

encore!

STIL UND MEHR | FEBRUAR 2014

PFLEGE
POWER
AUS DER
NATUR

UHREN
Die Favoriten
vom Genfer
Uhrensalon

INTERVIEW
François Nars,
ein Leben für
die Schönheit

Wellness

10 magische Hotels,
um Kraft zu tanken

SonntagsZeitung

DIE GESICHTSPFLEGE
FÜR DEN HAUTTON IHRER TRÄUME,
SELBST OHNE MAKE-UP.

NEU

DREAMTONE

UNSER 1. PIGMENTATIONS-KORREKTOR
PIGMENTFLECKEN – UNREGELMÄSSIGKEITEN – FARBVERÄNDERUNGEN



NOMINIERT

annabelle
**PRIX
de
BEAUTÉ
2014**

PRIX D'INNOVATION &
BESTE GESICHTSPFLEGE

Hochwirksam bei Pigmentflecken: 66% der Pigmentflecken sind innerhalb von 8 Wochen gemildert.* **Langzeit-Effekt nach 12 Wochen.****

Je nach Pigmentations-Profil werden charakteristische **Farbveränderungen wie fahler Teint, Rötungen, grauer Teint, dunkle Male ausgeglichen.**

68% der Frauen empfinden **ihren Hautton als einheitlicher** in nur einer Woche.***

Der Hautton Ihrer Träume: makellos, ausgeglichen, strahlend mit einer gesunden Ausstrahlung.

SO WIRKSAM, DASS 68% DER FRAUEN IHRE HAUT OHNE MAKE-UP ZEIGEN WÜRDEN.***

Teilen Sie Ihren Traum vom perfekten Hautton auf Lancome.ch

*Klinische Studie durchgeführt an 53 Frauen über 8 Wochen. **Nachhaltiger Effekt über 4 Wochen nach 12 Wochen der Anwendung.
***Selbsteinschätzung durchgeführt mit den 3 DreamTone Formulationen nach 2 Monaten.



LANCÔME
PARIS

INTEREST RATES SET TO SOAR



GRAY & FARRAR

THE ULTIMATE MATCHMAKING SERVICE

Global Headquarters: 53 Davies Street ▪ Mayfair ▪ London ▪ W1K 5JH ▪ +44 (0)20 7290 9585
EUROPE ▪ ASIA ▪ NORTH AMERICA ▪ SOUTH AMERICA ▪ AUSTRALIA ▪ AFRICA

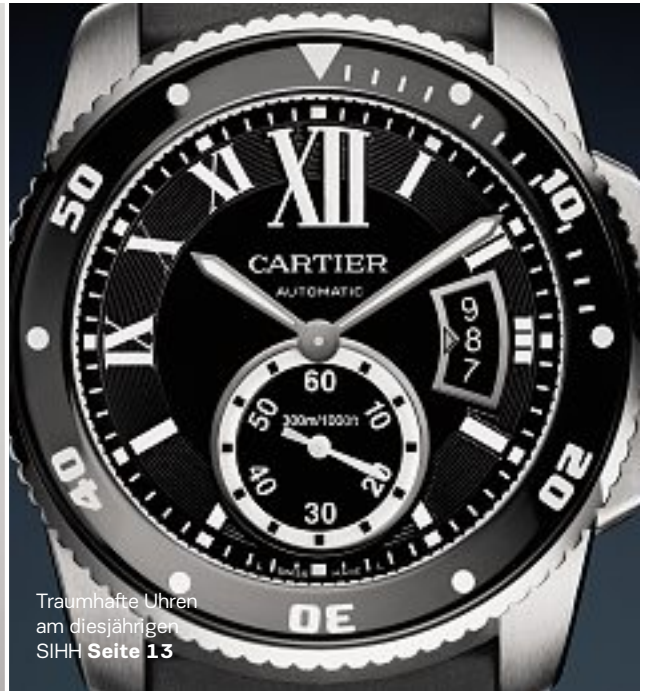
www.grayandfarrar.com



Make-up-Artist François Nars weiss, wie man Frauen verschönert **Seite 14**



Luxuriöse Beautymarken setzen auf die Kraft von Pflanzen **Seite 8**



Traumhafte Uhren am diesjährigen SIHH **Seite 13**

Wellness | Februar 2014

THEMEN

08 Beauty

Pflanzen bereichern luxuriöse Pflegeprodukte

12 Trend

Shampoos speziell für Männer erobern den Markt

13 Uhren

Die neuesten Kreationen vom Genfer Uhrensalon SIHH

14 Interview

Der Visagist François Nars feiert sein 20-Jahr-Jubiläum

18 Unterwegs

Für Körper und Seele: 10 spirituelle Wellnessoasen

RUBRIKEN

06 Favoriten

23 Meine Welt: Der Lifestyle des Ex-Fussballstars Bixente Lizarazu



Der Meditationspavillon des Hotels Parco San Marco am Luganersee **Seite 18**



TITELBILD

Nach japanischer Art entspannen: Das Hotel Yasuragi Hasseludden ganz in der Nähe von Stockholm

Das Badezimmer - ein Abbild der Seele

W^{ER} MEIN Badezimmer betritt, könnte meinen, er befände sich in einer Parfümerie oder einer Apotheke. Tiegel, Flaschen und Döschen reihen sich aneinander. Sehr zum Leidwesen meines Liebsten, denn die Platzverteilung in unserer Nasszelle liegt bei 10:1. Wenn das Badezimmer ein Abbild der Seele wäre, möchte ich nicht wissen, was ein Psychologe über mich sagen würde. Sehr wahrscheinlich musste ich im letzten Leben mit einem Stück Kernseife auskommen, nur dies könnte meinen Beautywahn erklären. Natürlich bin ich durch meinen Job an der Quelle, aber schon als mausarme Studentin

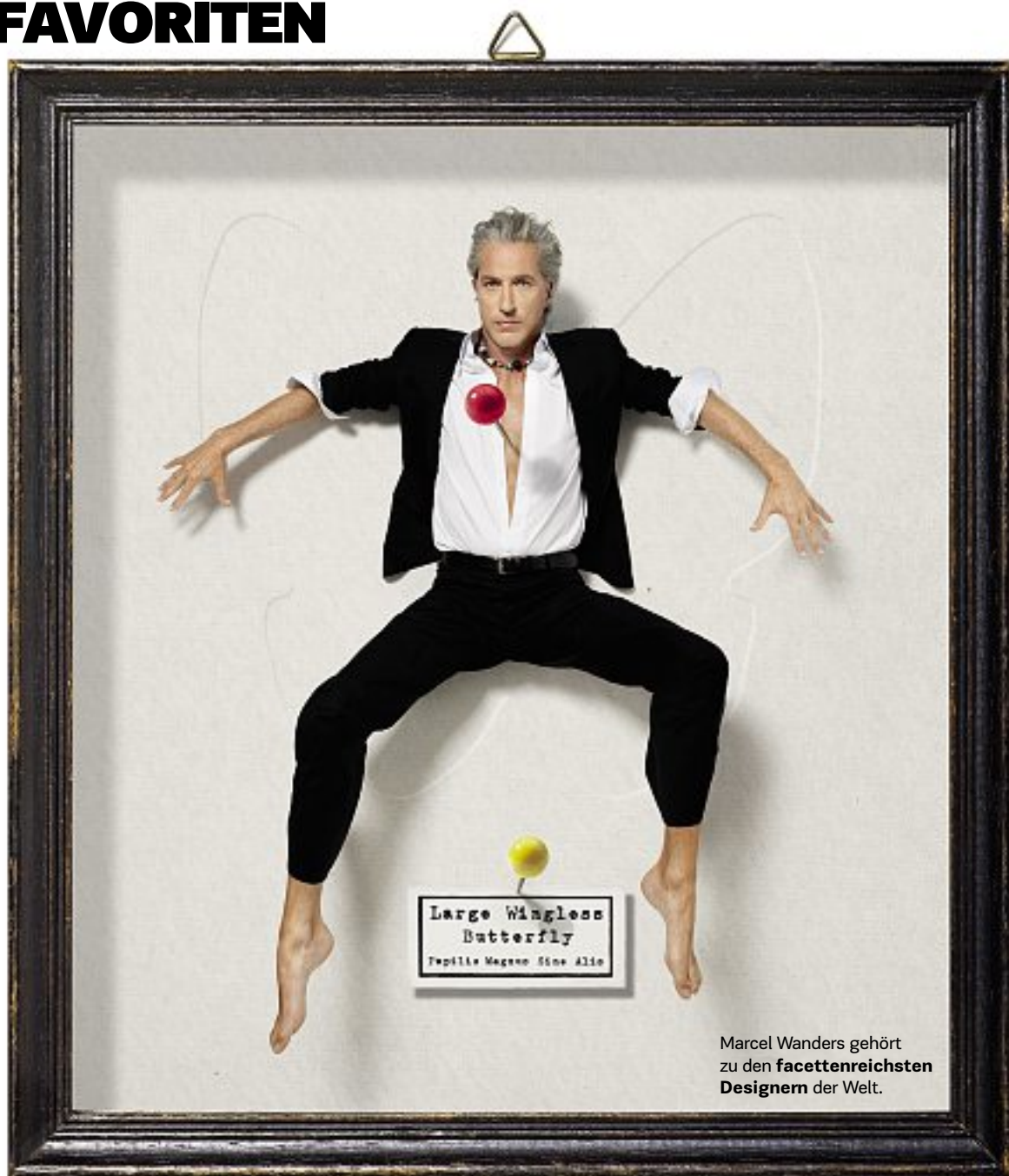


Silvia Aeschbach, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

habe ich mein Geld lieber in ein neues Make-up als in ein anständiges Nachessen investiert. In meiner Schönheitskarriere gab es aber auch manchen Tiefpunkt: Ich sah nach der Anwendung von Selbstbräuner wie ein Streifenhörnchen aus, hatte nach Tönungen schon violettes Haar oder litt an einem üblen Ausschlag, weil ich eine Creme nicht vertrug. Aber: No risk, no fun! Heute schmiere ich mir nicht mehr alles auf Haut und Haar, ich bin vorsichtiger geworden, was die Inhaltsstoffe betrifft. Gerade deswegen schätze ich den Trend zur Pflanzenkosmetik: Blüten, Beeren oder Kräuter aus nahen und fernen Ländern werden nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen verarbeitet (Seite 8). Ich freue mich schon auf ein paar neue Töpfchen. Bald stehts 11:1. Für mich!

