Sleepy Face**, fester Reinigungsbalsam, 35 g, ca. 16 Fr.





Ester Ledecká

SKI ODER SNOWBOARD? BEIDES! DIE TSCHECHIN HOLTE 2018 GLEICH IN ZWEI DISZIPLINEN OLYMPIAGOLD. KEIN WUNDER, STAND SIE PATE FÜR EINE COMIC-HELDIN!

TEXT MATHILDE BINETRUY

KLAR, DIAMANTEN sind eine feine Sache. Ester Ledecká zieht aber Gold vor. Und zwar in Medaillenform. Es war eine Sensation, als die heute 25-Jährige an den Olympischen Spielen von Pyeongchang in Südkorea 2018 in zwei verschiedenen Disziplinen siegte: erst im Super-G (notabene auf Skiern, die sie von der Amerikanerin Mikaela Shiffrin geerbt hatte), eine Woche später im Snowboard. Ihr ungläubiger Gesichtsausdruck, als sie im Ziel auf die Anzeigetafel blickte und einen Fehler vermutete, war ebenfalls Gold wert. Dabei hatte es im Grunde so kommen müssen: Zum einen war Ledecká schon als Zweijährige auf Skiern gestanden, zum andern kann bei einem Stammbaum wie dem ihren eigentlich nichts schief laufen: Ihr Grossvater mütterlicherseits ist ehemaliger Eishockey-Nationalspieler (Ester selbst spielt auch ein bisschen), die Mama Eiskunstläuferin, ihr Vater Popstar. Und ihr Bruder? Comic-Zeichner – der Ester ein Alter Ego als Super Hero verpasst hat.

Gibts es etwas Schöneres als Sport?
Für mich nicht! Meine Winter gehören je zur Hälfte dem Ski- und dem Snowboardfahren. Ich wollte die beste in beiden Disziplinen sein, habe hart gearbeitet und meinen Traum verwirklicht. Das war mein grösster Sieg. Im Sommer stehen Beachvolleyball und **Windsurfen (6)** auf dem Programm.

Wer ist Ihr grösstes Vorbild?
Mein Grossvater **Jan Klapáč (4)**. Er war rechter Aussenstürmer der tschechoslowakischen Eishockey-Nationalmannschaft, mit der er an den Olympischen Spielen 1964 Bronze und 1968 Silber holte und 1972 in Prag Weltmeister wurde. Er hat Grosses geschafft in einer Zeit, als das aus politischen Gründen nicht einfach war. Er hat mir die Liebe zum Sport vermittelt und Fairplay beigebracht.

Gefallen Sie sich als Comic-Heldin?
Na, und ob! Vor allem mein Outfit: ein violetter Helm und ein **Ganzkörperanzug (5)** mit Goldbeschlägen.

Welche Lektüre empfehlen Sie jemandem, der lieber etwas mehr Text hat als in Comics?

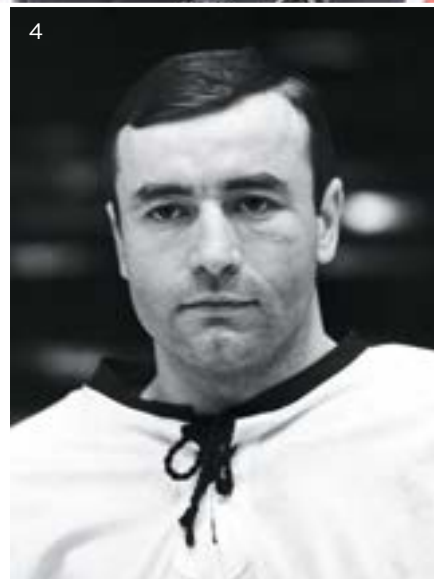
Einen der bekanntesten Autoren Tschechiens, Petr Šabach. Ich mag vor allem sein Buch **Rothschildova flaška (7)**, leider ist es nicht auf Deutsch übersetzt.

Musik, die Ihnen gute Laune macht?
Bryan Adams (1) for ever!

Und in Sachen Film, wen mögen Sie da?
Jean-Paul Belmondo (2). Wieso, erklärt sich wohl von selbst. (*lacht*) Auch so ein Adrenalin-Junkie.

Sie haben einen Werbevertrag mit Richard Mille. Was erwarten Sie von einer Uhr?

Die exakte Uhrzeit auf meiner **RM 67-02 Automatique Extra Plate (3)**! (*lacht*) Richard Mille und ich, wir lieben das, was wir tun. Und wir wollen die Besten darin sein. Präzision ist sicher ein Wert, der uns verbindet. ☺





HERMÈS
PARIS



Die Entdeckungsreise
der Faubourg