

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

KÜCHE

Der Sparschäler der Nation geht neue Wege

UNTERWEGS

10 Seilbahnen, die man nie vergisst

ARCHITEKTUR
So wird man in Zukunft bauen, sagt David Chipperfield

DESIGN

Robust, praktisch, formschön:
Objekte, die bleiben werden

OKTOBER 2021

SonntagsZeitung

Elegance is an attitude

Kate Winslet
Kate Winslet

LONGINES



The Longines
Master Collection



Der Brite, der Zürich ein neues Kunsthaus gebaut hat: David Chipperfield im Interview **S. 14**



10 Gondelbahnen, wie es sie sonst nirgends gibt **S. 26**



Die künstliche Intelligenz ist im Beautybereich angekommen **S. 30**

Design | Oktober 2021

HIGHLIGHTS

8 Trend

Luxusdesigner nehmen sich die Yogamatte vor. Namaste!

10 Swiss Made

Rex, der Sparschäler der Nation, hat einen neuen Besitzer. So wird er fabriziert.

12 Auto

Warum sehen Elektroautos eigentlich so konventionell aus? Designer kennen die Antwort.

31 Meine Welt

Dior-Parfümeur François Demachy verrät, wonach Glück für ihn riecht.

AUSSERDEM

- 4 **Lieblinge: Von einer Kugel, die auch ein Kino ist, bis zu einem Gerät, das den Sternen folgt**
- 9 **Ikone: The Master Collection von Longines**
- 24 **Backstage: So wurde Rado zum Hightech-Keramik-Pionier**
- 29 **Entschlüsselt: Die Rega Fleet Limited Edition von Oris**



Reisetasche *Overnighter*, pflanzlich gegerbtes Rindsleder, **Qwstion**. Wasserdichte, isolierende Outdoor-Steppdecke, **Rains**. Sonnenbrille *LV Dust*, Rahmen aus gespritztem Nylon, **Louis Vuitton**. Handschuhe *Kopenhagen Touch*, Nappaleder, **Roeckl**. Trekkingsocken *Ergonomic Sport System TK2*, Merinowolle, **Falke**. **S. 18**



COVER

Uhr *Captain Cook High-Tech Ceramic*, Monobloc-Gehäuse und Armband aus innovativer Hightech-Keramik, **Rado**. Steigbügel *Soft Up Pro Plus*, thermoplastisches Polymer, **Hermès**. Kopfhörer *IE 900*, Aluminium, **Sennheiser**. Sonnenbrille *Hero*, Rahmen aus leichtem Grilamid TR90, **Bliz**. Deichsel *Shadow/Spectre Hybrid*, **DMM 24**, bei Cactus Sports.

FOTOS
Douglas Mandry
AUSWAHL
Marie Dami

Gutes Design macht glücklich

ZU MEINER RECHTEN: das monumentale mattgoldene Tor, das den Eingang zum Erweiterungsbau des Kunsthauses Zürich markiert, entworfen vom britischen Architekten David Chipperfield (Interview auf S. 14). Zu meiner Linken: ein kleines Wunderding aus 20 Gramm Aluminium: der Sparschäler Rex, seit fast 75 Jahren nicht mehr aus Schweizer Küchen wegzudenken (mehr dazu auf S. 10). Was diese beiden Objekte gemein haben? Dass sie für das, wozu sie dienen, schlichtweg perfekt konzipiert sind. Die Museumstür, auch eines Tempels würdig, verweist auf die dahinter anzutreffenden Schätze und auf die Verehrung der Kultur. Rex beschert dem Kartoffelschälenden ein Lächeln



Renata Libal, Chefredaktorin

und mehr Zeit für sich. Eine Kleinigkeit nur, und doch macht sie das Leben so viel angenehmer. Ob klein oder gross, anspruchsvoll oder bescheiden – gelungenes Design hat Wirkung. Wenn ich einen Zauberstab hätte, würde ich all den unpraktischen Plunder aus dem Alltag weghexen. Diesen dicken Bleistift, der in keinen Spitzer passt. Diese Giesskanne, aus der das Wasser als schiefer Strahl austritt. Oder diesen Sessel, der so unbequem ist, dass man den ganzen Abend damit verbringt, die Beine zu kreuzen und wieder zu lösen. Der Ärger über solche Unzulänglichkeiten ist oft unbewusst. Erst, wenn wir mit der gut durchdachten Alternative konfrontiert sind, erkennen wir, wie viel sie uns nützt. Was für ein Gefühl der Gelassenheit sie uns schenkt. Das ist es, was Schönheit letztlich ausmacht.

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage der Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche. Adressen: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich; TX Groupe SA, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne. Herausgeberin: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich) Redaktion/Produktion: Paulina Szczesniak (deutschsprachige Ausgabe), Estelle Lucien (französischsprachige Ausgabe) Layout/Art Direction: Géraldine Dura Bildredaktion: Endrit Nurca Mitarbeiter dieser Ausgabe: Text: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Katrin Roth, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) Fotos: Jeremy Bierer, Douglas Mandry Illustrationen: André Gottschalk Übersetzungen: Paulina Szczesniak Korrektorat: Dominique Graf Bildbearbeitung: Photomedia Druck: Swissprinters AG, Zofingen Marketing: Florence Ruffetta Chief Commercial Content Officer: Annina Flückiger Werbung Deutschschweiz: Goldbach Publishing AG, Seestrasse 39, Postfach, 8700 Küsnacht, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch Werbung Romandie: Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actua Immobilier SA, Adagent AG, 20 Minuten Advertising AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Berner Oberland Medien AG BOM, CAR FOR YOU AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, Ricardo AG, ricardo France Sàrl, Schaar Holding AG, Schaar Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, Trendsales ApS, TX Services d.o.o., Beograd-Vračar, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Europa AG, Zattoo Inc., Zattoo International AG, Zürcher Oberland Medien AG. Alle Rechte vorbehalten. Gemäss den geltenden Bestimmungen des Urheberrechts sowie dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist ohne die schriftliche Genehmigung des Verfassers jegliche Art von Nachdruck, Reproduktion oder Vervielfältigung der Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamthafte oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinediensten.



Es gibt ja Leute, die erinnert Renzo Pianos Oscar-Museum an R2-D2 aus Star Wars. Hat was!

MUSEUM

Kugel fürs Kino

Ein Film kommt nur dann zustande, wenn alle Rädchen im Getriebe perfekt zusammenarbeiten. Das Gleiche gilt für die Uhrmacherei. So passt es hervorragend, dass Rolex einer der wichtigsten Partner des Academy Museum of Motion Pictures (kurz: Oscar-Museum) in Los Angeles ist. Der unlängst fertiggestellte Museumsbau stammt vom Pritzker-Preisträger Renzo Piano, der dafür dem bereits bestehenden, an der Ecke Wilshire Boulevard und Fairfax gelegenen May Company Building (aus dem Jahr 1939, bekannt dank seinem mit 350000 Blattgold-Mosaikfliesen verkleideten, an eine riesige Litfasssäule erinnernden Ekelement) einen ungleichen Partner zur

Seite gestellt hat: Eine fast 50 Meter hohe, teils transparente Kugel (mit Terrasse, von der man auf den berühmten Hollywood-Schriftzug sieht). In Innern findet neben zwei Kinosälen auch die sich über mehrere Räume erstreckende Rolex-Galerie «Histories of Cinema» Platz, in der es zum Beispiel die legendäre Cosmograph Daytona von Paul Newman zu entdecken gibt. Rolex ist mit dem Kino freilich nicht nur durch die Präsenz seiner Uhren auf der Leinwand verbunden, sondern auch durch ein Mentoring-Programm für Nachwuchsfilmemacher, zu dessen Mentoren auch ein gewisser Martin Scorsese zählt. *Estelle Lucien*

ZUM WOHL!

Wein mit Design

VON
PIERRE THOMAS



Die Kollektion «Mémoire du Temps», die von Michel Logoz, dem Schöpfer von 30000 (!) Schweizer Weinetiketten, und

der Önologin Madeleine Gay ins Leben gerufen wurde, erlebte bis 2015 (als Logoz in den Ruhestand ging) 20 Auflagen. Hatten die beiden zu Beginn jeweils einen Comiczeichner angefragt, war es später jeweils ein Pressekarikaturist, der ein prägendes Ereignis des Jahres für den repräsentativsten Wein des Jahrgangs skizzierte.

Nicolas Wüst, der Gründer des Weinliebhaber-Zirkels Magnificents (inzwischen 1500 Mitglieder), hat die Idee aufgegriffen. Der Mann ist unkonventionelle Ehen gewohnt, man denke etwa an die Cuvées «X» (die römische Zahl zehn), die eine aus Completer, die andere aus Cabernet, Assemblagen von mehreren Jahrgängen, die diesen Oktober zur Feier des zehnjährigen Bestehens von Magnificents auf den Markt gekommen sind. Der Weisswein dafür stammt von Vater und Sohn Tscherner aus dem Bündlerland, der Rote von Jean-Pierre Pellegrin aus Genf, der auch den Wein für den zweiten Jahrgang der Magnificents-Cuvée «Sang d'Encre» lieferte (der erste stammte von der Waadtländerin Laura Paccot). Sie alle sind Mitglieder von Mémoire des Vins Suisses (www.mdvs.ch).

Für die dritte Ausgabe war nun die Vereinspräsidentin, Madeleine Mercier, höchstselbst verantwortlich, während die Etikette, welche die Irrungen und Wirrungen rund um Corona thematisiert, vom Jurasser Karikaturisten Pigr. stammt. Die Cuvée wurde mit einer Dosis Ancellotta geimpft, einer Sorte, die Farbe und Tannine verleiht. Geschmeidig und gut strukturiert, ist er weder für versnobte «Etikettentrinker» noch für Sammler gedacht, die ihn ja doch nur lagern. Übrigens: Zwei Franken pro Flasche gehen an die Maison du Dessin de Presse in Morges.



Sang d'Encre 2020
21 Fr./75 cl (999 Flaschen)
www.magnificents.ch

PARFUM

Frisch geerntet

Übersetzt bedeutet das lateinische Wort «terrae» so viel wie «aus der Erde». Und genau diese lieferte die Inspiration für den neuen Herrenduft der Bvlgari Man Collection: Terrae Essence ist eine Hommage an die Kraft der Natur und die Vielfalt des Bodens in der Toskana, wo die Neuheit sinnigerweise unlängst lanciert wurde. Umgesetzt hat Meisterparfümeur Alberto Morillas diese Vision mit einer vitalisierenden Formel aus Zitrusnoten, Vetiver sowie dem so genannten Terrae-Akkord. Das Ergebnis ist ein warmes Parfum mit einer intensiven, aber gleichzeitig auch sehr zarten Duftsignatur, die für einen Hauch von Italianità auf der Haut sorgt. *K.R.*

Traduit avec www.DeepL.com/Translator (version gratuite)





Die Bijoux von Van Cleef & Arpels treffen auf die Werke von Mika Ninagawa.

AUSSTELLUNG

Da blüht uns was

Es ist, also würde man ein riesiges Kaleidoskop betreten: einen dunklen Spiegelsaal, beleuchtet von farbenprächtigen Fotoprojektionen, die einen fast magisch durch ein traumhaftes Labyrinth führen. Die intime Ausstellung «Florae» an der Place Vendôme in Paris bietet ein eindringliches Erlebnis an der Schnittstelle zwischen Fotografie und Schmuckkunst. Van Cleef & Arpels hat der japanischen Künstlerin Mika Ninagawa eine Carte blanche gegeben, um eine Hommage an die Blume zu entwerfen, ein Motiv, das in Ninagawas Werk eine ebenso wichtige Rolle spielt wie in der Geschichte des französischen Edeljuweliers. Über hundert Stücke – von historischen Juwelen bis zu zeitgenössischen Kreationen aus der Sammlung Van Cleef & Arpels – treffen auf die üppigen, farben-

frohen Fotografien der Künstlerin. Das Publikum ist eingeladen, in den fast unsichtbaren Vitrinen einige der emblematischsten Stücke des Hauses aus der Nähe zu betrachten; nicht wenige davon haben die Ästhetik bestimmter Epochen geprägt. Das Armband «Fleurs enlacées» zum Beispiel gewann 1925 den Grand Prix auf der Exposition internationale des Arts décoratifs in Paris, die den Beginn des Art déco markierte. «Die vergängliche Schönheit der Flora für die Ewigkeit einzufangen: Das ist der Herzschlag unseres Unternehmens seit seiner Gründung im Jahr 1906», sagte Nicolas Bos, CEO von Van Cleef & Arpels, an der Vernissage. Hübsch auf den Punkt gebracht. *Silke Bender*

Bis 14. November, Hôtel d'Évreux, Place Vendôme 19, Paris. Eintritt frei, Reservation obligatorisch

DESIGN

Zähes Kerlchen



Seine seifenstückartigen Formen erregen ganz schön Aufsehen, als Gio Ponti 1954 den Sessel Round.D.154,5 in den Büros von Alitalia in Manhattan und auf dem Mailänder Flughafen aufstellte. Der «Otto Pezzi» (wie Ponti seinen Wurf wegen der Anzahl Bestandteile neckisch nannte) ist ein Schlüsselstück jener Epoche, als das Industriedesign noch in den Kinderschuhen steckte. Als solches steht er nun im Molteni-Museum, das gerade in den spektakulären Glaskubus umgezogen ist, welchen Ron Arad am Produktionsstandort in der Nähe von Mailand erbaut hat. Die Möbelfirma, noch immer in Familienbesitz, öffnet sich damit für Besucher, gibt Einblick in ihr jahrzehntelanges Know-how und rückt die Ikonen, die das Schönheitsempfinden von Generationen geprägt haben, ins wohlverdiente Rampenlicht. Und das Schönste: Viele dieser Meisterwerke werden nach wie vor produziert. Round zum Beispiel war der Star der diesjährigen Mailänder Möbelmesse, in seinem neuen Kleidchen... aus recyceltem PET. *Renata Libal*

Besuch des Museo Molteni nur auf Voranmeldung: www.moltenigroup.com. Demnächst eröffnet eine Filiale der Firma in Luzern.