Dieses Magazin ist auf umweltschonend produziertes Papier gedruckt.

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage von Le Matin Dimanche und Sonntagszeitung. Adressen: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, Case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich **Herausgeberin:** Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne **Leiter Tamedia Publications romandes:** Serge Reymond **Verlagsleitung:** Diego Quintarelli **Chefredaktion:** Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) **Redaktion:** Semaja Fulpius, Olivia Goricanec, Isabelle Mercier, Isabelle Stüssi **Layout:** Géraldine Dura (Art Direction) **Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Mathilde Binetruy, Hanspeter Eggenberger, Katja Richard, Katrin Roth **Bild:** Sophie Perraudin **Fotos:** Christian Dietrich **Bildbearbeitung:** Raymond Dubuis **Illustration:** Florence Gendre/Caroline Maréchal, André Gottschalk **Grafisches Konzept:** Ariel Cepeda **Produktion:** Olivia Goricanec **Übersetzung und Überarbeitung:** Olivia Goricanec, Andréane Leclercq, Isabelle Stüssi, Ursula Zenger **Druck:** FOT Imprimerie, Pusignan, Meyzieu **Werbung Romandie:** Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Telefon 021 349 50 50, Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@sr.tamedia.ch **Werbung Deutschschweiz:** Tamedia AG, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zürich, Telefon 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@sr.tamedia.ch, www.mytamedia.ch, Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), Editions Le Régional SA, ER Publishing SA, homegate AG, LC Lausanne-cités SA, Le Temps SA, LS Distribution Suisse SA, Romandie Online SA en liquidation, Société de Publications Nouvelles SPN SA; 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.



AUSSTELLUNG

Einer wie keiner

Hier der berühmte «Knotted Chair», ein Sessel aus kunstvoll verknöteten Kordeln aus dem Jahr 1996, dort der elegante Kronleuchter «Zeppelin» aus dem Jahr 2005 und weiter hinten das Tafelgeschirr «Dressed», das der niederländische Designer Marcel Wanders 2011 für Alessi entworfen hat. Das Stedelijk Museum, das grösste Museum für zeitgenössische Kunst in Amsterdam, zeigt ab Februar mehr als 400 Objekte des aussergewöhnlichen Designers, der seit 25 Jahren mit allen möglichen Materialien und Formen experimentiert: Lampen, Tapeten, Möbel, Schmuck, aber auch Prototypen, experimentelle Arbeiten und luxuriöse Inneneinrichtungen. Auf 1100 Quadratmetern wird sein gesamtes Werk analysiert, entschlüsselt und unter die Lupe genommen. Die Ausstellung «Marcel Wanders: Pinned Up at the Stedelijk» ist in drei Zonen aufgeteilt und versucht, im wahrsten Sinne des Wortes, in das Innerste seiner Arbeit vorzudringen. In der «White Zone» wird seine Arbeit in Themen wie fachmänn-

nisches Können und Innovation eingeteilt. Die «Black Zone» widmet sich Wanders theatralischer Welt, und in der «Art Direction Lounge» wird seine Rolle als Art Director für Marken wie Moooi entschlüsselt. «Ich habe mich in einem ganz neuen Licht gesehen. Diese Ausstellung birgt eine Intensität, wie ich sie noch nie zuvor erlebt habe», sagte er in einem Interview mit dem Interieur-Magazin «Ideat». Der Designer liebt den Balanceakt zwischen experimenteller Arbeit und der Nähe zum Publikum. «Ich mag es, Metaphern in meine Produkte zu integrieren. So werden die kulturellen Objekte meiner Umgebung lebendiger», sagt der 50-jährige Wanders. Eine höchst interessante Ausstellung über einen Designer, der mit seinen Werken «grossartige Objekte schafft, die nicht immer dem neuesten Schrei folgen müssen». *Semaja Fulpius*

«Marcel Wanders: Pinned Up at the Stedelijk», vom 1. Februar bis 15. Juni in Amsterdam im Stedelijk Museum.

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

Porträt eines Totems



VON LAURENT DELALOYE

Der Künstler Thomas Mustaki wird 1990 in Lausanne in eine griechisch-skandinavische Künstlerfamilie geboren.

Der autodidaktische Maler begibt sich auf die Suche nach dem vollkommenen künstlerischen Schaffen. Mit 15 Jahren entdeckt er die Malerei, zunächst nur als Freizeitbeschäftigung, der aber schon bald seine ganze Aufmerksamkeit gilt. Auch wenn einige Leute in seinen Arbeiten Parallelen zum Schaffen des afroamerikanischen Künstlers Jean-Michel Basquiat entdecken wollen, ist es vielmehr der Drang, überhaupt zu malen, der ihn leitet: «Am Anfang kannte ich Basquiat überhaupt nicht», sagt Mustaki.

Das Werk Sein gesamtes Werk ist von grellbunten Farben durchzogen. Über seine Träume sagt der junge Künstler: «Wenn ich die Augen schliesse, dann sehe ich das perfekte Werk. Aber es ist unmöglich, eine solche Perfektion wiederzugeben.» Deshalb malt er unermüdlich weiter.

Aktuell Ausstellung in der Ferrari Art Gallery in Vevey vom 7. März bis 5. April.

Preis «Ohne Titel», Acryl und Buntstift auf Leinwand (48 x 36 cm), 2012, 900 Franken

Info www.thomasmustaki.com



MOTORRAD

Emissionslos cruisen

Auch bei schnellen Zweirädern soll nicht unnötig fossile Energie verbraucht werden. Trotzdem kommen eingefleischte «Töffli-Buebe» mit diesem Elektrobike auf ihre Kosten. Der US-Elektrobikehersteller Mission Motors hat mit der «Mission R» ein Kraftpaket geschaffen: Der Dreiphasen-Induktionsmotor, der kompakter als eine 600er sein soll, wuchtet satte 141 PS auf die Kurbelwelle. Der aus Kalifornien stammende E-Renner kostet 30 000 Franken, ist in drei Sekunden von 0 auf 100 km/h und erreicht mit 260 km/h die Höchstgeschwindigkeit – ganz ohne CO₂-Emission. Die Batterien lassen sich in einer Stunde aufladen, mit dem Powerlademodus ist die Maschine sogar in zehn Minuten startklar. Dank des integrierten Touchscreens mit Web- und Google-Maps-Zugang dürften sich die Biker auch nicht verfahren. *D.B.*



An der Eröffnungsparty von Jaeger-LeCoultre konnte man die Uhr von Charlie Chaplin bestaunen, die er 1953 als Willkommensgeschenk erhielt, als er sich in der Schweiz niederliess.

UHREN

Die Uhrenmeile

Seit November 2013 zählt die Zürcher Bahnhofstrasse insgesamt 30 Uhren- und Schmuckgeschäfte. Zuwachs erhielt sie von den beiden Schweizer Luxusuhrenmarken Audemars Piguet und Jaeger-LeCoultre, die Anfang Jahr ihre Zürcher Niederlassung mit glamourösen Partys feierten. Immer mehr Uhrenmarken im Luxussegment suchen einen eigenen Standort und den direkten Kundenkontakt an der 1,4 Kilometer langen Strasse, die vom Hauptbahnhof bis zum Zürichsee führt. «In der Deutschschweiz kam für uns nur die Bahnhofstrasse



Edles Interieur: Die neue Boutique von Audemars Piguet an der Zürcher Bahnhofstrasse.

Zürich infrage», sagt Nicolas Kappenberger, General Manager Schweiz und Eastern Europe von Audemars Piguet. «Ein Geschäft an dieser Strasse ist ein Schaufenster in die Welt, weil die luxuriöse Einkaufsstrasse sowohl für Schweizer wie auch für Reisende aus aller Welt ein wichtiger Anziehungspunkt ist.» Das wird wohl auch einer der Gründe sein, weshalb die Uhrenmarke Hublot in naher Zukunft ebenfalls an der legendären Zürcher Meile residieren wird. *Olivia Goricanec*

DESIGN

Pure Poesie

Der tschechische Lampenhersteller Lasvit nennt seine neueste Kronleuchterkollektion «Neverending Glory». Die beiden Jungdesigner Jan Plechac und Henry Wielgus haben für die Serie die fünf bekanntesten Theater der Welt als Vorbild genommen. So das Palais Garnier in Paris oder das Bolschoi-Theater in Moskau. In der Tradition böhmischer Kristallmanufakturen sind poetische Designs entstanden, die mit ihrer gelassenen Eleganz schlichtweg begeistern. S.F.

Der Kronleuchter «Prague Estates Theatre»



BEAUTY

Frische Kick

Mit Selbstbräunern ist das so eine Sache. Das Ergebnis lässt oft zu wünschen übrig. Clarins lanciert jetzt ein neues Produkt, das einfach in der Anwendung ist und einen perfekten Teint garantiert. Dabei werden drei Tropfen des Serums mit der üblichen Tages- oder Nachtpflege vermischt und gleichmässig auf Gesicht, Hals und Décolté verteilt. Nach ein paar Stunden strahlt die Haut auf ganz natürliche Art und Weise. Wenn das nicht verlockend tönt. S.A. «Addition Concentré Eclat», www.clarins.ch

MODE

Kunstvolle Begleiter

«Man sollte entweder ein Kunstwerk sein oder eines tragen», sagte Oscar Wilde. Kommende Saison wird dieses Bonmot mit einer der Pop-Art-Taschen von Prada leicht umgesetzt: Grossflächig gemalte Frauengesichter, die von «Murals», mexikanischen Wandgemälden, inspiriert sind, zieren die Taschenkollektion. Sechs internationale Künstler wie El Mac, Mesa, Gabriel Specter oder Pierre Mornet setzten damit das von Miuccia Prada vorgegebene Fashionthema um: «Feminity, Representation, Power und Multiplicity», sprich Weiblichkeit, Repräsentation, Macht und Vielfalt. Was nach einer feministischen Seminararbeit tönt, zeigt sich energiegeladen, fantasievoll und farbenfroh in kompakten Henkeltaschen. Damit kündigt Prada gleich einen weiteren Trend an: Die Grösse der Bags schrumpft. Die geräumige Wühltasche, in der zuweilen der ganze Haushalt mitgetragen wurde und alles wie im Bermudadreieck verschwand, weicht jetzt kleineren und handlichen Modellen. I.S.



