

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

NATUR

Wie Patagonien
wieder zur
Wildnis wird

NERVENKITZEL

Unterwegs
auf Anatoliens
Serpentinen

PISTENRAUPEN

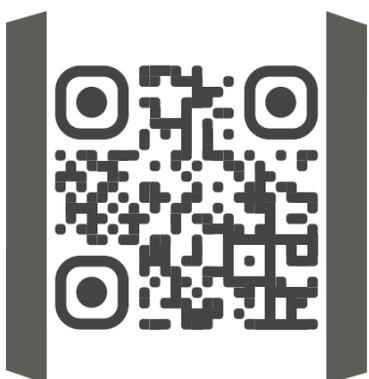
Der neue Food-
truck-Trend

ABENTEUER

Mit lässigem Stil und
frischem Wind durchstarten

FEBRUAR 2023

SonntagsZeitung





PANTHÈRE

DE

Cartier

Orange, die Farbe des Erstaunens





NOT *just*
A LIPSTICK

CLARINS

Ein Lippenstift. Eine Pflege.
Ein Engagement.
Neu Joli Rouge.



SCAN ME



Finden Sie Ihre Nuance
CLARINS.CH

Unser Model trägt
die Farbe Joli Rouge Satin 742



Kristine McDivitt Tompkins rettet die Wildnis Patagoniens S. 16



Uhren: die Stunde der heimlichen Stars S. 13



Der Segelsport begeistert wie nie S. 14

Abenteuer | Februar 2023

HIGHLIGHTS

12 Trend

Auf, auf in die Berge: Pistenraupen erhalten eine zweite Chance – als coole Foodtrucks

26 Roadtrip

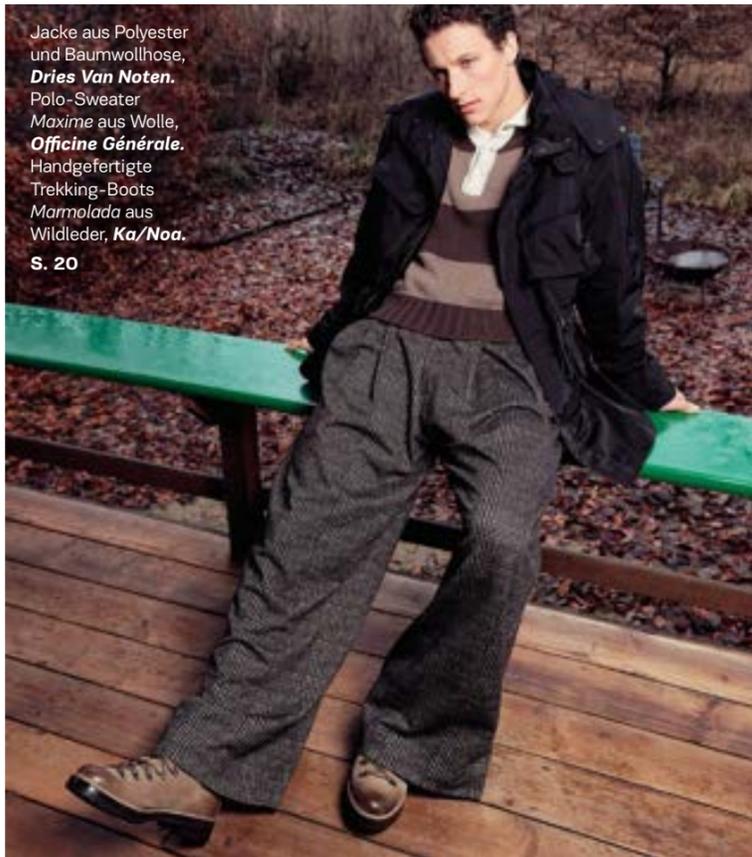
Der Nervenkitzel fährt mit: unterwegs in Anatolien – auf einer der gefährlichsten Strassen der Welt

30 Beauty

Diät für die Haut: Skiminalism setzt auf wenige, dafür hochpotente Pflegeprodukte für die Haut

AUSSERDEM

8 Lieblinge: von einem kunstvollen Parfum über Rubine aus Grönland bis zu Gepäck aus alten PET-Flaschen 22 Rado: die limitierte Uhr Captain Cook 31 Meine Welt: Snowboardstar Chloe Kim liebt die Schweiz



Jacke aus Polyester und Baumwollhose, **Dries Van Noten**, Polo-Sweater **Maxime** aus Wolle, **Officine Générale**, Handgefertigte Trekking-Boots **Marmolada** aus Wildleder, **Ka/Noa**, S. 20



COVER

Bomberjacke aus patiniertem Leder, **Berluti**, Hemd und Hose aus Baumwolle, **Tod's**, Uhr **TAG Heuer Carrera 60th Anniversary**, Sonderedition (600 Stück), Automatik-Chronograph, Kaliber **Heuer 02**, 39 mm, «Panda»-Zifferblatt mit Sonnenschliff und schwarzen Zählern, poliertes Stahlgehäuse und schwarzes Lederarmband, **TAG Heuer**.

FOTOS Kourtney Roy
STYLING Simon Pyllyser



Tief durchatmen!

SIE SIND DERZEIT SO KNIFFLIG ZU FINDEN wie die Nadel im Heuhaufen: gute Nachrichten. Leider kann man den Film noir aus Unterdrückung, Krieg und Hungersnöten nicht zurückschleppen oder auf die Stoppkaste drücken. Wozu wir jedoch in der Lage sind: den Scheinwerfer unserer Aufmerksamkeit auch (nicht nur, aber auch...) auf jene Nachrichten richten, die auf ein Happy End zusteuern. In dieser Ausgabe laden wir Sie ein, Ihre geistigen Fenster weit aufzureissen, um frischen Wind hereinzulassen – auf dass er einige scheinbare Gewissheiten und dunkle Gedanken wegpustet. Selbst eine Uhr, die man sich ums Handgelenk bindet, kann neue Horizonte eröffnen (siehe S.13). Genau wie die Reise, die die ge-



Renata Libal, Chefredaktorin

samte Redaktion liebend gerne selbst erlebt hätte: das Erkunden der Nationalparks in Patagonien. Barack Obama war vom Wunder, das sich dort abspielt, überwältigt. So sehr, dass ihn Netflix in den USA als Kommentator für einen Dokumentarfilm über die Nationalparks gewinnen konnte. Wer ist die Aktivistin, die dafür sorgt, dass die Region zu ihrer Wildheit zurückfindet, wieder zu einer grünen Lunge wird – die genauso wichtig oder sogar noch wichtiger wird als der Amazonas? Die Beharrlichkeit und die Visionen der Amerikanerin Kristine McDivitt Tompkins (siehe S.16) haben dazu beigetragen, dass eine Region, die fünfmal so gross ist wie die Schweiz, wieder gesundet, den Planeten atmen lässt. Das zeigt, dass es gute Feen gibt und Märchen wahr werden können – wenn man fest an sie glaubt.

encore! ist die monatlich erscheinende Lifestyle-Beilage der Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche. Adressen: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich; TX Groupe SA, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne. Herausgeberin: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich). Produktion/Redaktion: Tina Bremer. Layout/Art Direction: Géraldine Dura. Bildredaktion: Endrit Nurcaj. Mitarbeiter dieser Ausgabe, Text: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Julie Queloz, Katrin Roth, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch). Fotos: Calypso Mahieu, Ulrike Meutzner, Kourtney Roy. Illustrationen: André Gottschalk. Übersetzungen: Tina Bremer. Korrektorat: Alexandra Bucher, Manus dextra. Produktion Romandie: Estelle Lucien. Bildbearbeitung: Photomedia. Druck: Swissprinters AG, Zofingen. Marketing: Franziska Wiesner. Chief Commercial Content Officer: Annina Flückiger. Anzeigen Deutschschweiz: Goldbach Publishing AG, Seestrasse 39, Postfach, 8700 Küsnacht, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch, Adagent AG, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Berner Oberland Medien AG BOM, CAR FOR YOU AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, DZB Druckzentrum Bem AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach 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, Schær Holding AG, Schær 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, TX Services, Unipessoal Lda, 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.



Die Gubelin-Ringe mit Rubinen aus Grönland können einzeln oder als Ensemble getragen werden.

SCHMUCK

Steinzeit

Der Arktische Ozean? Wirklich? Denken wir an Rubine, diese warm schimmernden, roten Edelsteine, kommen uns als Erstes Länder wie Indien oder Myanmar in den Sinn. Doch eine Region ist dabei, sich ebenfalls auf der Weltkarte des Schmucks zu positionieren: Grönland. Das Vorkommen des natürlichen Schatzes ist gewiss nicht neu, dauert es doch eine Handvoll Milliarden Jahre, bis er entsteht. Erst Anfang der 2000er-Jahre, als die Eisdecke aufgrund der Klimaerwärmung abnahm, entdeckten Geologen den Reichtum des dänischen Teilstaats an rosa Saphiren, Lapislazuli, kleinen Diamanten und wertvollen Rubinen. Sofort wurde

eine hochmoderne, nachhaltig operierende Mine errichtet, in der unter fairen Bedingungen gearbeitet wird. Die ersten Steine, die vollständig transparent rückverfolgbar sind, kamen 2018 auf den Markt. Jetzt widmet der Luzerner Juwelier Gubelin den Rubinen aus der Kälte eine Kollektion von fünf Ringen – deren Gold, ganz im Sinne der Nachhaltigkeit, recycelt ist. Ein kleiner eingraviertes Bär auf der Innenseite jedes Stücks erinnert daran, dass zehn Prozent des Verkaufserlöses an die Pink Polar Bear Foundation gespendet werden. *Renata Libal*

Ringe mit Rubinen aus Grönland, Weiss- oder Rotgold, Gubelin, ab 9600 Fr., gubelin.com

ZUM WOHL!

Fliegender Winzer



VON
PIERRE THOMAS

Von den Tanzlokalen im Lausanner Flon bis zum Fallschirmabsprung im Herzen des katalanischen Priorat

versuche ich, dem spanischen Ex-DJ Fredi Torres zu folgen. Dieser Teufel von einem Önologen, der sich immer in der Nähe der Gemeinde Visperterminen herumtreibt. Die Chemie stimmt zwischen ihm und seinem Kooperationspartner Michael Hock, dem neuen Direktor der Oberwalliser Genossenschaft St. Jodern Kellerei, die rund 500 Mitglieder hat und 300 000 Liter Wein im Jahr produziert. Der Weinberg, der weniger als einen Hektar gross ist und am linken Ufer der Rhone liegt, erreicht eine Höhe von über 1000 Metern: Es sind die höchstgelegenen Reben der Schweiz.

Jetzt hat der 45-jährige «fliegende Winzer» Torres den ersten weissen Savagnin präsentiert. Im französischsprachigen Wallis Païen genannt, im Oberwallis Heida. In Visperterminen wird diese alte Rebsorte (Heida bedeutet im lokalen Dialekt alt!) in verschiedenen Formen angeboten, vom günstigen Supermarktwein mit hoher Auflage bis zum seltenen Cru von Reben aus der Zeit vor der Reblaus, als sie «en versannes» neu gepflanzt wurden, nach einem Stecklingssystem, bei dem die Rebe später aus der Erde herauswächst.

Der Wein von Torres trägt seine Handschrift: kräftig, mit Aromen von Mango und rosa Grapefruit, lässt er seine 15 Prozent Alkohol aus dem warmen Jahrgang 2020 nicht erahnen. Der 2021er, der gleich darauf auf den Markt kommt (jeweils 2000 Flaschen), wird «kristall-



klarer» sein, ein Barrique. Fredi Torres ist immer in Bewegung, vor und während der Ernte dabei, steckt stets mit Michael Hock, der auch der hauseigene Önologe der St. Jodern Kellerei ist, die Köpfe zusammen. Im «langfristigen Projekt» stellt dieser Wein nur eine Etappe dar, bevor auf Pinot noir umgestellt wird – oder sogar mehr, wenn die beiden sich einig sind?

