

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

AUSZEIT
Das Tessin
neu entdecken

MODE
Diane von
Furstenberg
im Interview

SCHMUCK
Armreifen als
Liebesbotschaft

SOMMER
Auf Streifzug: geringelte
Outfits für luftige Tage

JUNI 2023

SonntagsZeitung



AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

SEEK BEYOND



CODE 11.59
BY AUDEMARS PIGUET
STARWHEEL

ENJOY RESPONSIBLY





MOËT & CHANDON



Type XX	2067
---------	------

Seit 1954 ist der *Type XX* Chronograph von Breguet treuer Begleiter der erfahrensten Piloten. Er sollte daher mit perfekter Präzision auf Ihrem Handgelenk landen.

Schreiben Sie *Geschichte* mit uns.

Breguet
Depuis 1775



Modedesignerin Diane von Furstenberg feiert mit ihren Kleidern den Feminismus S. 18



Schattenspender: ausgefallene Schirme für den Sommer S. 34



Das Tessin mit zehn spannenden Adressen neu entdecken S. 30

Sommer | Juni 2023

HIGHLIGHTS

14 Trend

Was klirrt denn hier so? Armreifen, die auf gebräunter Haut ihren grossen Auftritt haben

16 Handwerk

Zum 60-Jahr-Jubiläum präsentiert Ole Lynggaard Copenhagen eine exklusive Modekollektion

17 Swiss made

Die Handweberei Tessanda stellt seit 95 Jahren schönste Textilien her

38 Uhren

Mit diesen Taucheruhren geht man länger und tiefer auf Unterwasser-Expedition als je zuvor

AUSSERDEM

- 8 Lieblinge: von einem Sommer-Merlot bis hin zu feinen Salatsaucen
- 15 Entschlüsselt: die Uhr ProPilot x Kermit von Oris
- 21 Der Juni mit Rado
- 35 Ausgefallene Sonnenbrillen
- 36 Beauty: Sonnenschutzmittel mit leichten Texturen
- 37 OPI: neues Unisex-Serum für starke Nägel
- 39 Meine Welt: Joana Vasconcelos



Strickjacke mit wellenförmigen Streifen aus Wolle und Baumwolle, **Kenzo**. Mittellanger 3D-Rock mit hoher Taille aus recyceltem Polyester, **AZ Factory x Lutz Huelle**. Sonnenbrille aus Acetat, **Celine by Hedi Slimane**.



COVER

CAROLINE Kleid und Tasche aus Baumwolle, **Maison Kitsuné**. Sneakers, **Kolor. SAMIR** Jacquard-Pullover **Sunset** aus Doubleface-Kaschmir, **Hermès**. Baumwoll-shorts, **Brunello Cucinelli**. Uhr **Spirit Of Big Bang Sang Bleu Titanium Pavé**, Automatikuhwerk, Flyback-Chronograph, Gehäuse mit 172 Diamanten, Lunette mit Maxime-Plescia-Buchi-Dekor und 48 Diamanten, 43 mm, Kautschukarmband, **Hublot**.

FOTOS Antoine Hénault
STYLING Simon Pyllyser

Voller Energie

ZEBRAS UND WESPEN TRAGEN SIE, genauso wie Matrosen oder Knastbrüder. Obwohl Streifen in der westlichen Garderobe weitgehend integriert sind, stiften sie latent Unruhe. Nur ganz leicht, wie ein Hauch von Ironie, der sich über ein Lächeln legt... Im Mittelalter diente das Muster dazu, Aussenseiter zu stigmatisieren, wie der französische Historiker Michel Pastoureau in seinem Essay «L'Ettoffe du diable» von 2014 treffend beschreibt. Auch heute verlangt es ein bisschen Mut, wie ein Streifenhörnchen durch die Strassen zu spazieren. Das liegt daran, dass der Wechsel von Farben immer noch ein starkes visuelles Signal ist, das das menschliche Auge sofort wahrnimmt. Zebras und Wespen könn-



Renata Libal, Chefredaktorin

ten ein Lied davon singen, wie schwer es ist, in einem solchen Gewand unbemerkt zu bleiben. Nicht umsonst sind Streifen zum Symbol für Sport und Leistung geworden. Gestreifte Outfits (siehe unsere Modebilder ab S. 22) verleiten automatisch dazu, das Kinn zu heben und entschlossenen Schrittes durchs Leben zu gehen. Und wann, wenn nicht jetzt, im Sommer, der voller Energie ist? Farbe! Kontraste! Kühnheit! Gute Laune! Frische Luft! Das wünscht Ihnen die Redaktion von encore! für die kommenden Monate. Und wenn Sie Lust auf das Tessin haben, dieses kleine Paradies, das so nah ist, dass man oft vergisst, wie reizvoll es ist, haben wir einige ausgezeichnete Adressen (siehe S. 30) für Sie zusammengetragen. Wie sieht es aus? Werfen Sie sich in Streifen und los geht's!



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. Produktion/Redaktion: Tina Bremer. Layout/Art Direction: Géraldine Dura. Bildredaktion: Endrit Nurcaj. Mitarbeitende dieser Ausgabe, Text: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Brigitte Jurczyk, Patricia Lunghi, Katrin Roth, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch). Fotos: Antoine Hénault, Calypso Mahieu, Ulrike Meutzner, Seb Michel. Illustrationen: André Gottschalk. Übersetzungen: Tina Bremer, Sarah Lau. Korrektorat: Alexandra Bucher, Manus dextra. Produktion Romandie: Estelle Lucien. Online: Julie Queloz. Administration: Isabelle Heinrich. Bildbearbeitung: Photomedia. Druck: Swisprinters AG, Zofingen. Marketing: Franziska Wiesner. Chief Commercial Content Officer: Annina Flückiger. Anzeigen Deutscheschweiz: Goldbach Publishing AG, Seestrasse 39, Postfach, 8700 Küsnacht, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch. Anzeigen Romandie: Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Tel. +41 21 349 50 50. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actua Immobilien SA, AdUnit AG, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Clear Channel Holding AG, Clear Channel Schweiz AG, Clear Channel AWI AG, Clear Channel CAC AG, Clear Channel GmbH, Clear Channel Infotrak AG, Clear Channel Interpubli AG, Clear Channel OFEX AG, Clear Channel Plakatron AG, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wlen, dreifive (Switzerland) AG, dreifive digital marketing GmbH, 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 Manufaktur 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, Jaduda GmbH, JobCloud AG, Joivision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Schaer 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 Deutscheschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, TX Services, Unipessoal Lda, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Inc., Zattoo 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.



Feine Saucen und Salate gibt es im neuen Kochbuch von Fabian Lange.

KOCHEBUCH

Hausgemacht

Sie sind das Sommergericht schlechthin: Salate. Rucola, Rübli, Tomaten – die knackige Rohkost ist gesund und steckt voller Vitamine. Den richtigen Pfiff erhält sie jedoch erst durch eine ausgefeilte Sauce. Hier kommt Fabian Lange ins Spiel: Seit 2017 produziert und vertreibt der Koch mit seinem Unternehmen Le Saucier in der Schweiz Bouillons und Saucen auf Sterneküchenniveau. Stand er doch jahrelang in der Spitzengastronomie am Herd. Mit seinem neuen Kochbuch «Saucen und Salate» legt er den kulinarischen Begleiter zur Sommersaison vor. Ob klassischer Caesar Salad oder veganer Tomatensalat mit Hummus – jedes der über 60 Rezepte

wird durch spezielle Saucen verfeinert. Und genauso, wie Essen in Gesellschaft am besten schmeckt, wir am liebsten im Kreise unserer Liebsten grillieren oder einen Tag am See verbringen, ist auch dieses schöne Kochbuch ein Gemeinschaftswerk: Illustriert und gestaltet hat es Langes Ehefrau Kathrin Bänziger, die Söhne der beiden haben die Salate gepflanzt und geerntet, aus denen die Rezepte entstanden sind. Schliesslich gilt auch in der Gastronomie: Früh übt sich, was ein Meister werden will. *Tina Bremer*

«Saucen und Salate» von Fabian Lange, Verlag Schweizer Landliebe, 48 Fr., www.le-saucier.ch

ZUM WOHL!

Ein Sommer-Merlot



VON
PIERRE THOMAS

Es ist eine Premiere: Zum ersten Mal hat das Bundesamt für Landwirtschaft in Bern

die Zahlen für Schweizer Roséweine veröffentlicht. Demnach wurden 2021 rund 7,6 Millionen Liter in dieser blassen Farbe hergestellt, 2022 wurden 6,7 Millionen Liter konsumiert. Auch wenn der Gesamtweinkonsum im Vergleich zum Vorjahr gesunken ist, ist der Absatz von Roséweinen in 20 Jahren um 40 Prozent gestiegen. Good News für die Schweiz: Der Marktanteil einheimischer Tropfen hat ebenfalls zugenommen. Das nennt man einen Trend!

Bei Vinattieri, einer Gruppe von 15 Winzern, die 65 Hektar eigene Weinberge im Mendrisiotto im Süden des Tessins bewirtschaften, sticht Direktor Michele Conceprio hervor. Der Winzer ist ein erfahrener Fachmann, der in Changins ausgebildet wurde. Die Kellerei in Lignetto ist über die Firma Transgourmet in den Besitz von Coop übergegangen. Bemerkenswert: Der Rosé mit dem Fantasienamen Roveto Ticino wird exklusiv bei Manor verkauft.

Die Herausforderung besteht darin, grüne Tannine zu vermeiden: «Die Trauben müssen gut reifen, und selbst wenn der Rosé mehr als 13 Volumenprozent Alkohol enthält, schmeckt man nicht den Reichtum, sondern eher eine angenehme Rundheit», erklärt der Önologe. Das ist hier der Fall. Der Sommerwein sollte gut gekühlt zu kalten Gerichten serviert werden. Im Abgang zeigt sich unter der vollen

Struktur das knackige, leicht kräuterige Aroma, das für die Rebsorte aus Bordeaux typisch ist. Die Merlot-Traube, die seit Anfang des 20. Jahrhunderts im Tessin angebaut wird, «sopratutto», ergibt grosse Rotweine wie den Vinattieri, der zehnmal teurer verkauft wird – für 139 Franken pro Flasche.



Roveto Ticino DOC 2021
14,95 Fr. / 75 cl
exklusiv bei Manor
www.manor.ch

PARFUWM

Ehrensache

Der Duft Gentleman, 1975 von Hubert Taffin de Givenchy auf den Markt gebracht, sollte die Eleganz des modernen Mannes olfaktorisch unterstreichen. Die Modedesigner von Givenchy werden inzwischen vom künstlerischen Leiter Matthew Williams entworfen. Unter dessen Federführung hat die Noblesse sportlichere, disruptivere, tätowierte und bärtigere Konnotationen angenommen. Und so ist Gentleman Society, das neue Parfum des Hauses, ein holzig-blumiger Duft, in dem die Noten der wilden Narzisse mit Nuancen von Vetiver, Sandelholz und würzigem Kardamom kombiniert werden. Die Nasen Maïa Lernout und Karine Dubreuil-Sereni haben einen Duft geschaffen, dessen frische Kopfnote aus Salbei sicher nicht nur Männer betören – ist die Society heute doch zum Glück bunt gemischt. *R.L.*

Gentleman Society, Guerlain, Eau de Parfum, ca. 123 Fr. für 60 ml, auch als Duschgel und Deodorant erhältlich.





Jean-Michel Basquiat und Andy Warhol, «OP OP», 1984-1985.

KUNST

Drei auf einen Streich

Zwischen Basel und Paris führt diesen Sommer kein Weg an Jean-Michel Basquiat vorbei. Selbst 35 Jahre nach seinem frühen Tod mit gerade einmal 28 Jahren wird der amerikanische Maler und Graffiti-Künstler noch immer für seine avantgardistische Vision verehrt. Sein Œuvre ist Gegenstand zweier Ausstellungen – und einer tickenden Hommage am Handgelenk. Die Fondation Beyeler zeigt acht frühe Gemälde, die Basquiat während eines Aufenthalts in Modena schuf. Sie werden zum ersten Mal zusammengeführt und bilden den Grundstein für sein Werk. In Paris präsentiert die Fondation Louis Vuitton Werke, die vierhändig entstanden



Zwei der drei Modelle Jean-Michel Basquiat × Swatch. Die Krone wurde zur Signatur des Künstlers, auf der rechten Uhr sind Details aus dem Gemälde «Hollywood Africans» festgehalten.

sind, zusammen mit Andy Warhol, dem Grossmeister der Pop-Art. Die beiden Künstler verbanden eine Freundschaft und ein künstlerischer Dialog, gemeinsam schufen sie 160 Gemälde und etliche Fotografien, von denen 80 in der Ausstellung zu sehen sind. Swatch wiederum liess sich für ihre Art Journey Collection zu drei Uhrenmodellen inspirieren. Ein Anreiz, die Kunstwerke mit anderen Augen zu betrachten. *Renata Libal*

«Basquiat. The Modena Paintings», Fondation Beyeler, Riehen, bis zum 28. August. «Basquiat × Warhol. Painting four hands», Fondation Louis Vuitton, Paris, bis zum 28. August. Swatch × Jean-Michel Basquiat, drei Modelle, je um die 100 Fr. (Dreierset vergriffen).

MODE

Elefanten – Engagement



Nur ein Hotel? Das berühmte Le Sirenuse in Positano ist viel mehr als eine schöne Herberge an der Amalfiküste. Es verkörpert ein Lebensgefühl, das längst vergessen schien: Bohème-Chic gepaart mit einer Prise Dolce Vita und dem Jet-set-Vibe der 1950er-Jahre. Für alle, die es nicht nach Italien schaffen, gibt es Trost in Form der eigenen Accessoires-Linie. Sie ist online auf der ganzen Welt erhältlich. Emporio Sirenuse vertreibt Mode- und Tischkollektionen, die der Schönheit des Hotels in nichts nachstehen. Diesen Sommer kommt die Inspiration aus Asien. Die Drucke auf den Kleidern, Hemden und Kaftanen erinnern an Palmenlandschaften oder – wie im Bild – an die meditativen Symbole der tantrischen Kunst. Das sieht nicht nur gut aus, mit dem Kauf tut man auch Gutes: Zehn Prozent der Einnahmen gehen an die englische Elephant Family Foundation, die 2002 von dem Autor und Umweltaktivisten Mark Shand gegründet wurde. Sie setzt sich für den Erhalt des Lebensraums von Elefanten ein. *R.L.*

Rock Livia Tantra Song, etwa 3450 Fr., Emporio Sirenuse, www.emporiosirenuse.com

BEAUTY

Blaue Kraft



Blau wie der Genfersee, blau wie die Iris germanica mitsamt ihren regenerierenden Eigenschaften: Zum 25-Jahr-Jubiläum verpackt die Pflegemarke Swiss Perfection ihr Bestseller-Serum in einer Flakone, die bis zum Rand mit hochwirksamer Cellular-Technologie gefüllt ist. *R.L.*

RS-28 Cellular Rejuvenation Serum, Swiss Perfection, limitierte Jubiläumsedition mit 1500 Flakons, 30 ml, 335 Fr.



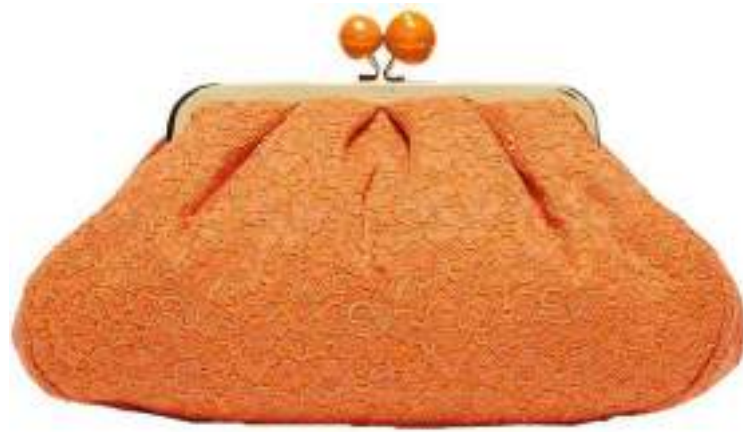
Das neue Pool-Deck des Hotels La Palma auf Capri.