SOUND

Ohren auf!

Aus dem iPhone-Verstärker von en&is wummert klarer Sound. Das «Megaphone» aus Keramik umschmeichelt anspruchsvolle und designaffine Ohren. D.B.

«Megaphone», 240 bis 750 Franken, www.enandis-shop.it



Flower Power

BLÜTEN, BEEREN
UND KRÄUTER AUS
ALLER WELT SIND
DIE SCHÖNMACHER,
DIE NACH NEUESTEN
WISSENSCHAFTLICHEN
ERKENNTNISSEN
ZU LUXURIÖSEN
PFLEGEPRODUKTEN
VERARBEITET WERDEN

TEXT ISABELLE STÜSSI UND SILVIA AESCHBACH

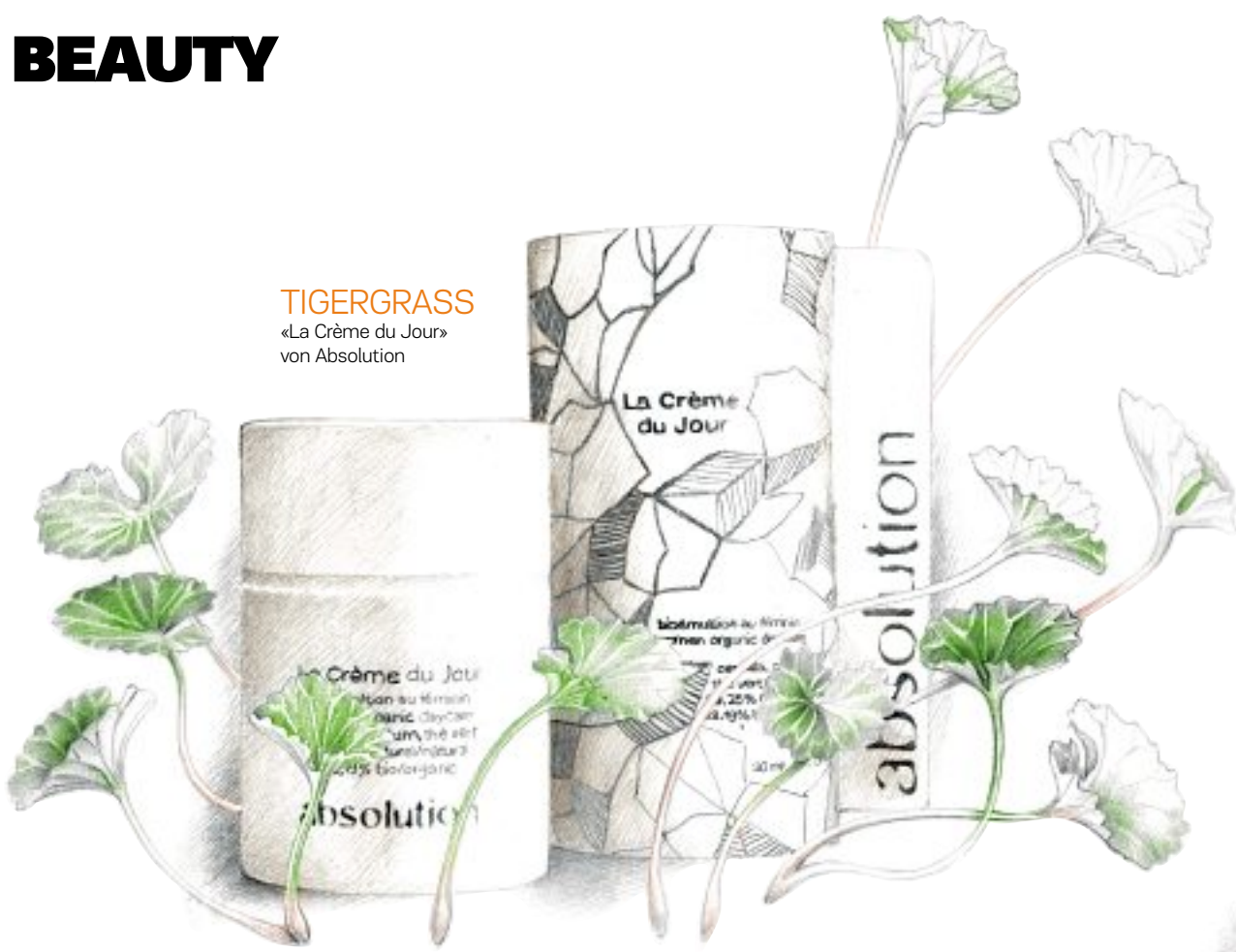
ILLUSTRATIONS FLORENCE GENDRE/CAROLINE MARÉCHAL

DAS OURIKA-TAL liegt wie eine grüne Oase auf 1400 Metern über der Wüstenebene Marokkos. Im Südwesten erstreckt sich erhaben das Atlasgebirge. Das umtriebige Marrakesch liegt weit entfernt. Die Sonne strahlt, es ist 19 Grad an diesem Novembertag. Ein Teppich aus geernteten violetten Safranblüten entzückt das Auge. Die Blüten werden in den Hochebenen des Atlasgebirges angebaut, wo die Pflanze von der Bodenzusammensetzung über die Regenmenge bis hin zu den Temperaturen beste Bedingungen genießt. Mit flinker Hand lösen einheimische Frauen die Stempelfäden. Es braucht rund 150 Safranblüten für ein Gramm des «roten Golds». «Or rouge» nennt sich auch Yves Saint Laurents neue Premium-Hautpflegelinie, die hier vorgestellt wird.

Safran gilt als einer der teuersten Pflanzenstoffe der Welt. Er ist seit Jahrtausenden nicht nur als kostbares Gewürz, sondern auch für seine heilenden Kräfte bekannt. «Safran enthält starke Antioxidantien und entzündungshemmende Stoffe, welche die Haut schützen und ihre Reparaturfunktionen unterstützen», sagt Chris Kilham, der als Ethnobotaniker die Kraft der Heilpflanzen aus aller Welt erforscht.

Aber nicht nur bei YSL wird auf die Kraft von Pflanzen gesetzt, gleich eine Reihe luxuriöser Beauty-Marken lanciert dieses

TIGERGRASS
«La Crème du Jour»
von Absolution



SAFRAN
«Or Rouge» von
Yves Saint Laurent
(ab März im Handel)



Frühjahr neue Anti-Aging-Produkte, die mit einem oder mehreren pflanzlichen Inhaltsstoffen werben. So bringt La Prairie die «Cellular Swiss Ice Crystal Cream» auf den Markt, die dafür sorgen soll, dass die Haut vor Klimaeinwirkungen, Schlafmangel und Stress geschützt wird. Wichtigste Ingredienzien des Produktes sind Alpenglöckchen und lila Steinbrech, die bis auf 4500 Meter Höhe blühen. Um die Eigenschaften dieser Alpenpflanzen nutzen zu können, arbeitet man bei La Prairie mit einer Schweizer Gärtnerei zusammen, die auf hochalpine Lebensformen spezialisiert ist. In Gewächshäusern mit speziellen Boden- und Klimabedingungen werden die beiden Pflanzen gezüchtet. Die Wurzeln der Edulispflanze werden bei der «Le Lift»-Creme von Chanel eingesetzt. Beim «Superdefense SPF 20 Daily Defense Moisturizer» von Clinique nützt man Gerste und Weizenkeimextrakt, während man in den Labors von Sisley auf die Aktivstoffe aus der Erbse setzt. Aus ihr wird ein Extrakt gewonnen, welches den wichtigsten Stoff in der Pflegelinie Sisley Youth bildet. Artemis nutzt schon lange die Wirkstoffe des Edelweiss und lanciert mit «Artemis Men» erstmalig auch eine Pflegeserie für den Mann.

Exklusive Naturkosmetik

Die neuesten Erkenntnisse der Wissenschaft, verbunden mit den wertvollen Inhaltsstoffen der Natur, führen immer wieder zu erstaunlichen Resultaten in der Schönheits- und Anti-Aging-Pflege. Viele Pflanzen entfalten ihre Schönheit unter schwierigsten Bedingungen – ihre Widerstandsfähigkeit inspiriert die Forscher grosser Beauty-Unternehmen. Neu entwickelte Verfahren machen es zudem möglich, Pflanzen, die in entlegensten Gebieten wachsen, in Gewächshäusern umweltschonend zu züchten. «Diese Pflanzen sind sehr anpassungsfähig und trotzen den extremsten Wetterbedingungen», sagt Kilham. Übertrage man dies auf den Menschen, bedeutet das, dass sich die Hautzellen auf die gleiche Weise schützen können.