Visperterminen 2020
50 Fr./75 cl
www.jodernkellerei.ch



UHR

Auf dem Gipfel

Die Szenerie: verschneite Berge und tiefe Gletscherspalten. Um seine neue Uhr zu präsentieren, hat Alpina seine Botschafter auf 3500 Meter Höhe geschickt. Die perfekte Outdoor-Kulisse für eine Uhr, die alles unter Kontrolle hat. Ihr kissenförmiges Stahlgehäuse ist so widerstandsfähig wie eine Rüstung: antimagnetisch, wasserdicht bis 200 Meter, stossfest. Das kompakte Format von 41 x 42,5 mm ist neu und eignet sich auch für Abenteuer in der Stadt. Zur Wahl stehen die Farben Schwarz, Grün und Blau. Das dreieckige Logo der Marke erinnert an die Umrisse eines Berges und ist eine Hommage an die Gründer der Marke, die begeisterte Bergsteiger waren. *M.B.*

Alpina Alpiner Extreme Automatic, Edelstahlgehäuse, 41x42.5 mm, Automatikuhwerk, 1595 Fr., www.alpinawatches.com



Sämtliche Daunenjacken der Kollektion Canada Goose x Reformation sind beidseitig tragbar.

MODE

Federn und Blumen

Eine Fleeceweste, die eine Wiese voller Gänseblümchen ziert – nicht unbedingt ein Motiv, das man auf einem Kleidungsstück erwartet, welches im Schnee wärmen soll. Aber Frühling, SommerHerbst und Winter: Machen Sie da noch mit? Canada Goose und Reformation pfeifen mit ihrer Kapselkollektion jedenfalls auf Kleiderklischees. Auf der einen Seite: eine kanadische Marke, die 1957 von einem polnischen Immigranten namens Sam Tick in Toronto gegründet wurde. USP sind wasserdichte Mäntel, diedank Gänseedaunen so warm halten, dass man das Logo der Marke auch am Ärmel von Extremforschern und in Hollywoodfilmen sieht. Canada Goose ist immer noch in Familienbesitz, hat eine strenge Umweltcharta und setzt sich für den Schutz der Eisbären ein. Ihr Slogan? «Lasst uns den Planeten kalt und die Menschen warm halten.» Der Sparringspartner: ein kalifornisches Start-up, das gerade einmal 13 Jahre jung ist,

seinen Mitarbeiterinnen (hauptsächlich Frauen) menschenwürdige Arbeitsbedingungen garantiert und sich auf recycelte Textilien konzentriert. Der Slogan? «Nackt zu sein, ist die erste nachhaltige Option. Wir sind die zweite.» Kein Wunder, dass die Verbindung dieser starken Persönlichkeiten zu Modellen führt, die einen hohen «Muss-ich-haben»-Faktor haben. Die acht Accessoires und Kleidungsstücke vereinen Stärke und Anmut, Technik und Inspiration. Die blumigen Daunenjacken sind beidseitig tragbar, die «Innenseite» ist uni mit bunten Farben. Dass die Kollektion vollständig aus recycelten Fasern hergestellt wurde, versteht sich von selbst. Das Etikett am Kragen ist mit einem wasserfesten Stift auszufüllen und beginnt mit den Worten: «loved by...» Lieben wir! *Renata Libal*

Canada Goose x Reformation, Kapselkollektion aus acht Stücken, ab 235 Fr. (Schal) bis 1865 Fr. (Kapuzenmantel), canadagoose.com

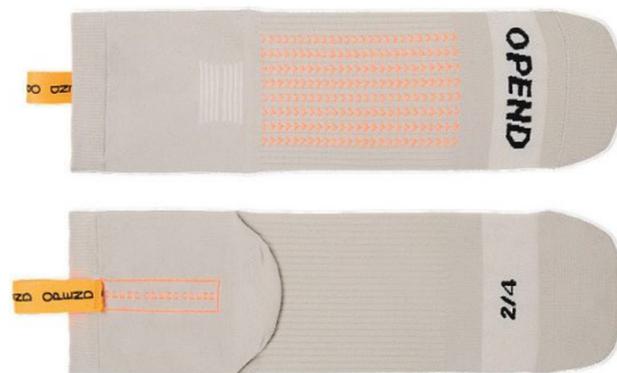
TASCHE

Kunst am Arm



Zugegeben: Die aktuelle Weltlage sieht derzeit recht trist aus. Farbe in die grauen Gedanken bringt das Modehaus Dior mit seinem Projekt Dior Lady Art #7. Elf Künstler aus verschiedenen Kulturen erhielten Carte blanche, um die ikonische Tasche Lady Dior neu zu gestalten. Mit dabei sind etwa Minjung Kim aus Korea, Dorothy Iannone aus den USA oder Ghada Amer aus Ägypten. Das Projekt findet bereits zum siebten Mal statt, die limitierten Editionen sind nur in ausgewählten Stores erhältlich. Ob Zürich die «Konkurrenz» in die Tasche gesteckt hat? In der Dior-Boutique an der Bahnhofstrasse sind 36 Exemplare erhältlich – allerdings sollte man schnell sein, die Taschen sind echte Sammlerstücke. Mit seinen sonnigen Farbtönen fängt etwa der US-Maler Brian Calvin den Spirit seiner Heimat Kalifornien ein (siehe Modell links). Und das macht doch nun wirklich gute Laune! *Tina Bremer*

Dior Lady Art Limited Edition von Brian Calvin, Preis auf Anfrage, www.dior.com



ACCESSOIRE

Schlaue Socke

Kleines Detail, grosser Unterschied: Das Schweizer Start-up OPEND versieht seine Socken mit einer Schlaufe, damit sie nicht in die Sneaker rutschen. Das ultraweiche «Badass»-Garn verhindert zudem Reibungen. *R.L.*

Unisex-Socken von OPEND, Einheitsgrösse, ab 22 Fr., www.opend.ch

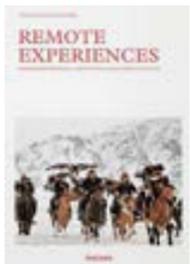


Die Mongolei ist eine der zwölf porträtierten Destinationen.

REISEBUCH

Niemandsland

Von eisigen Fjorden zu tropischen Wäldern, vom Himalaya-Gebirge zur Poebene, von kalt zu warm, von trocken zu feucht – dieses breite geografische Spektrum deckt das Buch «Remote Experiences», zu Deutsch «entlegene Erfahrungen», ab. Fotograf David De Vleeschauwer und Journalistin Debbie Pappyn beschreiben zwölf Reiseziele, die so abgelegen sind, dass der Lärm der Welt an ihnen verstummt. Es geht ans Nordkap, in die Mongolei, nach Mustang, Papua-Neuguinea, Nordkorea, Botswana, Patagonien und, und, und... Namen, deren Klang allein



«Remote Experiences» David De Vleeschauwer Debbie Pappyn, Verlag Taschen, auf Englisch, 424 Seiten, 45 Fr.

ein Ziehen im Herzen verursacht, bei dem man an wilde, unberührte Landschaften denkt. Gegenden, die vom Massentourismus verschont geblieben sind – oder Ecken, in die sich generell kaum ein Tourist verirrt. Das belgische Reiseduo dokumentiert aber nicht nur die Natur, sondern erzählt auch von menschlichen Begegnungen. Sind sie es doch, die einen Ort erst mit Leben füllen. Berührende Momente des Austauschs, die Einblicke in einen Alltag geben, der oftmals so ganz anders ist als alles, was wir kennen. Durchblättern, Koffer packen und ab ins nächste Abenteuer! *Estelle Lucien*

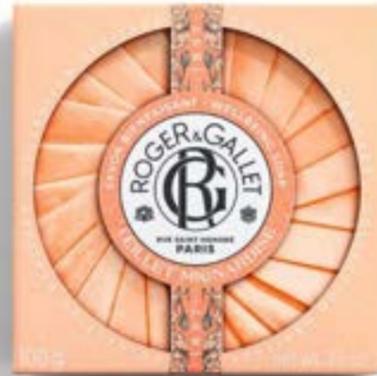


ACCESSOIRE

Augenschmuck

Lange Perlenketten gehörten zu den Markenzeichen der legendären Stilikone Coco Chanel. Anstatt um den Hals tragen wir die Tränen des Meeres dieses Frühjahr aber am Gesicht. Passend zu vier Sonnenbrillen- und Sehbrillenmodellen hat Chanel Perlenketten in den Farben Beige, Schwarz, Blau, Grün, Bordeaux und Braun (s. Bild) lanciert, die zarte Verlängerung der abnehmbaren Kette trägt das emblematische Doppel-C der Marke. *E.L.*

Brille erhältlich in vier Formen, aus Acetat, ab 1080 Fr., www.chanel.com



BEAUTY

Rund und gut

Das Runde muss ins Eckige! Roger & Gallet boten als Erste kreisförmige Seifen an. 2022 feierte das Haus sein 160-jähriges Bestehen, zum Jubiläum gibt es eine Héritage-Kollektion mit acht Hommage-Kreationen: vier Eaux Parfumées und vier Seifen, darunter Cillet Mignardise, entworfen 1897 für das Kaufhaus Le Bon Marché. *E.L.*

Kollektion Héritage, Roger & Gallet, Seifen ca. 8 Fr., Düfte ca. 45 Fr.

Aalglatte Verkehrsteilnehmer

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Ich bin bereit, nüchtern zu bleiben, aber nur unter einer Bedingung: dass ich ein Snob bleiben darf. Denn genau darum

geht es bei diesem E-Jitensha. Wenn man es sieht, denkt man zunächst an ein Fixie, diese schlichten Velos, deren Fahrer mit ihrer sportlichen Wendigkeit und ihrem Umweltbewusstsein stets auf die anderen Verkehrsteilnehmer herabblicken – unerträglich, wenn Sie mich fragen! Mit einem Gewicht von knapp über 13 kg, 28 mm dünnen Reifen und einem nur 50 cm breiten Lenker entzieht sich das



E-Jitensha Tokyo Copper, 2700 Fr, diverse Modelle, www.jitensha.fr

E-Jitensha dem Verkehr wie ein Aal dem Strom. Denn wie der schlangenförmige Fisch hat es eine einzigartige und verborgene Gabe: Elektrizität! In seiner Hinterradnabe befindet sich ein unsichtbarer Zehus-Motor, der aktiviert wird, sobald Sie ab einer Geschwindigkeit von 19 km/h für drei Sekunden zurückschalten. Probieren Sie es aus! In der Stadt ist es eine wahre Freude, an bulligen SUV und Bussen vorbeizudüsen, die im Verkehr feststecken. Die Batterie reicht für 35 Kilometer im Turbo-Modus und bis zu 60 Kilometer auf Sparflamme. Und auch wenn der Name es anders vermuten liesse (Jitensha ist das japanische Wort für Velo), wird dieses Wunderwerk der Verschleierung im französischen Annecy gebaut. Natürlich müssen Sie lernen, mit dem kleinen Moment der Scham umzugehen: Wenn Sie in die Pedale treten und der Welt die Unschuld der Fixie-Fahrer vorgaukeln. Aber glauben Sie mir, es ist Teil des Vergnügens.



Zum 170-Jahr-Jubiläum kleidet sich der Bienenflakon von Guerlain in die Farben von Matisse.

PARFUM

Glück im Glas

Der 1853 für Kaiserin Eugénie entworfene Bienenflakon ist zu einem ikonischen Motiv des Hauses Guerlain geworden. Anlässlich seines 170. Geburtstags trifft er auf einen anderen Mythos: «La Musique», eines der emblematischsten Werke von Henri Matisse. Das 1939 gemalte Gemälde – zwei Frauen, von denen eine Gitarre spielt – inspirierte das Dekor für die limitierte Künstleredition Le Flacon Aux Abeilles Maison Matisse. Nur 14 Stück dieses Duftkunstwerks sind erhältlich, zu einem stolzen Preis von je 16 500 Franken. Das besondere Parfum ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen Guerlain und Maison Matisse im Rahmen der Kollektion L'Art & La Matière. Maison Matisse wurde 2019 von Jean-Matthieu Matisse, dem Urenkel von Henri, gegründet. Es gibt Objekte und Möbel heraus, die von zeitgenössischen Designschaffenden ent-

worfen wurden. Sie lassen die ästhetische Sprache des französischen Malers weiterleben. Der Flacon Aux Abeilles Maison Matisse trägt ein Kleid aus leuchtenden Farben, das von der Kunsthandwerkerin Astrid de Challié angefertigt wurde. Darin verbirgt sich ein exklusiver Chypre-Duft, ebenfalls eine Hommage an die sonnige Palette des «Maler des Glücks». Die Kollaboration der beiden Häuser wird ergänzt vom neuen Duft Jasmin Bonheur (limitiert auf 1000 Stück), dessen Schatulle und Flakondeckel von Matisse's Gemälde «Les Mille et Une Nuits» aus dem Jahr 1950 inspiriert sind. Auch die Duftkerze Figure Azur (limitiert auf 500 Stück) besitzt das gleiche fröhliche Dekor. *Estelle Lucien*

Parfum *Jasmin Bonheur*, ab 400 Fr., Duftkerze *Figure Azur*, 215 Fr., erhältlich bei Jelmoli in Zürich, bei Globus in Genf und im Spa des Genfer Hotels «The Woodward».