MAKE-UP

Herbstliche Augenblicke

Ein Zauberkästchen, dank dem man der kalten Jahreszeit souverän entgegenblicken kann? Wir haben sogar vier entdeckt! *R.L.*

Lidschattenpaletten *Mineralist*, Bare Minerals, ca. 40 Fr. pro Palette

LIEBLINGE



Man siehts hier nicht, Sie müssen uns jetzt einfach glauben: Auch das Armband der Submersible eLAB-ID™ von Panerai ist nachhaltig. Es besteht aus Recycling-PET.

UHREN

Zweites Leben

Statt die x-te Neuheit auf den Markt zu werfen, setzt die Uhrenindustrie zunehmend auf Engagement in Sachen Umweltschutz. Mit der Aquis Date Upcycle legt Oris zum Beispiel eine Taucheruhr vor, deren bunt marmoriertes Zifferblatt aus recyceltem PET besteht. (Schöner Nebeneffekt: Jedes Exemplar ist einzigartig.) Die Manufaktur aus Hölstein BL ist damit in guter Gesellschaft. Die italienische Marke Panerai nämlich hat gar ein Modell lanciert, das nachhaltig bis in die Zeigerspitzen ist: Die Submersible eLAB-ID™ ist die erste Uhr, bei der zu 100 Prozent recycelte SuperLuminova™ auf den Zeigern appliziert wurde. Und ringsum gehts in gleichen Stil weiter:



Oris Aquis Date Upcycle, Automatik-uhwerk, 41.5-mm-Stahlgehäuse, Zifferblatt aus Recycling-PET, wasserdicht bis 300 m, 2100 Fr.

Gehäuse, Sandwichzifferblatt und Stege sind aus EcoTitanium™, einer leichten, auch in der Luft- und Raumfahrt eingesetzten Legierung, die zu 80 Prozent aus Recyclingmaterialien besteht; bei der Hemmung des Uhrwerks kommt 100-prozentiges Recycling-Silizium zum Zug. Macht summa summarum spektakuläre 98.6 Gewichtsprozent dieser Uhr, die einen hohen Anteil an recycelten Elementen enthalten. Ganz kostengünstig ist das natürlich nicht. Konkret sprechen wir von ca. 60000 Euro pro Stück...

Vor ein paar Jahren noch belächelt, ist das grüne Gewissen jetzt zum Prestigefaktor in der Branche avanciert. Na ja – wurde ja auch langsam Zeit! *Mathilde Binetruy*



GEPÄCK

Auf Zack

Missoni? Da denken wir natürlich gleich an den charakteristischen Zickzack-Strick, den es in wirklich allen Formen – vom Bikini bis zum Overall – gibt. Ab sofort zieht man ihn sogar hinter sich her. Denn die italienische Modemarke hat sich mit dem US-Kofferhersteller Tumi zusammengetan. Da will man ruck, zuck, zick, zack verreisen! *R.L.*

Limitierte 9-teilige Gepäckserie Missoni x Tumi, ab ca. 500 Fr., bei Bongénie Grieder am Flughafen Zürich



WEINFÜHRER

Flaschenpost

Unser Kolumnist Pierre Thomas (*siehe S. 4*) tat sich «furchtbar schwer» bei der Wahl der 111 Tropfen, die es in seinen neuen Weinführer geschafft haben. Das Ergebnis – mit Fotos von Tobias Fassbinder – kann sich freilich sehen lassen: geografisch ausgewogen, Erzeugnisse von erfreulich vielen Winzerinnen – und das Portemonnaie freut sich auch: Das Gros der Flaschen kostet weniger als 25 Franken. *E.L.*

111 Schweizer Weine, die man getrunken haben muss, Emons-Verlag, ca. 27 Fr.

Smarter Sterngucker

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

«Ich seh den Sternenhimmel, Sternenhimmel...» Und wir sehen ihn jetzt auch, sogar noch viel, viel

klarer als Hubert Kah Anfang der 80er: Dank eines Geräts namens Vespera, einer Kreuzung aus Teleskop und Kamera, die uns Sirius, Polarstern und Co. mittels WiFi-Verbindung im Handumdrehen aufs Smartphone oder aufs Tablet zaubert. Kein langes Rumbasteln, sondern: Stativ aufstellen, Knopf drücken – und geniessen. Schon cool, wie die Herstellerfirma, das Start-up Vaonis, uns mit ausgeklü-



Vaonis Vespera, ca. 1700 Fr. Erhältlich ab Frühling 2022. www.vaonis.com

gelter Technik künftig die Nächte beim Camping, auf der Terrasse oder sogar unter der Bettdecke versüsst: Man wählt den Stern aus, den man beobachten möchte, und schon zeigt das Gerät auf das gewünschte Himmelsobjekt, fixiert sich darauf und folgt ihm, wobei es automatisch die Erdrotation ausgleicht. So kann man auch Aufnahmen in Full HD mit Belichtungszeiten von mehreren Stunden machen. Das Ergebnis? Erstaunlich! Jupiter oder der Orionnebel in einer Schärfe und Farbigkeit, wie sie sonst kaum von Laienphotografen erreicht werden. Neben der 1-A-Optik (200 mm Brennweite, 50-mm-Blende, vier Linsen) macht vor allem auch der Einsatz des Sony IMX462-Fotosensors den Unterschied und ermöglicht hochwertige Beobachtungen selbst bei Streulicht. Was sonst noch? Das Gerät passt problemlos in einen Rucksack. Und der Akku hält vier Stunden lang. So bleibt ein Teil der Nacht für andere Aktivitäten.



FLEXFORM

Gregory XL
modulares Sofasystem

Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it

Agentur für die Schweiz
Arquint Home GmbH
T +41 41 710 3917
flexform@arquinthome.ch



Die beiden spanischen Brands Loewe und Paula's Ibiza bringen edles Leder mit einem Hauch von Bohème zusammen. Das Resultat: eine vom Strand inspirierte Yogamatte.

Auf Mode stehen

NACH EINER YOGALEKTION unterhält man sich eher über die Zubereitung von Chia-Samen, als dass man Style-Noten für die mitgebrachten Übungsmatten verteilt. Aber das ist nur unsere bescheidene Meinung. Die Modegötter verrenken sich offensichtlich nicht in den gleichen Studios wie wir Normalsterblichen. Denn in ihrem Olymp, so scheint es, sorgt die geschickte Platzierung von Luxuslogos dafür, dass man sich leichter ins Uttanasana zusammenfalten kann... Jedenfalls tauchen plötzlich überall Matten der grossen Marken auf. Ganz vorn an der Spitze: Prada. Das italienische Label rollte schon 2018 seine erste Yogamatte aus. Deren Blumenmuster folgt mit dem Modell der aktuellen Saison Geometrisches in



Schwarzweisse Muster bei **Prada**.



Monogrammiert und mit Lederriemen bei **Louis Vuitton**.

Schwarz und Weiss nach – samt appliziertem Metall-Logo (Vorsicht mit dem kleinen Zeh!). Der Preis von 1920 Fr. kann einem freilich die Chakren ein bisschen aus dem Gleichgewicht bringen... Vielleicht doch lieber ein anderer Modeguru? Louis Vuitton schickt sein Monogramm auf die Matte, Off-White und Karl Lagerfeld setzen jeweils auf nüchternes Schwarz (und geben sich auch beim Preisschild einigermassen dezent: beide unter 200 Fr.), während Anthony Vaccarello für Saint Laurent eine grundsolide Kollektion mit der kalifornischen Marke Alo Yoga zusammengestiefelt hat.

Unser Tipp: Lotussitz einnehmen, Augen schliessen, tief durchatmen... und verrückte Ideen vorbeiziehen lassen wie die Wolken am Himmel. Ooomm...! ☯

TEXT RENATA LIBAL



Zeitlos inspirierend

FEINMECHANIK, EINE MÄNNERSACHE? NICHT DOCH. THE LONGINES MASTER COLLECTION DEKLINIERT UHRMACHERKUNST VON ELEGANT BIS ABENTEUERLUSTIG – AUCH AN WEIBLICHEN HANDGELENKEN.

TEXT DIE REDAKTION

ELEGANZ verströmen Audrey Hepburn in ihrer grandiosen schwarzen Robe, Kate Winslet, die selbstbewusst die Ärmel ihres weissen Hemds hochkrepelt, und die indische Schauspielerin und einstige Miss World Aishwarya Rai Bachchan: Sie alle haben schon für Longines geworben. Wer sich mehr vom Abenteuer angesprochen fühlt, hält sich an Amelia Earhart. Auch die erste Frau, die 1932 im Alleingang den Atlantik überquerte, trug eine Longines am Handgelenk. Genauso wie später die US-Skirennfahrerin Mikaela Shiffrin und die Schweizer Springreiterin Jane Richard. Und weil, wie sie, zahllose Heldinnen des Alltags wissen, dass jede Minute kostbar ist, hat Longines ihnen im Laufe der Firmengeschichte zahlreiche sogenannte *modèles horlogers* gewidmet, also Modelle mit mechanischem Uhrwerk, die ebenso schön wie präzise sind.

Runde Formen und emblematische Funktionen charakterisieren eine 2005 ins Leben gerufene Linie: The Longines Master Collection. Ihre Modelle gehören jener zurückhaltenden, zeitlosen Kategorie an, welche die Legende der Marke mitbegründet hat. Ein Stil, der zwischen den beiden Weltkriegen seinen Anfang nahm, als unabhängige Frauen alte Rollenbilder aufbrachen. Und eine Kollektion, die Pioniergeist und uhrmacherische Tradition mit höchsten ästhetischen Ansprüchen verbindet.

Wenn auch erst vor 16 Jahren lanciert, so verkörpert The Master Collection dennoch die lange Geschichte der Marke. Aus einer 1832 gegründeten kleinen Werkstatt wurde 1867 die Fabrik mit der geflügelten Sanduhr im Logo; und schon 1878 lenkt die Kreation eines Chronographenwerks die Geschicke des Unternehmens in Richtung Leistungskult. Der Sport – mit seinem Spektakel, seinem Adrenalin und seinen Heldinnen und Helden – gewinnt ab den 1930ern zunehmend an Bedeutung. Die Begeisterung dafür hält auch in privaten Haushalten Einzug. Ein Phänomen, das von Longines-Kreationen begleitet wird: Der Chronograph Kaliber 13ZN mit halbfortem 30-Minuten-Zähler oder 60-Minuten-Nachlaufzähler markiert ab 1936 die endgültige sportliche Bestimmung der Manufaktur.

Voller historischer Referenzen

Gleichzeitig setzt die Marke die Herstellung klassischer Uhren fort. Jene Jahre beweisen, dass Longines es versteht, sowohl professionelle Instrumente als auch ästhetisch raffinierte Stücke zu entwickeln. Manchmal – oft! – sind die Kreationen auch beides zugleich. Was uns wieder zu The Longines Master Collection bringt. Denn Mitte des 20. Jahrhunderts, als alles nach Schönheit, Neustart und Fortschritt lechzt, entsteht ein paradoxer Trend: jener nach Uhren, die dem Zeitgeist entsprechen, aber gleichzeitig einem klassischen Stil huldigen.

Hier ein blaues Zifferblatt mit Sonnenschliff, da zartes Perlmutter mit Diamantindexen, dort handgemalte arabische Ziffern, die nostalgisch beim 18. Jahrhundert anknüpfen (als sie in der Uhrmacherei eingeführt wurden, weil sie mehr grafische Möglichkeiten boten als römische Ziffern)... Stilelemente wie diese zeichnen The Longines Master Collection als edle Linie voller historischer Referenzen aus, die alle Register zieht, von sportiven Komplikation (wie dem Chronographen) bis hin zu diversen Materialien (Gelbgold, Roségold oder Stahl).

Die wohl poetischste Komplikation, die es gibt

Heute mehr denn je ist The Longines Master Collection ein Stück feiner Uhrmacherkunst, deren Modelle man bei jeder Gelegenheit tragen kann. Ihr jüngster Zuwachs wartet mit der wohl poetischsten Komplikation auf, die es gibt: der Mondphase. Bereits vor zwei Jahren bei den 40- und 42-mm-Modellen eingeführt, ist sie seit diesem Jahr auch bei 34-mm-Gehäusen zu finden – eine platztechnische Parforceleistung! Im Inneren verbirgt sich ein weiterer Schatz: ein mechanisches Uhrwerk mit automatischem Aufzug.

Ob in weissem Perlmutter oder aus Stahl, ob mit Metall- oder Alligatorlederarmband: Je nachdem, wie man sie zusammenstellt, verändert die Uhr ihre Persönlichkeit. Aber ihre DNA bleibt dieselbe: die einer starken Uhr für eine Frau mit Temperament. ☉

VON SAINT-IMIER ... ZUM MOND

- 1867** Einweihung der Longines-Fabrik in Saint-Imier
- 1888** Erstes zertifiziertes Chronometerwerk
- 1913** Erstes Kaliber für Handgelenkchronographen mit Monodrücker
- 1931** Nach der Überquerung des Nordatlantiks (1927) beauftragt Charles Lindbergh Longines mit der Entwicklung eines Navigationsinstruments
- 1999** Einführung des Slogans «Elegance is an attitude»
- 2005** The Longines Master Collection wird ins Leben gerufen
- 2021** Lancierung des Damenmodells mit Mondphasen



KLEINER ALU-KING

OBEN MITTE Rex am Meter: Das Aluband, mit dem alles beginnt, ist 1,3 mm breit und 0,95 mm dick.
OBEN RECHTS Zehn Arbeitsschritte braucht's bis zur fertigen Klinge.
RECHTS Von Hand werden die noch stumpfen Klingen in die Schärmaschine eingespiert.
UNTEN RECHTS Eine Maschine reicht, um die vier Teile, aus denen Rex besteht, zusammenzufügen.
UNTEN MITTE 400 Stück landen stündlich im Auffangbehälter. (Man beachte das neue Logo!)
LINKS Des Königs neue Farben für das Jahr 2022.