HOTEL

Ciao, Capri

Der internationale Jetset hat mit den Füßen gescharrt, um endlich die Koffer packen zu können: Seitdem bekannt wurde, dass die renommierte Oetker Collection das legendäre Hotel La Palma aufgekauft hat und aufwendig umbaut, wurde die Eröffnung so sehnsüchtig erwartet wie die rote Sonne, die angeblich allabendlich vor Capri im Meer versinkt. Das La Palma war 1822 das erste Hotel, das auf der italienischen Insel Gäste empfing. 200 Jahre lang gingen Künstler, Dichter und Musiker in dem Haus nahe der berühmten Piazzetta ein und aus. Sie liessen sich inspirieren von der Aussicht auf den Golf von Neapel und von den Klippen, die ins Kornblumenblau des Meeres schneiden. Am 1. Juni hat das Hotel seine Türen nach mehrjährigem Umbau endlich wieder geöffnet. Die Erwartungen waren hoch – gehören zur Oetker Collection

doch Ikonen bzw. Masterpieces wie das Hôtel du Cap-Eden-Roc oder Le Bristol Paris. Ihnen steht der jüngste Zuwachs an Eleganz in nichts nach. Die Zimmeranzahl wurde drastisch reduziert: von vormals 80 auf jetzt 50, inklusive 18 Suiten. Mehr Platz für alle! Für das neue Antlitz wurden der Innenarchitekt Francis Sultana sowie Francesco Delogu von Delogu Architects verpflichtet. Sie haben ein Design entworfen, das wie eine frische Sommerbrise ist: viel Weiss mit türkisfarbenen Akzenten und warmen Naturtönen. Ganz neu ist das Pool-Deck, das aussieht, als würde Sophia Loren gleich um die Ecke biegen. Tut sie ja vielleicht auch. Bis dahin kann man sich die Zeit wahlweise im eigenen Beach Club, im Spa oder im Restaurant vertreiben, in dem 2-Sterne-Koch Gennaro Esposito am Herd steht. *Tina Bremer*
Hotel La Palma, www.oetkercollection.com



ACCESSOIRE

Auf Weltreise

Zitrone, Kürbis oder Johannisbeere – mit ihren fröhlichen Farben sehen die Pasticcino-Taschen aus wie freche Früchtchen. Die bunte Guipire-Spitze wurde 1850 von André Laude entwickelt. Denn mit ihrer ikonischen Clutch hat sich die italienische Marke Weekend Max Mara auf Weltreise begeben. Jede Kollektion ist eine Hommage an die Handwerkskunst eines Landes. Diesen Sommer baumelt also Frankreich am Arm: Die Fayence-Perlen stammen von der Manufaktur Emaux de Longwy. *R.L.*



UHR

Sonnenanbeterin

Hören Sie es? Diese Uhr tickt förmlich: Sonne! Ferien! Das Modell macht nicht nur gute Laune, sondern verkörpert noch immer den Spirit der Siebziger, als sie erstmals auf den Markt kam. Die Taucher- und Regatta-Skala schadet natürlich auch nicht, wenn Sie in den Ferien in den Sonnenuntergang segeln ... *M.B.*
Tissot Sideral, 41 mm, Gehäuse aus geschmiedetem Karbon, wasserdicht bis 300 m, 965 Fr.

Der Sound der Ferien

NICE TO HAVE



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Nichts ist frustrierender, als den Sommer mit einem Negroni am Pool der Familie zu verbringen, weil man auf die Malediven verzichtet hat, um seine persönliche CO₂-Bilanz in Schach zu halten. Den Weg zur Tugend zu geniessen, ist leider nicht jedermanns Sache. Wie gut, dass der Bluetooth-Lautsprecher Devialet Mania Opéra de Paris Trost spendet. Die maximal 95 Dezibel (wir raten Ihnen, sie nicht auszureizen) und die gigantischen Bässe können einen Tsunami auslösen, der Ihr tristes Leben als Urlauber mit Schuldgefühlen aufpeppen wird. Dieser fette



Devialet Mania Opéra de Paris, ca. 990 Fr. (inkl. Ladestation).

Sound wird von vier 25-Watt-Lautsprechern (!) und zwei 28-Watt-Tieftönern erzeugt. Dank seiner runden Form, die durch vergoldete Kupferapplikationen und einen integrierten Griff im Swoosh-Stil unterstrichen wird, sowie der IPX4-Norm, die ihn als spritzfest kennzeichnet, ist er der ideale Begleiter für Poolpartys. Audiophile werden natürlich die relativ schwachen Höhen und das Fehlen des aptX-Codecs bemängeln, der für höchste Qualität bei der drahtlosen Musikübertragung steht. Auch die Akkulaufzeit von rund sieben Stunden ist nicht optimal, wenn man sich für Campingferien am Naturstrand entschieden hat. Die kabellose Ladestation hingegen kann im Wohnzimmer in Reichweite aufgestellt werden. Das Ding passt sich der Akustik jedes Raumes an und integriert Alexa, Amazons intelligente persönliche Assistentin. Und sein Transportkokon aus Filz – optional für rund 100 Franken erhältlich – macht ihn schliesslich zum perfekten Gadget für Ihren CO₂-armen Urlaub.



Langes Collier Vintage Alhambra
Guillochiertes Roségold, Karneol.

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906





Der Krokodilkopf-Anhänger ist das Highlight der Kollektion *Crocodile Rocks* von Thomas Sabo.

SCHMUCK

Vorsicht, bissig!

Elton John hat dem Reptil einen seiner grössten Hits zu verdanken: 1972 stürmte das Lied «Crocodile Rock» weltweit die Charts. Ob der in Süddeutschland beheimatete Schmuckhersteller Thomas Sabo den Song im Ohr hatte, als er seine neue Kollektion ins Leben rief? Das wissen wir natürlich nicht. Sicher ist aber: Am 19. Juni wird «Crocodile Rocks» lanciert. Armspangen, Ringe, Creolen und Anhänger, bei denen Sie schnell zuschnappen sollten! Anders als fragwürdige Handtaschen sind die Stücke nicht aus dem Leder der Tiere gefertigt, sondern aus geschwärztem sowie poliertem 925er-Sterlingsilber. Die Struktur des Krokodilpanzers wird stilisiert nachgeahmt, grüne, schwarze und weisse Steine imitieren funkelnde Augen. Highlights der Unisex-Serie sind

der dreidimensionale Krokodilkopf-Anhänger mit beweglichem Maul (siehe Bild) sowie ein auffälliger Cocktailring. Detailgetreu hat das Designteam um Creative Director Aurore Melot und Firmengründer Thomas Sabo die Kopfform sowie die Schuppen der Tiere ausgearbeitet und mit schwarzen Zirkonia-Steinen akzentuiert. Hält man normalerweise respektvoll einen Sicherheitsabstand zu dem Raubtier, sind die Schmuckstücke absolut harmlos. Die Kollektion «Crocodile Rocks» gehört zu den TS-Exclusive-Kreationen, die eine kuratierte und stetig wachsende Auswahl an aussergewöhnlichen Designcodes umfasst. *Tina Bremer*

Kollektion *Crocodile Rocks*, Thomas Sabo, Schmuckstücke zwischen 115 und 895 Fr., www.thomassabo.com

TOP 5

Vom Garten auf den Teller: Restaurants, die auf Natur setzen



1 Als erstes veganes Restaurant wurde das Zürcher **Kle** von Zineb Hattab mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet. Auch das Auge isst mit.

2 In der **Krone – Säumerei am Inn** in La Punt Chamues-ch arbeitet Spitzenkoch James Baron vorwiegend mit Zutaten aus dem Alpenraum.

3 Unter der Leitung von Nicolas Darnauguilhem bleibt die **La Pinte des Mossettes** ein Muss für alle, die eine naturnahe Küche lieben.

4 Chefkoch Emmanuel Renaut ist neu im Vallée de Joux. Im **La Table des Horlogers** hat man den Eindruck, im nahe gelegenen Wald zu essen.

5 Im Herzen von Lausanne, aber mit der Seele auf dem Feld: **L'Appart** verwandelt die Ernte des Tages in ausgefeilte Menüs. Danke, Luis Zuzarte!



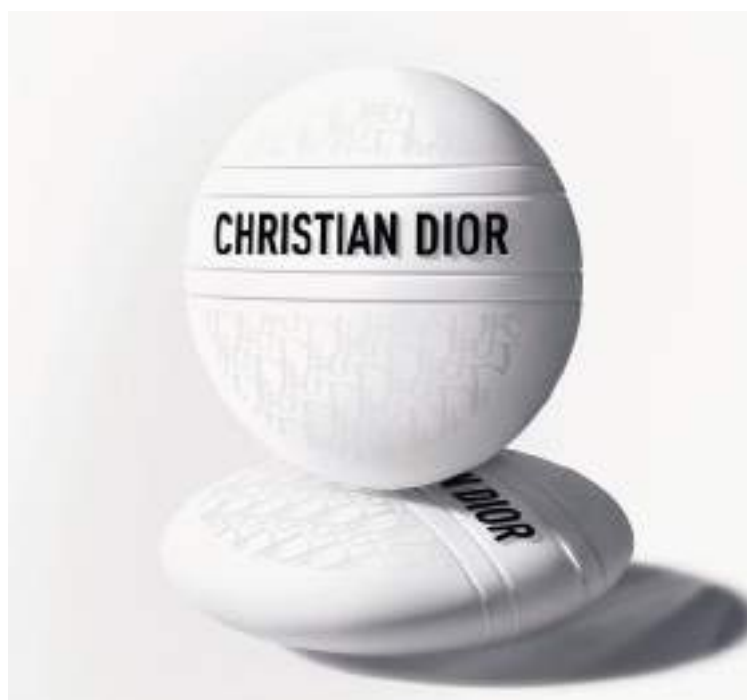
MODE

Leisetreter

Nachdem sie die letzten 15 Jahre unter dem Radar flogen, tanzen sich Ballerinas diesen Sommer wieder in unsere Herzen. Mit Strasssteinen und Nieten besetzt oder mit auffälligen Mustern geben sie sich als modische Primaballerina. Das oben abgebildete Modell von Alaïa trägt Blumen aus Veloursleder, kostet rund 1000 Franken und signalisiert Sneakern: Es ist Zeit, von der Bühne des Alltags abzutreten, jetzt nehmen wir das Leben leichtfüssig! *R.L.*

KOSMETIK

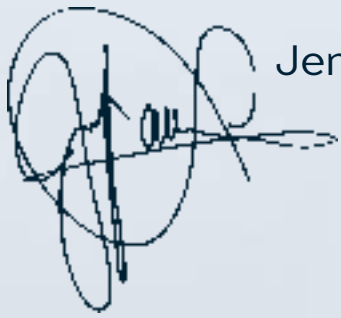
Spiel, Satz, Creme



Die Form ist spielerisch, die Ästhetik vom weissen Sport inspiriert. So verwundert es nicht, dass Tennisstar und US-Open-Gewinnerin Emma Raducanu die Muse für Diors neues Beauty-Essential ist. Den ovalförmigen Balsam möchte man gar nicht mehr aus der Hand legen. Entpuppt sich sein Design doch auch als ausgezeichneter Spielball für den Alltag. Genau das Richtige, um die Nerven zu beruhigen, wenn die Strassenbahn mal wieder auf sich warten lässt... Die Feuchtigkeitscreme ist vielseitig verwendbar und eignet sich für alle Hauttypen, sowohl für Frauen als auch für Männer, für den Körper, die Hände und die Lippen. Ein echtes Allroundtalent! *R.L.*

Le Baume, revitalisierender 3-in-1-Balsam, Dior, 63 Fr.

Elegance is an attitude



Jennifer Lawrence

LONGINES



LONGINES DOLCEVITA



VON OBEN NACH UNTEN

Armband *Peekaboo*, 18 Karat Roségold, Prasiolith (1,5 ct), zehn Diamanten (0,09 ct), 1750 Fr., **Bucherer**.

Armband *Possession Décor Palace*, 18 Karat Roségold, bewegliches Element in der Mitte mit Diamant (0,05 ct), 8050 Fr., **Piaget**.

Armband *Coco Crush*, Steppmuster, 18 Karat Weissgold, Diamanten, 12 800 Fr., **Chanel**.

Armband *Capture Me*, 18 Karat Gelbgold/24 Gramm, Diamanten (0,74 ct), 9200 Fr., **Akillis**.

Armreif *Lock* aus Weissgold mit Diamant-Pavé, 34 700 Fr., **Tiffany & Co.**

Armreif mit integrierter Uhr *Baignoire Mini*, 18 Karat Gelbgold, Krone mit blauem Saphir, 11 400 Fr., **Cartier**.

Liebesbande

DER ARMREIF GEHÖRT ZU DEN SCHMUCKKLASSIKERN und kann das ganze Jahr über getragen werden. Am meisten Eindruck schindet man mit ihm aber in den Sommermonaten. Auf gebräunter Haut entfalten die Bögen, die das Handgelenk umschliessen, ihren ganzen Zauber. Wirken sie doch wie eine Liebkosung auf dem nackten Arm. Denn genau das ist der Reif: eine Amour fou. Schon in der Antike markierte das feine Goldband den sozialen Rang der Trägerin oder des Trägers, und noch immer werden in Indien Ehen mit zwei Armbändern am Handgelenk des Bräutigams besiegelt. Die heutige Popularität des Schmuckstücks geht jedoch auf das Jahr 1969 zurück, als der italienische Designer Aldo Cipullo ein Unisex-Armband entwarf, das mit einer Schraube und passendem Schraubenzieher geschlossen werden konnte. Die Idee kam ihm, als er sich über eine zerbrochene Beziehung hinwegzutrusten versuchte: «Ich war sehr traurig», heisst

es in seiner Biografie (Assouline-Verlag, 2021). «Ich wollte etwas, das mir niemand entreissen konnte, ein dauerhaftes Symbol für die Liebe.» Er schlug seinen Entwurf Tiffany & Co. vor – die sich immer noch in den Hintern beißen, weil sie abwinkten. Anders Cartier: Das Love-Armband ist zu einer Ikone der Juwelierskunst avanciert. Kein anderes Bijou ist so radikal, dass es eine zweite Person und Werkzeug braucht, um es zu öffnen und zu schliessen. Diesen Sommer blitzen besonders viele neue Modelle an den Handgelenken. Wen wundert es? Die Zierde ist im Alltag leicht zu tragen, ausserdem ist der Reif dünn genug, um nicht protzig zu wirken, und breit genug, damit jede Marke ihre Signatur auf ihm verewigen kann: etwa Schlangen bei Bulgari, Steppung bei Chanel, das neue Palace-Motiv bei Piaget... Es ist mehr denn je ein vogue, mehrere Armbänder übereinander zu tragen, die fröhlich klirren – sehen wir in ihnen doch ein Zeichen für jede Menge Liebe! ☺

Ohne Quak!

BEI DIESER UHR VON ORIS SIND HOHE FREUDENSPRÜNGE GARANTIERT:
DIE PROPILOT X KERMIT EDITION MIT KERMIT MACHT GUTE LAUNE!

TEXT DIE REDAKTION

DIE KONTUR

Wird Ihnen leicht schwindelig, wenn Sie die Uhr von der Seite betrachten? Das liegt am Spiel zwischen der feststehenden, geriffelten Lünette, den Kanten des Gehäuses und dem ebenfalls geriffelten Gehäuseboden. Die Oberfläche ist satiniert und sandgestrahlt. Bemerkenswert sind die auf dem Rand eingravierten Informationen: der Disney-Schriftzug, der Name der Kermit Edition und die Wasserdichte bis 100 Meter Tiefe.