GEPÄCK

Leichtgewicht

Die neue Kollektion Crosslight von Victorinox schlägt gleich drei – Achtung, Wortspiel! – Flieger mit einer Klappe: Die Koffer sind leicht, gut verstaubar und nachhaltig, da sie aus recycelten PET-Flaschen hergestellt wurden. *E.L.*
Crosslight, Victorinox, zw. 195 Fr. u. 495 Fr.

DESIGN

So nah, so fern



Zu Beginn seiner Karriere war Emmanuel Thibault Modelfotograf. Dann sattelte er um, bewahrte sich aber seinen Sinn für das Flüchtige. Manchmal zoomt er auf das Kleine, manchmal öffnet er seine Brennweite, um Grosses zu erfassen. Wie etwa den Sternenhimmel, den er in geheimnisvollen Farbtönen darstellt. Dabei schärft er unseren Blick für die Schönheit der Natur. Pflanzen werden abstrahiert, man riecht die Blumen förmlich, ohne sie wirklich zu sehen... Zu seinen Auftraggebern gehört Diacasan Edition. Die Manufaktur ist auf zeitgenössische Teppiche spezialisiert. Neu arbeitet Thibault auch mit dem französischen Möbelhaus Roche Bobois zusammen. Der jüngste Wurf: drei Modelle mit Motiven, bei denen man sich mit den Angen verliert. *R.L.*

Teppich *Botanica* von Emmanuel Thibault für Roche Bobois, 280 cm Ø, handgetuftet, 100% Wolle, 5110 Fr. oder Tencel®, 5410 Fr.

TOP FIVE

Designausstellungen im Frühling



- 1 Die Zukunft ist grün, zumindest hier! **Garden Futures: Designing with Nature**, ab dem 25. März, Vitra Design Museum, Weil am Rhein.
- 2 Die Designszene des Libanons – von der Unabhängigkeit bis heute – beleuchtet **Beirut. The Times of Design**, ab dem 7. April, Mudac Lausanne.
- 3 Der Pionier des Schweizer Industriedesigns: **Willy Guhl – Denken mit den Händen**, bis 26. März, Museum für Gestaltung Zürich.
- 4 Die erste Ausstellung des chinesischen Künstlers über **Design. Ai Weiwei: Making Sense**, ab dem 7. April, The Design Museum, London.
- 5 Der Einfluss der koreanischen Populärkultur auf die Kreativbranche. **Hallyu! The Korean Wave**, bis zum 25. Juni, V&A Museum, London.



Früher Pistenraupe, heute nachhaltiger Foodtruck: Serviert werden Gerichte aus Zutaten, die in den Küchen des Hotels Alpina Gstaad übrig geblieben sind.

Raupe Nimmersatt

PLATZ DA! Auf der Piste macht man lieber einen grossen Bogen um sie. Ist es doch der Job von Raupen, alles platt zu walzen, was ihnen in die Quere kommt. Zum Glück präparieren die Kolosse die Pisten vorrangig nachts, gut sichtbar an ihren leistungsstarken Scheinwerfern. Nach einem arbeitsreichen Leben droht ihnen meist die Verschrottung. Bis jetzt! Neu nehmen sich immer mehr Gastronomen der Pensionäre aus Stahl an und geben ihnen eine zweite Chance. In Gstaad wurde ein Exemplar an den Hängen des Vorderen Eggli in einen Foodtruck verwandelt. Die Umfunktionierung ist Teil eines Projekts gegen Lebensmittelverschwendung, das die Bergbahnen und das Hotel Alpina Gstaad initiiert haben. Chefkoch Martin Göschel und sein Team bereiten ausschliesslich Gerichte aus Lebensmitteln zu, die

in den Restaurantküchen des Fünf-Sterne-Hotels übrig geblieben sind. Nachhaltig agiert auch die Rattac Bar in Chandolin, einem Dorf im Val d'Anniviers auf 2000 Metern Höhe. Am Fusse der Illhorn-Piste steht ein Oldtimer aus den 1970er-Jahren auf dem Unterbau einer ehemaligen Raupe. Die Automobilkabine wurde von einem begeisterten Chandolinard vom Col des Mosses mitgebracht. Das Objekt ist selten, denn es handelt sich um einen echten Rattac. Die Kultmarke existiert heute nicht mehr. Die Rattac Bar serviert lokale Weine und Walliser Snacks, samstags legen DJs zum Après-Ski auf. Zur gleichen Zeit, wenn andere Pistenfahrzeuge sich gerade in eine lange, mühsame Nacht aufmachen. Strahlende Scheinwerfer wie ihre ehemaligen Kollegen besitzen die umfunktionierten Raupen nicht mehr, dafür sind sie ein leuchtendes Beispiel. ☉

Richtig ticken

WICHTIGE BOTSCHAFT STATT SCHÖNER SCHEIN:
DIESE UHREN SIND EINE HOMMAGE AN DIE UNSICHTBAREN HELDEN DES ALLTAGS.

TEXT MATHILDE BINETRUY



Zum Schutz der Nashörner

Kennen Sie die Big Five? Löwen, Leoparden, Büffel, Elefanten und Nashörner gehören zu den Protagonisten einer Safari in Afrika. Hublot richtet sein Fernglas auf das zweitgrösste Säugetier: das Nashorn, ein über zwei Tonnen schwerer Koloss, dessen Hörner über 1,5 Meter lang werden können. Seine Population ist in den vergangenen Jahren um 90 Prozent zurückgegangen. Die Organisation SORAI – Save Our Rhino Africa/India – setzt alles daran, die Giganten vor Wilderern und Elfenbeinhändlern zu schützen. Gründer Kevin Pietersen ist Hublot-Botschafter und ehemaliger Cricketstar. Die Uhrenmarke unterstützt ihn und seine Ranger mit 100 Uhren des Modells Big Bang Unico SORAI. Die gelb-orangefarbenen Zeitmesser reflektieren den Einbruch der Nacht, wenn die Nashörner am verletzlichsten sind. Ihre Farben symbolisieren aber auch die Morgendämmerung – und stehen somit für einen neuen Tag und die Erneuerung.

Automatikwerk, Durchmesser 44 mm, wasserdicht bis 100 m, 22 900 Fr., **Hublot Big Bang Unico SORAI.**



Adlerauge!

Eine sackmesserscharfe Sicht und eine Flügelspannweite von über 2,4 Metern – mit diesen imposanten Merkmalen kommt bzw. fliegt der Seeadler daher, besser bekannt als Adler des Genfersees. Er wurde von der Alpine Eagle Foundation, die das Alpenmassiv und seine Bewohner schützt, wieder angesiedelt. Chopard ist bei diesem Abenteuer dabei. Karl-Friedrich Scheufele, Co-Präsident der Marke und Mitbegründer der Stiftung, ist eng mit den Bergen verbunden und sensibel für Umweltfragen. Daher hat er eine Uhr auf den Markt gebracht, die von den Alpen und dem majestätischen Vogel inspiriert ist. Ihr Zifferblatt erinnert an die Iris des Tieres, die Zeiger nehmen die Form der Federn auf und die tannengrüne Farbe ist eine Anspielung auf die Biodiversität der Region. Ein Teil des Verkaufserlöses fließt an die Stiftung. Die ersten Küken der wiederangesiedelten Greifvögel schlüpften 2016.

Zertifiziertes COSC-Chronographenwerk, Durchmesser 41 mm, wasserdicht bis 100 m, Farbe Pine Green, 14 800 Fr., **Chopard Alpine Eagle.**



Fliegende Lebensretter

Schön ist der Berg. Aber auch gefährlich. Selbst diejenigen, die alle Vorsichtsmaßnahmen treffen, laufen Gefahr, sich in einem schlechten Drehbuch eines Abenteuerfilms zu wähen. Die Piloten und Rettungssanitäter von Air-Glaciers können ein Lied davon singen. Das 1965 gegründete Unternehmen ist ein wichtiger Akteur in den Schweizer Alpen. Die Helikopter sind für Extremrettungen konzipiert und ihre Besatzung setzt alles daran, Leben zu retten, egal wie schwierig die Bedingungen. Die Marke Hamilton hat mit der Khaki Aviation X-Wind Auto Chrono ein Modell herausgebracht, das den engen Zeitrahmen eines jeden Einsatzes unterstreicht. Erstmals berechnet ein Driftwinkelmesser den Einfluss von Seitenwinden auf die Flugroute eines Flugzeuges. Mit ihren grossen Ziffern aus Super-LumiNova® bietet die Uhr zudem eine besonders gute Lesbarkeit, die erforderlich ist, wenn ein einziger Blick den entscheidenden Unterschied machen kann.

Automatikwerk, Durchmesser 45 mm, wasserdicht bis 100 m, 1950 Fr., **Hamilton Khaki Aviation X-Wind Auto Chrono.**



Lodernde Leidenschaft

Britton Coulson gehört der dritten Generation an, die eine Boeing 737 in 60 Metern Höhe über brennende Häuser fliegen kann. Ihr Antrieb? Die Brandbekämpfung aus der Luft – 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche. Die Marke Oris ehrt die 450 mutigen Feuerwehrmänner, die für das kanadische Familienunternehmen arbeiten. Die Partnerschaft ist Teil des Umweltschutzengagements des Schweizer Uhrenherstellers. «Wie können wir möglichst vielen Menschen helfen, und wie können wir es besser machen?» Zwei Fragen, die sich sowohl in der Manufaktur in Hölstein als auch in der Luft stellen. Gemeinsam haben Oris und Coulson Aviation an einer Uhr mit einem Gehäuse aus 3D-gedruckter Kohlefaser gearbeitet, ein neuartiges Verfahren in der Uhrenindustrie. Markant: das flammend orangefarbene Zifferblatt, das mit seinen Farbverläufen an Feuer erinnert. Die Piloten tragen die Uhr als Erinnerung daran, dass es nicht nur darum geht, pünktlich zu sein, sondern vor allem rechtzeitig.

Limitiert auf 1000 Stück, Automatikwerk, Durchmesser 41 mm, wasserdicht bis 100 m, 4200 Fr., **Oris Coulson Limited Edition.**





Das französische Team der Segelregatta The Ocean Race wird von der Kosmetikmarke Biotherm unterstützt.

Nah am Wind

SEGELN STEHT FÜR DIE ULTIMATIVE FREIHEIT. DER WASSERSPORT WIRD AUCH FÜR SPONSOREN IMMER ATTRAKTIVER UND SCHLÄGT HOHE WELLEN. GRETA THUNBERG SEI DANK?

TEXT TINA BREMER

WIELLEICHT IST ES der romantische Gedanke an Phileas Fogg, der sie antreibt? Während Jules Vernes Romanheld die Welt mit Dampfschiffen, Elefanten, Zügen und Segelbooten in 80 Tagen umrundete, haben die Teilnehmenden des The Ocean Race allerdings sechs Monate Zeit, die 32 000 nautischen Seemeilen (rund 60 000 Kilometer) ihrer Route zurückzulegen. Die Segelregatta führt die Teams von Spanien über Südafrika, Brasilien und die USA zurück nach Europa. Ohne Motor, angetrieben allein von der Kraft des Windes. Der Wettbewerb, der vor genau 50 Jahren als Whitbread Round the World Race ins Leben gerufen wurde, gilt als härteste Regatta der Welt – und fasziniert immer mehr Zuschauende. Fernsehsender und Streamingdienste übertragen den Start Mitte Januar, im spanischen Alicante selbst versammelten sich mehr als 70 000 Begeisterte, um live dabei zu sein, wenn die Schiffe ablegen. Eine Zahl, die man sonst nur aus Fußballstadien kennt.