König der Sparschäler

SEIT 1947 HAT DER SPARSCHÄLER REX SEIN DESIGN KAUM VERÄNDERT. HEUTE WIRD ER IN DELÉMONT HERGESTELLT – IN TEAMARBEIT VON MENSCH UND MASCHINE.

TEXT RENATA LIBAL FOTOS JEREMY BIERER

TEMPO! Es bleiben noch drei Tage, um die Sparschäler zu verpacken, die demnächst in den Läden bereitliegen müssen. Und hier sitzen sieben Personen, falten die von der Druckerei gelieferten Schachteln und befüllen sie mit den Schälern. Es liegen noch Tausende vor ihnen. Nur Mut!

Die Story dahinter? Der berühmteste Sparschäler überhaupt, der Rex, hat eine neue Homebase. Da die Verpackungsmaschine aber erst Anfang 2022 geliefert wird, müssen die neuen Besitzer bis dahin eben improvisieren. Bis Herbst 2020 wurde der kleine Küchenhelfer noch von der Firma Zena fabriziert und fand das Verpacken in geschützten Werkstätten statt. Dann aber ist Rex – und mit ihm ein gewichtiges Stück Designgeschichte – von Victorinox gekauft worden, wo er zu einem Kronjuwel des Unternehmens werden soll (neben den berühmten Sackmessern, natürlich). «Mit dieser Investition können wir unseren strategischen Bereich »Haushaltsmesser« mit interessanten Produkten bereichern und auch in dieser ungewöhnlichen Zeit mutig und unternehmerisch vorwärts gehen», sagt Carl Elsener, CEO von Victorinox.

Rückblende. Die Legende besagt, dass ein gewisser Alfred Neweczeral, 1899 in Davos geborener Nachfahre tschechischer Emigranten, während dem Militärdienst oft zum Kartoffelschälen verdonnert wurde. Also bastelte er sich ein Werkzeug, das ihm

das Leben leichter machte. Klein, leicht (20 Gramm!), simpel, scharf: der Rex war geboren. Neweczeral, Marktfahrer und Tüftler, der schon davor diverse innovative Küchenutensilien hergestellt hatte, meldete sein neues Lieblingsstück 1947 zum Patent an – und die Patentnummer 11002 blieb bis Oktober 2021 auf dem Griff eingraviert. Nun wird sie durch das Victorinox-Logo ersetzt.

Der Rex wurde für sein zeitloses Design und seine Ergonomie unzählige Male ausgezeichnet und sogar mit einer Briefmarke geehrt. Nun soll er bald zwei Cousins erhalten: den stählernen Star (auch mit gezahnten Klingen erhältlich) und den Rapid mit Kunststoffgriff. Aber der König unter den dreien ist und bleibt Rex. Dass sein Alu im Geschirrspüler oxidiert – wen kümmerts?

400 Stück pro Stunde

Nun regiert Rex also bei Victorinox. Weil die Fabrik in Affoltern, wo er drei Generationen lang gefertigt wurde, dichtgemacht hat, wurde die Produktion im Januar nach Delémont verlagert. Ein Dutzend der hundert Arbeiterinnen und Arbeiter, die hier Messer und Uhren herstellen, kümmert sich exklusiv um den kleinen Neuling. Dabei beginnt immer alles mit einer Rolle Aluminiumband, das ein Abwickler zu einer Schneidmaschine transportiert. Letztere bohrt die Löcher für Klinge und Steg, formt die Vertiefungen für Daumen und Zeigefinger und stanzt das Logo ein. «Sieht einfach aus», sagt Produktionsleiter Laurent Weber. «Wir müssen aber stets kontrollieren, dass der Achsabstand stimmt

und alles sauber gestanzt ist.» Kurz: Es ist Teamarbeit von Mensch und Maschine.

Wenn farbige Modelle gefragt sind, werden die Schäler in diesem Stadium für ein Farbbad nach St.Gallen geschickt. «Das ist der Vorteil von Alu», sagt Weber, «es ist leicht zu eloxieren.» Neben der klassischen Version gabs den Rex bisher in Schweizerrot und einer edlen 24-Karat-Gold-Edition. Ab nächstem Jahr kommen – pssst, das ist eigentlich noch geheim – Kollektionen in angesagten Farbtönen dazu. Das erste Quartett? Heidelbeere, Lavendel, Zimt und Cashew.

Während der Griff sein Farbbad nimmt, wird die Stahlklinge hergestellt. Eine Presse schneidet sie in zehn Schritten zurecht, immer feiner, und verpasst ihr zum Schluss eine leichte Krümmung. Dann ist es Zeit fürs Schleifen: Die alte, von Zena geerbte Maschine (die neue ist unterwegs!) wird von Hand beladen, bevor ein Roboter die Klinge zur Schleifscheibe schiebt, welche sie von einer Seite zur anderen unter einem Strom emulgierten Wassers schärft (das verhindert, dass sich das Stück zu stark erhitzt und seine Festigkeit verliert). Jetzt fehlt nur noch die Montage: Dazu dreht eine Maschine das Aluband in mehreren Schritten. Sie nietet die kleine Schlaufe fest, die später Kartoffelaugen den Garaus machen wird, biegt das Werkzeug, montiert den Steg und setzt die Klinge ein.

Pro Stunde fallen 400 Stück in den Behälter. Bei Victorinox hofft man, so zwei Millionen Stück im Jahr produzieren zu können. Daumen drücken, dass die Verpackungsmaschine keine Verspätung hat... ☺



Carl Elsener

Der CEO des Schweizer Messerherstellers Victorinox repräsentiert die vierte Generation des Familienunternehmens. Die 1884 gegründete Werkstatt, die inzwischen zu einer beeindruckenden Fabrik gewachsen ist, steht noch immer in Ibach im Kanton Schwyz. Von hier aus wird das legendäre Schweizer Sackmesser in über 120 Länder exportiert. Das Unternehmen hat in den vergangenen Jahrzehnten in Haushalts- und Profibestech, dann in Gepäck und Uhren diversifiziert, jüngst kam noch Parfum hinzu. 2019 zählte das Unternehmen 2100 Mitarbeiter, der Umsatz lag bei 480 Millionen.

Miele



DIE NEUE GENERATION 7000

PERFEKTION NEU DEFINIERT

WWW.MIELE.CH/GENERATION7000

#LifeBeyondOrdinary



Der Mercedes EQS bleibt, obschon elektrisch betrieben, den bewährten Codes der Marke treu.

Wo bleibt **das Design?**

DIE AUTOMOBILBRANCHE SETZT BEI ELEKTO-MODELLEN AUF BEWÄHRTE FORMEN. AUS EINEM GANZ BESTIMMTEN GRUND. ALLERDINGS ZEIGEN EIN PAAR PIONIERE, DASS ES AUCH ANDERS GEHT.

TEXTE CHARLES-ANDRÉ AYMON

TSCHÜSS, MOTOR, Tank, Getriebetunnel. Hallo, Batterien und flache Unterböden! Mit dem Aufstieg des Elektroantriebs wurde zugleich und ganz konkret Raum frei für die Gestaltung des Fahrzeuginnenraums. Plötzlich schien alles möglich: extravagante Autobahnschiffe, ungewohnte Formen, raffinierte Designs... Was träumten wir von Stahl und Alu gewordenen Symbolen einer neuen urbanen Automobilität! Ein Blick in die Kataloge der verschiedenen Marken genügt jedoch, um diese Begeisterung zu dämpfen. Die verfügbaren Modelle und die angekündigten neuen bleiben den klassischen Formen treu. Die Stromer heben sich einzig durch einzelne optische Gimmicks – hier ein blauer Einsatz, da eine stärker umhüllende Karosserie – von den Benzinern ab.

Beim neuen BMW i4 und beim SUV iX zum Beispiel sticht sofort der riesige Doppelgrill ins Auge, ein ikonisches Merkmal des deutschen Herstellers. Nur: Da gibts keinen Kühler mehr zu schützen und keinen Motor zu belüften. Also warum dieser Anachronismus? «Der Doppelgrill dient eben nicht nur der Kühlung», erklärt Domagoj Dukec, Chefdesigner von BMW. «Er hebt uns auch visuell stark von der Konkurrenz ab. Nur weil sich die Art des Antriebs ändert, heisst das nicht, dass das auch fürs Optische gelten muss. Unsere Kundschaft erwartet von uns nicht Autos, die anders aussehen, sondern, dass wir ihnen das Beste in Sachen Mobilität bieten.» Wer sich mehr Extravaganz wünscht, für den hat BMW allerdings einen ganz besonderen Pfeil im Köcher: Vor wenigen Wochen gab die Marke eine Zusammenarbeit mit Jeff Koons bekannt (siehe Box rechts). Der US-amerikanische Neo-pop-Bildhauer wird einigen Exemplaren des 8er Gran Coupés – also des Paradestücks von BMW – ein kleines, dekoratives Make-over verpassen. Und zwar von innen wie von aussen.

Die Frage, wie man Innovation und über Jahrzehnte verankerte optische Schlüsselemente unter einen Hut bringt, stellt sich keineswegs nur bei BMW. Sonst würde der e-tron von Audi nicht stolz seinen Kühlergrill unter den vier Ringen zeigen. Peugeot machts bei seinem e-208er nicht anders. Und auch bei Mercedes prangt der (übergrosse) Stern beim EQS auf einer fetten Kühlergrillattrappe. «Die ersten modernen Elektroautos schrien lauthals: Hey, ich bin etwas Besonderes, ich bin total innovativ!», sagt Steffen Köhl, Leiter der Abteilung Advanced Exterior Design bei Mercedes, schmunzelnd; ein unverdeckter kleiner Seitenhieb gegen Tesla. «Dabei ist es durchaus möglich, Elektroautos zu entwickeln, die nicht um jeden Preis originell oder gar hässlich sind.»

Selbst dort, wo der Kühlergrill verschwindet, bleibt der Raum, den er einst einnahm, auf jeden Fall fürs Markenzeichen reserviert. So galoppiert beim Ford Mustang Mach-E das berühmte Pferdchen unermüdlich an seiner gewohnten Position. Denn, so Gordon Platto, Chef des Mustang-Designteams: «Unsere Kunden wollen kein wissenschaftliches Projekt fahren, sondern ein schönes Auto, das als Ford Mustang erkennbar ist.»

Mögen? Ja. Kaufen? Nein.

Anthony Weck, Leiter Design und Karosseriebau an der einst vom Schweizer Ausnahme-Autobauer Franco Sbarro gegründeten Designschule Espera Sbarro, versteht die Zurückhaltung der grossen Hersteller. «Die Umstellung vom Verbrennungsmotor auf Elektrofahrzeuge in dieser brutalen Art und Weise, wie wir sie derzeit erleben, ist für sie schon eine grosse wirtschaftliche und identitäre Herausforderung. Wenn dann noch Sci-Fi-Design obendrauf kommt, wird es sehr kompliziert, das zu verkaufen.» Und was hält er von der Beobachtung von Eric Noble, dem Chef der Beratungsfirma The Car Lab, wonach sich die ersten e-Auto-Käu-

Den zweigeteilten Kühlergrill des BMW iX braucht's, funktional betrachtet, nicht mehr. Aber er ist ein Wiedererkennungsmerkmal.



Das galoppierende Pferdchen des Ford Mustang Mach-E bezieht seine Kraft aus Strom statt aus Benzin.

Im Oasis der Schweizer Firma Rinspeed fährt ein kleines Blumenbeet mit.



fer vor zehn Jahren noch von der Masse abheben wollten, dieser Wunsch aber mit der Ankunft des e-Autos in der Masse nicht mehr vorhanden sei? Anthony Weck von Espera Sbarro: «Die Hersteller gewöhnen uns schrittweise an das Neue. Das ist eine gängige Methode. Denn die Verbraucher lieben zwar innovative Designs, aber wenn man sie fragt, ob sie sie denn auch kaufen würden, sagen die meisten: Nein.» Die Marketingteams müssen sich also mit den paradoxen Wünschen der Kundschaft herumschlagen, die einerseits etwas Mutiges erwartet, aber dann doch auf sichere Werte setzt.

Sichere Werte: Sie sind es, die so manchen Hersteller davon abhalten, sich von den durch jahrzehntelangen Erfolg bestätigten stilistischen Codes zu lösen. Aber könnte man jetzt, da man den Verbrennungsmotor los ist und fast flache Bodenplatten hat, den freigewordenen Platz im Fahrzeug nicht für einen grosszügigeren Innenraum nutzen? «Das wäre im Grunde möglich», bestätigt Ian Callum, ehemaliger Designchef bei Jaguar. «Doch die Crashtests werden immer anspruchsvoller und erfordern grosse Verformungszonen im vorderen Teil der Kabine. Und da Elektroautos in der Regel schwerer als Benziner sind und die Anforderungen an die Sicherheitsvorkehrungen entsprechend höher, wird der Fokus derzeit darauf gelegt.»