Neben der Hightech-Beauty erlebt auch die exklusive Bio-Kosmetika einen Boom. Sie ist nicht mehr nur in Apotheken oder Reformhäusern, sondern auch in Nischenparfümerien und Concept-Stores erhältlich. Die sogenannte Naturkosmetik hat sich längst vom angestaubten Birkenstock-Image der 1980er-Jahre losgesagt. Unlängst haben diese Produkte auch die Department-Stores der Metropolen erobert, wie beispielsweise auch der Lifestyle-Corner von Globus in Zürich zeigt. «Wir spüren bei

Das veraltete Credo, Chemie löse alle Probleme, ist überholt

unseren Kunden vermehrt ein Bedürfnis nach natürlichen Ingredienzien», sagt Kathrin Wilhelm, Senior Buyer Perfume & Cosmetics bei Globus. Für das gesundheitsbewusste und nachhaltige Leben ist es eben nicht nur wichtig, zu wissen, was man isst, sondern auch, welche Produkte und Inhaltsstoffe man auf die Haut lässt. «Die Beautykonzerne nutzen die klassischen Marketingtools, um zu erfahren, was die

Kundenzielgruppen bewegt, und richten ihre Produktentwicklungen daran aus», sagt Bettina Seehawer, Initiantin und Gründerin von On Beauty, der internationalen Messe für Premium-Naturkosmetik in Frankfurt, die dieses Jahr zum zweiten Mal durchgeführt wird. «Die aktuelle Tendenz zu pflanzlichen Stoffen ist als eine Weiterentwicklung des aktuellen Naturbewusstseins zu verstehen, das jetzt auch vom Highend-Bereich aufgegriffen wird», sagt Seehawer.

Längst hat in den grossen Beauty-Laboratorien ein neuer Geist Einzug gehalten: «Das veraltete Credo, Chemie löse alle Probleme, ist überholt», sagt Chris Kilham. Dies zeige auch die Entwicklung von «Or Rouge». Der kosmetologische Schatz des neuen Produkts liege in den Stempelfäden der Blüte: «Sie enthalten den wertvollen Stoff Crocin, der eine hohe Konzentration an Glykanen aufweist – die Bausteine der Haut», sagt Kilham. Glykane sind für die Kommunikation und den Stoffwechsel der Zellen sowie für die Zusammensetzung und Struktur des Bindegewebes verantwortlich. Da mit dem Alter der Glykangehalt



EDELWEISS
«Artemis Men» von
Artemis of Switzerland



GERSTE & WEIZEN

«Superdefense SPF20 Daily Defense Moisturizer» von Clinique



OPILIA & LONGOZA

«Capture Totale Dreamskin» von Christian Dior

in der Haut zurückgeht, verliert die Haut an Struktur und Vitalität: «Wir haben entdeckt, dass ein einziger Glykan-Zellrezeptor mit zunehmendem Alter nicht nachlässt. Er kann seinen Informationstransfer unverändert bewahren», sagt Bruno Bernard, Forschungsbeauftragter bei L'Oréal. «Unsere Forschung zeigte, dass nur das spezifische Crocin aus dem Safran eine Affinität zu diesem spezifischen Glykan-Rezeptor aufweist.»

Heute kennt fast jeder die indische Heillehre Ayurveda oder TCM, die Traditionelle Chinesische Medizin. Die europäische Klostermedizin, die als ein Ursprung der Pflanzenstudien gilt, ist dagegen relativ unbekannt. Da Klöster oft auch Zentrum der Wissenschaft waren, wurde ihnen häufig die Aufgabe übertragen, die Bevölkerung der Umgebung medizinisch zu versorgen. Viele Nonnen arbeiteten als Ärztinnen und Klosterapothekerinnen. Eine der wenigen Frauen, die man heute noch kennt, ist Hildegard von Bingen (1098–1179). Sie untersuchte die Heilkräfte der Pflanzen und gilt bis heute als wichtige Forscherin. Auch Entdecker wie David Livingstone (1813–1873) und Hippolyte Coste (1858–1924) hatten eine grosse Bedeutung bei der Pflanzenforschung. Zu ihren Zeiten galt die blosse Entdeckung einer neuen Art als Heldentat, noch grösser war der Erfolg, wenn es gelang, eine der Pflanzen unbeschadet und in gutem Zustand nach Europa einzuschiffen.

Wirkungsvolle Pflanzen

Nicht ganz so abenteuerlich wie bei den damaligen Expeditionen ging es bei der Entdeckung des schwedischen Arztes Atti-La Dahlgren in Bhutan zu und her. Der Gründer der jungen Schweizer Luxus-Hautpflegefirma Reedem lancierte 2012 zwei Produkte «Redeem Tc» und «Redeem Edelwhite», die auf dem Pflanzenstoff der orchideenähnlichen Blume Epiphyte basiert. Dahlgren sollte das Gesundheitssystem in Bhutan untersuchen, als er auf seiner Reise den Abt eines buddhistischen Klosters kennen lernte. Der mit der alten Heilkunde Bhutans vertraute Mönch zeigte Dahlgren die Epiphyte, eine mehrfarbige Blume, die die Lokalbevölkerung Olahze nennt: «Sie wird von den Einwohnern für Verbrennungen eingesetzt», sagt Dahlgren. Die Epiphyte wächst nur in einem äusserst eingegrenzten Waldgebiet und kann nur einmal im Jahr geerntet werden. Im Oktober öffnet sie die Blüte für gerade mal zehn Tage, und sie muss dann von Hand gepflückt werden.

Die Regierung Bhutans erlaubte Dahlgren,

eine Probe der Pflanzen in die Schweiz auszuführen, um sie zu untersuchen: «Im Labor stellten wir fest, dass die in der Blume enthaltenen Stoffe sehr grosse regenerative und schützende Wirkung auf die Haut haben», sagt Dahlgren, der an der Universität Genf ein Forschungsprojekt an der Abteilung für Internationale und Humanitäre Medizin leitet. Mittlerweile gilt Redeem als Insidertipp und kommt unter anderem auch in den Schönheitskliniken wie Esthétique médicale in Genf oder in Luzern bei Bellemedic zum Einsatz. Hier werden die Redeem-Produkte eingesetzt, um Botox-Behandlungen zu unterstützen oder helfen beispielsweise nach einer Laserbehandlung, eine unregelmässigen Pigmentierung zu normalisieren. «Die Regierung erteilte uns schliesslich die Erlaubnis, die Blüten exklusiv zu exportieren», sagt der Reedem-Gründer nicht ohne Stolz. Es ist allerdings nicht möglich, die Pflanze zu züchten, weshalb für ihn die Nachhaltigkeit wichtig ist: Ein Teil des Erlöses jedes verkauften Produkts fliesst in zwei Fonds, die der Bevölkerung Butans zugutekommen.

Doch nicht nur neue Firmen, auch traditionellere Unternehmen wie Dior setzen auf Pflanzenwirkstoffe. Seit 1992 beschäftigt sich der Konzern mit der Ethnobotanik und baut mittlerweile in weltweit acht Gärten Blumen an. So gilt der Dior-Garten in Koro in Burkina Faso als Wiege für die Opilia. Der zartgrüne Strauch blüht nur zweimal jährlich nach monatelanger Dürrezeit. Sein Extrakt kommt im neuen Pflegeprodukt «Capture Total Dreamskin» zur Wirkung. Zweimal im Jahr werden die Blätter von den Dorfbewohnern von Hand geerntet. 100 Kilogramm werden ins französische Bergerac verschickt, wo sie auf umweltschonende Weise und in der Art der Koro weiterverarbeitet werden. Auf die Kraft der Rosen setzt man bei Lancôme. 1973 kreierte ein Rosenzüchter ein besonders schönes, üppiges und widerstandsfähiges Exemplar. Die Wissenschaftler der Lancôme-Labors entdeckten ihr Schönheitsgeheimnis, das in ihren Stammzellen steckt, und integrieren es in eine Pflegeform. Jedes «Absolue L'Extrait»-Töpfchen enthält rund zwei Millionen Stammzellen, die der Haut neue Lebenskraft verleihen sollen.

In Zukunft wird die Kombination von modernen wissenschaftlichen Erkenntnissen und alten Lehren in neuen, raffinierteren und effizienteren Produkten münden. Der aktuelle Trend zu botanischen Inhaltsstoffen führt uns allerdings auch unsere Verantwortung, die wir gegenüber der Natur tragen, vor Augen. ●



«Pflanzenstoffe sind fundamental für den Körper»

Ob im Amazonas oder im malaysischen Dschungel, der Amerikaner Chris Kilham ist als Mediziner und Ethnobotaniker unentwegt auf der Suche nach neuen pflanzlichen Wunderstoffen.

Was macht ein Ethnobotaniker?

Ich studiere die Beziehungen zwischen Pflanzen und Menschen und suche für Kosmetik- und Pharmaunternehmen nach neuen Inhaltsstoffen. Ich bin auf medizinische und kosmetologische Pflanzen spezialisiert, die in indigenen Völkern eine lange Tradition haben.

Welche Pflanzen untersuchen Sie zurzeit?

Pflanzen aus dem Amazonas. Sie sind für die Bewahrung jugendlicher Haut interessant, so die ölhaltigen Früchte Buriti und Ungururahui. Zudem will ich nach Malaysia, um das Bittereschengewächs Tongkat Ali zu erforschen.

Die Hightech-Kosmetikindustrie setzt vermehrt auf pflanzliche Stoffe. Weshalb?

In den 1960er-Jahren dachte man, dass die Chemie alles besser könne. Damals wurden rein synthetische Stoffe verwendet. Offen gesagt, taugen sie zwar als Konservierungsmittel, sonst funk-

nieren sie aber nicht. Pflanzenstoffe sind aber fundamental für unseren Körper. Die Natur ist die beste Chemie für den Menschen.

Yves Saint Laurent Beauté lanciert mit «Or Rouge» eine neue Luxuspflegelinie, die Safran enthält. Welche Wirkung hat das «Rote Gold»?

Der Safran aus den Hochebenen Marokkos ist eine Pflanze, die extremen Witterungen ausgesetzt ist. Das L'Oréal-Team hat herausgefunden, dass die wertvollen Stempelfäden eine hohe Konzentration an Crocin enthält, das eine hohe antioxidierende, Stress mildernde und entzündungshemmende Wirkung hat und den Alterungsprozess aufhält.

Welche Pflanzenextrakte könnten für die Zukunft besonders interessant werden?

Biologisch aktive Stoffe aus dem Meer, die entzündungshemmend oder antioxidativ wirken, sind besonders spannend.

MYROTHAMNUS

«Crema Nera Extrema» von Armani



Gesund und stark:
Männer pflegen
ihre Haarpracht
mit speziell für sie
kreierten Produkten.