Eins mit den Elementen

In den vergangenen Jahren hat das Interesse am Segeln stark zugenommen – auch aufseiten der Sponsoren. Die Liste ist so lang wie namhaft: Beim legendären America's Cup war etwa das Modehaus Prada Titel- und Presentingsponsor, der Automobilhersteller Land Rover ist Partner des Red Bull Extreme Sailing Teams, die Uhrenmarke Omega stärkt dem Emirates Team New Zealand die Segel.

Auf den ersten Blick mögen die branchenfremden Liaisons verwundern, auf den zweiten machen sie durchaus Sinn. Geht es in der Luxusgüterbranche doch auch darum, Träume zu verkaufen. Und nirgendwo sind sie greifbarer als beim Segeln. Steht der Sport doch für die ultimative Freiheit, für das Überwinden von Horizonten. In einer Zeit, in der das Leben radikal digitaler wird, übt das Einswerden mit den Elementen einen besonderen Reiz aus, ist das Zurückzur-Natur mehr als ein kurzlebiger Trend. Hinzu kommt: Segeln hinterlässt keinen schmutzigen Fussabdruck. The Ocean Race ist das erste klimaneutrale Sportevent der Welt.

Das Mikrobiom der Meere

Die Kosmetikmarke Biotherm, die das französische Team der Regatta sponsert, hängt jedoch nicht einfach ihr Logo in den Wind für ein sauberes Image: Sie kooperiert seit 2017 mit der Tara Ocean Foundation, auch im Rahmen des The Ocean Race. Die Non-Profit-Organisation macht auf die Belange der Weltmeere aufmerksam und versucht, deren Biodiversität zu schützen. Und so befindet sich an Bord der brandneuen Biotherm-IMOCA-Yacht ein Mikroskop samt Sensor, das Aufnahmen von Phytoplankton aus Regionen macht, in denen normalerweise kein Forschungsboot kreuzt. Die Daten werden von Wissenschaftlern aus der ganzen Welt ausgewertet. «Plankton ist die Quelle allen Lebens im Meer, da es den Beginn der Nahrungskette darstellt», sagt Biotherm Sustainability Director Dania Blin. «Indem man Plankton wis-

senschaftlich untersucht, erfährt man viel über den Gesundheitszustand der Ozeane. Wir verdanken ihm die Gründung unseres Unternehmens. Life Plankton ist der Hauptinhaltsstoff unserer Produkte, er hilft der Haut, sich zu regenerieren.»

Die Tara Ocean Foundation arbeitet seit zwölf Jahren auch eng mit der ETH Zürich zusammen, um das sogenannte Mikrobiom der Meere zu untersuchen. «Die Politik und die Menschen verstehen zunehmend, wie wichtig das Meer für uns alle ist. Phytoplankton ist ein Key Player: Es produziert Sauerstoff und speichert CO₂», erzählt Executive Director Romain Troublé, der selbst professionell segelte. «Viele Unternehmen betreiben Green- bzw. Bluewashing. Wir helfen L'Oréal, dem Konzern hinter Biotherm, die Auswirkungen seiner Produkte auf die Umwelt besser zu verstehen. Gemeinsam mit dessen Wissenschaftlern entwickeln wir Lösungen, zum Beispiel Sonnenschutzmittel, die das Wasser nicht verunreinigen. Sie investieren viel in Nachhaltigkeit, es ist ihnen ernst.»

Blinder Passagier

Das Mikroskop an Bord der Biotherm IMO-CA ist alles andere als ein Leichtmatrose, wiegt rund 40 Kilo. Keine Kleinigkeit bei einer Hightech-Rennyacht, bei der jedes Gramm Gewicht zählt. Für das Team um Skipper Paul Meilhat war es dennoch keine Frage, den «blinden Passagier» mit an Bord zu nehmen – geht es im The Ocean Race doch nicht nur um den sportlichen Wettbewerb, sondern vor allem um Aufmerksamkeit für die gute Sache. Das hätte auch dem Weltreisenden Phileas Fogg gefallen. ●



Outfit für Entdecker

Skihelm *Pace Head* aus Polycarbonat mit Ledereinsatz und austauschbarem Visier, **Fusalp**. Weisse Ski V12, **XO**. Uhr *Captain Cook High-Tech Ceramic Limited Edition*, Automatikuhwerk, 43 mm, Gehäuse aus Hightech-Keramik, wasserdicht bis 300 m, limitierte Auflage von 1962 Stück, 4650 Fr., **Rado**.

ZEIT FÜR ADRENALIN

DIE RADO-UHR CAPTAIN COOK IST NACH DEM BRITISCHEN SEEFAHRER BENANNT. DIE NEUE VERSION NIMMT SICH HEUTIGEN TECHNOLOGIEN UND HERAUSFORDERUNGEN AN. MIT DEM LIMITIERTEN MODELL SCHREIBT MAN EIGENE ABENTEUER.

FOTO CALYPSO MAHIEU

WAGEMUT UND HELDEN, DIE AUF LANGE REISEN GEHEN. Das kommt einem bei dem Begriff Abenteurer in den Sinn. Einer von ihnen war der britische Seefahrer James Cook (1728-1779), der als Erster die Antarktis umrundete. Er entdeckte nicht nur Australien, sondern war auch einer der wichtigsten Kartografen des 18. Jahrhunderts. Kein Wunder, dass Rado eine seiner schönsten Uhren nach ihm benannt hat: die Captain Cook. Sie kam 1962 auf den Markt und verkörpert das Wesen einer sportlich-schicken Automatikuhr. Im Jahr 1986 wurde sie durch die Einführung der Hightech-Keramik revolutioniert. Das aussergewöhnliche Material – kratzfest und hypoallergen – machte Rado zum «Master of Materials» und begründete die Herrschaft der Captain Cook über die Welt der Outdoor-Uhren. Die Tiefsee, schwindelerregende Gipfel, der Asphalt auf den Strassen: Das ist ihr Revier. Trifft sich gut. Braucht man doch auch im 21. Jahrhundert Mut, um sich dem Alltag zu stellen! Vor diesem Hintergrund hat Rado die Captain Cook High-Tech Ceramic Limited Edition entworfen, die für Extreme gemacht ist. Hinweis Nummer eins: Das Uhrwerk ist ein Bolide. Das Dreizeigerkaliber R808 übertrifft dank seiner nichtmagnetischen Nivachron™-Spiralfeder die Standardtestanforderungen für Genauigkeit. Hinweis Nummer zwei: Neben der Lünette und der Krone aus Hightech-Keramik ist dies das erste Captain-Cook-Modell mit Anti-Fingerabdruck-Beschichtung. Hinweis Nummer drei: die Zahlen. Das Gehäuse hat einen Durchmesser von 43 mm, ist wasserdicht bis zu einer Tiefe von 300 m und hat eine Gangreserve von bis zu 80 Stunden. Rauchgetöntes Saphirglas und ein mattschwarzes Hightech-Keramik-Armband mit Dreifachschliesse aus Titan – mit dieser Uhr sind Sie bereit für Ihr ganz eigenes Abenteuer! Da es sich um eine Hommage an das Original handelt, ist das Modell (Foto) auf 1962 Exemplare limitiert. ©



Kristine McDivitt Tompkins setzt sich dafür ein, dass Patagoniens wieder Wildnis und zur grünen Lunge wird.

WILDLIFE HEART

IN PATAGONIEN HAT DIE AMERIKANERIN **KRISTINE TOMPKINS** EINEN DER AMBITIONIERTESTEN NATURPARKS DER WELT GESCHAFFEN. DAS ZIEL DER AKTIVISTIN? ZURÜCKZUBEKOMMEN, WAS EINST WAR.

TEXT **RENATA LIBAL**

DIE GLÜCKLICHEN, die Patagonien in jüngster Zeit bereisen durften, können kaum fassen, was hier passiert. Ist das Wirklichkeit? Oder doch die Kulisse von «In einem Land vor unserer Zeit»? Klar, die Region in Südamerika war schon immer reich an Natur – jetzt ist sie aber auf dem Weg, ein echtes Paradies zu werden. Seit Kurzem gibt es eine Route, die 17 Nationalparks miteinander verbindet. Die 2800 Kilometer lange Strecke führt durch Pampa, Sumpfbereiche, über Flüsse und zu Vulkanen und Gletschern, die sich in der Ferne erheben. Unter den vielen seltenen Tier- und Pflanzenarten können Kenner die Alerce ausmachen, eine einheimische Zypresse, die über 3000 Jahre alt werden kann. Tierliebhaber werden sich beim seltenen Grünflügelara die Augen reiben. Was für ein Vogel mit seinem grün-roten Gefieder! Aber nicht nur die Aras haben sich wieder angesiedelt: Kondore und Pumas leben hier, ebenso wie Dutzende von Spezies, die lokal als ausgestorben galten, wie etwa der Riesennameisenbär. Oder der Darwin-Nandus – eine Art Strauss, die Charles Darwin in den 1830er-Jahren überall suchte, nur um festzustellen, dass man sie ihm gerade zum Abendessen serviert hatte. Oje! Eine gute Fee wacht über diese grüne Lunge. Ihr Name? Kristine McDivitt Tompkins, genannt Kris. Die Amerikanerin ist ehemalige Geschäftsführerin des Bekleidungsunternehmens Patagonia und Leiterin der Tompkins-Stiftung. Ihre unglaubliche Vision? Die Landschaft, die sich zwischen Chile und Argentinien erstreckt, wieder zu der Wildnis zu machen, die sie einst war. Die Aktivistin erwarb fünf Millionen Hektar Land – etwas mehr als die Fläche der Schweiz –, renaturierte es und gab es an die beiden Länder zurück. Das grösste Geschenk, das je von einer Privatperson an einen Staat gemacht wurde. Argentinien und Chile rundeten auf, sodass nun eine geschützte Region von spektakulären 15 Millionen Hektar vorliegt.

Als der Umweltkreuzzug 1991 begann, waren sie zu zweit: Gemeinsam mit ihrem Mann Douglas machte sich Kris daran, Geld zu beschaffen. Um Ackerland und Viehzuchtbetriebe aufzukaufen – jene Estancias, deren Viehbestand das empfindliche Ökosystem zerstören. Anfangs wurde das Duo von der damaligen chilenischen

Regierung misstrauisch beäugt. Aber die Tompkins blieben hartnäckig. Erklärten, warum 400 Kilometer Zäune entfernt werden müssen, wieso es notwendig ist, Schafe von Hütehunden bewachen zu lassen, und warum der Puma wieder eingeführt werden sollte. Sie legten dar, wie das beschädigte, überbeanspruchte und verarmte Land durch Renaturierung gerettet werden kann. Die einzige Möglichkeit, der Natur ihre verlorene Kraft zurückzugeben und das Gleichgewicht wiederherzustellen. Nachdem Douglas 2015 bei einem Kajakunfall in einem Fjord ums Leben gekommen war, machte seine Ehefrau alleine weiter.

Die erste Hälfte ihres Lebens verbrachte Kristine McDivitt damit, ein Unternehmen zu führen. Sie gehörte zum Team des Abenteurers und Bergsteigers Yvon Chouinard, als dieser 1972 Patagonia gründete. Eine kalifornische Marke, die Pionierarbeit in Sachen Bio- und Recyclingtextilien leistete. Später stieg sie zur Geschäftsführerin des Unternehmens auf. Über Yvon lernte sie dessen Freund Douglas Tompkins kennen, an der frischen Luft – wo sonst. Nachdem der philanthropische Unternehmer die Modemarken Esprit und The North Face gegründet hatte, wollte er mehr – und vor allem umdenken. Also tüftelte das Trio ein völlig neues Konzept aus: die Natur schützen, aber mit einem kapitalistischen Ansatz. Visionäre Ideen, gepaart mit Know-how, Qualität und Effizienz. Das Ergebnis spricht für sich. Der 83-jährige Yvon Chouinard sorgte im September vergangenen Jahres für Aufsehen, als er ankündigte, seine gesamten Aktien einem Trust zu schenken. Dieser wird die Dividenden der Patagonia-Gruppe in Umweltprojekte reinvestieren. So wird die Trust mit einem Schlag zu einem der grössten Akteure in seinem Sektor. «Auf diese Art und Weise wird das Unternehmen zum Werkzeug der Transformation», meint Chouinard. Und Kristine Tompkins fügt an: «Ich betrachte dieses Projekt, das von ihm und seiner Familie ins Leben gerufen wurde, als wegweisend.»