Pflanzen im Auto

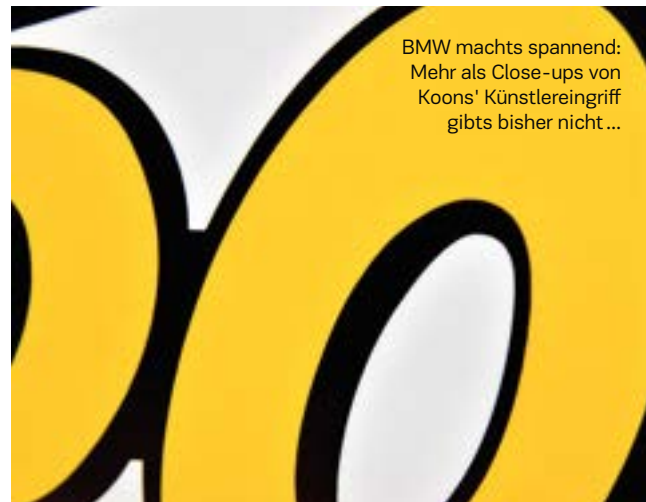
Trotzdem: Spuren einer Designrevolution sind tatsächlich im Autoinnern zu entdecken. Beim Mercedes EQS ist die Mittelkonsole im unteren Teil durchbrochen, sodass man dort nun eine recht grosse Tasche unterbringen kann. Beim Hyundai Ioniq 5 wurde dieser Raum sogar ganz offen gelassen, so dass man deutlich mehr Beinfreiheit geniesst. Aber auch hier bewegen sich die Hersteller nur mit sehr kleinen Schritten. «Letztendlich», sagt Anthony Weck, «wird das veränderte Verhalten an Bord auch die Veränderung im Design herbeiführen. Je autonomer Autos fahren, desto mehr wird sich die Nutzung des Fahrzeuginnenraums wandeln – und damit auch seine Organisation.» Mit andern Worten: Wenn ein Fahrzeug zunehmend zu einem Wohnzimmer auf Rädern wird, dann muss es dort drin auch nicht wie in einem Klassenzimmer mit hintereinander aufgereihten Sitzreihen aussehen.

An Ideen in diesem Zusammenhang mangelt es nicht. Bloss führen derzeit nur die wenigsten davon zu funktionierenden Autos. Aber wo ein visionärer Wille ist, da ist früher oder später auch ein Weg. Und, wichtiger: Da sind die Sehgewohnheit der Kundschaft auch an mutigeren Formen geschult.

Ein Beispiel gefällig? Der Schweizer Frank M. Rinderknecht hat unlängst sein Konzeptfahrzeug Rinspeed Oasis vorgestellt, eine komplett autonome, rundumverglaste, zweisitzige Bubble auf Rädern, deren Innenleben durchaus als modernes Mini-Wohnzimmer durchgehen würde: Sessel, Sideboard, TV; die Windschutzscheibe dient als Screen für Virtual oder Augmented Reality. Sogar ein kleines Blumenbeet hat unterhalb der Windschutzscheibe Platz gefunden! Oder der Ami von Citroën: Der kleine Freund mit dem drolligen Erscheinungsbild führt eindrücklich vor, wie Elektroautos den städtischen Individualverkehr im wahrsten Sinne des Wortes vereinfachen können, mit seinen 250 Bestandteilen im Vergleich zu den 30 000, die für einen konventionellen PW notwendig sind...

Und dann ist da natürlich noch der Cybertruck von Tesla. Kantig bis zum Gehtnichtmehr, fährt er in Sachen Design ausser Konkurrenz. Wie sagte doch Mark Stubbs, der schon für Bugatti, Lotus, Ford und Lego designt hat? «Was wir brauchen, ist ein kreativer Kopf, der mutig genug ist, nicht auf die Kundschaft zu hören. Sondern zu sagen: Das ist es, was du willst. Und genau dadurch zu überzeugen.»

Jeff Koons × BMW oder: Kunst trifft auf Auto



BMW macht's spannend: Mehr als Close-ups von Koons' Künstlereingriff gibts bisher nicht...

Anfang September hat BMW in der Pinakothek der Moderne in München mit grossem Trara die Zusammenarbeit mit dem US-amerikanischen Künstler Jeff Koons verkündet, der sich bekanntlich in der Schnittmenge von Neopop und Luxuskitsch wohlfühlt. Zum Anlass eingeladen war alles, was in der Auto- oder Kunstszene Rang und Namen hat; nichtsdestotrotz hielt man sich bei den Details zum Projekt eher bedeckt. Was man weiss: Der 66-jährige Künstler wird eine Sonderedition des M850i xDrive Gran Coupés entwerfen. Stil? Auflage? Alles noch geheim. Nur von der sehr (!) bunten Karosserie gabs ein paar Nahaufnahmen zu sehen. Wir durften Koons ein paar Fragen stellen.

Was reizt Sie an der Zusammenarbeit mit BMW?

Ich hab ja schon 2010 ein Unikat mit BMW produziert. Aber es war ein Projekt, das mich hungrig zurückliess: Von Entwurf zu Entwurf musste ich meine Ambitionen zurückschrauben. Diesmal

konnte ich die Vision, die mir vorschwebte, voll und ganz verwirklichen, und es war fantastisch.

Was wollen Sie mit diesem Projekt erreichen?

Autos begegnen uns jeden Tag. Ich hoffe, mit meinem verrückten Exemplar all jenen Zuversicht zu geben, die glauben, dass ihre Visionen unerfüllbar sind. Es soll ihnen Mut machen, die Welt um sie herum aktiv zu gestalten.

Das 8er Gran Coupé ist ein Traumauto. Haben Sie sich verführen lassen?

Ich bin kein Fan von Sportwagen. Was mich anspricht, ist eher das Konzept der Fort-, der Weiterbewegung. Meine Kinder hingegen waren sofort begeistert. Aber klar sehe ich mich gern in einem Fahrzeug, das auffällig, ein wenig protzig, aber absolut brillant ist...

Das von Jeff Koons überarbeitete BMW M850i xDrive Gran Coupé wird an der Frieze Los Angeles im Februar 2022 präsentiert.



Architektur ist nur dann gut,
wenn sie einen Mehrwert für
die Gesellschaft generiert,
findet David Chipperfield.

SANFTER

GIGGANT

WAS IMMER DER BRITISCHE ARCHITEKT **DAVID CHIPPERFIELD** ENTWIRFT, ES SOLL DEN ALLTAG BESSER MACHEN. EIN GESPRÄCH MIT DEM MEISTER DES NEUEN MINIMALISMUS.

TEXT PAULINA SZCZESNIAK

TYPISCH BRITEN. Können keine hohen Wellen schlagen, ohne dabei irgendwie mit dem Königshaus in Kontakt zu kommen. Bei David Chipperfield – pardon: *Sir* David Chipperfield – war das gleich doppelt der Fall. Zu Beginn seiner Karriere, Ende der 1980er, schickten erzürnte Londoner einen Beschwerdebrief an Prinz Charles, um das Wohnhaus, das Chipperfield damals für den Fotografen Nick Knight baute, zu stoppen. (Vergeblich, übrigens.) Und 2010? Erhob ihn

die Queen herself in den Adelsstand. In den Jahren dazwischen hat Chipperfield sein Büro zu einem 250-Personen-Betrieb mit Filialen in London, Berlin, Shanghai und Mailand ausgebaut, in Yale doziert, die Architekturbiennele in Venedig kuratiert, vier Kinder gezeugt – und der Kunstwelt rund um den Globus gleich eine Handvoll Museumsbauten geschenkt, vom Museum Folkwang in Essen bis zum Museo Jumex in Mexico City. Sein Markenzeichen? Monumentales, das auf unaufgeregte Art und Weise Präsenz markiert. Was seit Neuestem auch im Herzen von Zürich zu erleben ist, wo vor wenigen Tagen der Erweiterungsbau des Kunsthhauses seine goldene Pforte für das Publikum geöffnet hat. Und nun? Ruhestand? Nicht doch. Es gibt noch viel zu tun, findet der 68-Jährige, der vor zwei Jahren als einer der ersten die Initiative «UK Architects Declare Climate and Biodiversity Emergency» unterschrieb. Und in seiner zweiten Wahlheimat Galicien, von wo aus er mit uns videotelefonierte, eine Stiftung für die nachhaltige Entwicklung der Region ins Leben gerufen hat. Adel verpflichtet halt. Und Leidenschaft erst recht.

Erinnern Sie sich an den Moment, in dem Sie sich in Architektur verliebten?

Da war weniger ein bestimmter Moment der Auslöser als vielmehr eine bestimmte Person. In der Highschool, als ich so 16, 17 war, hatte ich diesen wahnsinnig tollen Kunstlehrer, der mich enorm inspirierte. Ich taugte wenig in all den anderen Fächern, aber im Kunstunterricht hatte ich etwas drauf. Das fiel ihm auf, und da er sich sehr für Architektur interessierte, ermutigte er mich, mir Gebäude anzuschauen.

Das trug Früchte: 1985 gründeten Sie Ihr eigenes Architekturbüro. Was war damals Ihre Vision?

Ich hatte gar keine! Was ich hatte, war eine dezidierte Meinung zu den Bauten anderer Architekten: Sie frustrierten mich. Ausserdem lag in jenen Jahren die Herausforderung in erster Linie darin, überhaupt Aufträge zu bekommen. Mein erstes Projekt war ein Ladengeschäft.

Nicht gerade das, wovon ich geträumt hatte. Aber im Leben kann man nicht immer alles kontrollieren. Das trifft besonders auf die Architektur zu. Ein Maler mag Kontrolle über das haben, was er tut. Als Architekt bist du abhängig von dem, der dich anruft.

Seit sie 1998 den Wettbewerb zur Sanierung des Neuen Museums in Berlin gewonnen haben, sind Museumsbauten zu einem Ihrer Schwerpunkte geworden. Was fasziniert Sie so an diesem Gebäudetyp?

Der Reiz, ein Museum zu bauen, liegt darin, dass man sich auf jene Qualitäten konzentrieren darf, die Architektur erst aufregend machen: das Spiel mit Volumen, Licht, Material... Wenn man ein Hotel oder ein Spital baut, steht die Funktionalität im Vordergrund. Aber was ist ein Museum? Eine Abfolge von Räumen, in denen Kunst auf die bestmögliche Art und Weise erlebt werden soll. Das ist eine sehr schöne Aufgabe. Ich empfinde es als grosses Glück, dass wir früh Erfahrungen mit diesem Gebäudetyp sammeln durften. Denn je mehr Erfahrung man hat, desto eher wird man auf diesem Gebiet wieder angefragt.

Eben wurde Ihr Erweiterungsbau des Kunsthhauses Zürich eröffnet. Haben Sie einen Lieblingsort im neuen Kunsthhaus?

Sein Herz ist natürlich die riesige Haupthalle, die den Heimplatz mit dem Garten hinter dem Gebäude verbindet. Ich glaube, diese Schnittstelle zwischen den Stadtbewohnern und «ihrer» Kunst ist uns sehr gelungen. Auch die Art, wie sich die Räume aneinanderreihen, gefällt mir. Und dann ist da noch die Bar: Ich finde sie wunderschön.

Ein Museum ist auch ein Ort der Einkehr. Würde es Sie nicht reizen, einmal eine Kirche zu bauen?

Sehr! Ein Museum hat ja zwei Funktionsbereiche. Zum einen ist es ein dynamischer Ort, der Menschen zusammenbringt. Zum anderen ist da sein passiver Aspekt als einer der wenigen Orte, an die wir uns zurückziehen, um nachzudenken. Heute haben wir solche Räume dringend nötig. Und weil die Kirche als Institution es nicht mehr schafft, den Menschen geistige Orientierung zu bieten, nimmt die Anziehungskraft von Museen zu. Das spiegelt sich darin, wie Kunstschaffende in ihrer Arbeit Fragen zu Ethik, Freiheit, Rasse und Klasse erörtern. Man kann also argumentieren, das Museum sei die neue Kirche. So betrachtet, habe ich durchaus schon Räume der Kontemplation geschaffen.

Wo finden Sie Inspiration?

Im Alltag. Im Normalen. Ich bin keiner, der Werke von grosser Fantasie erschafft. Mich interessiert eine Architektur, die im Alltäglichen fusst. In den sozialen und physischen Qualitäten, die wir alle teilen. Ich habe einige Zeit in Japan verbracht. Die Art und Weise, wie die Japaner Normales zu etwas Besonderem machen, hat mich stets inspiriert. Alles ist durchdacht, auch das scheinbar Belanglose.



ZEITLOS SCHÖN

LINKS

Nüchtern und streng ist er ja schon, der Erweiterungsbau des Kunsthauses Zürich. Aber Details in mattem Gold – wie die Hauptpforte – verleihen dem minimalistischen Koloss das gewisse, zeitlos elegante Etwas. Zwölf Jahre lang haben Chipperfield und sein Team am Zürcher Projekt gearbeitet.

RECHTS OBEN

1968 eingeweiht und bis vor Kurzem dringend renovationsbedürftig: Mies van der Rohe's Neue Nationalgalerie in Berlin. Dank David Chipperfield sieht der ikonische Bau nun aus wie neu. Technische Optimierungen wurden so ausgeführt, dass sie unsichtbar bleiben.

MITTE

Für die schwedische Beleuchtungsfirma Wästberg hat David Chipperfield diverse Lampen entworfen. Besonders hübsch finden wir die kleine Öllampe *Holocene No. 2* aus Messing.

RECHTS UNTEN

Für Alessi hat Chipperfield 2019 einen 1933 von Alfonso Bialetti designten Klassiker neu interpretiert. *Moka* gibts in vier Grössen.

Ihre raumgreifenden Bauten kennen wir. Wie darf man sich Ihr eigenes kleines Universum vorstellen? Wie wohnen Sie?

Mein Leben besteht normalerweise aus vielen Reisen. Vor Corona war ich ständig unterwegs. Obwohl wir in London zu Hause sind, hab ich viel Zeit in Berlin, Mailand und anderen Städten verbracht. Ausserdem haben wir auch ein Haus in Corrubedo, einem kleinen Dorf in Galicien. Wir kommen schon seit 30 Jahren hierher, und im Grunde ist dies der Ort, wo wir das normale Alltagsleben zelebrieren: Wir gehen auf den Markt, kochen, essen mit Freunden, gehen spazieren, segeln...

Finden sich in Ihren eigenen vier Wänden auch Einrichtungsstücke, die Sie selbst entworfen haben? Der Tisch für e15, die Lampen für Wästberg, der Espressokocher für Alessi?