DAS GEHÄUSE

Die Fliegeruhr ProPilot X kommt mit grafischen Details aus der Luftfahrt daher – achten Sie auf die dynamischen Rillen auf der Krone und auf der Lünette! Der Pep kommt von der Wahl des Materials: Titan, das ebenso robust wie leicht ist. Das Ergebnis ist ein smartes, grau satiniertes Gehäuse mit 39 mm Durchmesser. Bonus: Auf der Rückseite befindet sich ein transparenter Boden, durch den man den Mechanismus aus allen Blickwinkeln betrachten kann, wie etwa den schön gestalteten Rotor.

DAS DATUM

Der Höhepunkt des Spektakels! Am ersten Tag jedes Monats erscheint Kermit, der berühmteste Frosch der Welt, im Datumsfenster auf sechs Uhr. Der «Kermit Day» lädt dazu ein, das Leben von der leichten Seite zu betrachten und jeden Monat mit einem Lächeln zu beginnen. Oder vielleicht sogar singend – wie im Video, das man über untenstehenden QR-Code anschauen kann.

DAS ZIFFERBLATT

Nach zuletzt Blau und Rosa wurde als Zifferblattfarbe ein Grün gewählt, das von der Figur Kermit der Frosch inspiriert ist. Das matte Apfelgrün wird von einem Höhenring in einem etwas dunkleren, glänzenden Grün kontrastiert. Mit den wesentlichen Funktionen Stunde, Minute, Sekunde, Datum ist man mit dieser Uhr für die wichtigsten Termine im Leben gewappnet.

DAS UHRWERK

Dieses leistungsfähige und verschleißfeste Automatik-Manufakturwerk ist das Ergebnis jahrelanger Tüftelei. Das Kaliber 400 kam 2020 auf den Markt. Es wurde intern von den Uhrmachern von Oris entwickelt und bietet dank zweier Federhäuser eine Gangreserve von fünf Tagen. Mit ihm gibt es keine Magnetwellen mehr, die dem reibungslosen Funktionieren einer mechanischen Uhr abträglich sind. Es hat eine Garantie von zehn Jahren. Eine Antwort auf die grosse Frage in der Uhrenbranche, wie man die beste Uhr zum besten Preis herstellt.

DAS ARMBAND

Eine hübsche Anspielung auf die Welt der Luftfahrt ist das von Oris patentierte «LIFT»-System, eine Vorrichtung, die von den Schnallen des Sicherheitsgurts in Passagierflugzeugen inspiriert ist. Es ergänzt das Titanarmband.



DIE MARKE

Seit 1904 entwirft Oris Uhren im Vintage-Stil. Die Marke rühmt sich für Modelle wie die Big Crown, eine der ersten Fliegeruhren aus der Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg. Die Divers Sixty-Five ist die Neuinterpretation einer Taucheruhr aus dem Jahr 1965, die Chronoris besitzt das Racing-Flair der 70er-Jahre. Im Zeitalter der Neuauflagen zeichnet sich die Marke durch ihre durchdachten, pragmatischen und präzisen Entwürfe aus. Die ProPilot X Kermit Edition ist ein verspielter Zeitmesser, der von «den Freuden der Mechanik» inspiriert ist und sich selbst nicht zu ernst nimmt. Wie die anderen Kollektionen macht die Uhr dem Ruf der in Hölstein ansässigen Marke alle Ehre, kohärente Designs zu entwickeln, die auch mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis punkten.

DIE «MUPPET SHOW»

Achtung, es folgt ein Generationen-Loop! Für die Jüngeren, die noch nie von der «Muppet Show» gehört haben: Es handelt sich um eine Fernsehserie, die 1976 von Jim Henson ins Leben gerufen wurde. In der Show traten Puppen mit scharfer Zunge auf, darunter der Frosch Kermit, das Schwein Miss Piggy, der Bär Fozzie oder das alte, griesgrämige Duo Statler und Waldorf. In jeder Episode war ein Star zu Gast. Die Missgeschicke der kleinen Bande begeisterten die Zuschauer bis 1981, die Protagonisten blieben für immer die Kindheitshelden der Generation Z. Die Muppet-Menagerie, die 2004 von Disney aufgekauft wurde, vermittelt weiterhin Optimismus – genauso wie das lachende Amphibientier auf dieser Oris. Seit 2022 hat Kermit der Frosch sogar seinen eigenen Stern auf dem Hollywood Boulevard!



Gute Laune mit Kermit und Oris



Schmuckdesignerin Charlotte Lynggaard im Atelier: Für das runde Jubiläum von Ole Lynggaard Copenhagen hat sie mit ihrer Tochter Sofia eine Modekollektion entworfen.

Je älter ich werde,
umso mehr
interessiert mich,
tiefer in Dinge
einzutauchen

Japan über seinem Kopf flogen. Die Natur ist auch Charlottes grösste Inspirationsquelle. Jüngstes Beispiel: die neue Funky-Stars-Kollektion. Goldene Preziosen in Form von Sternen, die über und über mit Diamanten funkeln. Facettiert von den 45 Goldschmiedinnen und Goldschmieden, die in Hellerup immer noch jedes einzelne Schmuckstück per Hand anfertigen. Vor den Augen eine Lupe, in der Hand kleine Werkzeuge, die man eher in einem Puppenhaus verorten würde. Das recycelte Gold stammt aus der Schweiz, von der Raffinerie Metalor, die Mondsteine, Aquamarine und Opale aus Edelsteinminen in Indien oder Südamerika. «Wir sind inzwischen die grösste Schmuckmanufaktur Skandinaviens. Es ist sehr besonders, dass unser Haus noch in Familienhand ist», sagt Søren. «Fast alle grossen Schmuckbrands wurden von Konzernen aufgekauft.»

Die Kleiderkollektion zum 60-Jahr-Jubiläum ist die Erweiterung des Schmucks, ein Paralleluniversum, manifestiert in Textil. Einziger Wermutstropfen: Sie ist nicht zu kaufen. «Für dieses Modell haben wir eine alte japanische Technik angewandt», sagt Charlotte und zeigt auf ein hochgeschlossenes, bodenlanges Kleid mit viktorianischen Anleihen. «Wir haben verschiedene Blätter gesammelt und sie unter Hitze in den Stoff eingerollt. Wenn man das Kleidungsstück anschliessend auseinanderrollt, hat man die Abdrücke der Blätter auf dem Stoff. Ein wenig wie Batik.» Es sind hauchzarte Kreationen im Boho-Stil, die unter Charlottes und Sofias Federführung entstanden sind. «Unsere Grossmutter hat schon als Schneiderin gearbeitet. Als wir Kinder waren, hat sie uns die schönsten Kleider genäht.» Für besondere Anlässe entwirft auch Charlotte ihre eigenen Outfits. So gekonnt, dass selbst Kronprinzessin Mary bei ihr anfragte – das kimonoähnliche Kleid mit Blütenapplikationen trug die Thronanwärterin bei der Krönung von Willem-Alexander und Máxima in den Niederlanden.

Charlottes nonchalanter Look brachte ihr 2015 den Titel «Style Icon of the Year» der Zeitschrift «Elle» ein. Ein bisschen bohemian, ein bisschen gypsy, beneidenswert leichtfüssig und zeitlos. Genauso wie ihre Lebenseinstellung: «Ich würde gerne etwas altmodischer leben, etwas langsamer», erzählt sie. «Je älter ich werde, umso stärker wird der Wunsch, tiefer in Dinge einzutauchen, mich intensiver mit einer Materie zu beschäftigen. Heute muss alles so schnell gehen, das vermisse ich an früher.» Während ihrer Lehrjahre verbrachte sie zwölf Monate in der Schweiz, bei einem Goldschmied im Glarnerland. «Es gab kein Telefon und keinen Fernseher, ich schnappte mir oft ein Velo oder ging wandern.» Die bewusste Auseinandersetzung mit Zeit, sie sich zu nehmen, sie zu zelebrieren – vielleicht macht genau dies den Erfolg von Ole Lynggaard Copenhagen aus. «Die Herstellung von Schmuck ist eine langsame Arbeit, man besitzt die Stücke über Generationen. Oft erzählen sie auch eine Geschichte.» Wie jene von einer Familie in Dänemark, die um die Welt reiste, um die Schönheit der Natur in einzigartigen Schmuckstücken einzufangen – und manchmal auch in zarten Stoffen. ☉



FUNKY STARS

Im Jubiläumsjahr stehen die Sterne nicht nur für das dänische Schmucklabel gut, auch die Kundinnen und Kunden dürfen sich freuen – auf die neue Kollektion Funky Stars, deren Ohrhänge mit zahlreichen Diamanten besetzt sind.

Königsklasse

DAS SCHMUCKLABEL OLE LYNGGAARD COPENHAGEN FEIERT 60-JAHR-JUBILÄUM. MIT ROYALEM SEGEN UND EINER EINZIGARTIGEN MODEKOLLEKTION.

TEXT TINA BREMER

CHARLOTTE LYNGGAARD schaut verschmitzt: «Wir dürfen unsere Kleider nicht Haute Couture nennen, weil der Begriff den Pariser Modehäusern vorbehalten ist, genau wie beim Champagner, der aus der Region Champagne kommen muss.» Dabei ist das, was in den vergangenen zwölf Monaten in einem kleinen Atelier im Kopenhagener Vorort Hellerup entstanden ist, zweifelsfrei höchste Schneiderkunst. An Schaufensterpuppen hängen baiserefarbene Bustiers, Capes aus Rohseide, gerüschte Chiffonkrägen und handbemalte Leinenkleider, über die Tintenfische und Quallen schwimmen: Mehr als ein Jahr haben Charlotte Lynggaard, Kreativdirektorin des dänischen Schmucklabels Ole Lynggaard Copenhagen, und ihre Tochter Sofia Entwürfe skizziert, Stoffe bedruckt und mit den besten Schneidern des Landes ihre Köpfe zusammengesteckt, um eine Kollektion aus rund 20 Unikaten zu entwerfen. Für die

Feier zum 60. Geburtstag des Unternehmens diesen Juni. Ab November werden die Kleider dann in einer grossen Ausstellung im Øregård Museum zu sehen sein. «Wir haben unseren Schmuck früher an Fashion Shows gezeigt, zusammen mit der Mode von anderen Designern. Das war immer etwas frustrierend, weil der Fokus stets auf den Kleidern lag. Für Charlotte war es einfacher, alles selbst zu entwerfen», erklärt Søren Lynggaard. Als CEO führt er gemeinsam mit seiner Schwester das Familienunternehmen, das ihr Vater Ole 1963 gründete. Aus einem grünen Fiat 500 heraus, mit dem er durch Kopenhagen düste, um seine Ringe, Armبänder und Ketten zu zeigen. Heute werden die filigranen Haute-Joaille-Stücke in Flagship-Stores von Paris bis Sydney verkauft, klopfte LVMH bereits interessiert an, und ist Ole Lynggaard Copenhagen offizieller Hoflieferant der dänischen Königsfamilie. Inspiration fand Ole auf seinen Reisen um die Welt: Elefanten in Indien? Würden sich doch auch wunderbar als Anhänger am Hals machen. Genauso wie die Kraniche, die in



TEPPICH

OBEN LINKS Schafwolle trifft auf Ziegengarn.
OBEN RECHTS Die Ziegenhaar-Wollstränge werden auf eine Haspel gespannt.
MITTE LINKS Die Stränge werden von Hand auf das «Schiff» gewickelt.
MITTE RECHTS Arbeit am Webstuhl.
UNTEN RECHTS Die Kettfäden werden mit einer Nadel vernäht.
LINKS Der fertige Teppich.

Handspiel

TESSANDA, DIE ÄLTESTE NOCH AKTIVE HANDWEBEREI DER SCHWEIZ, FEIERT 95-JAHR-JUBILÄUM UND STARTET IN DIE ZUKUNFT DURCH.

TEXT BRIGITTE JURCZYK FOTOS ULRIKE MEUTZNER

KLICK KLACK, KLICK KLACK. Wie ein Pfeil flitzt das Schiffchen hin und her: So schnell kann kein Auge folgen. Und die Füße tanzen dazu auf den bis zu zwölf Holztritten Ballett. Eine echte Meisterleistung, die sich da täglich hunderttausendfach im dreigeschossigen Haus aus dem 17. Jahrhundert im kleinen Ort Santa Maria an der Grenze zu Italien abspielt. 17 Weberinnen, Näherinnen und Stickerinnen arbeiten bei Tessanda, der ältesten noch aktiven und mit Abstand grössten Handweberei der Schweiz. Sie stellen reihenweise Unikate her: vom Geschirrtuch über den Schal bis zum Teppich – lauter schöne wie funktionelle Stücke für Küche, Bad, Wohnraum und den eigenen Stil. Dabei werden nur feine Naturgarne verwendet: Baum-, Schaf- und Ziegenwolle, Leinen, Seide, Kaschmir und Hanf. Gewebt wird an 27 Holzwebstühlen, die zum Teil schon fast hundert Jahre alt sind. Für ihr traditionelles Kunsthandwerk heimsen die Frauen regelmässig Designpreise ein.

Kooperation mit Hugo Zumbühl

Die neueste Innovation bringt der renommierte Textildesigner Hugo Zumbühl aus Chur ins Haus. Er hat für die Handweberei die Kollektion «Sulvadi» entworfen, bei der Schurwollteppiche mit einer markanten Oberflächenstruktur gewebt werden.

Die Besonderheit der Teppiche beginnt beim eigenwilligen Material: Es ist ein fingerdickes, gefilztes Schafwollgarn, das im Kern mit Jute verstärkt und von aussen mit einem dünnen, farblich kontrastierenden Ziegenhaargarn umwickelt wird. Dieser spezielle Mix, der später beim Weben ein lebendiges Flächenbild entstehen lässt, muss selbst von den Weberinnen hergestellt werden. Dazu spannen sie die Ziegenhaar-Wollstränge zunächst auf eine Haspel auf. Das sorgt dafür, dass sich die Fäden nicht verheddern und sich im zweiten Schritt problemlos mit einer Handkurbel auf eine Spule wickeln lassen. Hugo Zumbühl entwickelte zusammen mit einem Techniker den Prototyp einer Maschine, in der das gefilzte Wollgarn mit dem dünnen Ziegenhaar vermählt wird. Dieser Fertigungsschritte bedarf es, um den Schussfaden herzustellen, der dann mit einem «Schiff» zwischen die aufgespannten Kettfäden im Webstuhl gezogen wird. «Allein das Einrichten eines Webstuhls, also das Aufspannen und Verknöten von Hunderten von Kettfäden per Hand, dauert bis zu 40 Stunden», erklärt Geschäftsführerin Maya Repele. Nach dem Weben müssen im letzten Schritt noch die Kettfäden mit einer langen Nadel vernäht werden.

Tessanda wurde aus der Not geboren. «Man wollte damals den armen Bäuerinnen im Münstertal eine zusätzliche Verdienstmöglichkeit geben. Eigentlich war das wie ein Frauenförderungsprogramm.» Die Höfe in der Umgebung konnten die

Bauern nicht ernähren, die Männer zogen als Zuckerbäcker ins Unter- und Ausland. Die Frauen blieben zu Hause und in ihrer Armut stecken. So gründeten 1928 eine Web- und eine Handarbeitslehrerin zusammen mit dem damaligen Pfarrer von Santa Maria die Handweberei Tessanda. Man bildete die Feld- und Stallarbeiterinnen im kunstvollen Handweben von Stoffen aus und entlohnte sie mit einem festen Salär. 1955 wurde die Weberei in eine Stiftung überführt.