Kristine Tompkins will nicht mehr und nicht weniger als an scheinbaren Gewissheiten rütteln. Als sie 1991 im Alter von 41 Jahren ihren Fokus vom Unternehmen Patagonia auf die Region Patagonien verlegte, wusste sie nicht, ob ihre gewagte Idee eines nachhaltigen Geschäftsmodells Früchte tragen würde. Schliesslich war es ganz neu. Douglas und sie bezeichneten sich selbst als «Flüchtlinge aus der Unternehmenswelt». Längst aber ist Kristine Tompkins angekommen. Zumindest gedanklich. Zu Beginn des Jahres bestieg sie in Ushuaia ein Schiff, überquerte den Polarkreis in südwestlicher Richtung und nahm Kurs auf Neuseeland. Auf Instagram konnte man ihren Weg verfolgen. Umgeben von Eis strahlte sie vor Glück unter ihrer Kapuze. Vor ihrer Abreise nahm sie sich Zeit, unsere Fragen schriftlich zu beantworten.



Was hat Sie an dieser Region so fasziniert?

Ich habe mich schon immer von Extremen angezogen gefühlt, von der Natur im grossen Massstab. Der Süden Chiles mit seinen Regenwäldern, Fjorden, Eisfeldern und starken Winden bietet all das in Hülle und Fülle. Patagonien ist von Grund auf wild, kein anderer Ort auf der Welt gleicht ihm. Die Region erinnert uns daran, dass wir nur ein winziger Teil der Erde sind.

Sie haben gerade zur Eröffnung des riesigen, 2800 Kilometer langen Korridors namens La Ruta de los Parques beigetragen. Welche Hoffnungen sind damit verbunden?

Die Ruta de los Parques de Patagonia ist eine Vision für den Naturschutz. Sie legt einen riesigen Korridor aus 17 Parks fest, die von mehr als 60 Gemeinden umgeben sind. Über 90 Prozent der geschützten Flächen Chiles befinden sich in dieser Region – eine beeindruckende Zahl. Das Bewahren grosser Landflächen ist entscheidend für die Bekämpfung der Klimakrise, aber auch eine Möglichkeit, durch naturbasierten Tourismus in kleinem Massstab Arbeitsplätze für ländliche Gemeinden zu schaffen.

Sie haben kürzlich ihre privaten Nationalparks, die Sie zwischen 2017 und 2019 gegründet haben, an den chilenischen Staat übergeben – mit der Bedingung, dass weitere Parks gegründet oder bestehende erweitert werden. Wie wird das Land seitdem verwaltet?

Im Laufe des Jahres 2020 übernahm CONAF, die nationale Forstkorporation, die Verwaltung der Nationalparks Pumalín Douglas Tompkins und Patagonia. CONAF ist für die Verwaltung der Nationalparks in Chile zuständig. Wir begnügten uns jedoch nicht damit, einfach nur die Schlüssel zu übergeben und uns dann umzudrehen. Zunächst setzten wir uns zusammen, um die Bedürfnisse, die an den Park gestellt werden, zu besprechen und um uns über unsere Geschäftspraktiken auszutauschen, damit es beim Wechsel des Managements keine Überraschungen gibt. Wir haben eine zehnjährige Kooperationsvereinbarung, um mit CONAF an der Entwicklung der Parkroute zu arbeiten. Einige unserer Ranger wurden als Nationalpark-Ranger angestellt, was die Kontinuität des Projekts sicherstellt.

Wie sehen die nächsten Schritte aus?

Unsere Stiftung, Tompkins Conservation, ist über unsere Tochtergesellschaften Rewilding Argentina und Rewilding Chile damit beschäftigt, die nächste Generation von Projekten zu entwickeln. Die Renaturierung zielt darauf ab, die Krise des Artensterbens abzuwenden und die Folgen der Klimakrise zu mildern. Unsere nächste Herausforderung ist die Errichtung von Meeressparks nach dem Vorbild unserer Arbeit an Land. Der Schutz der Meeressparks ist von entscheidender Bedeutung. Jedes Mal, wenn wir einen Nationalpark gründen, fragen wir uns: Wer fehlt hier? Die Herausforderung besteht darin, den einheimischen Arten ihren rechtmässigen Platz zurückzugeben. In Argentinien siedeln wir dieses Jahr Jaguare in den Sumpfbereichen von Iberá an, wo sie seit über 70 Jahren ausgestorben waren. Die Rückkehr lokal bedrohter oder ausgestorbener Tiere ist entscheidend, wenn man vollständige und funktionierende Ökosysteme haben will. Es gibt viel zu tun.

Wie geht die Wiederansiedlung von Tierarten vonstatten?

Da wir mit der grössten globalen Biodiversitätskrise in der Geschichte der Menschheit konfrontiert sind, ist die Notwendigkeit einer grossangelegten ökologischen Renaturierung dringender denn



je. Hier kommt die Wiederaufforstung ins Spiel. Wir bemühen uns um die Rückführung endemischer Schlüsselarten und haben in Chile und Argentinien einzigartige Wiederansiedlungszentren für gefährdete und regional ausgestorbene Arten eingerichtet. Dies erfordert eine Zusammenarbeit auf mehreren Ebenen, mit den lokalen und nationalen Behörden – aber auch mit den Menschen vor Ort, die die Mission unterstützen müssen. Für jede Art und jedes Tier erarbeiten wir einen entsprechenden Ansatz. Die Riesennameisenbären, die wir nach Iberá brachten, zogen wir einfach auf und liessen sie wieder frei. Bei den Grünflügelaras, die wir aus Zoos geholt hatten, war die Sache komplizierter: Wir mussten sie für die Wildnis umerziehen, was tägliche Arbeit mit ihnen erforderte, um sie abzu härten, ihnen zu helfen, einheimische Früchte zu identifizieren usw. Diese Arbeit ist nicht einfach, aber wenn man die Tiere zum ersten Mal in freier Wildbahn sieht, ist es ein unbeschreibliches Gefühl.

Wie kann der Tourismus zum Erhalt der Natur beitragen?

Vor allem abgelegene Gemeinden können von einem nachhaltigen Tourismus profitieren. Kleinunternehmer können Dienstleistungen wie Reiseführung, Transporte oder Unterkünfte anbieten – Arbeitsplätze, die es der jüngeren Generation ermöglichen, in der Region zu bleiben. Es gibt keine besseren Verfechter einer Region als diejenigen, die sie kennen und lieben.

Es gibt ein Netz an Unterkünften und Restaurants, die verschiedene Besucher beherbergen. Wie appelliert man an deren Umweltbewusstsein?

Ein Nationalpark besteht zu 98 Prozent aus unberührtem Land und nur zu zwei Prozent aus Infrastruktur. Dieser kleine Prozentsatz an Einrichtungen ist jedoch entscheidend, um eine Verbindung zwischen der Natur und den Besuchern herzustellen. In den Parks

FELD-STUDIEN

OBEN Der Huemul-Hirsch (links) und der Darwin-Nandu, ein flugunfähiger Vogel, gehören zu den fast ausgestorbenen Arten, die dank der Tompkins-Stiftung in Patagonien wieder angesiedelt wurden.

UNTEN Unternehmer, Aktivist und Naturliebhaber: Das Trio im Jahr 2001. Yvon Chouinard, Kristine McDivitt Tompkins und Douglas Tompkins in der Gebirgskette Cordillera Darwin in Feuerland.

MUTTER NATUR

RECHTE SEITE Angesichts der überwältigenden Natur fühlt man sich in Patagonien winzig.



Die Menschen sollten anfangen, **ihren eigenen Garten** verwildern zu lassen

gibt es Campingplätze, Lodges, Restaurants usw. Aber gerade so viele, dass die lokale Bevölkerung sich um sie kümmern und vom Tourismus profitieren kann. Wir haben Schulungs- und Sensibilisierungsprogramme entwickelt: Naturerfahrungen durch das Eintauchen in die Wildnis sind sehr effektiv. Und wir entwickeln weiterhin Massnahmen für nachhaltigeres Wirtschaften in diesen abgelegenen Parks. Im Nationalpark Patagonia haben wir 2020 die Nutzung von erneuerbarer Energie, Solar- und Wasserkraft eingeführt. So sind Generatoren, ausser in Notfällen, überflüssig.

Auf welche Erfolgsgeschichte sind Sie besonders stolz?

Als wir die riesige Ranch in Valle Chacabuco kauften, die das Herzstück des Nationalparks Patagonia werden sollte, mussten wir Hunderte von Kilometern an Zäunen entfernen. Indem wir einen neuen Korridor für die Wildnis schufen, öffneten wir die Tore für einheimische Tierarten wie Guanakos, Pumas und den extrem

gefährdeten Huemul-Hirsch. Ausserdem haben wir im Park eine Zuchtstation für den Darwin-Nandu eingerichtet und bislang 64 Tiere ausgesetzt. Man braucht rund Hundert erwachsene Tiere, damit ihre Art ihre Rolle im lokalen Ökosystem erfüllen kann. Die Nandus sind der Schlüssel zur Verbreitung von Samen und damit zur Regeneration von Weideflächen. Mehrere Dutzend Küken sind bereits geschlüpft. Es ist ein erfüllendes Gefühl, zu sehen, wie diese Ökosysteme langsam ihre ursprüngliche Pracht wiedererlangen. Das ist nur möglich, wenn alle fehlenden Arten ihren Platz wieder einnehmen.

Ihr Projekt ist aufgrund seines Umfangs und seiner Philosophie einzigartig. Ist es anderenorts kopierbar?

Es wäre grossartig, wenn es nachgeahmt werden könnte. Wenn wir das Ziel erreichen würden, bis 2030 rund 30 Prozent der Erde wieder zu Wildnis werden zu lassen, wären wir in einer guten Position, um die Klimakrise einzudämmen. Egal wo: Die Menschen sollten damit beginnen, das zu schützen, was sich in ihrem eigenen Garten befindet.

Sie leben zwischen Chile, Argentinien und den USA – wie funktioniert das?

Nach dem pandemiebedingten Stillstand kehre ich zu meiner saisonalen Routine zurück, auch wenn ich nicht mehr so viel reise wie früher. Im Südsommer beobachte ich unsere Projekte in Chile und unternehme ausgedehnte Wanderungen in der Natur. Im Winter schaue ich mir unsere Projekte in Argentinien an. Derzeit verbringe ich auch mehr Zeit damit, von zu Hause in Kalifornien aus zu arbeiten. Die globale Pandemie hatte einen positiven Effekt: Sie gab uns die einmalige Gelegenheit, intensiv über die Umweltzerstörung nachzudenken, die uns in diese Lage gebracht hat. Und über die Welt, die wir aufbauen wollen. Ich bin überzeugt, dass wir mehr tun können, als einfach so weiterzumachen wie bisher. ☺



CASA BUTLER

Ab Ende 2023 wird der Reiseveranstalter Explora, der auf hochwertige und umweltfreundliche Reisen in Südamerika spezialisiert ist, das 2009 vom Ehepaar Tompkins gebaute Haus in der Region Aysén in Chile vermieten. Hier empfangen Kris und Douglas wichtige Persönlichkeiten, die sie von ihrem Vorhaben überzeugen wollten. Das ehemalige Privathaus ist für sieben Personen ausgelegt.

A man with dark, curly hair and a small earring is leaning out of the driver's side window of a dark-colored car. He is wearing a tan, possibly waterproof, jacket with a bright yellow reflective stripe on the sleeve. Underneath, a light-colored turtleneck sweater is visible. On his left wrist, he wears a silver-toned watch with a blue dial and a metal link bracelet. The car's window is slightly fogged or has water droplets on it. The background is dark and out of focus.

AN DER ANGEL

EDLE MATERIALIEN UND
COUTURE-DETAILS
SIND DER GROSSE FANG.