Weihrauch für den Kopf

DIE ZEITEN, IN DENEN sich Männer im Badezimmer grosszügig an den Shampoos ihrer Frauen vergriffen, sind vorbei. Speziell für die Pflege von Männermähnen abgestimmte Produkte erobern den Markt, bei deren Inhaltsstoffen auf Substanzen wie Bier, Taurin und Koffein gesetzt wird. Durchschnittlich achtmal pro Jahr besuchen Männer den Coiffeur – das sind zwei Besuche mehr als bei den Frauen. Das hat der Entwicklung neuer Haarprodukte Auftrieb verliehen, aber auch das Bedürfnis nach Herrensalons wachsen lassen. Der Beruf des Barbiers wird wieder populär. Denn lange waren Männer die Stiefkinder des Geschäfts: «Alle dachten, ich sei verrückt», sagt Eddine Belaid, der vor drei Jahren den Barber Shop in Zürich eröffnet hat. Heute läuft dieses Geschäft so gut wie sein Damensalon. Alles bloss Marketing? Nicht



Rundum männlich:
Inhaltsstoffe, Produk-
namen und Design.

nur, so Belaid. «Die Industrie hat zwar kaufkräftige Kunden entdeckt, die die Produkte grosszügig brauchen. Die meisten Shampoos zielen aber auf die Pflege der Kopfhaut ab.» Die Kopfhaut, die Problemzone der Herren, ist dicker und kann doppelt so viel Öl wie bei Frauen produzieren. Dies macht sie anfälliger für Irritationen. «Darum muss ein Herrenshampoo die Kopfhaut beruhigen, das Haar pflegen und Rückstände von Stylingprodukten entfernen», sagt Aveda Artistic Director Bastian Casaretto. Andere Ansprüche haben die Männer auch an die Aromen: Minze, Weihrauch und Leder sind gefragte Duftnoten. Dennoch, so Belaid, müsse ein solches Produkt qualitativ hochwertig sein. Sonst würde wohl kaum ein Mann viel Geld für ein Shampoo ausgeben. Im Badezimmerregal wird Frau also bald etwas mehr Platz abtreten müssen. ☉

TEXT ISABELLE STÜSSI

Exklusive Neuheiten

DIESE MEISTERWERKE GEHÖREN ZU DEN FAVORITEN DES GENFER UHRENSALONS

TEXT MATHILDE BINETRUY, RENATA LIBAL, ISABELLE MERCIER

Hommage an Darwin

Korrosionsschutz Oktober 1835. Charles Darwin wirft Anker vor den Galapagosinseln, wo er später seine wichtigen Erkenntnisse über die Artenvielfalt gewinnen wird. Zu seinen Ehren lanciert IWC Schaffhausen eine besondere Hightech-Taucheruhr aus Bronze. Die Uhr hat eine widerstandsfähige, robuste Bronzelegierung, wie sie schon zu Darwins Zeiten beim Schiffbau verwendet wurde. Der Bronzeton findet sich auch als Leuchtmasse auf Zeigern, Indizes und der Viertelstundenskala wieder. (1) «Aquatimer Chronograph Edition «Expedition Charles Darwin»» von IWC Schaffhausen, mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug, 44 mm Durchmesser, aus Bronze (Armband mit neuem, patentiertem Schnellwechselsystem, auch aus schwarzem Kautschuk)

Strahlende Farbe

Türkisfarbenes Zifferblatt Diese Uhr entstand durch die Zusammenarbeit zwischen dem renommierten Uhrmacher Parmigiani aus Fleurier und dem Mailänder Juwelier Pomellato und vereint die Spitzenleistungen beider Häuser in einer Kreation. Das Modell «Tonda» stand Pate für Uhrwerk und Gehäuse, während das türkisfarbene Zifferblatt und die Zeiger aus der Feder der Schmuckdesigner stammen. Das Ergebnis: ein Meisterwerk mit dem Besten aus zwei Welten. (2) «Tonda Pomellato» von Parmigiani Fleurier, mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug, 39 mm, in Türkis und Roségold mit 112 Diamanten

Links und rechts

Modell für Linkshänder Ein Klassiker in neuem Look, mit dem typischen Zifferblatt der Marke und einer ungewöhnlichen Ausstattung: Diese Uhr ist zwar für Linkshänder konzipiert, gefällt aber auch Rechtshändern, die sich sonst an der voluminösen Aufzugkrone stören. Panerai hat die Version für Linkshänder ursprünglich auf Anfrage der italienischen Marine entworfen, da die Offiziere auch einen Kompass und einen Tiefenmesser am Handgelenk tragen mussten. (3) «Luminor Left-Handed 3 Days» von Panerai, Kaliber P. 3000, 47 mm Durchmesser, zwei Federhäuser, wasserdicht bis 100 Meter

Handwerkliche Finesse

Perlen über Perlen Seit mehreren Jahren präsentiert die Genfer Uhrenmanufaktur Vacheron Constantin ihr kunsthandwerkliches Wissen in limitierten Damenkollektionen. Diese Uhr hat einfach alles: ein filigranes Uhrwerk und ein Zifferblatt mit einem gravierten, abgerundeten Motiv und unzähligen kleinen Perlen. Als Vorbild gilt die Architektur des Osmanischen Reichs. (4) Kollektion Fabelhafte Ornamente, Métiers d'Art von Vacheron Constantin, 37 mm, Weissgold mit Perlmutterzifferblatt, Goldgravuren und Perlen

Funkelndes Material

Tourbillon aus Chrom In den 1980er-Jahren verwendet Audemars Piguet zum ersten Mal Keramik. Die Krönung dieser Entwicklung ist das Modell «Royal Oak Concept GMT Tourbillon», bei dem selbst im Innern des Uhrwerks Keramik zum Einsatz gelangt und dessen obere schwarze Brücke des Kalibers 2913 durch eine Brücke aus weisser Keramik ersetzt wird. Eine technische Meisterleistung, die nichts von ihrem Charme eingebüsst hat. (5) «Royal Oak Concept GMT Tourbillon» von Audemars Piguet, Uhrwerk mit Handaufzug, Tourbillon und doppeltem Federhaus, 44 mm Durchmesser, aus Titan

Für die Reise

Hier und da In Erinnerung an den Globetrotter Pierre Arpels fordert Van Cleef & Arpels die Zeitzonen heraus. Am Steuer: ein mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug aus dem Genfer Uhrenatelier Agenhor, das auf der Doppelanzeige springende Stunden und retrograde Minuten verkündet. Mit ihrer klaren Linie und dem Steppstich in der Mitte des Zifferblattes bleibt die Uhr der Ästhetik der Marke treu. (6) «Heure d'ici & Heure d'ailleurs» von Van Cleef & Arpels, mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug, 42 mm Durchmesser, in Weissgold

Sportlich chic

Unterwasserwelt Erstmals begibt sich Cartier unter Wasser und bietet eine maskuline Taucheruhr an. Die typischen und eleganten Elemente des Hauses – wie die römischen Ziffern und die drehbare Lünette – sind aber trotzdem erkennbar. Dank der Zeiger und der Anzeige zur Überwachung der Tauchzeit, die mit grüner Superlumina beschichtet sind, ist man für die Tiefen der Meere gewappnet. (7) «Calibre de Cartier Diver» von Cartier, mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug, 42 mm Durchmesser, Gehäuse aus Stahl oder Roségold mit Kautschukarmband

PORTRÄT

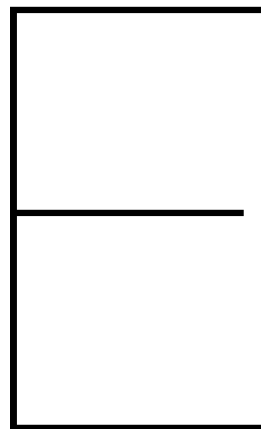


**Voller
Passion
Der Make-up-
Artist der
Stars François
Nars langweilt
die perfekte
Schönheit**

TEXT KATRIN ROTH



Das deutsche Topmodel Toni Garrn ist das Aushängeschild der neuen Frühlingskollektion.



ES GIBT DAS GERÜCHT, dass François Nars den Standort jeder einzelnen der 1600 Palmen überprüfte, die er einst auf seiner paradiesischen, drei Hektaren grossen Insel Motu Tane in Französisch-Polynesien im Pazifischen Ozean pflanzen liess. Ob sich die Geschichte tatsächlich genau so zugetragen hat, spielt letztlich keine Rolle, denn sie ist in jedem Fall ein gutes Beispiel für den ästhetischen Anspruch des Creative Director der gleichnamigen Kosmetikfirma, die er im Jahr 2000 dem japanischen Beautykonzern Shiseido verkaufte. Dabei folgt Nars seinen ganz eigenen Gesetzen der Perfektion, die sich nicht immer mit den gängigen Idealen decken. Seine Kampagnenbilder zeigen stets Frauen mit «Ecken und Kanten». Er wolle wegkommen vom Bild der «überretouchierten, überplastifizierten Blondinen mit den blauen Augen», sagte der Franzose, der alle seine Models persönlich aussucht. Und sie für die Aufnahmen auch selber schminkt, in Szene setzt – und ablichtet: Ursprünglich machte der 56-Jährige die Bilder selber, um damit das Geld für einen Fotografen zu sparen («Ich hatte kein Budget und dachte, was solls, gebt mir eine Kamera!»). Und heute ist mithilfe prominenter Fotografen wie Richard Avedon, Irving Penn oder Steven Meisel aus dem Amateur Nars selbst ein Profi geworden, der den eigenen, hohen Anforderungen am besten gerecht wird.

François Nars, vor genau 20 Jahren gründeten Sie Ihre eigene Schminklinie. Was war passiert, dass ein erfolgreicher Make-up-Artist wie Sie plötzlich die Seiten wechselte?

Ich war frustriert vom bestehenden Angebot an Make-up-Produkten – und so führte eines zum anderen.

Woher hatten Sie das technische Wissen, wie man Kosmetikartikel herstellt?