Schwierige Zeiten

Mit den Jahren bekamen Handwebereien in ganz Europa starke Konkurrenz: Industriell gefertigte, unschlagbar günstige Textilien aus Asien überfluteten den Markt. Die Folge: Die meisten Betriebe mussten schliessen. Auch um die Tessanda stand es nicht gut. Repele, die schon ehrenamtlich im Stiftungsrat sass, kam als Geschäftsführerin an Bord und stellte erst mal alles auf den Kopf. Frischer Wind weht jetzt durch die Räume des alten Hauses, aus dem das Klappern der Webstühle hinaus auf die Hauptstrasse von Santa Maria dringt. «Bis auf das Graubündner Geschirrhandtuch haben wir jetzt völlig neue Produkte im Angebot», so die 63-Jährige. Neue Farben, neue Muster, neue Styles – das brachte die notwendige Kehrtwende und den Betrieb endlich in die Gewinnzone. «Es hat uns auch ganz neue Käuferkreise eröffnet», freut sich die engagierte Chefin. Nur am extrem aufwendigen Kunsthandwerk hat sich nichts geändert. Zum Glück. ☺



Maya Repele

Organisations- und Kommunikationstalent mit einem Händchen fürs Netzwerken: Die gebürtige Pfäffikerin Maya Repele absolvierte zunächst die Handelsschule, legte später noch einen MBA nach. Die 63-Jährige war Projektleiterin der Landesausstellung Expo.02 und beriet als Partnerin einer Zürcher Agentur namhafte Unternehmen in strategischen Fragen. 2019 wurde sie Geschäftsführerin von Tessanda und leitet den Stiftungsrat seitdem als Präsidentin.

IM GESPRÄCH



Sich auf ihren Lorbeeren ausruhen? Kommt für die 76-jährige Designerin Diane von Furstenberg, die in New York lebt, nicht infrage. Sie engagiert sich zunehmend philanthropisch.

WOMAN IN CHARGE

DIANE VON FURSTENBERG ERFAND VOR FAST 50 JAHREN DAS LEGENDÄRE WICKELKLEID. JETZT WIRD SIE MIT EINER AUSSTELLUNG IN BRÜSSEL GEEHRT.

INTERVIEW **TINA BREMER**

IHR LEBENSOTTO HÄNGT UM IHREN HALS. Eine Kette mit dem Schriftzug «In Charge». Funkelnde Diamanten auf gebräunter Haut. Zwei Wörter, die das Leben jener Frau zusammenfassen, die mit der Erfindung des Wickelkleides Geschichte geschrieben hat: Diane von Furstenberg. Mit Anfang 20 heiratete die gebürtige Belgierin den Prinzen Egon von Fürstenberg, wanderte mit ihm in die USA aus, entledigte sich der beiden Punkte auf dem Ü (und bald darauf auch des Prinzen) und baute ein Kleiderimperium auf. Zum nahenden 50-Jahr-Jubiläum des Wickelkleides ehrt das Brüsseler Fashion & Lace Museum die 76-jährige Modeikone jetzt mit der Ausstellung «Woman Before Fashion».

Der Name ist ein Fingerzeig auf das, was sich wie ein roter Faden durch das Leben der Designerin zieht: Frauen zu unterstützen. Seit 2010 verleiht sie jährlich den Förderpreis «DVF Award», zudem rief sie die Plattform «In Charge» ins Leben, auf der sich Frauen auf der ganzen Welt vernetzen und voneinander lernen können. Der Grund mag in ihrer Biografie liegen: Ihre Mutter überlebte das Konzentrationslager Auschwitz, lehrte sie, niemals ein Opfer zu sein. «Allein meine Geburt war ein Triumph über das Elend», so von Furstenberg. Symbolhaft ist auch ihre Ernennung zur Patin der Freiheitsstatue: Für das Statue of Liberty Museum sammelte sie 100 Millionen US-Dollar an Spenden. Auch mit ihren Kleidern möchte Diane von Furstenberg Frauen Freiheit schenken.

Erinnern Sie sich an den Moment, als Ihnen die Idee für das Wickelkleid kam?

Zuerst entwickelte ich tatsächlich ein Wickel-T-Shirt, erst danach kam das Kleid. Ich habe in Italien in einer Textilfabrik gearbeitet, wo Jerseystoffe hergestellt wurden. Dort habe ich auch alles über Muster und Farben gelernt. Inspiration für das Wickelkleid waren die Outfits von Balletinas.

Wenn man sich die aktuelle Weltlage anschaut – sind Ihre Kleider derzeit besonders relevant, weil man sich in ihnen einwickelt und geborgen fühlt?

Hm, schwer zu sagen. Es ist nicht einfach, sich selbst und seine Arbeit zu beurteilen. Das ist auch der Grund, warum ich diese Ausstellung so mag: Sie zeigt die Sichtweise von jemand anderem auf meine Kleider und mein Schaffen.

Wie ist die Ausstellung zustande gekommen?

Das Fashion & Lace Museum hat mit Nicolas Lor einen neuen, sehr jungen Kurator. Seine erste Ausstellung wollte er über mich machen, also rief er mich an. Ich fragte ihn, warum er seine allererste Ausstellung über eine alte Frau machen möchte. Es gibt so viele grossartige belgische Avantgarde-Designer! Er meinte, dass meine Arbeit zeitlos und immer noch sehr bedeutsam sei. Ein grosses Kompliment!

Was hat es mit dem Titel «Woman Before Fashion» auf sich?
Für mich steht die Frau stets an erster Stelle. Früher wusste ich

nicht, was ich werden möchte, aber ich wusste genau, was für eine Frau ich sein wollte: eine, die ihr eigenes Leben bestimmt – A Woman In Charge! Ich wurde eine wegen eines Kleides. Und weil ich mit diesem kleinen Kleid vielen anderen Frauen Selbstbewusstsein geschenkt habe, wurde es zum Symbol für die Befreiung der Frau.

Warum spielt Freiheit so eine elementare Rolle in Ihrem Leben?

Meine Mutter war eine Feministin. 18 Monate bevor ich auf die Welt kam, sass sie als politische Gefangene im Konzentrationslager Auschwitz ein. Am Ende des Krieges wog sie nur noch 29 Kilo, man ging nicht davon aus, dass sie überleben würde. Aber sie tat es. Sie kam zurück nach Belgien und meine Grossmutter fütterte sie wie einen kleinen Vogel. Der Doktor sagte ihr damals, dass sie mindestens drei Jahre warten müsse, um ein Kind zu bekommen, ansonsten würde ihr Kind nicht «normal» sein. Neun Monate später kam ich auf die Welt und war nicht normal (*lacht*). Die Tatsache, dass ich unter diesen Umständen auf die Welt kam, war alleine ein Triumph. Ein Triumph über das Elend.

Als Sie neun Jahre alt waren, nahmen Sie einen Zug von Brüssel nach Paris genommen und sagten später, diese Reise habe Sie selbst zur Feministin gemacht. Inwiefern?

Auf dieser Reise hatte ich zum ersten Mal in meinem Leben das Gefühl, das Sagen zu haben. Meine Mutter hatte mich in den Zug gesetzt, die Fahrt dauerte damals fünf Stunden. Ich war noch sehr jung. Ich hatte ein wenig Angst, zeigte es aber nicht – weil ich zum ersten Mal spürte, verantwortlich für mich zu sein.

Ihr Unternehmen haben Sie auf einem einzigen Produkt aufgebaut. Das war auch mutig – um nicht zu sagen riskant?

Darüber habe ich mir nie Gedanken gemacht. Ich entwarf dieses Kleid und es wurde mir aus den Händen gerissen. Es verkaufte sich so gut, dass die Abnehmer immer mehr und mehr wollten. An einem Punkt dachte ich, dass es zu viel wird, dass eine Sättigung eintritt. Aber in so einem Geschäft trifft man nicht alle Entscheidungen alleine.

DVF stand kurz davor, Konkurs anzumelden. Ausgerechnet während der Pandemie, als viele Unternehmen ins Straucheln gerieten, haben Sie das Steuer herumgerissen und schreiben wieder schwarze Zahlen. Wie haben Sie das geschafft?

Wir haben viele Läden geschlossen, den Onlinevertrieb ausgebaut und mein Partner in Asien hat mir mit der Produktion geholfen. Aber wir sind immer noch mitten im Umstrukturierungsprozess.

Glauben Sie, dass weibliche Designerinnen eine andere Herangehensweise an Mode haben als männliche Designer?

Absolut. Christian Lacroix hat einmal zu mir gesagt: Männer entwerfen Kostüme, Frauen entwerfen Kleidung. Nimm zum Beispiel Jersey. Designer mögen ihn nicht, aber Designerinnen lieben ihn, weil sie



DIE WILDEN JAHRE

OBEN Diane von Furstenberg mit ihrem guten Freund Andy Warhol. Die Designerin war gern gesehener Gast im Studio 54. In der Mythologie war Diana die Göttin der Jagd. Kein Kind von Traurigkeit, wurde auch Diane von Furstenberg damals «The Huntress» genannt. Die Designerin heute augenzwinkernd: «Ich bin aber keine Jägerin, die tötet.»



Die wichtigste Beziehung im Leben ist die mit sich selbst

wissen, dass ein dehnbare Stoff sehr bequem ist. Ich bin davon überzeugt, dass Designerinnen viel praktischer veranlagt sind als Designer.

Mit 28 Jahren waren Sie bereits auf dem Cover der «Newsweek» und des «Wall Street Journal». Haben Sie damals gedacht: Das war's, was soll jetzt noch kommen?

Wissen Sie, was lustig ist? Zu der Zeit bewunderte mich die ganze Welt. Aber tief in mir drinnen ging es mir nicht gut. Von aussen betrachtet wirkt man vielleicht sehr erfolgreich, aber niemand sieht, dass man gerade eine schwere Zeit durchmacht. Und manchmal sieht es für Aussenstehende aus, als würde es nicht gut laufen, dabei planst du bereits dein Comeback. Die Dinge sind nie einfach so, wie sie scheinen.

Glauben Sie, dass Sie mit Ihrer Idee heute noch denselben Erfolg hätten wie damals, vor 50 Jahren?

Ich habe mein Leben fast immer so gelebt, als hätte es Social Media schon gegeben. Ich war eine europäische Prinzessin, die in New York ankam: jung, gute Beine, volles Haar. Damals haben meine Kleider nur 86 Dollar gekostet. Um sie zu verkaufen, bin ich durchs ganze Land gereist. Je erfolgreicher ich wurde, desto selbstbewusster wurde ich – und dieses Selbstbewusstsein hat sich auf die Frauen übertragen, die meine Kleider kauften. Die wichtigste Beziehung im Leben, die man hat, ist die mit sich selbst. Also ja: Ich bin überzeugt, ich hätte heute denselben Erfolg.

Sowohl Michelle Obama als auch Amy Winehouse wurden in Ihren Kleidern abgelichtet – zwei völlig unterschiedliche Persönlichkeiten aus verschiedenen Altersgruppen. Was macht Ihr Design so attraktiv für diverse Zielgruppen?

Meine Kleider werden ein Teil deines Selbst. Wenn du sie trägst, verschmelzen sie mit dir. Genau das ist es, was ich an ihnen liebe. Man sollte sich nicht an das Kleid erinnern, sondern daran, wie man sich in ihm gefühlt hat.

Auf der ersten Weihnachtskarte, die Michelle Obama aus dem Weissen Haus verschickt hat, trägt sie ebenfalls ein Kleid von Ihnen.

Das war ein grosser Deal: die erste Weihnachtskarte als First Lady!

Frage sie bei Ihnen an?

Nein, nein. Es handelte sich um eine Aufnahme aus einem Shooting für die «Vanity Fair». Annie Leibovitz hat die Fotos gemacht, sie ist eine Freundin von mir. Sechs Monate später stand Weihnachten vor der Tür und Michelle Obama hat sich genau für dieses Bild entschieden.

Glauben Sie, dass Kleidung eine politische Botschaft vermitteln kann?

Ganz sicher. Ich liebe es, wenn Sprüche in den Stoff eingearbeitet sind, mit denen man mit kleine Statements abgibt.

Seit 2018 sind Sie Ehrenbürgerin Brüssels, jetzt diese Ausstellung. Überrascht Sie der späte Ruhm in Ihrem Geburtsland?

Es gibt dieses Sprichwort: dass man in seinem eigenen Land nie erfolgreich wird, dass man erst woanders entdeckt werden muss. Die Belgier sagen, dass sie sehr stolz auf mich seien, das ist sehr emotional für mich. Ich habe gemerkt, wie sehr ich Belgien liebe.

Sie gingen in Lausanne aufs Internat und haben in Genf studiert. Welche Erinnerungen haben Sie an die Schweiz?

Ich liebe die Schweiz! Dieses Jahr war ich in Davos. Ich hatte vergessen, wie beruhigend die Schweiz ist.

Was genau finden Sie so tröstlich an der Schweiz?

Ich kann es gar nicht genau sagen, aber für mich gibt es kein anderes Land, das so beruhigend ist. Man geht in eine Apotheke – und schon beim Betreten ist man geheilt (*lacht*).

Auf der Website von DVF gibt es auch ein Horoskop. Sind Sie abergläubisch?

Was für ein Sternzeichen sind Sie?

Ich bin Widder.

Ah! Das ist ein glückliches Zeichen. Ich bin Steinbock.

Was macht Steinböcke aus?

Warten Sie, ich zeige es Ihnen (*scrollt durch ihren Instagram-Feed und zeigt das Bild eines Steinbocks an einem Berg, Anm. d. Red.*). Sehen Sie, wir sind beide Hörnertiere, das macht uns aus: Für uns gibt es nur einen Weg – wir klettern immer nach oben!

Während der Pandemie haben Sie das Buch «Own It: The Secret to Life» geschrieben. Was ist das Geheimnis des Lebens?

Als ich die In-Charge-Bewegung ins Leben gerufen habe, merkte ich, dass es vor allem um Selbstverantwortung geht. Wenn man seine Unvollkommenheiten umarmt, werden sie zu deinem Gewinn. Wenn man seine Verletzlichkeit annimmt, kann man sie in Stärke verwandeln. Das Buch war sehr erfolgreich, deshalb schreibe ich bereits ein neues. Es wird «Live It: The Secret To Joy» heissen. Ich liebe Wörter, daher sehen einige meiner Kleider auch wie Poster aus.

Wie aktiv sind Sie noch ins tägliche Geschäft involviert?

So lange, bis ich sicher bin, dass alles in guten Händen ist.

Ihre Enkeltochter Talita ist Co-Chairwoman von DVF. Wird sie das Geschäft eines Tages übernehmen?

Sie wollte immer bei DVF arbeiten. Ja, ich werde die Firma voraussichtlich eines Tages an sie übertragen.

Haben Sie dieselben Visionen oder sind sie unterschiedlich?

Sobald sie das Unternehmen übernimmt, wird es ihre Vision sein.

Sie sind jetzt seit 50 Jahren in der Modeindustrie, haben viele Auf's und Abs mitgemacht. Wird man mit der Zeit gelassener?

Wissen Sie was? That's life!

Das Leben hat Sie gut behandelt.

Ja, ich hatte ein wunderschönes, erfülltes Leben. Es ist wie ein Fluss, der sich durch verschiedene Landschaften schlängelt: Manchmal ist es hügelig, manchmal sonnig, manchmal bewölkt. Das Wichtigste aber ist: Schwimme nie gegen die Strömung! ☺



IT'S A WOMAN'S WORLD

LINKS UND MITTE OBEN Modelle aus der Ausstellung «Woman Before Fashion», die bis zum 7. Januar 2024 im Brüsseler Fashion & Lace Museum gezeigt wird.

OBEN RECHTS Diane von Furstenberg im neuen Statue of Liberty Museum.

UNTEN KLEIN Die ehemalige First Lady Michelle Obama in einem Kleid von Diane von Furstenberg.

Ärmelloses langes Kleid aus Seidencady mit Cut-outs und handgeblasenen Metallglaselementen, **Chloé**. Dreireihige Halskette mit kleinen Akoya-Perlen, Barockperlenhalskette *South Sea*, Sautoir aus Akoya-Barockperlen und Tahitiperlen, Ring aus Roségold mit runden Südseeperlen, **Baszanger**. Nagellack *Midnight Mantra*, Kollektion *Fall Wonders* by **OPI**, **OPI**. Uhr *Centrix Automatic Diamonds*, Automatikwerk, 30,5 mm Durchmesser, Stahlgehäuse, Armband aus Hightech-Keramik und Stahl, wasserdicht bis 50 m, 2850 Fr., **Rado**.