FOTOS KOURTNEY ROY **STYLING** SIMON PLYSER

DIESE SEITE

Leichter Blouson aus technischem Satin, kastenförmig geschnittenes, kragenloses Hemd aus Popeline, Hose *Seoul* aus Stretch-Baumwollserge, **Hermès**. Reisetasche aus Triomphe-Canvas und Kalbsleder, **Celine Homme**. Stiefeletten *Demesure* aus venezianischem Leder, **Berluti**.

LINKE SEITE

Trenchcoat aus technischem Material, **Tommy Hilfiger**. Elfenbeinfarbener Hoodie aus Baumwolle und Kaschmir, **Ka/Noa**. Automatikuhr *TAG Heuer Carrera*, 41 mm, Kaliber 5, mit Wochentags- und Datumsanzeige, blaues Zifferblatt, Gehäuse und Armband aus Stahl, **TAG Heuer**.





DIESE SEITE
Jacquard-Strickpullover und Seidenhemd, **Giorgio Armani**. Weite Lederhose, **Fendi**. Gore-Tex-Hut *Guide Sombrero*, 100% wasserdicht und atmungsaktiv, **Simms**. Sonnenbrille *Foygel*, **Moscot**. Uhr *TAG Heuer Carrera Porsche*, Sonderedition, Automatik-Chronograph, Manufakturwerk Kaliber *Heuer 02*, 44 mm, graues Zifferblatt, Gehäuse aus Stahl und Keramik, Lederarmband mit Ziernähten, **TAG Heuer**.

RECHTE SEITE
Kannelierter Kapuzen-Steppmantel aus glänzendem technischem Canvas, Weste mit Reißverschluss aus technischem Canvas und mit Mesh am Rücken, gestreifte Twill-Bermudashorts aus Wolle und Kaschmir, umgeschlagener Bund mit Ripsbändern und eingewebtem Christian-Dior-Etikett auf der Rückseite, Mütze aus Baumwollcanvas mit Dior-Stickerei, **Dior Men**. Baumwollhemd, **APC**. Stiefel aus PVC, **Ocean**. Angelrute *Custom Predator*, 3D-Köder *Hard Pulsetail*, **Savage Gear**. Multirolle *Calcutta 401D*, **Shimano**.



MODE



Cabanjacke aus Nylon, **Tod's**.
Gestreifte Baumwolljacke, um den
Oberkörper gebunden, **Paul Smith**.
Baumwollpullover, **Fendi**. Angelrute
Custom Predator und 3D-Köder
Hard Pulsetail, **Savage Gear**.
Multirolle Calcutta 401D,
Shimano. Uhr TAG Heuer Carrera
Porsche, Sonderedition, Automatik-
Chronograph, Manufakturwerk
Kaliber Heuer 02, 44 mm, graues
Zifferblatt, Gehäuse aus Stahl und
Keramik, Armband aus Stahl,
TAG Heuer.

ART DIRECTION Géraldine Dura
PRODUKTION Endrit Nurcaj
FOTOASSISTENZ Vincenzo Sassu
und Bianca Vigni
HAIR Carlo Abba
MAKE-UP Miryam Gonzalez
MODEL Martin R
LOCATION Grande-Caricaie in Cudrefin
AUTO Porsche Targa 911 SC (1982),
ausgeliehen vom Centre Service
Porsche Neuchâtel
ANGELZUBEHÖR Interpêche Lausanne

**DAS SHOOTING ENTSTAND IN
ZUSAMMENARBEIT MIT TAG HEUER**



TAG Heuer Carrera Chronograph 60th Anniversary, Automatikuhwerk, wasserdicht bis 100 m.

Rekordhalter

DAS DESIGN IST SEIT 60 JAHREN ENG MIT DEM AUTOSPORT VERBUNDEN. DIE TAG HEUER CARRERA FÜHLT SICH AM WOHLSTEN AUF RENNSTRECKEN – UND AM HANDGELENK VON RYAN GOSLING.

TEXT DIE REDAKTION

SPÜREN SIE DEN FAHRTWIND UM DIE NASE, den Kies unter den Rädern? Eine TAG Heuer Carrera ist dort in ihrem Element, wo keine öffentlichen Verkehrsmittel mehr fahren. Wie am wilden Ufer der Grande-Cariçaie, der Location unseres Modeshootings. Am Neuenburgersee und in den entlegenen Regionen der Welt laufen Carreras zur Höchstform auf. Das aktuelle Spitzenmodell (siehe Cover und Kasten rechts) ist eine Hommage an die allererste Uhr der Linie.

Die Anekdote zu ihrer Entstehung ist legendär: 1962 traf Jack Heuer, CEO von Heuer, beim Zwölf-Stunden-Rennen von Sebring (USA) die Rodríguez-Brüder – die berühmten «Hermanos Rodríguez». Pedro und Ricardo waren schon vor ihrer Volljährigkeit Rennfahrer und starben später auf tragische Weise. Die Männer unterhielten sich über die Carrera Panamericana, ein Strassenrennen in Mexiko, das ebenso rasant wie gefährlich ist. Es ist länger, schneller und nervenaufreibender als alle anderen. Ein Mythos. Der Heuer-Manager ist von der Legende ebenso beeindruckt wie vom Klang des Namens: Carrera! Was für eine schöne Idee, eine Uhr so zu nennen! Schwingt in ihm doch alles mit: Geschwindigkeit, Abenteuer, Adrenalin. Carrera (Panamericana), das riecht nach Asphalt, Schweiß und Tränen des Sieges oder der Niederlage. «Als die Rodríguez-Brüder von der Carrera sprachen, einem Rennen, das Juan Manuel Fangio, ein langjähriger Freund der Marke, 1953 gewonnen hatte, das aber 1955 nach einer Reihe tragischer Unfälle beendet worden war, brachte das meine Fantasie zum Kochen. Da wusste ich, dass mein neuer Chronograph die beste Hommage zu Ehren dieser Legende sein würde», so Jack Heuer.

Wir befinden uns in den 1960er-Jahren, mitten im Modernismus. Die geometrische Architektur von Oscar Niemeyer steht

neben den sinnlichen Kurven der Gebäude und Möbel eines Eero Saarinen und der klaren Ästhetik der Pop-Art. Was für ein glückliches Timing, um eine Uhr auf den Markt zu bringen! «Ich war begeistert von den neuen Formen, den neuen Materialien und den innovativen Techniken, die auf den Markt kamen. Wir suchten nach etwas, das all dies nutzen würde. Das innovativ und mutig war, aber gleichzeitig schlicht und im Sinne des Motorsports, ohne überflüssige Verzierungen, klassisch und zeitlos.»

Die Heuer Carrera wurde 1963 lanciert und war auf der Strasse zu Hause. So fand sich das Schwarz-Weiss der Vintage-Armaturenbretter oder die Löcher der perforierten Lederhandschuhe in dem Design wieder. Das Modell wurde Panda genannt und tauchte bald an den Handgelenken von Rennfahrern wie Jacky Ickx und Clay Regazzoni auf. In den 1970er-Jahren erhielt jedes Mitglied der Scuderia Ferrari, deren Sponsor und offizieller Zeitnehmer TAG Heuer war, eine goldene Carrera, in die sein Name und seine Blutgruppe eingraviert waren. Und seit 2021 kooperiert Hollywoodstar Ryan Gosling mit TAG Heuer – das erste Mal, dass der zurückhaltende Schauspieler als ein offizieller Markenbotschafter fungiert.

Runder Geburtstag

Ein neu lancierter Chronograph muss ein sportliches Design haben, leistungsstark sein oder neue Massstäbe setzen. Die Heuer Carrera erfüllt gleich alle drei Voraussetzungen und geht damit in die Geschichte ein. Bricht sie doch immer wieder Rekorde. Bereits 1969 wurde die patentierte Carrera Chronomatic Calibre 11 zum ersten automatischen Chronographen der Welt. Man könnte auch den Mikrogirder aus dem Jahr 2012 erwähnen, der aufgrund seiner Präzision von 5/10000stel Sekunden einzigartig ist. Das Carrera-Modell hält mit den technologischen Entwicklungen Schritt.

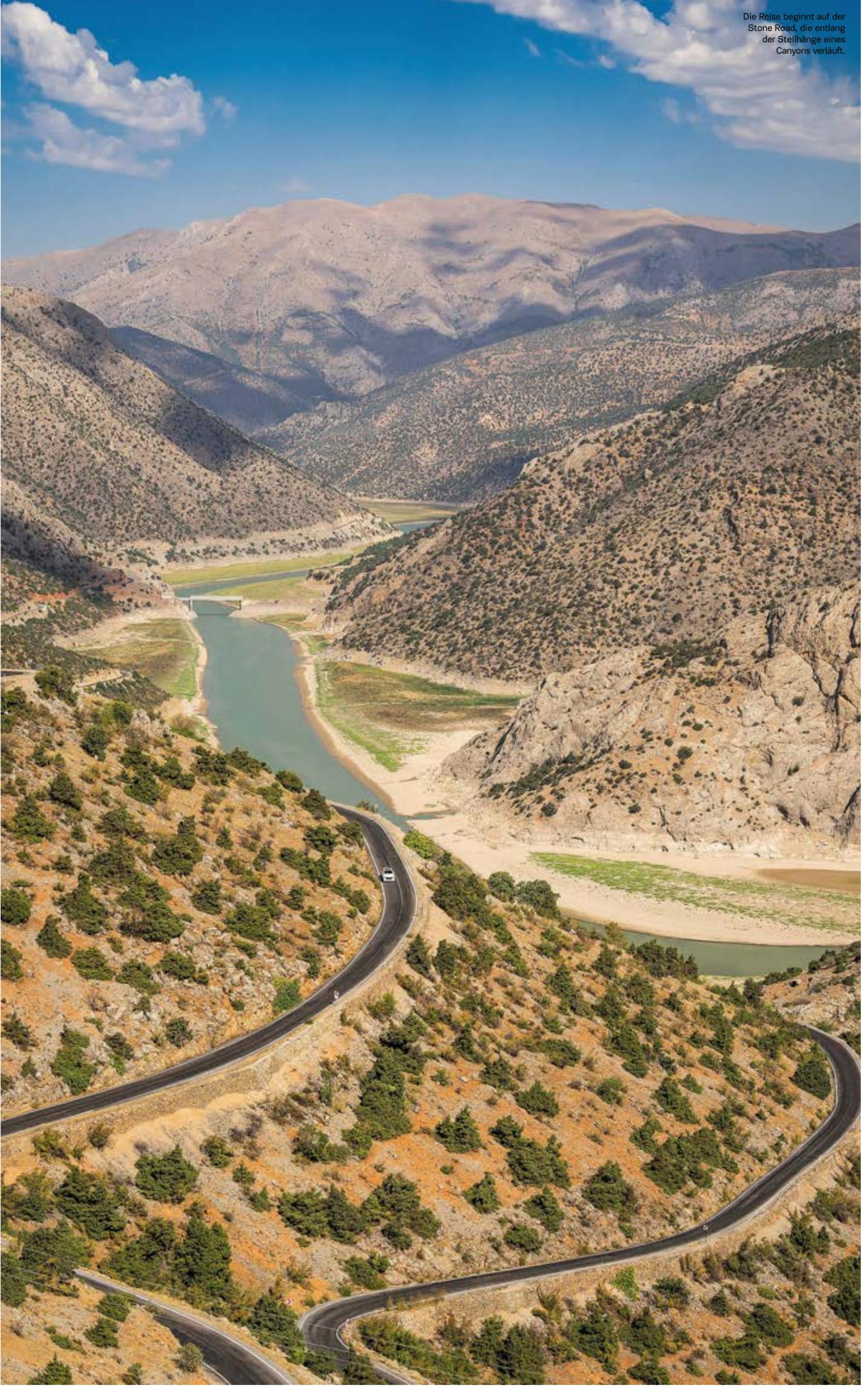
Vergangenes Jahr wurde mit dem Plasma Tourbillon Nanograph eine TAG Heuer Carrera präsentiert, die mit Labordiamanten besetzt ist, zudem wurde ein limitierter TAG Heuer Carrera Porsche Chronograph auf den Markt gebracht, der den Porsche 911 RS 2.7 ehrt. Und nun, zum runden Geburtstag, also der TAG Heuer Carrera Chronograph 60th Anniversary, eine Hommage an das Original von 1963. Aber es wird gemunkelt, dass dies nur ein Appetithäppchen für das Jubiläum Ende März ist. Schnallen Sie sich schon mal an! 🏎️



SCHNELLIGKEIT, EMOTIONEN, GLAMOUR

60 Jahre nach ihrem ersten grossen Auftritt ist die Panda wieder da! Die auf 600 Exemplare limitierte Uhr ist das Ebenbild ihrer Vorgängerin, der Heuer Carrera 2447 SN. Das 39-mm-Gehäuse passt an jedes Handgelenk (männlich oder weiblich) und die stilistischen Details symbolisieren die Welt der Automobile. Man muss kein Rennfahrer oder Sammler sein, um die DNA dieser Uhr zu schätzen. Nostalgiker seien jedoch darauf hingewiesen, dass sie eine 1911 begonnene Saga fortsetzt. Damals präsentierte TAG Heuer mit der «Time of Trip» den ersten Chronographen, der für das Armaturenbrett von Autos bestimmt war.