Ach wissen Sie, nach all den Jahren als Make-up-Artist kannte ich die Stärken und Schwächen sämtlicher Kosmetikunternehmen. Um eine eigene Kollektion zu entwickeln, habe ich mir einfach von allen Firmen die besten Produkte als Vorbild genommen – und es noch besser gemacht. (lacht)

Mit grossem Erfolg, wie der Blick auf das mittlerweile sehr umfangreiche Sortiment von Nars zeigt. Woher nehmen Sie die Ideen für neue Produkte?

Das kommt ganz darauf an. Zum aktuellen Frühlingslook etwa hat mich die Farbe Pink in all ihren Schattierungen inspiriert, die Kollektion davor ist eine Hommage an die Bilder des französischen Fotografen Guy Bourdin aus den 1960er-Jahren, dessen Werk mich massgeblich beeinflusst hat.

Was macht das Werk Bourdins aus?

Vor allem seine Werbeaufnahmen für die französische «Vogue» haben mich bereits als Kind extrem fasziniert. Ich war begeistert von der Art, wie er die Models inszenierte, vom Make-up, von den Posen, einfach von allem. Letztlich waren es Bourdins Bilder, die mich dazu bewogen, Make-up-Artist zu werden.

Sie wussten also bereits sehr früh, was Sie werden wollten. Was sagten Ihre Eltern zu diesem eher aussergewöhnlichen Berufswunsch?

Die Überraschung hielt sich in Grenzen, zumal sie ja schon länger wussten, dass ich lieber mit Pinseln und Farben als mit einem Fussball hantierte. Sie hatten darum kein Problem damit. Im Gegenteil: Meine Mutter stand mir sehr oft Modell, wenn ich etwas mit Make-up ausprobieren wollte. Und das, obwohl sie es nicht nötig hatte. Sie ist nämlich eine ausgesprochen natürliche Schönheit. Aber für mich war das eine gute Möglichkeit zum Üben, und, wenn auch unbewusst, um meinen Eltern zu zeigen, wie ernst ich es meinte mit meinen Karriereplänen als Make-up-Artist.

Offenbar hat sich die Überzeugungsarbeit gelohnt?

Grundsätzlich ja. Allerdings, und das war für mich ein wahrer Albtraum, bestanden meine Eltern darauf, dass ich vor der Ausbildung zum Make-up-Artisten am Institut Carita in Paris zuerst einen ordentlichen Schulabschluss absolviere. Es war die Bedingung für ihre finanzielle Unterstützung. Rückblickend finde ich das natürlich auch sehr gut, aber damals bin ich fast verzweifelt an dieser Erziehungsmaßnahme.



MALEREI

OBEN LINKS Talentiert: Eine Skizze von François Nars für seine aktuelle Frühlingskollektion 2014.

OBEN Auffallend: Der Eyeliner «Khao San Road Larger Than Life» sorgt für einen starken Augenaufschlag.

LINKS Exklusiv: Der Blush «The New Edge of Pink» aus der Kollektion Final Cut ist in der Schweiz nur im Bon-génie Grieder erhältlich.

UNTEN Perfektionist: François Nars vor Schaubeginn der Herbst/Winterkollektion 2013 von Designer Marc Jacobs.

Welche Werte haben Ihre Eltern Ihnen sonst noch vermittelt?

Ehrlich gesagt, habe ich mir das gar noch nie so überlegt. Meine Mutter und mein Vater sind extrem liebevolle Menschen, sie sind grosszügig und grossherzig. Vor allem sind sie aber sehr lustige Personen! Sie waren es auch, die mir schon früh den Zugang zur Kunst vermittelten, indem sie sich mit mir alte Filmklassiker und unzählige Kunstbücher aus ihrer riesigen Bibliothek ansahen. Das alles hat mich geprägt und zu der Person gemacht, die ich heute bin, menschlich wie beruflich.

Wer hat Sie sonst noch beeinflusst bei Ihrem Werdegang?

Unter anderem der französische Visagist Oliver Echaudemaison, der mich nach meiner Ausbildung als Assistent anstellte und mir damit den Einstieg in die Branche ermöglichte. Und dann gibt es noch die Moderedaktorin Polly Mellen, die in den 1980er-Jahren bei der amerikanischen «Vogue» arbeitete und mich zum Umzug nach New York überredete, weil sie dachte, dass meine Chancen als Make-up-Artist dort besser wären.

Ihre Mentorin sollte recht behalten, in Amerika ging es richtig los mit der Karriere, oder?

Ja, irgendwie schon. *(lacht)*

Das scheint jetzt etwas sehr tief gestapelt. Immerhin konnten Sie schon bald nach Ihrer Ankunft in New York Supermodels wie Iman oder Jerry Hall für Modestrecken in Hochglanzmagazinen wie «Harper's Bazaar», «Vogue» oder «Elle» schminken. Und wenig später kamen auch Designer wie Karl Lagerfeld, Valentino oder Marc Jacobs, die Sie für ihre Shows buchten.

Ja, das war eine fantastische Zeit, in der ich die tollsten Menschen getroffen und extrem viel über Make-up gelernt habe.

Zum Beispiel, wie neue Trends entstehen?

Wissen Sie, ich halte grundsätzlich nichts von Trends, sondern sage den Frauen immer, sie sollen ihren eigenen Stil finden. Letztlich geht es doch immer darum, seine Persönlichkeit und seinen Charakter mit dem passenden Look zu unterstreichen, sei das mit Kleidung oder Make-up.

... wobei das manchmal auch danebengehen kann, wie man immer wieder sieht. Was sind für Sie die schlimmsten Make-up-Sünden?

Wenn jemand zu viel oder die falsche Grundierung trägt. Ich empfehle darum, beim Kauf eines neuen Produktes die Farbe am Hals zu testen. Wenn Sie sich dazu in einem Raum mit natürlichem Tageslicht schminken, kann eigentlich nichts mehr schiefgehen.

Haben Sie auch einen Tipp für Frauen, die noch auf der Suche nach ihrem Stil sind?

Natürlich, das ist ganz einfach: Experimentieren Sie mit Farben und mit Texturen, bleiben Sie unbefangen, und wenn Ihnen das Resultat nicht gefällt, dann schminken Sie sich einfach ab und versuchen etwas anderes. Make-up ist keine Verpflichtung, sondern ein Spiel!

Gehört es auch zu diesem Spiel, dass Sie Ihren Produkten Namen geben wie «Love Blush», «Dolce Vita» oder «Striptease»?

Das war eher eine Grundsatzentscheidung, die ich am Anfang treffen musste: Entweder tragen meine Produkte einzelne Nummern – oder richtig gute Namen, die man nie mehr vergisst. Sei es, weil sie provozieren oder weil sie einen zum Träumen bringen.

Sie haben sich für die zweite Variante entschieden ...

... und das war gut so, denn wenn sich jetzt unsere Kunden mit Fragen oder Anregungen zu einem Artikel melden, können sie uns immer genau sagen, von welchem Produkt die Rede ist. Mit beliebigen Namen wie Cherry-Orange oder Pink-Peach wäre das viel schwieriger.

Wie heisst das beliebteste Nars-Produkt?

(lacht) Der «Orgasm Blush» ist unser absoluter Bestseller, davon geht jede Sekunde eines über den Tisch. Als ich mich für den Namen entschied, dachte ich, dass es eine gute Möglichkeit wäre, einen Orgasmus zu bekommen, indem man sich ein Wangenrouge kauft, das so heisst. Dabei habe ich niemals mit diesem Erfolg gerechnet. Rückblickend war es vermutlich die Kombination der sehr natürlichen Pigmentierung und des einprägsamen Namens, die dem «Orgasm Blush» zu Kultstatus verholfen haben.

Erinnern Sie sich noch an den Namen des ersten Make-up-Produkts, mit dem Sie je zu tun hatten?

Natürlich, sehr gut sogar. Das war der Gesichtspuder von «Caron», den meine Grossmutter immer trug. Ich liebte es, sie zu küssen, denn der Puder hinterliess ein schönes Gefühl auf der Haut und roch unglaublich gut.



Ich halte grundsätzlich
nichts von Trends.
Frauen sollen ihren
eigenen Stil finden.



Düfte sind Ihnen also wichtig?

(lacht laut auf) Wichtig? Das ist die Untertreibung des Jahres – ich bin geradezu besessen von Düften! Sie sollten mal mein Bad sehen, da stehen weit über 100 verschiedene Parfüms. Und ich benutze jedes einzelne.

Da würde es sich ja geradezu aufdrängen, dass Sie selbst auch einmal einen Duft entwickeln?

Genau, und jetzt verrate ich Ihnen ein kleines Geheimnis: Ich arbeite bereits an einem Parfüm. Noch ist nichts spruchreif, aber es wird bald kommen und Ihnen so gut gefallen wie mir, da bin ich sicher.

Welches ist Ihr aktueller Favorit aus dem Nars-Sortiment?

Die Multiple-Sticks, mit denen man Farbe oder ein Glitzern auf Lider, Wangen, Lippen und Ausschnitt bringen kann. Ich bin ziemlich stolz auf diese Erfindung, denn sie ermöglicht ein Profi-Make-up ohne grossen Aufwand und entspricht damit genau dem Bedürfnis der Frauen von heute, die in möglichst kurzer Zeit möglichst gut aussehen möchten.

Dann orientieren Sie sich beim Entwickeln neuer Produkte an den Bedürfnissen Ihrer Kundschaft?

Ja, das ist eine von vielen Inspirationsquellen.

Was inspiriert Sie sonst noch?

Meine Suche nach Schönheit, das ist mein Antrieb, mein Motor.

Das müssen Sie genauer erklären.

Sehen Sie, es gibt so viel Hässliches auf der Welt, mit dem wir durch die Medien täglich konfrontiert werden. Dem versuche ich durch meine Arbeit etwas Schönes entgegenzusetzen.

Was verstehen Sie unter Schönheit?

Das ist ein abstrakter Begriff, über den man mehrere Bücher füllen könnte. Für mich ist jemand schön, der eine Persönlichkeit hat, die man spürt und sieht. Ein Mensch mit Charakter, der Stärke ausstrahlt und anders ist. Hauptsache nicht perfekt.

Warum?