SONNEN- STUNDEN

BALD HEISST ES: AB IN DIE FERIE!
MIT DER RADO CENTRIX KOMMT DER
GLAMOUR BIS AN DEN POOLRAND.
DAS ARMBAND AUS HIGHTECH-
KERAMIK UND PVD-BESCHICHTETEM
EDELSTAHL GARANTIERT
UNBESCHWERTEN SPASS.

FOTO CALYPSO MAHIEU

MIT DEN WARMEN TEMPERATUREN heisst es wieder: Partyzeit! Zu einer richtigen Sommersause gehören natürlich auch auffällige Accessoires. So wie die Centrix Automatic Diamonds von Rado. Die Uhr mit Automatikwerk verströmt eine sommerlich-leichte Eleganz. Dazu tragen die weisse Silhouette, funkelnde Diamanten und ein kleines, feines Gehäuse mit einem Durchmesser von 30,5 mm bei. Das Edelstahlarmband mit rosafarbener PVD-Beschichtung und Zwischengliedern aus Hightech-Keramik sorgt für die perfekte Balance zwischen Präzision und Chic. Rado war vor über 30 Jahren die erste Marke, die die kratzfeste und ultraleichte Hightech-Keramik in der Uhrmacherei einführte: zunächst in Schwarz und Weiss, später bespielte man die ganze Farbpalette. Der Ansatz war revolutionär und besonders das Monoblock-Gehäuse innovativ. Die positiven Eigenschaften von Keramik liegen nicht nur sprichwörtlich auf der Hand: Das Material ist hypoallergen und passt sich der Hauttemperatur an. Wie zuvor schon die Medizin- und Raumfahrtstechniker, spezialisierten sich auch die Uhrmacher bei Rado auf das ultrafeine Pulver aus Zirkoniumoxid, das mit Pigmenten vermischt und unter hohem Druck in eine Form gespritzt wird. Auch wenn der übergeordnete Stil einheitlich ist, ist die Uhr in verschiedenen Varianten erhältlich: in unterschiedlichen Grössen und Farben, mit Quarz- oder Automatikuhwerken und mit einem halboffenen Zifferblatt. Die jüngste Version wurde dieses Jahr lanciert: Die Centrix Automatic Diamonds verfügt über die Qualitätsstandards ihrer Vorgängerin, entführt aber in eine völlig neue Welt der Schönheit. Das gewölbte Saphirglas der neuen Modelle bildet eine harmonische, formvollendete Einheit mit dem Gehäuse. Das Glas ist entspiegelt und erlaubt so von allen Seiten den perfekten Durchblick. Das mit zwölf Diamanten besetzte Zifferblatt erzielt einen wunderschönen 3D-Effekt, der durch Lackieren und Prägen zustande kommt. Die Formsprache ist von bewährter Schönheit, die Grammatik aber ist neu und raffiniert. ☉

AUF GANZER LINIE

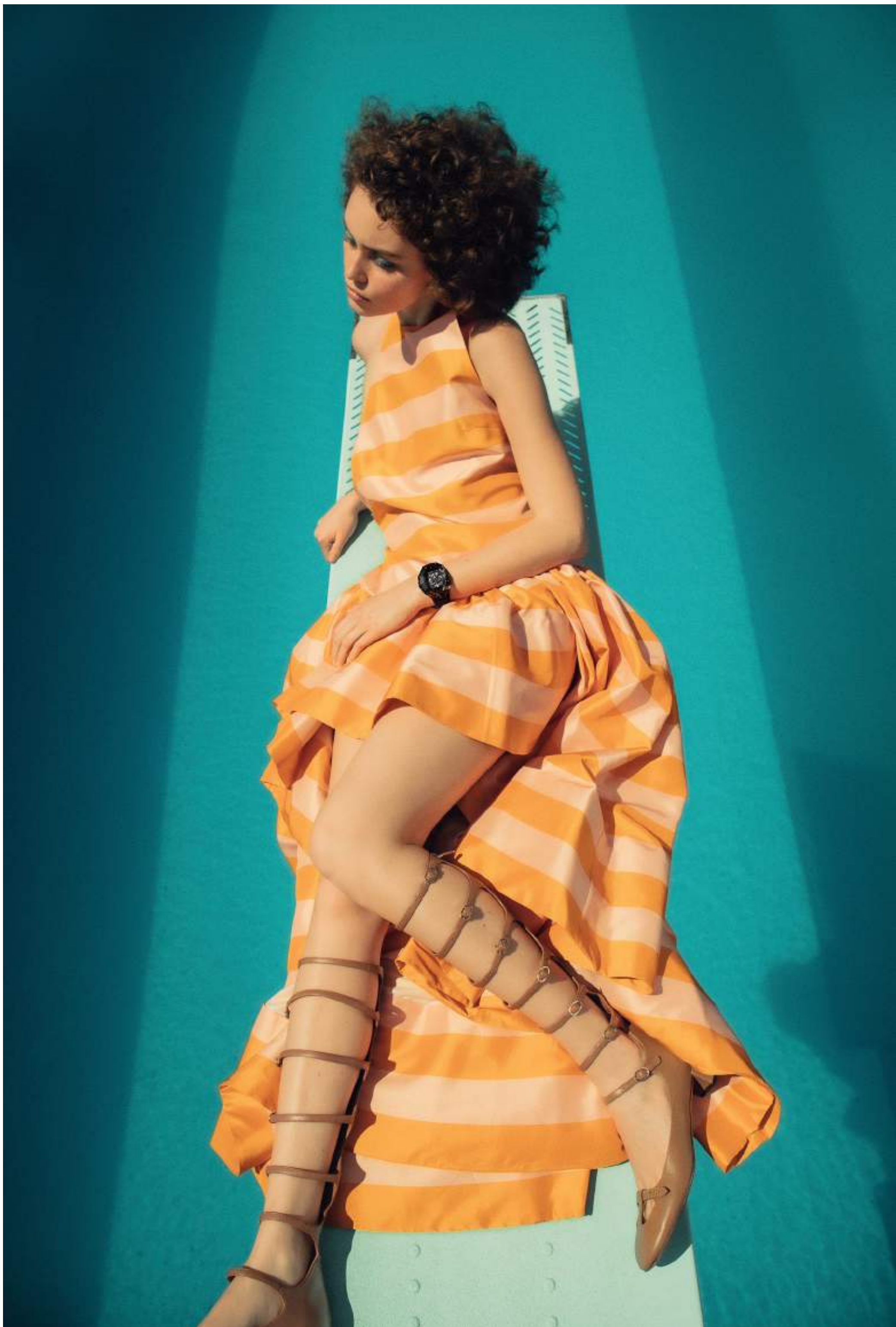
FRÖHLICHE STREIFEN WEISEN UNS DEN WEG
RICHTUNG SOMMER. FOLGEN WIR IHNEN!

FOTOS ANTOINE HENAULT STYLING SIMON PYLYSER





DIESE SEITE CAROLINE Marinepullover aus Wolle und 5-Pocket-Mini-Shorts aus Baumwolle, **AMI**. Uhr *Big Bang One Click Sapphire Diamonds*, Automatikuhrwerk, Gehäuse aus poliertem Saphirglas, Lünette aus poliertem Edelstahl mit 42 Diamanten, 39 mm, schwarzes strukturiertes und liniertes Kautschukarmband, **Hublot**. **SAMIR** Marinepullover mit Rundhalsausschnitt aus Wolle mit Ami-Stickerei, Hose aus Baumwolle, **AMI**. Uhr *Square Bang Unico Sapphire*, automatisches Chronographenwerk, Gehäuse und Lünette aus poliertem Saphirglas, 42 mm, strukturiertes, liniertes und transparentes Armband, limitierte Auflage, **Hublot**.
LINKE SEITE Matrosenanzug, Jeansjacke und -hose, Popeline-Hemd, **Kenzo**. Laufschuhe B31 aus Kautschuk mit türkisfarbenem Kannelin-Muster, **Dior Men**.



DIESE SEITE Kleid *Tama* aus Seide mit hohem Ausschnitt und Mandarinstreifen, **Zimmermann**. Riemchenpumps *Aime* aus weichem Kalbsleder in Camel, **Dior**. Uhr *Spirit Of Big Bang Sang Bleu All Black*, automatisches Chronographenwerk, Gehäuse und Lünette aus schwarzer, satinierter und polierter Keramik, 42 mm, Armband aus schwarzem, glattem Kautschuk, limitierte Auflage, **Hublot**.
RECHTE SEITE **SAMIR** Oversize-Baumwollhemd *Mix-Up Stripe*. Gestreifte Baumwollshorts, **Paul Smith**. Sandalen aus Leder, **Isabel Marant**. **CAROLINE** Jacke und Rock aus Wolle, Bikinioberteil *Triomphe* aus Jersey, Wildlederstiefel, **Celine by Hedi Slimane**.







DIESE SEITE Strickjacke mit wellenförmigen Streifen aus Wolle und Baumwolle, **Kenzo**. Mittellanger 3D-Rock mit hoher Taille aus recyceltem Polyester, **AZ Factory x Lutz Huelle**. Sonnenbrille aus Acetat, **Celine by Hedi Slimane**.
RECHTE SEITE Blaue-schwarz gestreifte Jacke aus Polyamid, **Dries Van Noten**. Gestreifte Popeline-Hose, **Emporio Armani**. Uhr *Big Bang Integrated Tourbillon Full Carbon*, Automatikuhwerk mit Tourbillon, Gehäuse, Lünette und Armband aus Kohlefaser und Texalium®, 43 mm, **Hublot**.
ART DIRECTION Géraldine Dura **PRODUKTION** Endrit Nurcaj **HAARE** Massanori Yahiro **MAKE-UP** Ania Grzeszczuk **MODELS** Caroline Reuter und Samir Ali **FOTOASSISTENZ** Carnio Acosta und Héléne Huet **LOCATION** Piscine de Bellerive, Lausanne
DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT MIT HUBLLOT.

Ins Schwarze getroffen

STILÜBUNG FÜR PROFIS: WAS PASSIERT, WENN DAS MATERIAL VON EIN UND DERSELBEN UHR DRASTISCH VERÄNDERT WIRD?

TEXT DIE REDAKTION

DIESE KOOPERATION geht in Fleisch und Blut über! Um die inzwischen dritte Zusammenarbeit zwischen der Uhrenmarke Hublot und dem Tattoo-Künstler Maxime

Plescia-Buchi zu feiern, wurde im Rahmen der Möbelmesse Salone del Mobile ein Galadinner veranstaltet, bei dem der aus der Schweiz stammende Tätowierer drei Versionen der brandneuen Spirit of Big Bang Sang Bleu präsentierte. Der Name ist eine Hommage an sein Studio Sang Bleu, die Uhren sind eine Fortsetzung des «black work»-Designs, das Plescia-Buchi berühmt gemacht hat. In seiner rechten Hand: ein Modell aus schwarzer Keramik (auf S. 24 in unserem Modeshooting zu sehen), in seiner linken: eines aus Titan mit Edelsteinbesatz (siehe Cover). Welches sein Favorit ist? Natürlich kann er sich nicht entscheiden: «Die mit Edelsteinen besetzte Variante vermittelt klare Linien und ist auf den ersten Blick leicht zu verstehen. Sie ist ein aussergewöhnliches Schmuckstück», sagt er. Die schwarze Variante ist geheimnisvoller: «Sie spielt mit der Tiefe und den subtilen Ebenen. Sie ist ein architektonisches Objekt.» Die unterschiedlichen Interpretationen ein und desselben Modells zeigen deutlich, wie stark das Material die Wahrnehmung einer Uhr beeinflusst. Plescia-Buchis jüngste Modelle (das dritte ist aus King Gold) zeigen einmal mehr, dass in der Hublot-Manufaktur in Nyon die Abteilung Forschung & Entwicklung König und das Material Königin ist. Seit den Anfängen der Marke bringen die Ingenieure Kreativität ans Handgelenk, sublimieren die Vorstellungen von Zeit, Funktionen und grossen Komplikationen mithilfe immer aussergewöhnlicherer Materialien. 24-Karat-Gold, Keramik, Borkarbid und Karbon werden ungeniert miteinander vermischt. Getreu dem Motto: «Be the First, Be Unique, Be Different» (sei der Erste, sei einzigartig, sei anders).

Das Know-how über besondere Legierungen ist das Ergebnis jahrelanger Forschung. Der Slogan dazu lautet: «Die Kunst der Fusion.» 1980 kreierte Hublot die erste Uhr mit einem Goldgehäuse und einem Kautschukarmband. Die Wahl des Kautschuks ist von entscheidender Bedeutung und das Ergebnis einer dreijährigen Forschungsarbeit. «Das Stück gewann den Preis für bestes Design beim Grand Prix d'Horlogerie in Genf und begeisterte schnell ein Publikum von Kennern, die auf der Suche nach ausgefallenen Uhren waren», erzählt Ricardo Guadalupe, CEO des Hauses. Mit der Big

Bang trat die Marke ins 21. Jahrhundert ein. Die Magic Gold war die zweite grosse Innovation, die 2011 nach vierjähriger Forschungsarbeit in Zusammenarbeit mit dem Labor für mechanische Metallurgie (LMM) der Eidgenössischen Technischen Hochschule Lausanne (EPFL) eingeführt wurde. Ihr Geheimnis? Sie ist widerstandsfähiger als die klassische Version mit 18-Karat-Gold: 400 Vickers vs. 1000 Vickers! Ermöglicht wurde der Härtegrad durch den Zusatz von Keramik. Mathias Buttet, Leiter der Forschungs- und Entwicklungsabteilung, erklärt das Rezept für dieses kratzfeste Material: «Ein Borkarbidpulver wird durch isostatisches Kaltpressen so geformt, dass es den finalen Formen schon sehr nahe kommt. Dann wird geschmolzenes Gold unter sehr hohem Druck beigefügt. Das Metall füllt die Poren der Keramik, sodass sich ein neues Material bildet.» 2018 kommt erstmals farbige Keramik zum Einsatz. Das Material sieht nicht nur edel aus, es ist auch angenehm warm am Handgelenk. Also nimmt man sein altes Chemiebuch wieder zur Hand, um die Herstellung zu verstehen. Oder hört Profi Buttet aufmerksam zu: «Die wichtigste Innovation beruht auf einer Fusion von Druck und Hitze, die die Keramik sintert, ohne die Pigmente zu verbrennen.» Die Entwicklung dauerte drei Jahre und erforderte viel Geduld. Die Teams waren kurz davor, aufzugeben, aber: «Eines Tages kamen wir spät vom Mittagessen zurück und die Keramik war noch im Ofen. Das war genau der Umstand, der dem Projekt für den Erfolg fehlte: mehr Brennzeit. Das Schicksal hat eben immer das letzte Wort.» Hublot hat sich auch durch die Verwendung

von Kevlar, Tantal und Saphir hervorgetan. Das transparente und leichte Material konnte schliesslich nach zahlreichen chemischen Versuchen, deren Verfahren wir Ihnen an dieser Stelle ersparen wollen, farbig produziert werden. Was es speziell macht? Das Material ist elegant genug, um die Geheimnisse der Uhrmacherei zu enthüllen, und robust genug, um die Mechanik zu schützen. ☺



NACHHALTIGER WACHMACHER

Materialinnovator Hublot hat die allererste Uhr produziert, die aus dem Aluminium von recycelten Kaffeekapseln (und Kaffeesatz) sowie recyceltem Kautschuk besteht. Das Modell Nespresso x Hublot strahlt mit einem apfelgrünen Gehäuse. CEO Ricardo Guadalupe: «Die Teams brauchten ein Jahr für Forschung und Entwicklung, um die Farben der sieben Materialien, aus denen die Uhr besteht, zu vereinheitlichen. Wir mussten die richtige Mischung der Materialien finden. Schliesslich sollen die Qualitäts- und Haltbarkeitstests für alle Teile des Produkts überzeugen.» Wie Kaffee ist die Uhr ein echter Wachmacher! Automatikuhwerk, 42 mm, wasserdicht bis 100 m, 29'990 Fr., Hublot Big Bang Unico Nespresso Origin.