Die Reise beginnt auf der Stone Road, die entlang der Steilhänge eines Canyons verläuft.



KURVENSTAR

DIE SCHWINDELERREGENDEN SERPENTINEN IM TÜRKISCHEN ANATOLIEN GARANTIEREN NERVENKITZEL PUR – HANDELT ES SICH DOCH UM DIE GEFÄHRlichsten STRASSEN DER WELT. ANSCHNALLEN UND AB DAFÜR!

TEXT JULIE QUELOZ

A

UF DER RECHTEN SEITE: eine fast senkrechte Wand, in deren Höhlen einst Menschen lebten. Ganz in der Nähe der Strasse ragt ein rosafarbener Felsen in den Himmel. Auf der linken Seite breitet sich eine Wüstenlandschaft aus, mit Kegeln, Schluchten und Felsvorsprüngen. Erosionen haben die Natur geformt, die hier wie die faltige Haut eines Elefanten im XXL-Format aussieht. Die Strasse ist so eng wie ein Nadelöhr, es gibt keine Möglichkeit, auf einen Seitenstreifen auszuweichen. Willkommen in Kappadokien, einer abgelegenen Region in Anatolien, in die sich nur wenige Reisende mit einem Fahrzeug verirren. Und wenn, dann zwangsläufig mit einem SUV mit starker Federung. Die Wagemutigen, die diese Route befahren, sind auf der Suche nach Nervenkitzel. Dabei geht es jedoch nicht nur um schnödes Adrenalin, das mit jeder Kurve durch die Adern rauscht. Es ist ein fast spirituelles Erlebnis, das die Abenteurer antreibt. Eines, welches das Herz für eine Natur öffnet, die stärker und energiegeladener ist als alles, was man je zuvor gesehen hat.

Ein Hotel im Felsen

Aber zurück zum Ausgangspunkt: Das Flugzeug landet in Nevşehir, dem Tor zu Kappadokien. Nur eine Flugstunde von Istanbul entfernt landen die Passagiere inmitten einer Mondlandschaft. An der ersten Station unseres Roadtrips übernachten wir in einem Hotel in Ürgüp, das nach hethitischer Tradition vollständig in den Felsen gehauen wurde. Die Region ist reich an Städten und Höhlen, die in die Tuffsteine gebaut wurden. Jeden Morgen beim Sonnenaufgang sind Hunderte von Heissluftballons zu sehen, bunte Punkte am Himmel, die Konfetti gleichen. Ein Schauspiel, mit dem hartgesottene Abenteurer sich nicht allzu lange aufhalten. Hübsch anzusehen, klar, aber in ihren Augen nur etwas für weichgespülte Romantiker. Es ist an der Zeit, uns hinters Steuer zu setzen und die Strassen zu erobern, von denen zwei zu den spektakulärsten – und gefährlichsten! – der Welt zählen. Dabei geht es harmlos los:

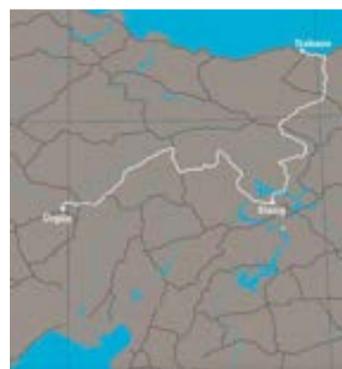
zunächst eine halbe Stunde auf der Autobahn, dann verschwindet die vertraute Welt. Auf kleinen Nebenstrassen zockeln Schäfer, deren Herden inmitten von kargen Ebenen weiden. Sonnenbrille auf, Fenster runter, die Haare wehen im Wind. Zeit, die Playlist zu geniessen und das seltsame Gefühl von innerem Frieden, das sich einstellt, wenn man sich als kleiner Mensch inmitten einer übermächtigen Natur befindet.

Der Weg, den wir eingeschlagen haben, führt uns direkt auf die mit Spannung erwartete und zugleich gefürchtete Stone Road. Der schmale Kiesstreifen klammert sich an die Felswand eines Canyons, der vom Fluss Euphrat geformt wurde. Um die Landschaft zu bewundern oder Schnappschüsse zu knipsen, halten Sie am besten an einer der Ausbuchtungen an – denn beim Fahren heisst es: Augen auf, die Route verzeiht keine Unaufmerksamkeit! Die sieben Kilometer lange und von 38 Tunneln gesäumte Strasse befindet sich zwischen zwei Wüstengebieten. Sie wurde 1870 gebaut, um die Stadt Kemaliye mit Zentralanatolien zu verbinden. Heute zieht die Strecke vor allem Privatpiloten an, die den Karanlık-Canyon auf ihre Trophäenliste setzen wollen.

Der Tag endet auf gewöhnlichem Asphalt. Dennoch muss man gut und gerne zehn Stunden Fahrzeit einplanen, um die Stadt Elâzığ mitten in der Wüste zu erreichen. Sie ist der Kreuzungspunkt zweier Strassen, die den zweifelhaften Ruf haben, eine Tortur

zu sein.

DER PARCOURS



Die Etappe, Orte, Hotels

- Yunak Evleri Cave Hotel, Ürgüp
- Park Dedeman Hotel, Elazığ
- Ramada Plaza by Wyndham, Trabzon

Buchen Sie eine Heissluftballonfahrt über Kappadokien:
www.getyourguide.de/kappadokien-11400/ballonfahrten-tc47/



LINKS Die engen Kurven der D915, die als die gefährlichste Strasse der Welt gilt, schlängeln sich auf 2335 Metern Höhe.

RECHTS OBEN Herzlicher Empfang entlang des Weges.

RECHTS UNTEN Das Yunak Evleri Cave Hotel in Ürgüp ist in den Felsen gehauen.

Die Strecke ist nur sechs Monate im Jahr befahrbar

zu sein. Aber die genau jene reizen, die über sich hinauswachsen möchten. Elâzığ wurde im 19. Jahrhundert als Erweiterung der damals überbevölkerten Region Harput gegründet. Später baute man Weinberge an und bewirtschaftete Gärten. Diejenigen, welche die Strecke im Frühling absolvieren, können mit etwas Glück eine Art umgekehrte Tulpe erspähen, deren Blätter wie ein Papageienkamm gezackt sind. Das ungewöhnliche Gewächs ist nur hier zu bestaunen. Neben der endemischen Blume spart die Region nicht mit weiteren Überraschungen: eine Höhle, die dank ihrer reinen Luft Krankheiten heilen soll, fruchtbare Böden, die Rebsorten wie Boğazkere oder Öküzgözü hervorbringen – und die perfekt mit Syrah oder Petit Verdot kombiniert werden können.

D915, die gefährlichste Strasse der Welt

Am nächsten Morgen geht es auf die D915, die als die gefährlichste Strasse der Welt gilt. Auf dem Weg dorthin schlängelt sich der steinige Weg durch kleine, abgelegene Dörfer. Die wenigen Autos konkurrieren mit Eseln, Ziegen und Kühen um den begrenzten Platz. Als man aus diesem landwirtschaftlichen Tohuwabohu auftaucht, plötzlich ein Aha-Moment: Wir befinden uns auf dem Hochplateau von Anatolien, in einer Höhe von 2335 Metern über dem Meeresspiegel. Das Problem: Von hier muss man wieder hinunter. Da liegt sie vor einem, die sagenumwobene Strasse! Sie wurde in die Felswand gehauen und führt in Haarnadelkurven in das nahe gelegene Tal und dann 106 Kilometer weiter bis zum Schwarzen Meer. Nicht umsonst trägt sie den Beinamen «Strasse des Todes»: An Sicherheitsvorrichtungen wie Leitplanken hat niemand gedacht. Die unbefestigte Strecke, auf der die Reifen über lose Steine rumpeln, wurde 1916 von der russischen Armee während des Grossen Krieges gebaut, um in die Gegend von Trapezunt vorzustossen und die gleichnamige Stadt einzunehmen. Der gefährlichste Abschnitt wird «Derebasi Turns» genannt und besitzt 13 schwindelerregende Kurven: 5,1 km und 323 Meter Höhenunterschied – schnallen Sie sich an! Die Route ist nur sechs Monate im Jahr geöffnet, da sie aufgrund der Wetterbedingungen oft unpassierbar ist. Es geht los mit schwierigen Manövern bei niedriger Geschwindigkeit, um nicht in der Schlucht zu landen. Mehrmals müssen wir zurücksetzen – um die Kurve, wohlgemerkt! Die wilde Berglandschaft mit ihren Bächen

und majestätischen Felsformationen, die einen Pelz aus Moos tragen, macht die Anstrengungen jedoch mehr als wett.

Bei der Ankunft am Schwarzen Meer fühlt sich der noch völlig entrückte Reisende, als bekäme er eine kalte Dusche: Der Traum ist vorbei, die Realität hat uns zurück. Plötzlich fahren die Autos wieder dreispurig, die Hotels ersetzen Höhlen, Hupen das Blöken. Ein kurzer, fast schon wehmütiger Blick in den Rückspiegel: Dort oben, in der Ferne, wartet eine raue Welt voller Schönheit, die wir schon jetzt vermissen. ☹



VERLÄSSLICHER BEGLEITER

Die Reise fand in einem Mazda CX-60 statt, dem ersten Hybrid-SUV der japanischen Marke. Sobald man Platz genommen hat, passt das Configurationssystem automatisch Sitz, Lenkrad und Spiegel für ein massgeschneidertes Fahren an. Ästhetiker werden das Ahornholz der Oberflächen, das Nappaleder der Sitze, die japanischen Textilien, die Chromeinsätze und die feinen Nähte auf dem Armaturenbrett zu schätzen wissen. Der Hybridmotor birgt die Power eines Rennwagens: In wenigen Sekunden beschleunigt das Biest auf über 100 km/h. Auf kurvenreichen Strecken hält der SUV dank seines Front-Motors und des Hinterradantriebs die Spur. Er lässt sich in den engsten Kurven mühelos manövrieren, ohne dass ein einziger Reifen auf unebenem oder felsigem Untergrund durchdreht. Perfekt für alle abenteuerhungrigen Geister!

encore!

DA, WO DU BIST.

MODE

REISEN

www.encore-mag.ch

DESIGN

BEAUTY



KULINARIK

ABENTEUER

DEIN LIFESTYLE-MAGAZIN
JETZT AUCH ONLINE



Die Haut nur mit dem nähren, was sie wirklich braucht – der Trend Skinimalism setzt auf wenige, dafür aber hochpotente Produkte.

Weniger ist **mehr**

IM FRÜHLING WIRD UNSERE HAUT AUF DIÄT GESETZT: KLEINE PRODUKTE, GROSSE WIRKUNG!