Vollkommene Schönheit langweilt mich ganz ausserordentlich. ☺

**SCHÖNE
HOMMAGE**

Der Franzose Guy Bourdin revolutionierte einst mit seiner übersexualisierten Bildsprache die Modefotografie. Bourdins Bilder (hier für die französische «Vogue», 1977) haben François Nars dazu bewogen, Make-up-Artist zu werden. Ende 2013 lancierte Nars eine Holiday Collection zu Ehren des Fotografen.

ANZEIGE

Davidoff
CIGARETTES

ENJOY THE
NEW STYLE

Rauchen fügt Menschen in Ihrer Umgebung erheblichen Schaden zu. Fumer nuit gravement à votre santé et à celle de votre entourage. Il fumo danneggia gravemente te e chi ti sta intorno.

Rauchen fügt Ihnen und den Menschen in Ihrer Umgebung erheblichen Schaden zu. Fumer nuit gravement à votre santé et à celle de votre entourage. Il fumo danneggia gravemente te e chi ti sta intorno.

UNTERWEGS



Japan in
Schweden:
Entspannung
findet man auch
im japanischen
Garten des Yasuragi
Hasseludden.

10

SPIRITUELLE WELLNESS- OASEN

IN EINZIGARTIGE WELTEN
EINTAUCHEN UND SEINEN
KÖRPER UND GEIST
IN EINKLANG BRINGEN

TEXT *SILVIA AESCHBACH UND KATJA RICHARD*



1 Schweden

Yasuragi Hasseludden

Der Spirit Japan-Feeling pur. Schon bei der Ankunft im Resort wird man in einen Kimono gehüllt, den man den ganzen Tag tragen kann. Diese Unkompliziertheit ist Konzept: Der Gast kann sich ganz auf seine Bedürfnisse konzentrieren und findet in der Stille zu sich. Die tägliche, freiwillige Zen-Meditation unterstützt ihn dabei. Die typischen Baderituelle, Meditationen und Yogastunden, Teezeremonien und Massagen geben einem das Gefühl, in Japan zu sein. Das Resort ist nicht günstig, führt aber in eine einzigartige Welt des Wohlfühlens.

Der Ort Das Haus liegt nur 30 Minuten von Stockholm entfernt in einer lieblich-herben Landschaft. Ganz im Stil eines japanischen Hotels gebaut: Schlicht und ästhetisch, stört nichts Überflüssiges das Auge. Die Architektur wirkt sich auf das seelische Wohlbefinden aus: Hier kommt man nicht nur körperlich zur Ruhe.

Das Besondere Wer bei der Meditation nicht abschalten kann, dem gelingt das vielleicht beim Floating. In warmem Salzwasser schwebend, zerfließen Vergangenheit und Zukunft im stillen Nichts.

DZ ab 470 Franken, www.yasuragi.se

2 Frankreich

La Clairière Bio & Spa-Hotel

Der Spirit Rundum ist nichts als Wald. Der Blick verliert sich irgendwo im Geäst, die Gedanken folgen ganz von selbst. Die Natur ist ein wichtiger Aspekt im La Clairière. Der Wald dient als Quelle der Rückbesinnung und dazu, neue Kraft zu schöpfen und eigene Energien besser nutzen zu lernen. Ob «Pure Relaxation» oder «Detox», die speziell zusammengestellten Pauschalangebote orientieren sich an komplementären alten Heilmethoden wie der westlichen Naturheilkunde, der Traditionellen Chinesischen Medizin und Ayurveda. Sie bieten einen ganzheitlichen Ansatz mit individuellen Heil- und Entspannungsanwendungen.

Der Ort Das La Clairière im Elsass ist nicht nur ein Ort für körperliche Wellness, sondern auch Inspiration für den Geist. In der natürlichen Umgebung lassen sich neue und gesündere Lebensweisen finden und für den künftigen Alltag ausprobieren.

Das Besondere Neben Meditation, Yoga und Atemübungen bieten aktive Waldspaziergänge einen vertieften Zugang zur Natur.

DZ ab 260 Franken, www.la-clairiere.com

3 Deutschland

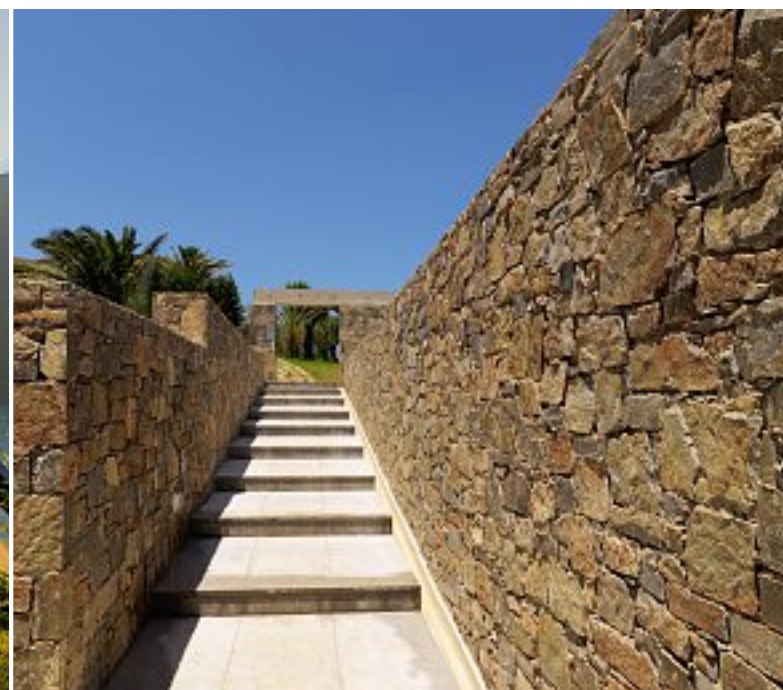
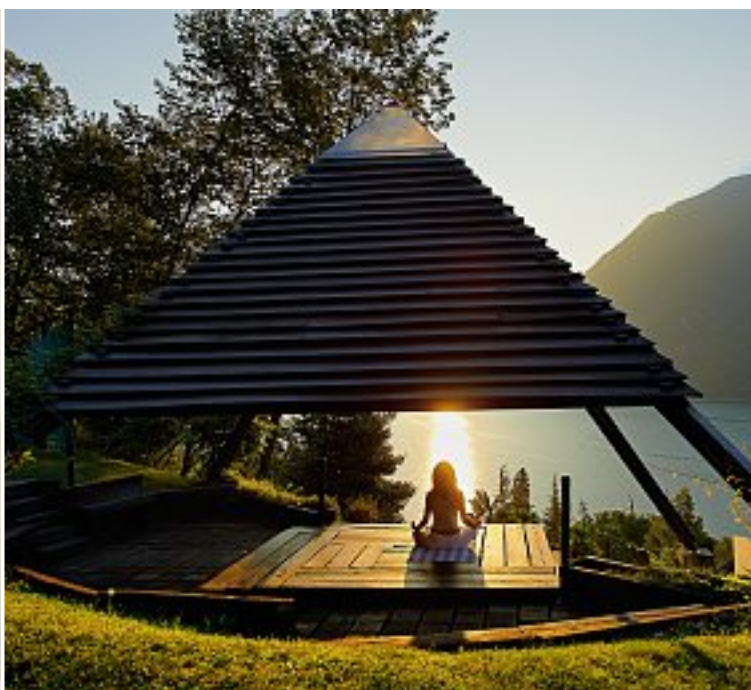
Hofgut Hafnerleiten

Der Spirit Vogelgezwitscher statt Handyempfang. Auch Fernseher und Radio sucht man vergebens. Wer hierherkommt, wählt bewusst die Abgeschiedenheit. Inmitten von üppiger Natur ist das Hofgut ein idealer Ort für Sinnsuchende oder Frischverliebte. Das Spa bietet diverse Wohlfühlzonen, in der Erdsauna, dem Ruhe- oder Farbwürfel. Zu empfehlen sind die individuell abgestimmten Massagen, etwa für «werdende Mamas» oder den «mobilen Mann». Schön ist auch ein Ausflug in die nahegelegene Thermo Bad Bimbach.

Der Ort Das Hofgut Hafnerleiten ist kein typisches Hotel, es besteht aus verschiedenen Ferien- und Themenhäusern sowie einzelnen Teich-Suiten, die sich auf dem naturbelassenen Gelände verteilen. Sie sind für einen längeren Aufenthalt gedacht. Die Themenhäuser, darunter ein Baum- und ein Seehaus, bieten Rückzug für ein romantisches Wochenende.

Das Besondere Das hoteleigene Restaurant verfügt über keine Speisekarte; es überrascht den Gast immer wieder aufs Neue mit regionalen Spezialitäten.

DZ mit HP ab 460 Franken, www.hofgut.info



4 Deutschland

Ayurveda Parkschlösschen

Der Spirit Jede Mahlzeit, jede ayurvedische Anwendung und jede Yoga-Übung wirkt und verbindet sich zu einem grossen heilsamen Ganzen. Kein anderes Haus in Europa wendet Ayurveda mit solcher Konsequenz an wie das Parkschlösschen in Traben-Trarbach. Herzstück der Behandlungen ist die Reinigungskur Panchakarma, individuell auf den Patienten abgestimmt. Die Ernährung ist ein wichtiger Aspekt der Ayurveda-Kur: Vielfältige Aromen, frische Produkte und Gourmetküche sorgen für Abwechslung und beweisen, dass der Genuss auch bei einer Kur nicht zu kurz kommen muss.

Der Ort Natürlichkeit, Spiritualität und Luxus sind im Jugendstilsschlösschen an der Mosel kein Widerspruch. Seit 20 Jahren hat sich das mehrfach ausgezeichnete 5-Stern-Haus ausschliesslich dem Ayurveda verschrieben. Das Interieur besteht aus Naturmaterialien.

Das Besondere Meditieren inmitten von 2 000 Buddhas bei Kerzenschein: Magisch ist der Besuch des Buddha-Museums. Hotelgründer Wolfgang Preuss ist begeisterter Sammler von Buddha-Statuen, die seit 2009 im nahen Museum zu besichtigen sind.