Aber ja, alle davon! Es gibt sogar eine Bar in Corrubedo, die auf meinen Alessi-Tellern und -Tassen serviert.

Wenn Sie solche Objekte entwerfen, gibt es dann – konzeptuell – einen gemeinsamen Nenner mit Ihren Bauten?

Mir ist wichtig, dass alles, was wir entwerfen, nicht spektakulär ist, sondern den Alltag besser macht. Mich freut der Gedanke, dass beispielsweise mein Kaffeekocher zu einer Art Freund wird, den man morgens nach dem Aufwachen gerne um sich hat.

Zwar sollte man das einen «Vater» nie über seine «Kinder» fragen, aber: Welches Werk liegt Ihnen besonders am Herzen?

Ich denke sehr gern ans Neue Museum in Berlin zurück. Nicht nur ans Gebäude, sondern auch an die ganze kulturelle Arbeit, die dieses Projekt mit sich brachte. Die Jahrtausendwende war ein kritischer Moment für die Neugestaltung Berlins. Wir hatten einen hochinteressanten Austausch mit Kuratoren, Konservatoren, Vertretern der Stadt. Das war eine einmalige Erfahrung.

Was haben Sie durch Ihre Bauten über sich selbst gelernt?

Weniger über mich als Mensch als über mich als Architekt: In 35 Jahren Karriere ist mir mein Glaube an die Macht der Architektur in physischer wie in sozialer Hinsicht nie abhandengekommen.

Träumen Sie noch von einem ganz bestimmten Projekt?

Hätten Sie mich das vor 20 Jahren gefragt, hätte ich wohl gesagt, dass ich gern einen Flughafen bauen würde. Heute ist das grosse Thema der Zukunft der Wohnungsbau. Wie kann man mittels Wohnraum Gemeinschaft erzeugen, den urbanen Raum stärken, mithelfen, dass er nicht zum Einkaufszentrum verkommt? Dieser Bereich reizt mich.

Was würden Sie einem angehenden Architekten raten?

Orientier dich nicht an den vorherigen Generationen. Die Zukunft liegt nicht im Bau von spektakulären Türmen. Wir Architekten müssen

Die Zukunft liegt nicht im Bau spektakulärer Türme. Wir Architekten müssen umdenken

umdenken. Wir müssen enger mit der Gesellschaft zusammenarbeiten, müssen in Umweltfragen einen grösseren Beitrag leisten. Wir befinden uns in einer Krise. Architektur muss ein Teil der Lösung sein.

Ende August hat in Berlin Mies van der Rohe's Neue Nationalgalerie von 1968 wieder eröffnet, deren Sanierung Sie leiteten. Wie war es, sich für einmal zurückzunehmen und dem grossen Kollegen die Bühne zu überlassen?

Es war eine intellektuelle Herausforderung – und wahnsinnig interessant. Bei der Sanierung einer solchen Ikone kannst du als Architekt nur reüssieren, wenn du unsichtbar bleibst. Was du vermeiden musst, ist der Tod durch tausend Stiche: Wenn jedes noch so kleine Detail ein bisschen anders ist als das Original, führt die Akkumulation dieser Abweichungen zur totalen Zerstörung. Also behandelten wir den Bau quasi wie eine Barockkirche. Das heisst, dass wir alle Originalbauteile aufarbeiteten. Beispielsweise galt es, 14000 Granitplatten zu demonstrieren, zu reinigen, zu reparieren und wieder einzusetzen.

Woran erkennt man ein gelungenes Bauwerk?

Gute Architektur muss zwei Kriterien erfüllen. Erstens: Sie muss ästhetisch sein. Und zweitens: Sie muss sinnvoll sein. Ein Bau ist nie nur ein Objekt für sich allein. Er trägt immer auch zu seinem Umfeld bei. Inwiefern wertet er die Stadt auf? Trägt er Umweltbelangen Rechnung? Ein gelungener Bau muss Antworten auf diese Fragen liefern. Dabei darf er durchaus exzentrisch sein. Wichtig ist, wie er sich integriert. Man spürt sofort, ob ein Bau mit seinem Umfeld harmonisiert oder ein Fremdkörper ist. Hierzu ist aber eines ganz wichtig.

Nämlich?

Dass man das Gebäude erlebt und nicht nur sieht. Wir leben in einer Zeit, in der viele ein Gebäude nur von Instagram kennen. Bei einem Gebäude geht es aber nie nur ums Visuelle. Man muss es spüren, es betreten. Ich denke, wir sollten dem physischen Erfahren wieder mehr Priorität einräumen. ☺



SITZSYSTEM CONNERY | DESIGN RODOLFO DORDONI
SESSSEL TORII | DESIGN NENDO
COUCHTISCH BOTECO | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27
ENTDECKEN SIE MEHR BEI MINOTTI.COM/CONNERY

AGENTUR HENRIK MAASZ
T. 091 791 1008 - INFO@PMOBILE.CH
HÄNDLERNACHWEIS: WWW.MAASZ.CH

Minotti

EWIGE WERTE

ROBUST, PRAKTISCH UND FORMSCHÖN OBENDREIN:
DESIGN UND GADGETS, DIE ERFUNDEN
WURDEN, UM ZU BLEIBEN.

FOTOS DOUGLAS MANDRY AUSWAHL MARIE DAMI

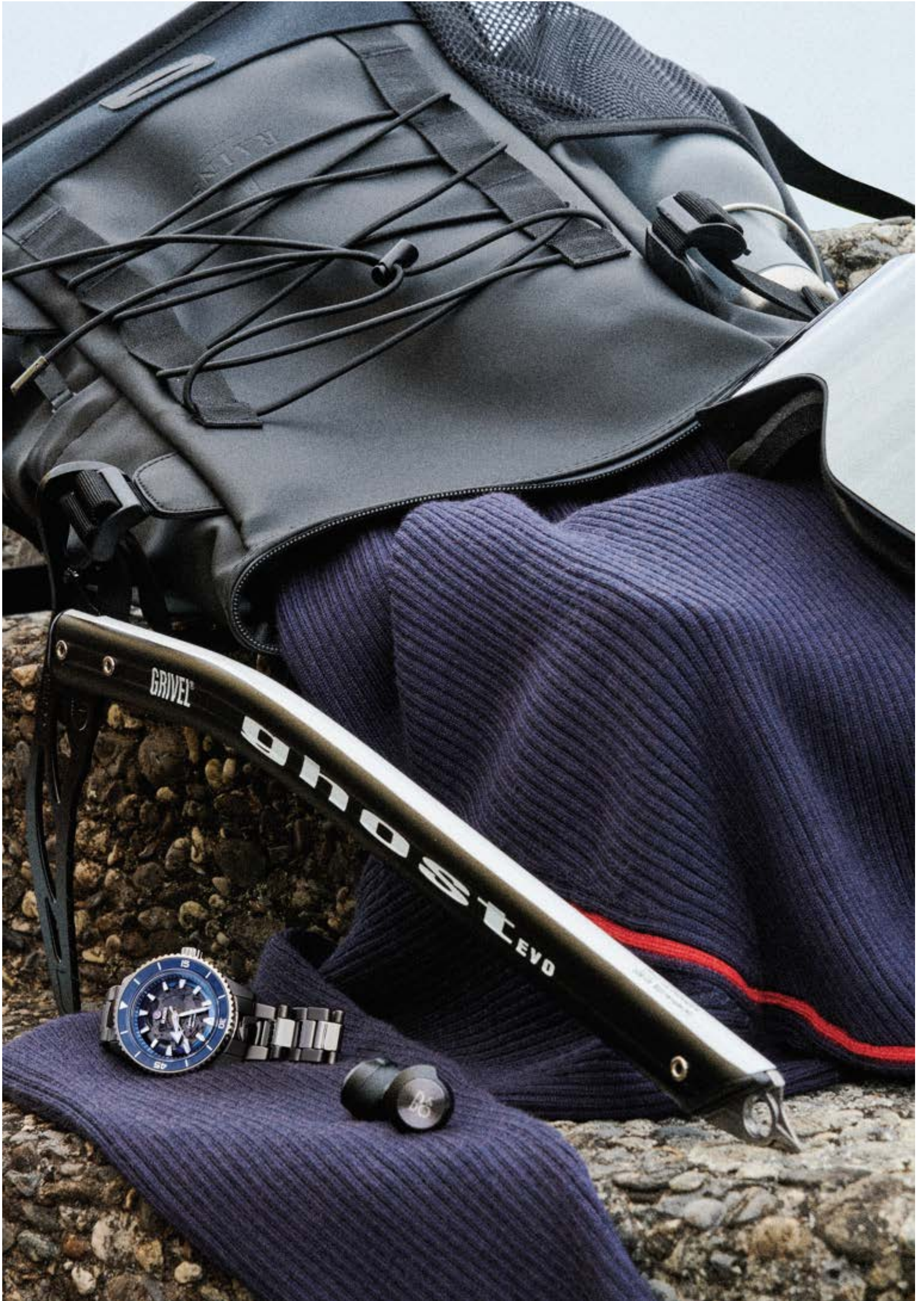




LINKE SEITE Koffer *Check-in M* aus eloxiertem Aluminium, **Rimowa**.
DIESE SEITE, VON LINKS NACH RECHTS Pillendose *Thumbprint*, Sterlingsilber, Design Elsa Peretti,
Tiffany & Co. Faltbares Fernglas *CL Pocket 10x25* mit massivem Aluminiumgehäuse und Schutzgas-
 füllung, **Swarovski Optik**. Thermobecher *Nordic Kitchen*, rostfreier Stahl, 0,35 l, **Eva Solo**, bei Batipius.
 Uhr *True Square Open Heart*, Automatikuhrwerk, quadratisches Monobloc-Gehäuse und Armband aus
 weisser Hightech-Keramik, **Rado**. Manschettenknöpfe *H au Carré*, kaltvergoldetes Metall, **Hermès**.
 Outdoor-Bluetooth-Lautsprecher *Beosound Explore*, **Bang & Olufsen**. Zigarrenfeuerzeug mit Doppel-
 flamme *Classic Ess Prestige*, Palladium, **Davidoff**.

DESIGN





LINKE SEITE Splitboard Rider 3.0, Carbon, Kevlar und Leichtholz, **Radical**.
DIESE SEITE, VON OBEN NACH UNTEN Wasserdichter Rucksack *Mountaineer*, Polyester und Polyurethan, **Rains**, bei Globus. Thermosflasche *Cool* mit Bügelverschluss, doppelwandiger Stahl, 0,7 l, **Eva Solo**, bei Batipius. Skimaske *Medium Ecran*, **Vuarnet**. Rollkragenpulli *Ergonomic Sport System*, Schurwolle und Polyamid, **Falke**. Eispickel *Ghost EVO*, Griff aus G-Bone, Klinge aus Stahl, **Grivel**, bei Cactus Sports. Uhr *Captain Cook High-Tech Ceramic*, Monobloc- Gehäuse und Armband aus innovativer Plasma-Hightech-Keramik, **Rado**. Kabellose wasserabweisende Kopfhörer *Beoplay E8 Sport*, **Bang & Olufsen**.

DESIGN





Art Direction Géraldine Dura
Produktion Endrit Nurçaj
Fotoassistenz Felix Lehmann
DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND
IN ZUSAMMENARBEIT MIT RADO.

LINKE SEITE Stuhl Loop, Design Willy Guhl, Faserzement, **Eternit**.
DIESE SEITE, VON LINKS NACH RECHTS UND VON OBEN NACH UNTEN Tischlampe Atollo, satiniertes Metall, Design Vico Magistretti, **Oluce**, bei Teo Jakob. Blumentopf Hourglass, Metall, **Ferm Living**, bei Globus. Siebenteiliges Geschirrsset La Boule Iconic, aus Schüsseln, Schalen, Tellern und Servierplatte (im Bild ist nur die Hälfte zu sehen), Porzellan, **Villeroy & Boch**, bei Globus. Zigarrenetui aus Rindsleder, **Longchamp**. Uhr True Square Open Heart, Automatikuhwerk, quadratisches Monobloc-Gehäuse und Armband aus schwarzer Hightech-Keramik, **Rado**. Kabellose Tischlampe Salt & Pepper, wiederaufladbare Batterien, ein- und ausschaltbar via Fingertippen, Aluminium, **Tobias Grau**, bei Teo Jakob. Wandhaken Mushroom und Lemon, rostfreier Stahl, **Ferm Living**.

Monobloc-Gehäuse aus schwarzer Keramik. So unkaputt- wie unwiderstehbar.



Hart erarbeitet

FAST UNZERSTÖRBAR, ABER ZART WIE SEIDE: NIRGENDS KOMMT HIGHTECH-KERAMIK SO FORMSCHÖN DAHER WIE BEI RADO.

TEXT DIE REDAKTION

ES IST ALLES Gefühlssache. Uhren sind da keine Ausnahme. Jeder Sinn wird angesprochen: das Gehör, welches das Ticken vernimmt; der Blick, der über die raffiniert designten Formen gleitet; die Stimme, wenn einem ein «Wow» entfährt, weil man die ganze Brillanz des kleinen Meisterwerks, das man da vor sich hat, begreift. Der Geruchssinn, der den einzigartigen Duft einer Uhrmacherwerkstatt abspeichert; der Geschmackssinn, der sich am Aroma des Kaffees erfreut, der in der Boutique serviert wird.

Und schliesslich der Tastsinn, der, sobald die Uhr das Handgelenk berührt, die Feinheit ihres Materials registriert. Bei Rado gibt es einen Ausdruck dafür: «Feel it». Er bezieht sich insbesondere auf ein Material, das man, hat man es einmal getragen, nie wieder gegen etwas anderes tauschen will. Welches Material das ist? Keramik. Diese leichte, zugleich extrem robuste Substanz, die sich – unglaublich, aber wahr – wie Seide anfühlt. Diese Besonderheit verdankt sich der Monobloc-Konstruktion, bei der die Hauptbestandteile des Uhrwerks direkt am Gehäuse befestigt sind, ohne schweren Metallrahmen. Alles in einem, also.