Maxime Plescia-Buchi und das Gehäuse der neuen Spirit of Big Bang Sang Bleu.

encore!

DA, WO DU BIST.

MODE

REISEN

www.encore-mag.ch

DESIGN

BEAUTY



KULINARIK

ABENTEUER

DEIN LIFESTYLE-MAGAZIN
JETZT AUCH ONLINE



Im Parc Sherrer in Morcote fühlen sich die Besuchenden wie im alten Griechenland.

10

GRANDEZZA- ADRESSEN IM TESSIN

ITALIENISCHE ELEGANZ AUF SCHWEIZER BODEN: DAS TESSIN ERFINDET SICH NEU. ITALIANITÀ EINMAL ANDERS.

TEXT JENNIFER SEGUI



1 Klettern

Eine Postkartenidylle wie der Garten Eden

Das Versprechen Die steilen Gassen von Morcote hinaufzusteigen, erfordert einen langen Atem. Wer allerdings die Ufer am Luganensee erreicht und die 420 Stufen hinauf zur Kirche Santa Maria del Sasso kraxelt, wird mit einer wahren Postkartenidylle belohnt. Das von Lugano nur eine halbe Stunde Zugfahrt bzw. 15 Minuten Autofahrt entfernte Städtchen wurde nicht umsonst wiederholt zum schönsten Dorf der Schweiz gekürt. Warum genau? Nun, da wären die verwinkelten Gassen, mit Schwalbennestern bevölkerte Arkaden und Restaurants, in denen exquisites Risotto aus dem Käse serviert wird.

Die Überraschung Umgeben von subtropischer Vegetation versteckt sich in Morcote ein botanischer Garten, der Anfang des letzten Jahrhunderts vom Industriellen Hermann Arthur Scherrer angelegt wurde. Ein Pflanzenparadies, das der Ästhet und Weltbummler am Hang des Hügels mit Pavillons ausstattete, die von Reisen in ferne Länder erzählen. Etwa ein japanisches Teehaus oder eine Villa aus Marokko. **Parc Scherrer, Morcote**

2 Staunen

Kulturelle Wundertüte

Das Versprechen Das Lugano Arte e cultura, kurz LAC, vom Tessiner Architekten Ivano Gianola entworfen und 2015 eröffnet, beherbergt Museen und Eventsäle. Wer bei Betreten des Gebäudes nach links abbiegt, darf sich auf das MASI freuen – das Kunstmuseum der italienischen Schweiz. Auf drei Ebenen verteilt, lockt die ständige Sammlung mit Werken von Monet und einer Ausstellung der zeitgenössischen feministischen Künstlerin Rita Ackermann. Damit nicht genug, punktet das LAC mit Highlights aus Klassik, Oper, Ballett und Theater und gilt als einer der kultureichsten Orte der Schweiz.

Die Überraschung Ab ins MASI, das bis zum 2. Juli dem 1954 verstorbenen Schweizer Fotografen Werner Bischof eine Ausstellung widmet. Bischof, der für seine Kriegsreportagen in Schwarz-Weiss bekannt ist, träumte davon, Maler zu sein. Zu sehen sind seine weniger bekannten Farbaufnahmen aus allen Ecken der Welt: Landschaftsaufnahmen, Porträts, Fotokunst... **Ausstellung über Werner Bischof «Unseen Colour» bis zum 2. Juli 2023 im LAC, Lugano, www.masilugano.ch**

3 Eintauchen

Museumsvilla am See

Das Versprechen Einst wohnte hier die Pariser Varietätänzerin und Mäzenin Picassos: Helene Bieber. Lange Zeit blieb die in den 1930er-Jahren erbaute Villa Heleneum geschlossen, heute wird das Anwesen dank der Bally-Stiftung wiederbelebt. Das Luxushaus mit Schweizer Wurzeln möchte einen Raum für Malerei, Skulptur-, Video-, Performancekunst und Mode schaffen. Die Leitung hat Vittoria Matarese, vormals Palais de Tokyo in Paris. In der Eröffnungsausstellung wird der See mit den Werken von rund 20 internationalen Kunstschaaffenden in den Mittelpunkt gestellt.

Die Überraschung Die Villa Heleneum ist ein Schmuckstück für Ballys kulturelle Ambitionen. Jedes Zimmer hat Seeblick, das Gewässer breitet sich wie ein Gemälde vor dem Auge der Besucher aus. Eine zentrale Steintreppe, deren Stufen direkt ins Wasser führen, sorgt für einen fließenden Übergang von Innen und Aussen.

Bally-Stiftung, Villa Heleneum, Lugano, Eröffnungsausstellung «Un lac Inconnu», zu sehen bis zum 24. September 2023, www.ballyfoundation.ch



4 Schwelgen

Augen- und Gaumenschmaus

Das Versprechen Der Name ist Programm: Das The View bietet einen der schönsten Ausblicke auf den Golf von Lugano. Inmitten der Gipfel von Paradiso liegt das 2015 eröffnete Boutique-Designhotel, das zur Gruppe der Small Luxury Hotels of The World gehört und den See zum Leitmotiv kürte. Allgegenwärtig im Interieur, setzt man bei der Dekoration im Yachtstil auf Teakholzböden, die die 18 Suiten und die riesige Terrasse im Stil einer Schiffsbrücke verkleiden.

Die Überraschung Mit 16 von 20 Gault-Millau-Punkten hat das Restaurant im vergangenen Jahr seinen ersten Stern erhalten. Der äusserst zurückhaltende Chefkoch Diego Della Schiava, von GaultMillau zum Aufsteiger des Jahres 2022 im Tessin gekürt, leitet die Brigade. In der offenen Küche kann man immer mal wieder einen Blick auf ihn erhaschen. Dieser Italiener serviert eine Partitur, die der Einrichtung gerecht wird: schmackhaft, raffiniert und verspielt, von den faszinierenden Wolken-Amuse-Bouches bis hin zum süsssen Schokoladen-Soufflé. Einfach yummy!

Via Guidino 29, www.theviewlugano.com

5 Abschalten

Im besonderen Hotelhimmel

Das Versprechen Das 2020 eröffnete Hotel an den Hängen des Monte San Salvatore, zwischen Weinbergen und Olivenhainen gelegen, kommt zwar lediglich mit drei Sternen daher, der Charme des renovierten ehemaligen Bauernhauses erschliesst sich aber sofort. Das Bigatt ist um einen Innenhof herum angelegt, im Raum der ehemaligen Weinpresse befinden sich heute ein Laden für lokale Delikatessen sowie eine kleine Kapelle, in der Sie im Handumdrehen Ihren Hunger stillen können. Sie haben die Wahl: Famiente unter Kamelien, Schwimmen im Pool mit Seeblick oder Siesta in den geschmackvollen Zimmern?

Die Überraschung Das Hotel und sein Restaurant werden von einer Genossenschaft geführt und von Mitarbeitenden betrieben, die sich in der beruflichen Wiedereingliederung befinden. Hier werden nicht nur die Menschen respektiert, sondern auch die Natur und die Jahreszeiten. Aus der Herbergsküche kommen Leckereien aus den angrenzenden Biogemüseärten oder aus möglichst lokaler Produktion.

Bigatt Hotel & Restaurant, Lugano-Paradiso, Zimmer ab 150 Fr., www.hotelbigatt.com

6 Übertagen

Gastronomie auf dem Gipfel

Das Versprechen Der Monte Generoso soll seinen Namen seinem fruchtbaren Gipfel verdanken. Die Natur klettert tatsächlich nicht bei diesem Berg, der auf 1700 M. ü. M. eine der spektakulärsten Aussichten der Schweiz bietet. An einem seiner Hänge ist ein Dorf dank eines Albergo Diffuso wiederbelebt worden. Dieses aus Italien stammende Konzept verwandelt verlassene Dörfer in authentische Gastherbergen, die sich auf mehrere Häuser verteilen. In Scudellate im Maggiateal hat Oscar Piffaretti, der in der einstigen Schmugglerhochburg geboren wurde, eine Osteria, ein Hotel, eine Jugendherberge und ein Bed and Breakfast eröffnet, um Wanderer und Abenteurer zu beherbergen.

Die Überraschung Schon von den Ufern Luganos aus kann man die Fiore di Pietra entdecken, das neue architektonische Meisterwerk des Tessiner Stararchitekten Mario Botta. Das majestätische, auf einem Felsen stehende Gebäude bietet einen 360°-Blick. Im Inneren der achteckigen Steinblume befinden sich zwei Restaurants, zudem werden Events wie Sunset-Aperitif Facial Yoga veranstaltet.

www.montegeneroso.ch



7 Anstossen Vom Garten ins Glas

Das Versprechen In den Gerichten des Küchenchefs dieses zeitgenössischen Restaurants steckt Magie: Er verbindet das Beste der französischen und italienischen Küche mit Gewürzen. Im zum Hotel Luganodante gehörenden Le Flamel wird Gemüse verarbeitet, das auf dem Dach wächst. Die Bar wird von jungen Mixologie-Profis geführt – mit Schnurrbart und Tätowierung. Es werden Cocktails aus Biozutaten kredenzt, die einige Stockwerke höher angebaut und zu Infusionen, Fermentationen oder Spirituosen verarbeitet werden. Möglich macht dies die hauseigene Destillerie.

Die Überraschung Man muss sich von der Fantasie des Küchenchefs und des Barkeepers mitreissen lassen und sich auf eine Reise durch das Degustationsmenü begeben, das von einem Pairing aus Cocktails begleitet wird. Subtile Kreationen auf der Basis von hausgemachtem Kombucha, Kräuter-, Früchte- oder Kaffee-Infusionen verfeinern die Gerichte. Klingt ungewohnt? Ist es auch, aber es muss ja nicht immer Wein sein.

Flamel Bistrot und Mixologie, Lugano,
www.luganodante.com

8 Anschauen Wirklich grosses Kino!

Das Versprechen Seit über 75 Jahren lässt das renommierte internationale Filmfestival von Locarno alljährlich die Piazza Grande als grösstes Freilufttheater der Welt erstrahlen. Die Veranstaltung, die dem nationalen und internationalen Autorenkino gewidmet ist, zieht Stars und Filmfans aus der ganzen Welt an, um elf Tage lang Filmvorführungen und Feste am Seeufer zu feiern. Da das Grand Hôtel, eine glanzvolle Erinnerung an die Veranstaltung, noch nicht wiedereröffnet wurde (die Wiedereröffnung ist für 2025 geplant), hat das Festival das PalaCinema als Austragungsort auserkoren. Unter seinem Dach findet der Wettbewerb Cinéastes d'aujourd'hui statt, zudem gibt es hier neben der Zweigstelle des Schweizer Filmarchivs Räume für audiovisuelle Schulungen sowie Kinosäle.

Die Überraschung Zum ersten Mal in seiner Geschichte – und als erstes Festival! – setzt das Locarno Film Festival auf Inklusion und vergibt die Auszeichnungen in geschlechtsneutralen Kategorien.

76. Ausgabe des Locarno Film Festivals,
2. bis 12. August 2023, www.locarnofestival.ch

9 Degustieren Garantiert bio, garantiert gut

Das Versprechen Nur wenige Serpentinaen, und schon erreicht man das Dorf Arogno. Die Azienda Agricola Bianchi profitiert von der idealen Topografie: sonnige Hänge, auf denen Bienenstöcke, Olivenbäume, Obstbäume und vor allem jene Weinreben stehen, für die das biologische Weingut berühmt ist. 1988 wurde es von Alberto und seiner Frau Marcy Bianchi gegründet, heute wird es von den Söhnen Martino und Gabriele geführt. Der Weinkeller, ein beeindruckender Betonwürfel, operiert dank Sonnenkollektoren und dem Prinzip der natürlichen Schwerkraft für seine Weinfässer autark.

Die Überraschung Joahanniter, Solaris, Merlot, Syrah und Chardonnay gehören zu den Rebsorten, die von den Bianchis angebaut werden. Für ihre Weiss- und Rotweine wurden sie vom Weinführer GaultMillau als Swiss Wine Rookie 2023 ausgezeichnet. Die jungen Winzer stellen auch einen Spumante Rosé namens Mara her, von dem ein Teil in Flaschen im Luganersee reift, bevor sie in sehr begrenzter Auflage als Mara del Lago verkauft werden.

Strada da Röv 24 in Arogno, www.bianchi.bio



Das Tessin bietet die Möglichkeit,
verschiedene Erlebnisse miteinander
zu kombinieren



Im Tessin treffen alpine und mediterrane Landschaften aufeinander.

10 Reisen Grüner schippern

Das Versprechen Für viele mag es ein Detail gewesen sein, für alle Schiffspassagiere bedeutete es ein Aufatmen. Seit September 2021 sind der unangenehme Benzingeruch und der Höllenlärm auf dem Lago di Lugano passé! Seitdem wird die MNE Ceresio 1931 mit Strom betrieben, eine erste Initiative des Projekts Venti35, das die Elektrifizierung aller Tessiner Seen anstrebt. Das erste elektrisch betriebene Schiff gleitet in 25 Minuten in völliger Stille über den See, von Lugano über San Rocco bis zum alten Fischerdorf Gandria mit seinen schwindelerregenden Gassen.

Die Überraschung Man muss sich Zeit nehmen (1 ½ Stunden), um von Gandria aus zu Fuss zurückzustiefeln – nicht ohne einen Blick auf die bezaubernde Barockkirche San Vigilo zu werfen. Der romantische Weg führt über den Olivenpfad, der eine atemberaubende Sicht auf den See bietet. Er schlängelt sich auf einer Anhöhe durch Wälder und Olivenhaine und wird von Lehrtafeln ergänzt, bei denen man über den Symbolbaum des Mittelmeers und seine Eigenschaften lernt.

Schiffslinie Green Line von Lugano – San Rocco – Gandria,
www.lakelugano.ch

Eine Region der Kontraste



ANGELO TROTTA
Direktor von Ticino Turismo

Die Schweizerinnen und Schweizer lieben es, ins Tessin zu reisen. Was sagen Sie denjenigen, die meinen, schon alles zu kennen?

Das Tessin ist ein echtes Überraschungspaket! Aufgrund seiner Vielfalt gibt es stets Neues und Unerwartetes zu entdecken. Auf kleiner Fläche haben wir im Tessin die typische Alpenlandschaft neben Seen mit Palmenhainen, dazu quirlige Stadtzentren und ruhige Täler, in

denen man die Hektik des Alltags vergisst: Sie können etwa lernen, Polenta zu kochen, oder mit der Swiss Wine Tour die Weine der Region verkosten.

Trägt die jüngst eröffnete Villa Heleneum dazu bei, ein neues Publikum anzuziehen?

Definitiv. Die Eröffnung stärkt das kulturelle Angebot im Tessin. Mit ihrer Villa Heleneum hat die Bally-Stiftung einen Referenzort für Künstler geschaffen, einen multifunktionalen Ort der Begegnung.

Würden Sie uns drei gute Gründe verraten, warum es sich lohnt, sich diesen Sommer in den Süden aufzumachen und auf

Entdeckungs- oder Wiederentdeckungstour ins Tessin zu fahren?

Natürlich das Filmfestival von Locarno, das jedes Jahr die grossen Namen des internationalen Kinos auf der Piazza Grande versammelt. In den weniger bekannten Tälern wie dem Val Bavona und dem Valle di Muggio lockt die unberührte Natur, man kann verschiedenen Outdoor-Sportarten nachgehen und spannende gastronomische Angebote entdecken. Zudem findet vom 21. bis zum 24. September im Tessin erstmals das Eidgenössische Volksmusikfest statt. In Bellinzona werden dann neben der Musik auch die Traditionen, die Gastronomie und der Wein unseres Landes die unbestrittenen Stars sein.

Ein Garten ohne Grenzen



SVEN WASSMER IST SPITZENKOCH MIT DREI «GUIDE MICHELIN»-STERNEN. SEINE NEUE MISSION IST DAGEGEN EHER BODENSTÄNDIG – ER WILL SEINE WOHNUNGEMEINDE BUCHS SG «NASCHBAR» MACHEN.