TEXT KATRIN ROTH

FERTIG! ES KAM DER TAG, an dem sie genug hatte: von den roten Flecken im Gesicht, der schuppigen Haut, aber auch von den zahllosen Produkten, die trotz vollmundiger Versprechungen nichts brachten. «Ich versuchte, die Flecken mit Make-up zu überdecken, aber das machte es nur noch schlimmer. Irgendwann war ich völlig verzweifelt und hatte keine Hoffnung mehr», erinnert sich Alexia Blas aus Genf. Vor drei Jahren beeinträchtigte ein massives Ekzem nicht nur ihre Haut, sondern auch ihr soziales Leben. «Mir war klar, dass sich etwas verändern musste.» Da Blas bereits bei einem Luxuskosmetikunternehmen in der Schweiz gearbeitet hatte, beschloss sie, ihr Fachwissen zu nutzen und eine eigene

Produktlinie zu entwickeln. Auf natürlicher Basis, für all jene, die sich von den gängigen Hautpflegemarken nicht abgeholt fühlen. «Mit Kure möchte ich den Menschen helfen, Zeit zu sparen und ihre Haut zu schonen, indem ich ihnen eine minimalistische Produktpalette anbiete», so die Jungunternehmerin. Ihr 2022 lancierter Brand greift genau jenen Trend auf, auf den immer mehr Menschen setzen: Skinimalism.

Gut und günstig

Ins Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit schaffte es Skinimalism – der Begriff setzt sich aus den englischen Wörtern für Haut und Minimalismus zusammen – dank des Pinterest-Trendreports aus dem Jahre 2021. Er gilt als Kompass für das, was kommt. «Es geht darum, ein paar Schritte zurückzutreten,

die Kraft von Multitasking-Produkten zu nutzen und sich letztlich für eine nachhaltigere (und oft auch günstigere) Beauty-Routine zu entscheiden», schreibt die britische «Vogue» über die Wende in der Hautpflege, die nicht zuletzt durch die zunehmende Rückbesinnung auf das Wesentliche während der Pandemie befeuert wurde.

Im Gegensatz zur lange gehypten, in Korea ausgetüftelten Ten-Step-Skincare-Routine, bei welcher Dutzende von Produkten verwendet werden, geht es beim Skinimalism vor allem um eins: Reduktion. Der Fokus liegt auf den Schritten reinigen, pflegen, schützen. Was es dazu braucht? Effiziente Produkte mit multifunktionalen Formeln. Soll heissen: kleine Alleskönner mit grosser Wirkung. Im Idealfall funktionieren sie für alle Hauttypen. Bekannte Beispiele für solche Allrounder: das Estée Lauder Advanced Night Repair Serum, das Double Serum von Clarins, die Crème de la Mer von La Mer, Ultimune von Shiseido, The Cream von Augustinus Bader, One Essential von Dior oder das Kiehl's Midnight Recovery Serum. Seit Januar reiht sich auch Mac Cosmetics mit der universellen Hautpflegeserie Hyper Real in den Reigen ein.

Hilfreich bei der Suche nach dem optimalen Produkt ist neben einer ehrlichen Selbstbeurteilung (geht es um den schönen Schein oder fühlt sich die Haut wirklich gut damit?) auch eine konsequente Anwendung. Getreu dem Motto: «Never Change a Winning Team.» Um auf Nummer sicher zu gehen, empfiehlt sich insbesondere bei empfindlicher Haut eine vorgängige Beratung durch Profis.

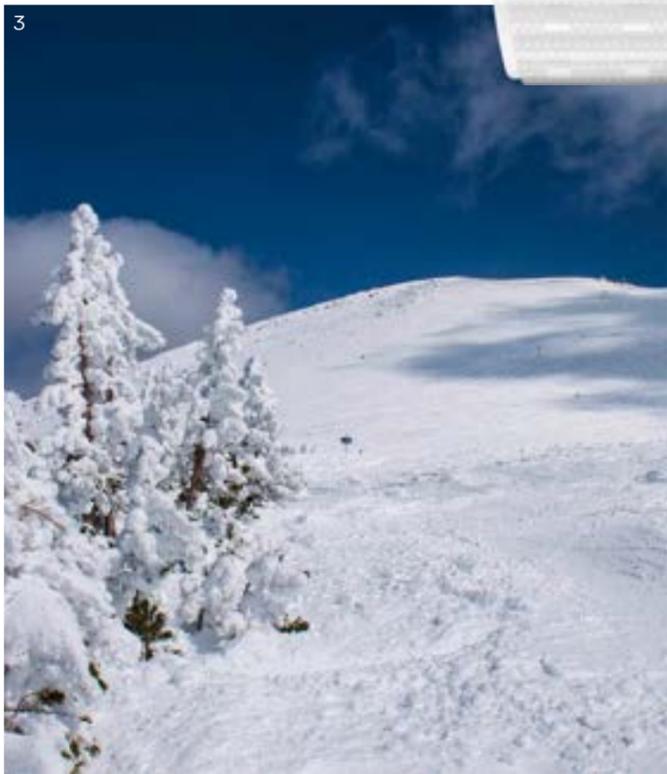
Nach Einschätzung von Fachleuten haben das gestiegene Bedürfnis nach umweltfreundlichen Beauty-Produkten wie auch die Zunahme von Hautproblemen das Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten am Skinimalism geweckt: Laut diversen Studien ist mittlerweile jede vierte Frau zwischen 25 und 45 Jahren von Spätakne betroffen, zwischen zwei und zehn Prozent der Bevölkerung leiden unter Neurodermitis und rund zwei Drittel aller Menschen in den Industrienationen bezeichnen ihre Haut als sensibel – Tendenz steigend.

Kalifornische Vorreiterin

Eine von ihnen ist April Gargiulo aus dem kalifornischen Napa Valley, die – ähnlich wie Blas – lange unter unreiner und irritierter Haut litt. Sie nahm die Sache ebenfalls selbst in die Hand und gründete 2014 den Beauty-Brand Vintner's Daughter. Das Bemerkenswerte: Er umfasst gerade einmal zwei Produkte. Dabei handelt es sich um hochwirksame Pflegen mit natürlichen Inhaltsstoffen für alle Hauttypen, Altersgruppen und Geschlechter. Mit ihrer ungewöhnlichen Strategie war Gargiulo eine Vorreiterin in Sachen Hautminimalismus. Die guten Resultate sprechen für sich und zeigen einmal mehr, dass Qualität eben doch vor Quantität steht. Gestern wie heute. ☺



Von links nach rechts: Feuchtigkeit spendendes Serum Hyper Real Serumizer, **Mac**, 30 ml, 80 Fr. Serum Ultimune Power Infusing Concentrater für eine vitalisierte Haut, **Shiseido**, 30 ml, 88 Fr. The Face Serum mit Aloe vera und Gletscherwasser, **Kure**, 30 ml, 69 Fr. Nährendes Gesichtsserum Active Botanical Serum, **Vintner's Daughter**, 30 ml, ca. 200 Fr. Age-Control-Konzentrat **Double Serum**, **Clarins**, 30 ml, 105 Fr. Serum One Essential mit Detoxwirkung, **Dior**, 30 ml, 128 Fr. Hautverjüngendes Serum **Advanced Night Repair**, **Estée Lauder**, 20 ml, 70 Fr.



Chloe Kim

MIT 21 JAHREN IST SIE BEREITS WELTMEISTERIN UND OLYMPIASIEGERIN. DIESEN WINTER GÖNNT SICH DER US-SNOWBOARDSTAR EINE WOHLVERDIENTE PAUSE. VIELLEICHT IN DER SCHWEIZ?

TEXT MATHILDE BINETRUY

IM LEBEN GIBT ES ZWEI ARTEN VON WEGEN: die befestigten und die unbefestigten. Und dazwischen? Bewegt sich – oder besser saust – Chloe Kim. Als Tochter südkoreanischer Einwanderer wurde Chloe Kim in Südkalifornien geboren und wuchs im Golden State auf. Mit vier Jahren stand sie zum ersten Mal auf einem Snowboard. Seitdem hat sie einen Rekord nach dem anderen aufgestellt: Sie war die erste Frau, die in einem Halfpipe-Teamwettbewerb zwei 1080°, also drei volle Umdrehungen hintereinander fuhr (2016), ist zweifache Goldmedaillengewinnerin bei den Olympischen Spielen (2018 und 2022), gewann zwei Goldmedaillen bei den Weltmeisterschaften (2019, 2021), errang zehn Siege im Weltcup und, und, und ... Da kann man schon mal aus der Puste kommen. Nach den Olympischen Spielen 2018 legte Chloe Kim ihre Karriere daher ein Jahr lang auf Eis, um zu verschlafen. Auch in dieser Saison drückte die 21-Jährige nach ihrem Olympiasieg wieder auf die Pausetaste. Zeit, um innezuhalten und Pläne zu schmieden.

Zwischen dem achten und dem zehnten Lebensjahr haben Sie in der Schweiz gelebt. Wie hat es Ihnen gefallen?

Diese Jahre gehören zu meinen schönsten Erinnerungen! Ich habe dort viele Freunde gefunden und meine Liebe zu **Macarons (1)** entdeckt (*lacht*).

Welcher Ort ist Ihnen besonders in Erinnerung geblieben?

Wahrscheinlich **Crans-Montana (7)**. Es ist ein wunderschöner Ort und ich fühle mich dort sehr wohl, fast wie zu Hause.

Von welcher Destination träumen Sie sonst noch?

Ich würde wahnsinnig gerne einmal nach **Bali (5)** reisen. Ich habe unglaubliche Dinge über die Insel gehört und sie sieht auf Fotos wunderschön aus. Das steht definitiv weit oben auf meiner Liste der Dinge, die ich noch tun möchte, bevor ich sterbe!

Ihr Lieblingsort in Kalifornien?

Malibu Beach und das **Malibu Farm**



Restaurant (4). Ich empfinde es als grosses Glück, so nah am Meer zu leben.

Wo standen Sie das erste Mal auf dem Snowboard?

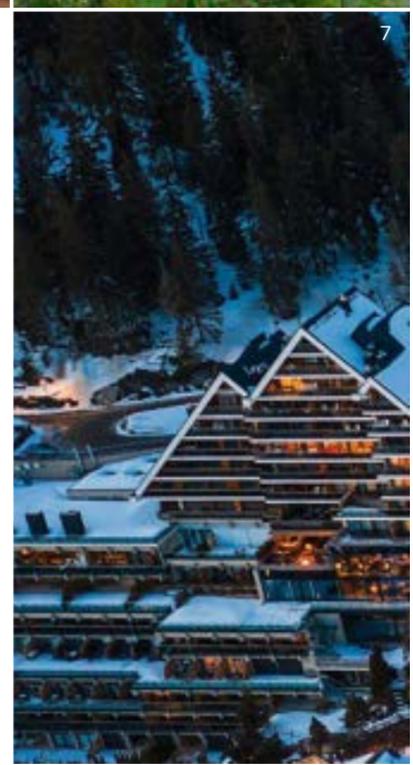
In einer Anlage namens Mountain High in der Nähe von Los Angeles. Mein Vater unternahm einen Ausflug mit mir eine Vater-Tochter-Aktivität, um unsere Bindung zu stärken. Ich fahre immer noch gerne auf den **Mammoth Mountain (3)**.

Sie gehören zum «All-Star Squad» von Breitling. Was suchen Sie in einer Uhr?

Ich liebe Diamanten und alles, was glänzt. Mit der **Super Chronomat Automatic 38 Origins (2)** werde ich diesbezüglich verwöhnt. Ich finde es auch toll, dass es mehrere Unisex-Modelle gibt.

Wie schalten Sie vom Alltag ab?

Mein Leben ist manchmal so hektisch, dass ich am liebsten nichts tue, wenn ich Zeit habe. Im Moment schaue ich die Tim-Burton-Serie **Wednesday (6)**. ☺



FOTOS: DAVID NOTON, ASIA DREAM, TRACEY DOLAN/LAMY STOCK PHOTO, PD



CONSTELLATION AVENTURINE

Niemand ist wie Sie – daher ist es nur richtig, dass auch Ihre Uhr ein einzigartiges Zifferblatt besitzt. Diese 29-mm-grosse Constellation verfügt über ein Zifferblatt aus blauem Aventurin mit individuellem Muster. Ihr Gehäuse besteht aus 18K Sedna™-Gold, genau wie die Zeiger und Stundenindizes, das OMEGA Logo und der Constellation-Stern. Die diamantbesetzte Lünette sorgt für zusätzlichen Glanz, und ein blaues Lederarmband vervollständigt den Look. Hinter dem herrlichen Zifferblatt, erschaffen von den Kräften der Natur, verbirgt sich ein Uhrwerk, das härteste Prüfungen bewältigt hat: das Co-Axial Master Chronometer Kaliber 8701 von OMEGA.


OMEGA