In der Raumfahrt bewährt

Wie kann man Hightech-Keramik beschreiben? Sie ist ein Leichtgewicht und streichelzart. Man spürt sie kaum am Handgelenk. Oder gar nicht. Zudem ist sie technisch ausgeklügelt, ästhetisch, innovativ, extrem widerstandsfähig – und hautverträglich. Trotzdem wurde sie, bevor sich Rado in den 80er-Jahren dafür zu interessieren be-

gann, nie in der Uhrenindustrie eingesetzt. Vielmehr kam sie in der Medizin und in der Formel 1 zum Zug, ebenso in der Raumfahrt: als Bestandteil des Hitzeschilds, das die Kapsel beim Eintritt in die Erdatmosphäre schützt.

Mit der Rado Ceramica (1990) wurde der Welt eine komplett schwarze Uhr mit integriertem Armband und Gehäuse aus Hightech-Saphirglas und Keramik vorgestellt. 1993 führte Rado mit der Sintra eine Keramik auf Titanbasis in Kombination mit Metall ein: Cermet. 1998 schliesslich erhielt die Ceramica Plasma-Hightech-Keramik verpasst, ein faszinierendes Material, das, obwohl völlig metallfrei, einen metallischen Glanz aufweist.

Fast so hart wie Diamant

Von der ersten Ceramica (1990) bis zur Captain Cook High-Tech Ceramic (2021, siehe Box rechts) haben sich die Qualitäten der Keramik bewährt, angefangen bei der Kratzfestigkeit. Aber worauf gründet eigentlich die «Magie» dieses Materials? Wie wird es hergestellt? Ultrafeines Zirkoniumoxidpulver wird geschmolzen und unter hohem Druck in eine Präzisionsform gespritzt. Um farbige Hightech-Keramik zu erhalten, werden die Keramikelemente mit Pigmenten gemischt und in einem speziellen Ofen geschmolzen. Das Zirkoniumoxid und die Farbpigmente verschmelzen, verdichten sich und erreichen ihren Farbton bei 1450 Grad Celsius. Es funktioniert im Grunde wie ein Kochrezept. Nur dass hier das, was aus dem Ofen kommt, von einer Härte ist, die knapp unter der von Diamanten liegt (8 bis 8,5 auf der internationalen Mohs-Skala, auf der Diamant eine 10 erreicht, Stahl 5 und Gold immerhin noch 2,5). Und das will also etwas heissen. ●



KURS AUF INNOVATION

Die Captain Cook Kollektion, deren erstes Modell 1962 lanciert wurde, trifft nun auf Hightech-Keramik. Das neue Automatikwerk Kaliber R734 ist mit einer antimagnetischen Nivachron™-Spiralfeder ausgestattet, hat eine Gangreserve von 80 Stunden und ist bis 300 Meter wasserdicht. Das 43-mm-Gehäuse ist mit Chevè-Saphirglas sowie mit Saphirglasboden ausgestattet. Bleibt die Qual der Wahl zwischen vier Designs: schwarze Hightech-Keramik mit roségoldfarbenen Details (im Bild); schwarze Hightech-Keramik mit silberfarbenen Details, wahlweise mit Kautschukarmband; silberfarbene Plasma-Hightech-Keramik mit blauer Lünette. Rado Captain Cook High-Tech Ceramic, ab ca. 3300 Fr.



VON DERMATOLOGEN EMPFOHLEN.
 VOLLSTÄNDIGE
 PFLEGE FÜR
 DEINE
 EMPFINDLICHE
 HAUT.



UNTERWEGS



In Hongkong schwebt man mit der Ngong-Ping-360-Bahn über den Lantau-Nationalpark.

10

SEILBAHNEN MIT DEM GEWISSEN ETWAS

IN LUFTIGER HÖHE UM DIE WELT: GONDELSTRECKEN, DIE MAN NIE WIEDER VERGISST.

TEXT CHARLES-ANDRÉ AYMON



1 Hongkong

Die mit dem eigenen Buddha

Die Gondelbahn Der Bau der **Ngong Ping 360** zwischen 2004 und 2007 hatte durchaus etwas von einem Epos: Die aus Italien eingeflogenen Ingenieure mussten sich haufenweise innovative Lösungen ausdenken, um Feuchtigkeit, Hitze und Dschungel zu trotzen. Aber es hat sich gelohnt. Heute schwebt die Seilbahn auf einer Länge von sechs Kilometern über die nahezu unberührte Natur des Lantau-Nationalparks. Nach zehn Minuten Fahrt, etwa auf halber Strecke also, taucht in der Ferne der majestätische Tian Tan Buddha auf: Die auch Big Buddha genannte Skulptur ist mit 35 Metern die grösste Bronzestatue der Welt.

Das Zuckerli Bevor man die unzähligen Stufen zum Buddha erklimmt, durchquert man erst Ngong Ping, die Nachbildung eines mittelalterlichen chinesischen Dorfes aus Kunststoff und bemaltem Beton. Und nach der Kraxelei? Da stärkt man sich im Po-Lin-Kloster, das nur einen Steinwurf entfernt liegt. Aber Obacht: Das gereichte traditionellen Vegimenu verlangt nach etwas gastronomischer Risikofreude...

Ticket ca. 20 Fr., Fahrdauer 24 Min., www.np360.com.hk/en; Kloster Po Lin: www.plm.org.hk

2 Nidwalden

Die für frischen Wind im Gesicht

Die Gondelbahn Das nennen wir einen Unique Selling Point: Im zweistöckigen **CabriO** der Stanserhornbahn fahren die maximal 60 Passagiere seit Sommer 2012 wahlweise windgeschützt oder oben ohne. Und weils unschön wäre, wenn Kabel die Sicht auf Pilatus und Co. trübten, hat der Weltmarktführer in Sachen Seilbahnbau, die Vorarlberger Firma Garaventa, die Transportvorrichtung so um die Kabinen herum verbaut, dass Letztere nicht wie gewöhnlich unter den Pfeilem durchschaukeln, sondern durch diese hindurchgezogen werden. Bis hoch auf 1898 Meter, von wo aus man bei guter Sicht (hier haben die Profis von Garaventa keinen Einfluss mehr) von den Alpen bis ins Mittelland, von der Jungfrau bis Les Diablerets, von den Vogesen bis zum Schwarzwald sieht.

Das Zuckerli Clash der Generationen: Bevor in Kälte das CabriO übernimmt, muss man erst noch von Stans dort hoch. Und diesen Streckenabschnitt übernimmt ein herziges altes Standseilbahnli, das schon seit 1893 brav seinen Dienst tut.

Tickets ab 18.50 Fr., Fahrdauer 25 Min., www.stanserhorn.ch

3 Venezuela

Die mit der düsteren Geschichte

Die Gondelbahn Die 1960 eingeweihte **Meridabahn** markierte die Ankunft Venezuelas in der Modernität. Und so lang und steil der Weg dahin war, so schaukelt man (12.4 km, 50 Min. Fahrt) auch auf den oft schneebedeckten Pico Espejo hoch, dessen Bergstation auf 4765 Metern bis 2008 die höchste der Welt war (dann übernahm die Dagu Glacier Gondola in China den Lead). Die Geschichte der Bahn ist freilich düster. Heftige Witterungseinflüsse und schlechte Wartung hatten am 24. November 1991 zur Katastrophe geführt: ein Seil brach, eine Gondel stürzte ab, zwei Menschen kamen zu Tode. Weil Hugo Chávez das Ding pünktlich zum 200-Jahr-Jubiläum der Unabhängigkeit Venezuelas 2010 wieder flott haben wollte (was nicht ganz klappte), ging die Schweizer Sektion der Doppelmayr/Garaventa-Gruppe ans Werk, flog mithilfe von Heliswiss 300 Tonnen Material hoch – und wartet bis heute auf die Begleichung der millionenhohen Rechnung.

Das Zuckerli Herausforderung gesucht? In sechs Stunden kommt man zu Fuss von der Bergstation zum Pico Bolívar (4978 m), dem höchsten Gipfel Venezuelas. Ticket 50 Dollar, Fahrdauer 50 Min.



4 Bolivien

Die mit urbanen Ausmassen

Die Gondelbahn Mit aktuell zehn Linien und 30 Kilometer Gesamtlänge ist **Mi Teleférico** (deutsch: meine Seilbahn), welche die Nachbarstädte La Paz und El Alto in Bolivien überspannt, das grösste urbane Seilbahnnetz der Welt. Seit Präsident Evo Morales 2014 die erste Linie, die Línea Roja, eröffnete, dehnt es sich immer weiter aus – und macht die Metropole je länger, je bunter, weil jede Linie andersfarbene Gondeln bekommt. Damit haben die in den verstopften Strassen ewig verspäteten ÖV-Minibusse und die Trams, die es die steilen Hügel nicht hochschaffen, endlich ernsthafte Konkurrenz erhalten. Und die Firma Doppelmayr das grösste Projekt der Unternehmensgeschichte.

Das Zuckerli Sie mussten beim Anblick von Mi Teleférico unwillkürlich an die letzten Sportferien denken? Das ist kein Zufall. Die Kabinen stammen nämlich von der Schweizer Firma CWA. Der sicht- und spürbarste Unterschied zu deren Skigondeln sind die Sitze aus Holz. Aber in Bolivien müssen die Dinger halt einen Ganzjahres-16-Stunden-Betrieb aushalten.

Tickets ab 40 cts, Fahrdauer 3 bis 17 Min., www.miteleferico.bo

5 Kroatien

Die mit Aussicht wie vom Drachenrücken

Die Gondelbahn Die **Seilbahn von Dubrovnik**, die einen auf den 415 Meter höher gelegenen Berg Srđ transportiert, bietet einen fantastischen Blick auf die bildschöne Altstadt und ihre Befestigungsmauern. Die 1969 eröffnete Anlage (die erste ihrer Art an der Adria!) war auch ein unglücklicher Zeuge des Kriegs in Ex-Jugoslawien: Nachdem die Bergstation während der Belagerung der Stadt 1991/92 zerstört worden war, nahm das orange Bähnli seinen Betrieb erst 2010 wieder auf. Da Dubrovnik zum Weltkulturerbe zählt, hielt man sich beim Wiederaufbau brav an die Originalpläne. Und so haben die Talstation und der einzige Pfeiler auf der Strecke ihr brutalistisches Aussehen behalten. Die Bergstation ihrerseits passt sich farblich an den Sandstein des nahen napoleonischen Forts an.

Das Zuckerli Oben auf dem Srđ, der einst mit Eichen bewachsen war (das slawische Wort *dubrava* bedeutet Eichenhain), bietet der 1.25 km lange Spazierweg zur Festung Strinčjera ein atemberaubendes Panorama aus Stadt, Meer, Inseln... und «Game of Thrones»-Fans ergänzen gedanklich, was zu King's Landing fehlt. Ticket 6 Fr., Fahrdauer 3 Min., www.dubrovnikcablecar.com

6 Kanada

Die mit dem Timing-Trick

Die Gondelbahn Die **Peak 2 Peak** entstand aus dem Traum zweier Unternehmer, den sie einst in Zermatt zu träumen begannen. Hugh Smythe und Paul Mathews tüftelten gerade an der Entwicklung der Skigebiete von Whistler Mountain und Blackcomb Peak nördlich von Vancouver, als ihnen beim Überfliegen der Kleinmattlerhornbahn die Idee kam, das 4.4 km lange Tal zwischen «ihren» Bergen zu überbrücken. Doppelmayr/Garaventa und der Brugger Stahlseilhersteller Fatzer AG machten den Traum 2008 wahr. Zwischen der «Talstation» (auf 1870 m) unterhalb des Gipfels des Whistler Mountain (2181 m) und der «Bergstation» (1834 m) am Blackcomb Peak (2436 m) besteht ein Höhenunterschied von nur 36 Metern, aber die freie Spannweite zwischen den Stützen misst 3024 Meter – was bis zum Bau der Zugspitze-Eibsee-Bahn 2018 Weltrekord war.

Das Zuckerli 28 Gondeln (für max. 28 Personen) transportieren 2500 Berghungrige pro Stunde und Richtung. Da braucht's ausgeklügeltes Timing, will man zwischen den 26 rot gestrichen eine der zwei silbernen erwischen: Nur die haben einen Glasboden... 60 Fr., Fahrdauer 11 Min., www.whistlerblackcomb.com



7 China Die mit dem Loch im Fels

Die Gondelbahn Hoch, höher, noch höher... Die **Tianmen-Bergbahn** ist mit ihren 7455 Metern Länge weltweit unerreicht. Ein halbe Stunde gondelt man über die von saftigem Grün überwucherte Karstlandschaft, die dem Klischeebild vom Ewigen China sehr, sehr nahe kommt... Und die Ewigkeit ist auf dem Tianmenshan, dem «Himmelstor-Berg», tatsächlich ein Stück weit zu Hause, schliesslich stammt das Kloster auf seiner Spitze aus der Tang-Dynastie, wurde also vor über 1000 Jahren erbaut! Um es zu erreichen, musste man früher die spektakuläre Strasse der 99 Kurven hochfahren – bis der französische Seilbahnbauer Pomagalski (POMA) 2005 den Auftrag seines Firmenlebens fertigstellte.