Sven Wassmer ist als Spitzenkoch für eine eher exklusive Kundschaft tätig. Bei ihm zu Hause in Buchs SG geht es jedoch durchaus zwanglos zu. Keine falschen Hemmungen haben, nahbar und authentisch sein – dafür steht der 36-jährige Familienvater: «Leute zusammenbringen, gegenseitig Wissen und Erfahrungen austauschen; solche Dinge sind mir tatsächlich wichtig, beruflich wie privat.»

Sein neues Projekt passt zu dieser Einstellung. Der Verein «Naschbarschaft» will die Bevölkerung in seiner Wohngemeinde Buchs zum gemeinsamen Anpflanzen und Ernten von Lebensmitteln motivieren. Ziel ist es, eine essbare Umgebung zu schaffen, die öffentliche und private Grünflächen nutzt, um darauf gesunde Nahrungsmittel für alle anbauen zu können. Inspiriert worden sei er von seinem vierjährigen

Sohn, sagt Wassmer. Dieser habe ihm erzählt, dass viele seiner Gspänli nicht wüssten, was Bärlauch sei. «Das hat mir wirklich zu denken gegeben. Ich musste etwas unternehmen, damit Kinder wieder einen Bezug zu gesunden lokalen Lebensmitteln finden.»

Win-win-Situation für alle

Bald wurde das Projekt «Naschbarschaft» geboren. Das Prinzip ist einfach: Alle in Buchs dürfen saisonales Obst und Gemüse auf Grundstücken oder in gemeinschaftlichen Gärten anpflanzen. Ebenso sollen alle ernten dürfen. Brachliegende Grünflächen können so sinnvoll genutzt werden – und am Ende landet gesundes, lokales Essen auf den Tellern.

Tatsächlich ist das Vorhaben eine Win-win-Situation für alle – mit einem gemeinsamen Ziel, aber durchaus unterschiedlichen Motivationen. Denn den einen geht es bei der «Naschbarschaft» vor allem um den Bildungsaspekt, den anderen um das soziale Miteinander. So auch Linda Märk. «Meine Hauptmotivation ist das gemeinschaftliche Gärtnern. Das macht etwas mit den Leuten; es ist eine wunderbare Erfahrung», sagt die Politikwissenschaftlerin und Gärtnerin.

Belohnung auf dem Teller

Sven Wassmer betont die Bedeutung gesunder Ernährung: «Sie ist Voraussetzung dafür, dass ein Mensch funktionieren kann», sagt er. Besonders bei Kindern könne dank der «Naschbarschaft» eine neue Beziehung zu Früchten und Gemüse aufgebaut werden: «Kinder wollen belohnt werden. Und wenn sie etwas anpflanzen und ernten können, fühlen sie sich automatisch belohnt.»

Genauso zentral sei aber auch der Nachhaltigkeitsgedanke: «Regionale Nahrung ist nicht nur gut für den Körper, sondern auch für die Umwelt. Mit kürzeren Transportwegen werden CO₂-Emissionen reduziert.» Das ist für den Ambassador von Mercedes-Benz ein wichtiges Argument. Die nachhaltigen Ziele und Meilensteine von Mercedes-Benz sieht er als Verspre-

chen und Verpflichtung zugleich. Deshalb fährt er mit seinem Auto so weit wie möglich elektrisch; zum Beispiel, wenn er wieder frische Produkte für seine Gourmetküche in Bad Ragaz vom lokalen Bauernhof holt.

Nachhaltigkeit beginnt im Alltag

Ohnehin ist der Spitzenkoch der Meinung, dass Nachhaltigkeit im nahen Umfeld beginnt. «Viele denken immer zuerst an die grossen globalen Themen wie etwa Flugreisen. Dabei fängt Nachhaltigkeit schon dabei an, Einkäufe sinnvoll zu planen und Food-Waste zu vermeiden.» Wassmer ist überzeugt: «Grosses bewegen können wir auch im Kleinen.»



Eine Bereicherung für alle.

Zur Person: Sven Wassmer

Mit dem richtigen Gespür für Zeit und Umgebung hat Sven Wassmer, Jahrgang 1986, seinen eigenen Stil gefunden. Im Restaurant Memories im Grand Resort Bad Ragaz entwickelte der gebürtige Fricktaler mit seiner zeitgemässen, naturnahen Küche eine individuelle kulinarische Persönlichkeit. Mit der Bewertung von drei Sternen im «Guide Michelin» gehört Wassmer als einer der jüngsten Köche überhaupt zum weltweit kleinen Zirkel von nur rund 140 Küchenchefs mit dieser Auszeichnung.



Noch mehr spannende Storys über Mobilität und Nachhaltigkeit.



Sven Wassmer und Linda Märk.



Grüne Daumen für die Gemeinde.

PAID POST



Dieser Beitrag wurde von Commercial Publishing in Zusammenarbeit mit Mercedes-Benz erstellt. Commercial Publishing ist die Unit für Content Marketing, die im Auftrag von 20 Minuten und Tamedia kommerzielle Inhalte produziert.

Spannende Sache

SIE WERFEN IHRE SCHATTEN VORAUSS: SONNENSCHIRME SIND SO STYLISH UND GEFRAGT WIE NIE.

TEXT PATRICIA LUNGHU

TROLL DICH, EIDECHSE! Der sommerliche Impuls, mit einer Brille auf der Nase und einem Buch in der Hand regungslos in der Sonne zu verharren, geht mit Sonnenbrandgefahr einher. Eine Lösung sind Textilien, die ausgedehntes Rumlümmeln ermöglichen, da sie schädliche Strahlen abhalten. Outdoor-Möbel sind derzeit ein grosses Thema bei den Designhäusern. Im Zuge dessen sind auch Sonnenschirme gefragt wie nie. Sie kommen in allen möglichen Designs und Farben daher: fröhlich oder poetisch, rechteckig oder sechseckig – nur bitte keine langweiligen Streber! Jeder aufgespannte Sonnenschirm trägt auf seine Weise dazu bei, dem Aussenbereich eine individuelle Note zu verleihen. Diese schönen Schirmchen machen Laune! ☺



Poetisch Der Sonnenschirm *Om Wood* von *Calma* ist inspiriert von mediterranen Vordächern. Mit seiner sechseckigen Form und dem innovativen Entfaltungsmechanismus, der den Schatten in sechs Dreiecke schneiden kann, passt sich *Om Wood* raffiniert allen Bedürfnissen an – je nachdem, ob man ihn vollständig öffnet, halb oder nur leicht. Sein elegantes Design hebt die Kontraste zwischen Licht und Schatten hervor und schafft auf dem Boden hypnotische Muster.



Ausgeklügelt Das Haus *Paola Lenti* ist auf handgefertigte Flechtarbeiten, insbesondere für Sessel und Teppiche für den Aussenbereich, spezialisiert. Mit *Mogambo* bietet es einen Sonnenschirm an, der nie geschlossen wird. Er ist aus einem speziellen Seil hergestellt, das direkt auf dem Gestell vollständig von Hand geflochten wird. So entsteht quasi ein Haute-Couture-Schatten. Erhältlich in verschiedenen Farbtönen, von Apfelgrün bis Ocker, von Fuchsia bis Tiefblau, schmückt er mit seiner Eleganz die schicksten Pools und Terrassen.



Fröhlich Die junge niederländische Marke *HKliving* feiert das Leben im Freien mit einer Reihe von schillernden Sonnenschirmen. Die Kollektion *Graphic Twist* umfasst vier verschiedene Muster, die eine Hommage an die Flower-Power-Ära. Dieser Sonnenschirm wird mit einer passenden Hülle geliefert und eignet sich mit seinem Buchenholzmast, der sich leicht in den Sand stecken lässt, ideal für den Strand.



Geometrisch Im Gegensatz zum klassischen Sonnenschirm, der auf einem zentralen Fuss steht, verfügt dieser scheinbar schwebende Sonnenschirm über einen gelenkigen Arm – «Inspector Gadget»-mässig, erinnern Sie sich? Das Modell *Freedom* von *Ethimo* ist um 360° schwenkbar, um zu jeder Tageszeit Schatten zu spenden. Mit seinem Gestell aus eloxiertem Aluminium und dem Tuch aus Acrylgewebe ist dieses funktionale Produkt mit seinem schlichten, zeitlosen Design auf Langlebigkeit ausgelegt.

Da guckst du

FASSUNGEN IN XXL, VERRÜCKTE FORMEN, KNALLIGE FARBEN – DURCH DIESE BRILLEN SEHEN WIR DIE WELT GARANTIERT ROSAROT. DER SOMMER KANN KOMMEN!

AUSWAHL ENDRIT NURCAJ



Von Ballons inspirierte Sonnenbrille *Inflated*, **Loewe Eyewear**, 282 Fr. Modell *Ruh* mit gelb getönten Gläsern, **Port Tanger**, 227 Fr. Futuristische Sonnenbrille mit violett getönten Gläsern, **Bottega Veneta**, 292 Fr.



Gewölbte Sonnenbrille aus italienischem Acetat, **Acne Studios**, 324 Fr. Sonnenbrille *Symbole* mit Chunky-Design und Triangolo-Logo, **Prada Eyewear**, 455 Fr. Herzförmiges Modell, **Stella McCartney Eyewear**, ca. 230 Fr.



Rechteckige Sonnenbrille *Seattle*, **Off-White**, 285 Fr. Oversized-Sonnenbrille *Loulou* in Herzform, **Saint Laurent Eyewear**, 467 Fr. Modell *Spike* mit dreidimensionaler Silhouette, **Balenciaga**, 494 Fr.



Ovale Sonnenbrille *Lady 9522 R1* mit Bügel im Stepp-Design, **Dior Eyewear**, 530 Fr. Kristallbesetzte Cat-Eye-Brille, **Gucci Eyewear**, 998 Fr. Unisex-Sonnenbrille aus Acetat, **Rick Owens**, 565 Fr.

Salut, Sommer!

SONNENSCHUTZMITTEL, DIE GENAU ZUM HAUTTYP UND ZUM LEBENSSTIL PASSEN: MIT DIESEN NEUEN PRODUKTEN FANGEN WIR GERNE SOMMERSPROSSEN EIN.

TEXT KATRIN ROTH

MAL EHRlich: Was war da oben bitte schön los? Dieses Jahr hat die Sonne sich ganz schön rar gemacht. Kitzelt sie die Nasen aber endlich, scheint alles einen Tick leichter, das Leben gleich viel heller.

«Sünnele» steht in den Sommermonaten bei vielen ganz oben auf der Liste der Lieblingsbeschäftigungen.

Nun ist leider nicht alles eitel Sonnenschein. Zu viel Sonneneinstrahlung kann Hautkrebs auslösen, zudem entstehen rund 80 Prozent aller sichtbaren Zeichen der Hautalterung durch UV-Strahlen. Daher mahnen Fachleute zur regelmässigen Verwendung von Sonnenschutz, selbst im Winter. Ein Appell, dem immer mehr Menschen nachkommen, sagt Nathalie Broussard, Wissenschaftliche Kommunikationsleiterin bei Shiseido: «Die Verbraucher wissen zunehmend, wie wichtig es ist, sich im Alltag vor den schädlichen Auswirkungen der verschiedenen Sonnenstrahlen – UV-A, UV-B, aber auch Infrarot – zu schützen.» Die Kosmetikbranche reagiert mit neuen Produkten, die selbst grösste Sonnenschutzmuffel überzeugen – die Marke Nuxe liefert via QR-Code gar eine musikalische Sommerplaylist dazu und erhöht so den Spassfaktor. Der war beim Auftragen bis vor wenigen Jahren nämlich noch tief. Heute gibt es für jeden Hauttyp das passende Produkt. Unverändert sind die Mengeneempfehlungen: fürs Gesicht mindestens einen Teelöffel und für den Körper rund 30 Gramm Sonnenschutzmittel. ☺



Sonnenschein kurbelt die Produktion von Vitamin D an und macht gute Laune. Um die Haut zu schützen, braucht es aber eine passende Sonnenschutzcreme.

1. HAUTSCHMEICHLER

Der Wille ist da, oftmals schreckt aber eine dickflüssige, weissmachende Textur die Kundinnen und Kunden. Inzwischen gibt es Abhilfe: «Es geht darum, den Konsumenten einfach anzuwendende Produkte mit unsichtbaren, nicht klebrigen und nicht fettenden Texturen anzubieten, die eine optimale Schutzwirkung haben. Die Sensorik spielt je länger je mehr eine zentrale Rolle», sagt Caudalie-Mitbegründerin Mathilde Thomas.

Vinosun Protect Sehr hoher Schutz LSF 50+, 30 Fr., **Caudalie**. Spray Solaire Délicieux SPF 30, 30 Fr., **Nuxe**. Solar Le Lait Protecteur Visage et Corps, LSF 30, 53 Fr., **Dior**.



2. DIE MOBILEN

Wer hätte das gedacht? Über 50 Prozent aller Sonnenschäden entstehen nicht während der Ferien am Strand, sondern im Alltag: beim Sport, beim Stadtbummel oder beim Apéro am See. Vor allem exponierte Stellen wie Nase, Wangen, Lippen, aber auch Ohren, Handrücken, Nacken und Füsse sollten darum lieber einmal zu viel als einmal zu wenig eingecremt werden. Besonders praktisch für unterwegs sind kompakte Sonnenschutzprodukte in Stifform. Sie finden in jeder Tasche Platz und ziehen dank moderner Formulierungen ohne Rückstände in die Haut ein. Bei diesen «To-go»-Produkten ist jede Ausrede zwecklos.



Super Stick Solaire SPF 50+ Teinté, getönter Sonnenschutz, 106 Fr., **Sisley**. Invisible Sun Care Stick SPF 50, extraleichte Textur, 33 Fr., **Chanel**. Glow Stick mit LSF 50, verleiht Leuchtkraft, 25 Fr., **Supergoop!**

3. MULTITASKER

Besonders beliebt sind multifunktionale Sonnenschutzprodukte, die nicht nur vor UV-Strahlen schützen, sondern auch die Haut pflegen. Entsprechend hoch ist die Nachfrage nach Sonnenpflegeprodukten, welche Referenz-Pflegewirkstoffe wie Hyaluronsäure in den Vordergrund stellen. Das Resultat: ein wachsendes Angebot an Sonnenschutzprodukten, mit denen sich dank praktischer 2-in-1-Formeln je nach Inhaltsstoffen weitere Pflegeschritte wie Anti-Aging-Serum oder Bodylotion erübrigen. So wird auch die leidige Frage hinfällig, ob man die Sonnencreme über oder unter der Tagespflege aufträgt. Die richtige Antwort lautet übrigens: immer mit dem Sonnenprodukt abschliessen.



Moisture Surge mit LSF 25, schenkt Feuchtigkeit, 49 Fr., **Clinique**. UV Essentiel, hoher Schutz mit LSF 50, 69 Fr., **Chanel**. Urban Environment Age Defense, ölfreie Formel mit LSF 30, 53 Fr., **Shiseido**.

4. MATTIEREND

Menschen mit zu Akne neigender Haut brauchen einen extra hohen Schutz vor UV-Strahlen, damit keine Hyperpigmentation entsteht. Gerade unter ihnen gibt es aber viele Sonnenschutzverweigerer, da fettige Cremes die Poren verstopfen und folglich noch mehr Unreinheiten verursachen können. «Viele haben Mühe, ein Produkt zu finden, welches das glänzende Erscheinungsbild der Haut nicht zusätzlich verschlimmert», sagt Drenushe Jahiu, PR & Advocacy Manager Active Cosmetics Division von L'Oréal Schweiz. Sinn ergeben hier mattierende Produkte mit Wirkstoffen zur Minderung von Hautunreinheiten und überschüssiger Talgproduktion.



Day Shield, ultraleichtes Gel mit LSF 30, ca. 50 Fr., **Dr. Liv**. Capital Soleil UV-Clear, wirkt gegen Hautunreinheiten, LSF 50+, **Vichy**. Anthelios Oil Control, ölgulierende Formel, LSF 50, ca. 30 Fr., **La Roche-Posay**.

5. NACHHALTIG

Lange Zeit waren es Aspekte wie die Höhe des Lichtschutzfaktors, der Duft oder ob die Creme wasserfest ist, welche den Ausschlag für den Kaufentscheid gaben. Zunehmend spielt aber das Thema Umweltschutz eine Rolle bei den Konsumenten und bei den Herstellern von Sonnenschutzmitteln. Die Schweizer Marke Daylong weist daher per Ökolabel den Grad der Nachhaltigkeit der einzelnen Produkte aus. Für eine cleane Formel ist es wichtig, dass die Sonnencremes und -Sprays keine chemischen Filter und Parabene enthalten. Die Ozeane und ihre Ökosysteme danken es – landen in ihnen doch jedes Jahr rund 25 000 Tonnen Sonnenschutzmittel.



Waterlover Sun Mist, Sonnenspray mit LSF 30, 53 Fr., **Biotherm**. Piña Colada Classic Body Sunscreen Lotion SPF 30, 41 Fr., **Coola**. Mineral Creme SPF 30, für sensible Haut, ca. 33 Fr., **Daylong**.

Zauberformel

OPI, DER SPEZIALIST FÜR GESUNDE UND FARBENFROHE NÄGEL, HAT DAS ERSTE SERUM ENTWICKELT, DAS KERATIN VON INNEN HERAUS REPARIERT. EINFACH UND UNISEX.

TEXT DIE REDAKTION

DIE WIRKUNG

Amerikanische Forschungsteams brauchten Jahre, um das erste Produkt zu entwickeln, das die Nägel von innen heraus stärkt. Wie das funktioniert? Die strukturellen Verbindungen des Keratins werden wiederhergestellt. Im Gegensatz zu den meisten Nagelhärtern auf dem Markt, die den Nagel nur mit einem Schutzfilm überziehen, repariert das OPI Repair Mode™ Serum mit der neuen patentierten Ulti-Plex™-Technologie die Nagelstruktur. Der Nagel wird glatter und widerstandsfähiger. Dank des Wundmittels gehören Absplittern, Abbrechen und Einreissen der Vergangenheit an. Etwa 30 Franken.



DIE VERPACKUNG

Wie jede Kosmetikmarke, die etwas auf sich hält, hat OPI sich für umweltfreundliche Materialien entschieden: Die Flasche ist aus Glas und der Verschluss aus recyceltem Material hergestellt. Auch gut zu wissen: Die Produktformel ist vegan.

DIE TEXTUR

Das Serumkonzentrat ist fast so dünnflüssig wie Wasser. Es hinterlässt keine Spuren, muss nicht trocknen und erfordert kein Geschick beim Auftragen. Ein Pinselstrich – oder zwei! – und das war's mit der Unisex-Routine. Man kann mit blossen Auge zuschauen, wie der Nagel das Produkt wie ein Löschblatt aufsaugt.

DIE ANWENDUNG

Für ein maximales Resultat empfiehlt sich eine Sechs-Tage-Kur: **1.** Stossen Sie die Nagelhäutchen zurück und feilen Sie die Nägel. **2.** Entfernen Sie Feilstaub und andere Rückstände, wie z.B. Handcreme, mit Isopropylalkohol (in der Apotheke erhältlich). Tipp: Ein fusselfreies Zellulose Tuch (Expert Touch Nail Wipe von OPI) ist viel effektiver als ein Wattepad und spart unnötigen Produktverbrauch. **3.** Tragen Sie das Repair Mode™ Serum in einer dünnen Schicht auf, nachdem Sie den Pinsel am Flaschenhals gut ausgewrungen haben. Zweimal täglich, morgens und abends, an sechs Tagen wiederholen. Sie können das Repair Mode™ Serum auch bei jeder Maniküre unter dem Nagellack oder Gel auftragen, um den Nagel zu reparieren und kräftigen.

DIE RESULTATE

Kaputte Nägel aufgrund von scharfen Reinigungsprodukten, Seifen oder Desinfektionsgels? «Unser Ziel war es, die Nagelpflege für geschwächte und beschädigte Nägel zu revolutionieren und tägliche Abnutzung mit einer Technologie zu bekämpfen, die kaputte Strukturverbindungen im Inneren der Nägel wiederherstellt», erklärt Sarah Faimeny, OPI-Vizepräsidentin für Forschung und Entwicklung. Die bahnbrechende Innovation basiert auf einer biomimetischen Technologie, die biologische Strukturen nachahmt. Tests haben gezeigt, dass die Sechs-Tage-Kur bei Anwendung entsprechend der Angaben eine 99%ige Reparatur des Nagelkeratins und einen 94%igen Schutz des Keratinproteins vor Schäden bewirkt. Das Ergebnis? Vielmal kräftigere Nägel.

DIE MARKE

Nagellackliebhaberinnen und -liebhaber kennen vor allem die Lacke von OPI, die es in einer schwindelerregenden Palette von 250 Farben gibt – mit zwölf Neuheiten pro Saison, die Sie regelmässig auf Instagram entdecken können: OPI_SWISS. Jeder Farbton kommt mit einer witzigen Bezeichnung daher, natürlich auf Englisch, denn der Weltmarktführer hat seinen Sitz bei Los Angeles. In diesem Sommer gefällt uns vor allem das Violett «I Sold My Crypto», ich habe meine Kryptowährung verkauft. Was weniger bekannt ist: Die 1981 lancierte Marke hat ihren Ursprung in der Kieferorthopädie (Akronym für Odontorium Products Inc.) und in Dentalacryl, das zur Herstellung von Nagelverlängerungen verwendet wurde. Kein Wunder, ist OPI auch stark im Bereich Hand- und Fusspflegeprodukte.

NAGELLIEBE

Gepflegte Fingernägel waren schon immer ein Teil des Schönheitsrituals, und der rote Lack war seit seiner Entwicklung in den 1930er-Jahren tonangebend. Doch mit der Einführung von Glasfaser für Nagelverlängerungen in den 1980er-Jahren und des semipermanenten Nagellacks um 2011 kam es zu einer kreativen Explosion: verrückte Farben, Strass, Nailart, Sticker, künstliche Fingernägel – sowohl Frauen wie auch Männer zelebrieren die Kunst auf den Nägeln. Der weltweite Markt für Nagelpflege betrug 2021 rund 10,9 Milliarden US-Dollar und soll sich laut einer Studie von Transparency Market Research - TMR bis 2031 verdoppeln. OPI ist Branchenführer im professionellen Nagelbereich und surft auch auf der Welle zahlreicher Eröffnungen. In der Schweiz ist die Marke an mehr als 3000 Verkaufs- und Servicepunkten vertreten.



Taucheruhren sind technisch so ausgereift, dass sie zur Sicherheit unter Wasser beitragen.

Mit Tiefgang

DIE NEUEN TAUCHERUHRN ERLAUBEN ES, LÄNGER UND TIEFER AUF UNTERWASSER-EXPEDITIONEN ZU GEHEN. EINMAL KRÄFTIG LUF THOLEN, BITTE!

TEXT MATHILDE BINETRUY

WOR DEM RANGIROA-ATOLL in Französisch-Polynesien lebt ein Tier mit einem Kopf wie die Bürste eines Staubsaugers. Hinter dem Namen

Sphyrna Mokarran verbirgt sich der Grosse Hammerhai. Er steht im Fokus der Tamataroa-Mission, die Blancpain unterstützt. Worum es sich dabei handelt? Um ein Projekt begeisterter Taucher, dem unter anderem der CEO von Blancpain, Marc A. Hayek, und der Dokumentarfilmer Laurent Ballesta angehören. Ihr Ziel: den faszinierenden Fisch zu schützen. Das geheimnisvolle Tier, das auf der roten Liste der gefährdeten Arten steht, bewegt sich in der Tiefsee. Dort, wo das Blau des Himmels in das Schwarz des Abgrunds übergeht. Um ihm zu begegnen, muss der Homo sapiens zum Homo delphinus werden. Und er braucht einen zuverlässigen Verbündeten: eine Taucheruhr. Blancpain hat mit der Fifty Fathoms Tech Gombessa eine Uhr für extreme Tauchgänge entwickelt. Sie misst die Dauer von langen, technisch anspruchsvollen Tauchgängen, die bis zu drei Stunden dauern können. Auch wenn die meisten Menschen die-

sen Sommer eher so lange am Strand verbringen als auf dem Meeresgrund, entwickeln Uhrmacher immer wieder Uhren, die für anspruchsvolle Tauchgänge gemacht sind. Dieses Modell verbindet Robustheit mit Funktionalität. In bestimmten Tiefen kann ein Fehler fatal sein. Mit der einseitig drehbaren Lünette wird die Tauchzeit gemessen, um aufzusteigen, bevor der Sauerstoff in der Flasche aufgebraucht ist.

Selbstverständlich sind die Zahlen und Indizes auf dem Zifferblatt dank einer Leuchtmasse im Dunkeln besonders gut ablesbar. Die Uhren kommen in XXL-Grösse daher, um dem Druck besser standhalten zu können. Bemerkenswert ist auch das Heliumventil, das dazu dient, den überschüssigen Innendruck während der Dekompressionsphase in der Druckkammer abzulassen – eine Funktion, die auch Jules Verne in 20 000 Meilen unter dem Meer nützlich gewesen wäre. Obwohl die Uhren für Expeditionen in der Tiefe entwickelt wurden, hat man auch den Asphalt nicht ausser Acht gelassen und auf die kleinen Extras geachtet, die man an Land ebenfalls liebt: ein schickes Design, auffällige Farben und nützliche Elemente wie die Weltzeituhrfunktion. ⌚

UNTERWASSERMECHANIK



Am Abgrund

Sie misst bis zu drei Stunden Tauchzeit, was eine Weltpremiere ist. Das Gehäuse (47 mm) ist mit einem Heliumventil ausgestattet. Die 1953 eingeführte *Fifty Fathoms* (wasserdicht bis 300 m) feiert ihr Platin-Jubiläum.

Fifty Fathoms 70th Anniversary Act 2: Tech Gombessa, Blancpain, 28 700 Euro.



Zeitenwende

Zählt jede Sekunde? Diese Taucheruhr (wasserdicht bis 300 m) meint: Ja! Sie ist die erste Taucheruhr der Marke mit Kurzzeitmessung. Die einseitig drehbare Lünette zeigt die verbleibende Tauchzeit an. Mit Flyback-Funktion.

SeaQ Chronograph, Glashütte Original, 16 500 Euro.



Nomade

Sie ist die reisefreudigste aller Taucheruhren (wasserdicht bis 200 m)! Die mehrfarbige Skala auf dem Zifferblatt zeigt Tauchern die Dekompressionszeit, das Ganze im Neo-Vintage-Look. Als Bonus verfügt sie über eine Weltzeituhrfunktion.

Ocean Decompression Worldtimer, Mido, 1 270 Franken.



Rekordhalter

Diese Uhr sprengt alle Grenzen: Sie kann ihre Trägerinnen und Träger bis in eine Tiefe von 11 000 Metern bringen! Ihr RLX-Titangehäuse ist mit einem Heliumventil und einem Ringlock-System (um dem Druck in grossen Tiefen standzuhalten) ausgestattet.

Oyster Perpetual Deepsea Challenge, Rolex, 25 750 Euro.



Leichtgewicht

Die grünen Einsprengsel sind inspiriert von der neuen Luxusmotorbootserie Brabus Marine Shadow. Die Uhr ist aus Carbotech gefertigt, einem Material, das leichter als Stahl oder Titan ist und korrosionsbeständig (wasserdicht bis 300 m.)

Submersible S Edition BRABUS Verde Militare, Panerai, 200 Stück, 49 500 Franken.



Grenzgänger

Diese Referenztaucheruhr verfügt über ein neues Uhrwerk mit GMT-Funktion. Tiefseeeliebhaber wissen nicht nur, in welcher Tiefe sie sich befinden (wasserdicht bis 200 m), sondern können auch die Uhrzeit in einer zweiten Zeitzone ablesen. Mit Drei-Tage-Gangreserve und Leuchtmarkierung auf zwölf Uhr.

Seiko Prospex GMT, 1 700 Euro.



Tauchprofi

Sie hält extremem Druck stand – bis zu 1000 Metern Tiefe. Diese 45-mm-Superdiver ist das perfekte Stück für alle, die sich nach Wasserabenteuern sehnen und dank einer einseitig drehbaren Lünette und einem Heliumventil ihre Sicherheit im Auge behalten wollen.

TAG Heuer Aquaracer Professional 1000 Superdiver, 6 500 Franken.



Joana Vasconcelos

DIE PORTUGIESISCHE KÜNSTLERIN STEHT FÜR EINEN ÜBERSCHWÄNGLICHEN FEMINISMUS, DER AUF SORBETFARBENE MÖBEL ÜBERSCHWAPPT.

INTERVIEW RENATA LIBAL

AUF DEN LIDERN BLAU, auf den Lippen Orange. Das Make-up der portugiesischen Polyform-Künstlerin Joana Vasconcelos ist genauso bunt wie ihre Entwürfe. Am Salone del Mobile präsentierte sie in Mailand eine schelmische Kollektion an Gartenmöbeln. Dazu war der Showroom von Roche Bobois von einer riesigen **Walküre (7)** eingenommen, eine jener Textilinstallationen (40 Meter lang und 8 Meter hoch), mit denen die Künstlerin ihre feministische Botschaft verknüpft: «Ich beziehe mich auf die Kriegsgöttinnen aus der norwegischen Mythologie: mächtig, aber immer bereit, zusammenzuarbeiten.» Dieses Frühjahr installierte sie ausserdem einen Lebensbaum mit 110 000 handgewebten Blättern in der Sainte-Chapelle de Vincennes vor den Toren von Paris. Was für eine Energie!

Sie tragen eine Einkaufstasche – waren Sie in der Modemetropole shoppen?

Ja, ich habe ein Paar blaue **Sneakers von Balmain** gekauft (2). Mode gehört zu meinem künstlerischen Verständnis. Seit 25 Jahren lasse ich mir für jede Vernissage ein Kleid von portugiesischen Designern wie Filipe Faisca oder Alexandra Moura anfertigen. Meine Kollektion wurde übrigens in meiner Heimat Lissabon im Museum für Mode und Design ausgestellt.

Ihre Installationen sind oft aus Textilien, beherrschen Sie das Handwerk?

Ich kann alles selbst! Von meiner Grossmutter habe ich **Stricken (1)**, Häkeln, Makramee usw. gelernt. In meinem Atelier sind wir 57 Personen, es ist wie ein Haute-Couture-Haus! Ich entwerfe die Installationen immer vor Ort, dann werden sie bei uns von Hand gefertigt und auf eine aufblasbare Struktur montiert.

Sie entwerfen auch Möbel.

Die Outdoor-Kollektion **BomBom (5)** habe ich für die französische Marke Roche Bobois

entworfen, deren Lebensfreude mir gefällt. Ich habe gerade einen sehr poppigen Tisch für meine 11-jährige Tochter gekauft.

Sind die Pastellfarben inspiriert von Marshmallows?

Seltsamerweise dachte ich überhaupt nicht an Süssigkeiten. Die Farbpalette und die sanften Kurven sind von einem **Sonnenuntergang in Lissabon (4)** inspiriert. Es ist die einzige Hauptstadt Europas mit einem Strand, das Licht ist einzigartig.

Was ist Ihre Lieblingsfarbe?

Orange (6), weil es so vibrierend ist.

Ihr Lieblingsrestaurant?

Ich liebe das **Casa de Cha da Boa Nova (3)** im Norden Portugals. Der Sterne Koch Rui Paula ist grossartig. Das Restaurant scheint aus den Felsen am Meer herausgewachsen zu sein. Es ist ein Meisterwerk des Architekten Siza Vieira, einem Pritzker-Preisträger. ☺



Das ausführliche Interview finden Sie hier.



LOVE
Cartier