Das Zückerli Von der Zwischenstation führen 999 Stufen (die Zahl symbolisiert ewiges Leben) zum Himmelstor hoch, einem natürlichen Fenster im Berg, durch das auch gern mal Wingsuit-Flieger sausen. Seit 2016 klebt zudem ein Skywalk mit Glasboden an einer senkrechten Felsbiegung. Nichts für Schwachmatten. Nervenaufliebender, als drauf zu wandeln, ist nur, zu googeln, wie das Ding gebaut wurde...
Ticket 33 Fr., Fahrt 30 Min, www.tianmenshan.com.cn

8 Wallis Die für gehobene Ansprüche

Die Gondelbahn Dieses vom italienischen Kult-Designstudio Pininfarina entworfene Gondel-Quartett ist wie geschaffen für alle, denen das Beste gerade gut genug ist: Der im Herbst 2018 eröffnete **Matterhorn Glacier Ride** – die höchste 3S-Bahn der Welt, notabene – zwischen Trockener Steg und Klein Matterhorn kann dank vier mit Swarovski-Kristallen besetzten und beheizten Sitzen ausgerüsteten Spezialkabinen zum Crystal Ride up-gegradet werden. Ihr eigentliches Geheimnis lüften sie nach rund drei Minuten Fahrt, wenn sich der verdunkelte Glasboden plötzlich klärt und die Sicht auf die 170 Meter tiefer gelegene Gletscherlandschaft freigibt.

Das Zückerli Noch ein paar Superlative gefällig? Mit der auf 3883 m gelegenen Bergstation ist die Glacier Ride die höchste Gondelbahn Europas. Vom Gipfel des Klein Matterhorns aus sind sagenhafte 38 Viertausender und 14 Gletscher zu sehen. Ausserdem sind die Wände der Tal- und Bergstationen mit Solarpanels bedeckt, die das Tageslicht durchlassen.
Tickets ab 10 Fr., Fahrt 10 Min. In der Wintersaison nur auf Anfrage. www.matterhornparadise.ch

9 Krim Die mit den engsten Gondeln

Die Gondelbahn Die **Seilbahn von Jalta** an der Südspitze der Halbinsel Krim scheint einer Raum-Zeit-Verschiebung geschuldet zu sein, bei der ein Stück Freizeitvergnügen aus den glorreichen Tagen der Sowjetunion ins Hier und Jetzt katapultiert wurde... Zwar sind die einstigen Freiluftkabinen verschwunden, aber ihre Nachfolgerinnen stehen ihnen im kessen Kolorit und vor allem in Kompaktheit in nichts nach. Verliebte Paare werden die Klappsitze wohl ebenso ignorieren wie den Ausblick auf die Parks und Balkone der Innenstadt, aber dem Charme des verlangsamten Tempos einer längst vergessenen Zeit werden auch sie sich nicht entziehen können. Oben angekommen, auf einem bewaldeten Hügel, geniesst man Tee und die Aussicht aufs Schwarze Meer.

Das Zückerli Einst Badeort der Zaren und später der kommunistischen Apparatschiks, ist Jalta noch heute überwiegend von russischsprachigen Touristen besucht. Wer der Atmosphäre von Rimini in den 1970ern nachtrauert, wird es hier lieben. Unbedingt die Datscha von Anton Tschechow besichtigen!
Ticket 3 Fr., Fahrdauer 12 Min.



Dass Seilbahnen schnell errichtet werden können, **ist in vom Verkehr verstopften Städten** entscheidend



Die Kabinenmodell Atria von CWA wurde 2020 mit dem Red-Dot-Designpreis ausgezeichnet. Hier in einer Fotomontage im Zentrum von Chicago.

10 Brasilien Die, mit der schon 007 fuhr

Die Gondelbahn Er gehört zu den vier ältesten Seilbahnen der Welt, die **Teleférico do Pão de Açúcar**. Seit 1912 befördert sie die Einwohner Rio de Janeiros und ihre Besucher fleissig auf den Gipfel des Zuckerhuts, zunächst über die Badenden am Roten Strand hinweg, dann über dem feuchten Dschungel, bevor einem die Sicht auf den Atlantik, die Buchten und Hügel von Rio bis zur Copacabana den Atem raubt. Die 1972 in Betrieb genommenen Gondeln im Sixties-Look wurden 2008 ersetzt – aber wohlwissend um die enge Verbundenheit der **Cariocas** mit ihrem **Bondinho** (Bähnchen) bat die Stadtbehörde die Verantwortlichen von der Schweizer Firma CWA, beim Design der neuen Gondeln nicht zu stark vom Kultmodell abzuweichen.

Das Zückerli Erinnern Sie sich an die Szene in «007: Moonraker», in welcher der Beisser von seiner Kabine zu jener von James Bond springt und nach dem obligaten Gerangel in die Talstation donnert? In Wahrheit ist der **Bondinho** eine der sichersten Einrichtungen, die es gibt. Sein Riesenmotor steckt sogar die Spannungssprünge des brasilianischen Stromnetzes locker weg.
Ticket ca. 20 Fr., Fahrdauer 5 Min., www.bondinho.com.br

Paris hat bald die erste urbane Seilbahn Europas



CHRISTOPH GROB
Head of Sales / Marketing bei CWA, Olten, einem der weltweit führenden Hersteller von Seilbahnkabinen

Welche Vorteile hat Seilbahnverkehr im urbanen Raum?
Zunächst einmal ist eine Seilbahn viel schneller realisiert als ein Zug- oder U-Bahn-Projekt und beansprucht im Vergleich eine minimale Bodenfläche. In einer Stadt, die vom Verkehr verstopft ist, können diese Variablen entscheidend sein. Ferner ist es eine besondere Art der Mobilität. Und nicht zuletzt können Hindernisse wie ein Fluss einfach überwunden werden.

Wann ist ein städtisches Seilbahnprojekt gelungen?

Wenn sie an die bereits vorhandene Infrastruktur anknüpft, zum Beispiel an einen grossen Parkplatz oder ans bestehende ÖV-Netz. In Koblenz zum Beispiel wurde die Seilbahn für die Bundesgartenschau später von der Stadt übernommen und sogar von der Unesco abgesegnet. Die Region gehört ja zum Weltkulturerbe.

Und wie überzeugt man Behörden und Anwohner?

Erfolgreiche Projekte sind da sehr hilfreich. Ich denke etwa an jenes zur Überquerung der Themse im Rahmen der Olympischen Spiele in London. Oder an jenes, das derzeit in Paris entsteht und einen ganzen Teil

der Region Île-de-France mit dem bestehenden ÖV-Netz verbinden wird.

Gondeln in der Stadt? Seltsam...

Wir Schweizer assoziieren Gondeln automatisch mit Skigebieten. Moderne städtische Kabinen bieten ihren Fahrgästen wie im Bus oder Tram über Bildschirm und Lautsprecher stadtrelevante Informationen und sind für Personen mit eingeschränkter Mobilität zugänglich.

Aber kein Städter schätzt es, wenn plötzlich Leute an seinem Fenster vorbeigondeln...

Dafür gibt es technische Lösungen. Scheiben können mit Folien sowohl permanent als auch temporär blickdicht geschaltet werden.

Beidseitig stark

BEREITS ZUM DRITTEN MAL SPANNT ORIS MIT DER SCHWEIZERISCHEN RETTUNGSFLUGWACHT REGA ZUSAMMEN. DIE LIMITIERTE REGA FLEET BASIERT AUF ÜBER 80 JAHREN KNOW-HOW.

TEXT DIE REDAKTION

DIE PARTNERSCHAFT

Die Uhren- und die Luftfahrtindustrie haben vieles gemein: Beide entwerfen Präzisionsmechanik, für beide ist die Zeit ein zentraler Parameter. Und so lag die Zusammenarbeit von Oris und der Rega auf der Hand! Die Rega Fleet Limited Edition ist das dritte Modell, das die Marke für die Rettungsflugwacht entwickelt hat (nach 2016 und 2018). Es verfügt über alle Eigenschaften, die bei Flugeinsätzen unverzichtbar sind: perfekte Lesbarkeit, nützliche Funktionen, Robustheit, Zuverlässigkeit – und ein wasserdichtes Etui aus rotem Ventile® mit mehreren elastischen Bändern für die Aufbewahrung von Pinzetten, Pflastern und Verbandzeug, wodurch es sich in einen Erste-Hilfe-Kasten verwandeln lässt.

DAS UHRWERK

Damit kein Retter je von einer stehengebliebenen Uhr überrascht wird, hat Oris hat ein Automatikwerk mit einer Gangreserve von 42 Stunden in die Rega Fleet Limited Edition eingebaut. Das Kaliber 798 mit einer Frequenz von 28'800 Umdrehungen pro Minute verfügt zudem über eine GMT-Funktion, die es ermöglicht, die genauen Einsatzzeiten ins Logbuch einzutragen.

DAS ARMBAND

Eines der stylischsten Details der Uhr ist das Armband mit dem «LIFT»-Verschlussystem, dessen gunmetalgraue, PVD-beschichtete Klickschliesse aus Stahl wie der Verschluss eines Flugzeuggurts funktioniert. Als Extra wird zur Uhr ein zweites, rotes Kautschukarmband mit Schnellwechselsystem mitgeliefert. Alles anschnallen, bitte!

DAS GEHÄUSE

Um bei Einsätzen keine wertvolle Zeit zu verlieren, sind Rega-Rettungskräfte auf eine grosszügige, auch im Flug schnell ablesbare Uhr angewiesen. Das 41.5-mm-Gehäuse harmoniert perfekt mit dem gunmetalgrauen Edelstahl; die PVD-Beschichtung hält Einsätze im Hochgebirge ebenso stand wie einem abenteuerlichen Alltag.

DIE GRAVUR

Nehmen Sie den Taschenrechner: Die Rega betreibt 18 Helikopter und drei Flugzeuge. Jedes dieser 21 Luftfahrzeuge trägt eine eigene Registriernummer, und jede dieser Nummern wurde in 100 Stück des neuen Uhrmodells in den Gehäuseboden graviert. Wie viele Uhren macht das insgesamt? Genau, 2100. Was bedeutet, dass nur 2100 Glückliche eine Uhr am Handgelenk tragen werden, deren Rückseite das Abbild eines Airbus Helicopter H145, eines Agusta Westland Da Vinci oder einer Bombardier Challenger 650 schmückt. Die Idee stammt von einem Piloten, der damit der engen Beziehung, die Besatzungsmitglieder, aber auch Patienten oft zu den Luftfahrzeugen entwickeln, eine Reverenz erweisen wollte.

VON VORN BETRACHTET

DAS ZIFFERBLATT Wie könnte man sich nicht in dieses sportliche, virile schwarze Zifferblatt verlieben? Selbstredend verfügt es über kontrastierende weisse Zeiger und Ziffern, die mit Super-LumiNova® beschichtet sind. Das Datumfenster steht auf drei Uhr. Den Tag, an dem die Rega Sie gerettet hat, werden Sie aber ohnehin nie vergessen.

DIE DREHLÜNETTE Ein nützliches, präzises und zuverlässiges Gadget ist die beidseitig drehbare Lünette. Zweierlei ist wichtig. Erstens: Das rote Dreieck markiert die «goldenen Stunde», also die ersten Stunde nach einer Verletzung, während der die Heilungschancen am grössten sind. Zweitens? Ein Pulsmesser dient als Ergänzung zu den elektronischen Geräten, welche die Herzfrequenz des Patienten überwachen.

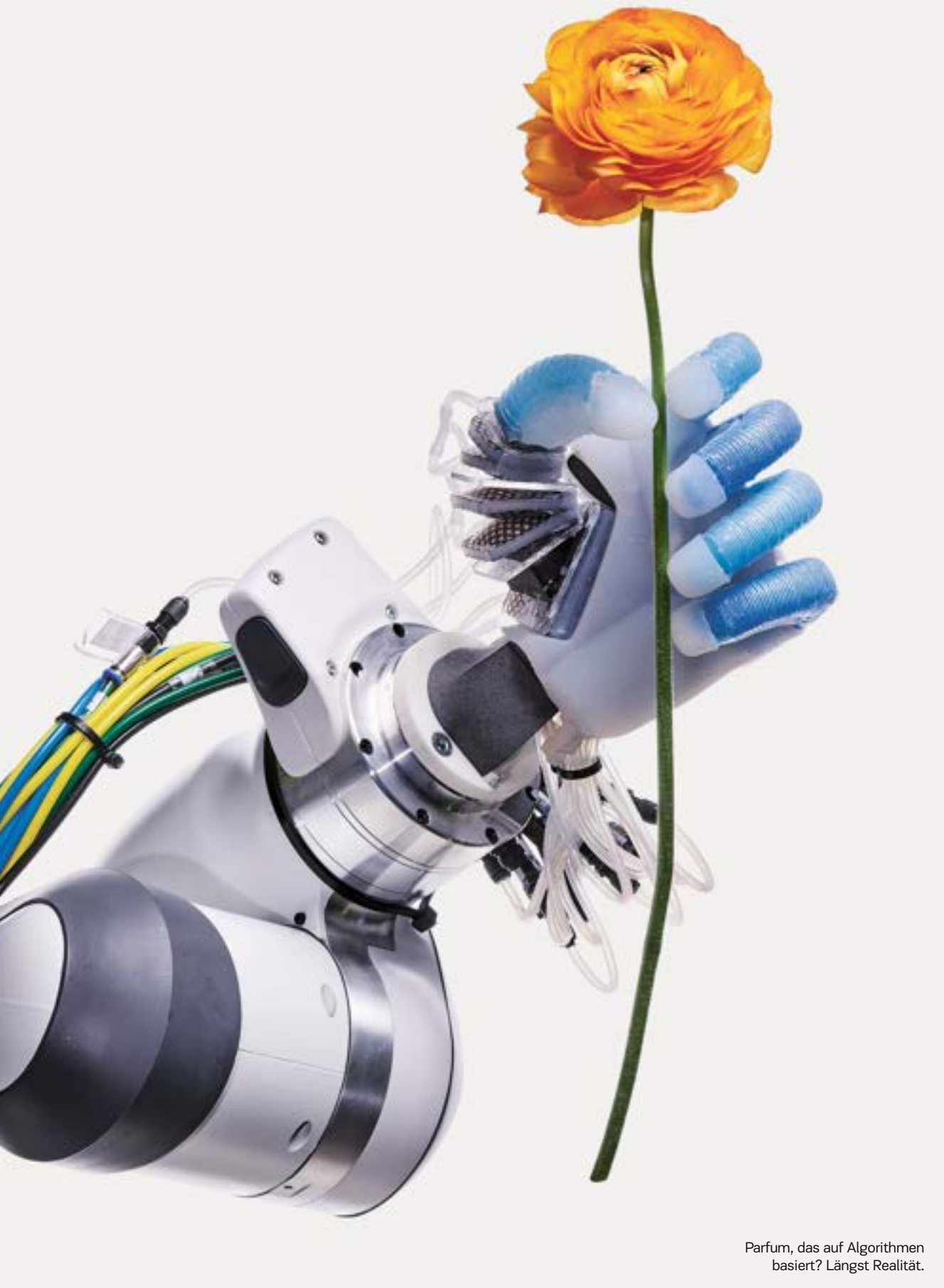


DIE MARKE

1904 wars, als Paul Cattin und Georges Christian in Hölstein ihre Marke ins Leben riefen, die sie nach einem nahen Bach benannten. Oris wurde schnell zu einer Referenz; aus anfänglich 24 Mitarbeitern wurden in nur sieben Jahre 300. Auch während der Quarzkrise in den 1970ern behielt man Oberwasser, indem man charakteristische Schlüsselemente wie den roten Rotor (eingetragenes Markenzeichen) beibehielt. Seit 1985 stellt Oris ausschliesslich mechanische Zeitmesser her und hat sich dank höchster Qualität insbesondere im Sportuniversum einen Namen gemacht. Anlässlich des 110-Jahre-Firmenjubiläums hat man 2014 die Produktion eigener Uhrwerke wieder aufgenommen und kultiviert seither konsequent den Geist der Unabhängigkeit – ganz im Sinne der hauseigenen Philosophie: «Go your own way».

REGA

Wenn sich der Himmel rot färbt, heisst das, die Schutzengel sind nicht mehr weit. Die Schweizerische Rettungsflugwacht, eine der angesehensten Rettungsorganisationen der Welt, wurde 1952 gegründet. Mit 13 Helikopterbasen und einer hochmodernen Flotte ist die private Stiftung ein fester Bestandteil des Schweizer Gesundheitssystems. Ihre Stärke? Sie kann jeden Punkt ihres Einzugsgebiets innerhalb von 15 Minuten erreichen, 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr. Die Einsätze der Rega (für Rettungsflugwacht und Garde Aérienne) umfassen Hochgebirgsrettungen sowie medizinische Notfälle von Verkehrsunfällen bis zu akuten Erkrankungen. Ihr Credo: Hilfe leisten, wo immer durch ihr Eingreifen das Leben oder die Gesundheit eines Menschen gerettet oder geschützt werden kann.



Parfum, das auf Algorithmen basiert? Längst Realität.

Schönheit aus der Maschine

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ HÄLT NUN AUCH IN DER SCHÖNHEITSINDUSTRIE EINZUG. DAS ZIEL SIND BESSER AUF DEN KONSUMENTEN ABGESTIMMTE PRODUKTE. UND AUCH CORONA SPIELT EINE ROLLE.

TEXT KATRIN ROTH

NIEDLICH SIEHT ER AUS. Wie ein Spielzeug aus der Zeit, als man Daten noch auf Floppy Disks speicherte. Lassen Sie sich aber von der putzigen Verpackung nicht in die Irre führen: Der neue Herrenduft «Phantom» von Paco Rabanne ist etwas vom Innovativsten, was in der Parfümbranche derzeit zu haben ist. Denn es bringt klassisches Parfümeur-Handwerk mit künstlicher Intelligenz (KI) zusammen.

Die Idee hinter «Phantom»: Die Selbstsicherheit und Energie des Trägers mithilfe einer ausgeklügelten Duftformel zu steigern. Letztere wurde entwickelt,

indem Parfümeure des US-amerikanischen Aromenherstellers International Flavors & Fragrances Inc. (IFF), gestützt auf Erkenntnissen aus der Neurowissenschaft, Formulierung in den Rechner einspielen, worauf ein Algorithmus angepasste Kombinationen oder Dosierungen vorschlug, mit denen die gewünschte emotionale Wirkung verstärkt werden konnte. Passend zum digitalisierten Duftkonzept enthält die Sprühkappe einen Chip zur Vernetzung mit dem Smartphone, wo daraufhin interaktive Filter, personalisierte Playlists und Augmented Reality für Unterhaltung sorgen.

Technische Spezialeffekte bilden auch die Basis eines Start-ups des L'Occitane-

Konzerns, das infolge der steigenden Nachfrage nach individualisierten Produkten ins Leben gerufen wurde. Zusammen mit dem französischen Elektronikhersteller SEB wurde während sechs Jahren an einer innovativen Pflegelösung gearbeitet – und schliesslich im Januar 2020 in Las Vegas das Gerät Duolab vorgestellt, das nach seiner Markteinführung in London nun ganz neu auch in der Schweiz erhältlich ist. Duolab ermöglicht es, die Gesichtspflege täglich auf die jeweiligen Bedürfnisse der Haut anzupassen, indem das Gerät zwei ausgewählte Kapseln zu einem massgeschneiderten Pflegeprodukt mischt. Wer möchte, kann zuvor ein Selfie auf die Duolab-Website hochladen – und schon werden mithilfe von künstlicher Intelligenz der Zustand der Haut analysiert und die passenden Kapseln vorgeschlagen.

Die Hautcreme, die erst das Wetter checkt

Nach ähnlichem Prinzip funktioniert das ebenfalls 2020 von L'Oréal präsentierte Gerät Perso, wobei Letzteres nicht nur die Hautbeschaffenheit berücksichtigt, sondern auch Umweltfaktoren wie Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Pollenflug und UV-Index. Derzeit auf die Herstellung personalisierter Hautpflege ausgelegt, soll Perso zu einem späteren Zeitpunkt auch individuelles Make-up sowie Formeln für Lippenstifte generieren können.

Das «goldene Zeitalter der künstlichen Intelligenz in der Schönheitsindustrie», wie Profis den aktuellen Technologie-Trend nennen, ist nicht zuletzt der Gesundheitskrise geschuldet. «Die Pandemie hat die Art, wie wir leben und einkaufen, geprägt», sagte Melissa Hago, Vizepräsidentin der auf Trendprognosen spezialisierten Agentur Fashion Snoops, unlängst im Online-Magazin «The Coveteur». «Immer mehr Brands erreichen ihre Kundschaft heute über KI-gesteuerte Produkte, Augmented Reality und 3-D-Erlebnisse.» Die Beauty-Industrie hat auf unseren Bildschirmen Einzug gehalten.

Zu den Hautanalyse-Apps, die schon länger von diversen Marken angeboten werden, sind nun auf künstlicher Intelligenz basierende Augmented-Reality-Dienstleistungen gestossen, die Produkte auf eine völlig neue Art und Weise erlebbar machen. «Covid-19 und die damit verbundenen Hygieneregeln, konkret die Testerproblematik an den physischen Verkaufspunkten, verlangen nach digitalen Lösungen», bestätigte Asita Morgan, Head of Innovation bei Cosnova, vor Kurzem gegenüber dem Redaktionsnetzwerk Deutschland.

Das Potenzial von künstlicher Intelligenz in der Beauty ist noch lang nicht ausgeschöpft. Trotzdem ist jetzt schon klar, dass solche Technologien nicht per se ein Erfolgsgarant sind. Denn letztlich sind und bleiben es die persönlichen Vorlieben, die darüber entscheiden, ob man ein Produkt mag oder nicht. Egal, was der Algorithmus dazu berechnet hat. ☺

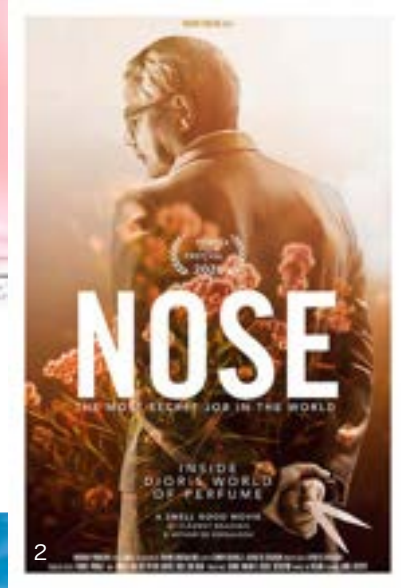
SMARTE NEUHEITEN

1. Phantom, KI-basiertes Herrenparfum mit Chip im Sprühkopf, **Paco Rabanne**, 100 ml, 109 Fr.
2. YSL Perso, Apparat zur Herstellung personalisierter Hautpflegeprodukte, **L'Oréal**, in der Schweiz erhältlich ab 2022.
3. Duolab, Apparat zur Herstellung personalisierter Hautpflegeprodukte, **L'Occitane**, 250 Fr.





1



2



3



François Demachy

WENN ER NICHT GERADE UM DEN GLOBUS JETTET, IST DER HAUSPARFÜMEUR VON DIOR IM SÜDFRANZÖSISCHEN GRASSE ANZUTREFFEN. DORT DURFTEN WIR IHN BESUCHEN.

TEXT KATRIN ROTH

IM HINTERGRUND zirpen die Grillen, die Sonne steht steil am Himmel. Es herrscht eine beinahe meditative Stimmung, als François Demachy an den frisch gepflückten, leicht zerriebenen Minzblättern in seiner Hand schnuppert. «In der Natur finde ich immer wieder neue Ideen», sagt der Chefparfumeur von Dior – und Star der Filmdoku **«Nose» (2)**, zu finden auf Apple-TV, Google Play, Amazon Prime – beim Rundgang an seinem Arbeitsort, dem 300 Jahre alten Anwesen «Les Fontaines Parfumées» im Zentrum von Grasse. Von den Firmen Christian Dior und Louis Vuitton aufwendig zu neuem Leben erweckt, verfügt das Haus neben einem Hightech-Labor auch über eine olfaktorische Lehrwerkstatt. Umgeben wird das grosszügige Gebäude von einem Garten, in dem über 350 Pflanzen wachsen. «Alles, was ich wahrnehme, inspiriert mich», sagt Demachy. «Als Parfumeur bin ich ein Dolmetscher meines Umfelds.»

Christian Dior liebte die Provence, wo er die Besatzungszeit verbrachte und

später Inspiration für viele Düfte fand. Haben auch Sie einen «Happy Place»? Aber ja! Meinen Geburtsort Grasse: wegen der Blumen, wegen meiner Kindheits-erinnerungen – und wegen der Parfums!

Der Pflanzenliebhaber Christian Dior liess beeteweise duftende Blumen pflanzen. Welche ist Ihr Liebling? Ich bin vernarrt in Rosen aller Art. Am liebsten aber mag ich die Rose aus Grasse, denn sie hat Nuancen wie keine andere.

Rosen spielen auch in der Neuauflage des Duftklassikers «Miss Dior», den Monsieur Dior 1947 seiner Schwester widmete, eine wichtige Rolle... Das Original-«Miss Dior» wurde nach einer sehr düsteren Zeit kreiert und sollte Freude und Hoffnung schenken. Heute verfolgen wir mit dem neuen **Eau de Parfum Miss Dior (1)** das gleiche Ziel. Mit der neuen Kollektion fordern wir dazu auf, sensibler zu sein für all die Schönheiten der Welt, die uns umgeben.



4



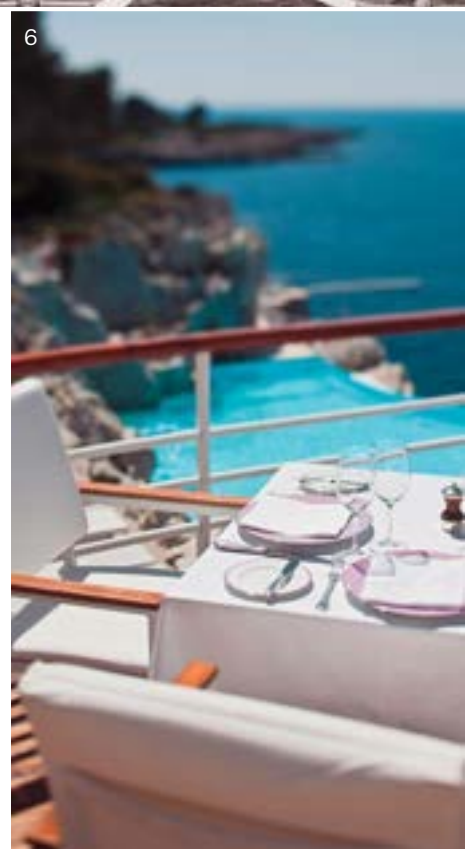
5

Die Kreation eines Parfums hat Parallelen zum Kochen. Wo essen Sie gern? Das Restaurant des **Hôtel du Cap-Eden-Roc (6)** ist mein absoluter Favorit für besondere Anlässe. Zum Beispiel jedes Jahr zum Geburtstag meiner Frau.

Beruflich sind Sie oft unterwegs. Was ist Ihr nächstes privates Reiseziel? Die **Atacama-Wüste (3)** in Chile steht ganz oben auf meiner Liste. Ich liebe Wüsten! Auch die Region Ladakh reizt mich sehr. Ausserdem würde ich gern mehr von Japan sehen.

In der Parfümerie spricht man oft von Noten. Welche Musik beglückt Sie? Alles, was von den **Beatles (5)** kommt, versetzt mich in meinem Kopf direkt in die Ferien. Es erinnert mich an lange Roadtrips durch die USA.

Und wonach riecht Glück für Sie? Nach **Jasmin aus Grasse (4)**! Glück ist, mit dem Velo von einer Party heimzuradeln, vorbei an betörenden Jasminfeldern. ☺



6

BORN IN LE BRASSUS



AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

RAISED AROUND THE WORLD



SÉBASTIEN FOUCAN

AUDEMARS PIGUET BOUTIQUES : ZÜRICH | GENÈVE