DZ ab 440 Franken, www.parkschloesschen.de

5 Italien, Parco San Marco

Lifestyle Beach Resort

Der Spirit Je höher, desto stiller ist es im Parco San Marco. Vom Privatstrand am Luganersee geht es über mehrere Terrassen hoch bis zum Meditationspavillon. Hier verhallt das Kindergeschrei, dafür öffnet sich eine Oase der Ruhe mit Blick auf See und Berge. Individuelle Erholung mit der Familie ist im Parco San Marco kein Widerspruch. Möglich machen das klar getrennte Zonen für Kinder und Erwachsene und gemeinsame Familienzeiten im Wellnessbereich.

Der Ort Die Ferienanlage am Südhang ist nur zwölf Kilometer von Lugano entfernt. In der subtropischen Parklandschaft verteilen sich 111 Suiten, vier Restaurants, Spa, Erwachsenenpool und Kinderparadies. Ob Tauchen, Surfen oder Yoga, hier findet jeder etwas. Für ein fokussiertes Training bietet sich der «Predit Body-Scan» an. Mittels elektrischer Ströme wird der Körper analysiert und in einem Gespräch für ein persönliches Fitness- und Ernährungsprogramm ausgewertet.

Das Besondere Yoga gibt es hier auch für Kinder: Im «Club Bim Bam Bino» werden die Kleinsten von professionellen Betreuern umsorgt.

DZ ab 270 Franken, www.parco-san-marco.com

6 Griechenland

Out of the Blue Capsis Elite Resort

Der Spirit Eine Massage unter freiem Himmel, umhüllt vom Duft der farbenprächtigen Bougainvilleas, und das Rauschen des Meeres im Ohr. Die Wellnessbehandlungen werden ganz ins mediterrane Umfeld eingebettet. Wer sich nicht nur göttlich entspannen, sondern auch seine Bikinifigur in Form bringen will, unterzieht sich dem Ernährungskonzept des Pariser Arztes Pierre Dukan, der ganz auf Low Carb setzt. Zum Glück fällt der Verzicht auf Pasta im warmen Klima von Kreta leichter.

Der Ort Die luxuriöse Anlage erstreckt sich mit fünf verschiedenen Hotels über eine Halbinsel von 167 000 Quadratmetern. Neben normalen Zimmern verteilen sich individuell eingerichtete Suiten und private Pool-Villas in den grünen Hügeln. Umschlossen wird das kleine Paradies rundum vom türkisblauen Meer und feinen Sandstränden.

Das Besondere Gesunde Ernährung kann man sich nicht früh genug angewöhnen. Hier werden Kinder nicht mit Pommes und Würstchen abgespeist, sondern sie lernen bei einem Ernährungskurs die Vorzüge einer frischen und gesunden Küche kennen.

DZ ab 270 Franken, www.capsis.com



7 Schweiz Grand Resort Bad Ragaz

Der Spirit Sich treiben lassen und nach innen lauschen: Das 36,5 Grad warme Thermalwasser fliesst direkt von der Quelle in die Hotelanlage. Schon vor Jahrhunderten wusste Paracelsus um die Heilwirkung des Wassers aus der Taminaschlucht. Damals noch schwer zugänglich, geniesst man das heilende Wasser heute im absoluten Luxus: Marmorsäulen säumen das Bad, Swarovskikristalle verzieren das Kräuterdampfbad. Ganzheitlich entspannt fühlt man sich nach den indischen Treatments und der Sequoia-Zeremonie, bei der mit warmen Ölen und heissen Steinen massiert wird.

Der Ort Das Grand Resort besteht aus den beiden 5-Stern-Hotels Grand Hotel Quellenhof & Spa Suites und Grand Hotel Hof Ragaz. Neben der Luxushotelserie mit acht verschiedenen Restaurants und einem Medical Center ist vor allem die 7 300 Quadratmeter grosse Wellnesslandschaft einmalig.

Das Besondere Das abendliche Bad draussen im warmen Wasser der Taminatherme wird regelmässig von Musik begleitet.

DZ ab 490 Franken, www.resortragaz.ch

8 Marokko Selman Marrakech

Der Spirit Sie lassen sich streicheln wie Büsi und sind so wertvoll wie ein Ferrari: Auf den saftig grünen Kopeln der Hotelanlage weiden Araber, die teuersten Pferde der Welt. Zum Reiten stehen die wertvollen Tiere nicht zur Verfügung, aber sie freuen sich über Zuwendungen und verleihen der neuen Luxusanlage Herz und Seele. Wie sehr die marokkanische Besitzerfamilie des Hotels in die Tiere vernarrt ist, zeigen die Schwarzweissaufnahmen, welche die Flure zieren.

Der Ort Nach dem Lärm und Staub in den Souks von Marrakesch scheint die Stille im Selman beinahe unwirklich. Der französische Stararchitekt Jacques Garcia baute am Fusse des Atlas einen maurischen Palast. Zur grosszügigen Anlage gehört ein Hammam, im «Espace Vitalité Chenot» Spa gibt es die exklusiven Chenot-Behandlungen, die auf Entschlackung, Regenerierung und Gewichtsabnahme ausgerichtet sind.

Das Besondere Der 80 Meter lange Pool ist Mittelpunkt des Gartens, dank Beheizung schwimmt man hier auch im Winter seine Züge.

DZ ab 440 Franken, www.selman-marrakech.com

9 Österreich Bio-Vitalhotel & Spa Weissenseerhof

Der Spirit Wenn der Blick auf dem glasklaren See ruht, öffnen sich Herz, Geist und Seele. Dem Weissensee ist zu jeder Jahreszeit ein spezieller Zauber eigen. Das Spa-Konzept setzt auf Rituale und Wellnessbehandlungen in Einheit mit den Elementen Wasser, Feuer, Luft und Erde. Seit 2013 werden spezielle Work-Life-Balance-Seminare für den gestressten Städter angeboten. Meditation, Massagen, Akupunktur, Shiatsu und mentales Training sollen dabei helfen.

Der Ort Das 4-Stern-plus-Haus liegt direkt am Weissensee in Kärnten, auf 930 Meter über Meer. Europas höchstgelegener Badensee mit fjordähnlichem Charakter ist der Ausgangspunkt vieler Aktivitäten. Küchenchef Florian Klinger legt grossen Wert auf eine ausgewogene, biologische Küche. Die Nahrungsmittel kommen aus den hauseigenen Gärten und aus der nahen Region.

Das Besondere Die romantische Umgebung lädt zum Feiern der Hochzeit ein. Verliebte Pärchen lassen sich beim Honeymoon-Spa-Ritual verwöhnen.

DZ ab 330 Franken, www.weissenseerhof.at



Wörtlich übersetzt bedeutet **Ayurveda** Lebensweisheit oder Lebenswissenschaft und gilt als die älteste Gesundheitslehre.



Detailansicht des Tempels von Kochi im Bundesstaat Kerala, der Wiege des Ayurvedas.

10 Türkei Kempinski Hotel Barbaros Bay

Der Spirit Die Füsse im warmen Sand vergraben, der Wind streichelt zart über die Haut, ein breiter Strohschirm schützt vor der Sonne. Beinahe scheint die 5 500 Quadratmeter grosse Spa-Anlage überflüssig. Wem es hilft, Körper und Geist vollends in Einklang zu bringen, entspannt sich im Watsu-Pool und bei Treatments. Den Körper bringt man mit dem massageschnittenen Detox-Programm garantiert in Bestform.

Der Ort Ein ruhiger Privatstrand am türkisblauen Wasser des Ägäischen Meers und dennoch mitten im Geschehen. Das Nachtleben von Bodrum ist gleich um die Ecke. Der Concierge kennt die besten Restaurants und Clubs und organisiert eine Cruise in eine stille Bucht mit Gourmet-Picknick-Korb. Sonst gibt es eigentlich keinen Grund, die grosszügige Hotelanlage zu verlassen: Infinity-Pool, mehrere Restaurants und die Sundeck Bar sorgen fürs vollumfängliche Verwöhnprogramm.

Das Besondere Haustiere sind im Luxushotel willkommen. Vorausgesetzt, sie wissen sich zu benehmen und wiegen nicht mehr als acht Kilo.

DZ ab 250 Franken, www.kempinski.com/de/bodrum

Exotische Düfte, Öle, Massagen – Ayurveda verspricht Entspannung und ganzheitlichen Genuss

Dank ihres ganzheitlichen Konzeptes und des präventiven Ansatzes erlebt die ayurvedische Medizin bei uns seit 25 Jahren einen Boom. Tausende Sinnsuchende aus dem Westen pilgern in den südindischen Staat Kerala oder nach Sri Lanka, um sich einer Reini-gungskur, dem sogenannten Panchakarma, zu unterziehen. Für eine regenerierende Kur muss man inzwischen nicht mehr bis ans andere Ende der Welt reisen. Hiesi-

ge Wellnesshotels haben die Beliebtheit der ursprünglichen Heilmethode erkannt. Der Vorteil an einer Behandlung in unseren Breitengraden: Die verwendete Medizin, Öle und Nahrungsmittel stammen von hier und vertragen sich oft besser mit unserer Konstitution und unseren Bedürfnissen. Es heisst, Ayurveda sei so alt wie die Menschheit selbst. Die ältesten Schriftzeugnisse entstanden 5 000 bis 3 000 vor Christi Geburt. Somit

gilt Ayurveda als die älteste Gesundheitslehre und wird als die «Mutter der Medizin» bezeichnet. Der Schlüssel zum Verständnis des Ayurvedas liegt in den drei Grundkräften Vata, Pitta und Kapha, den sogenannten Doshas. Ziel einer Kur ist, das Gleichgewicht der Doshas wieder in Einklang zu bringen. Vata setzt sich aus den Elementen Raum und Luft zusammen, Pitta wird durch das Element Feuer geprägt, Kapha steht für Erde und Wasser. K.R.

Fabian Cancellara
Radrennfahrer
Mehrfacher Weltmeister
und Olympiasieger



Meine Welt. Meine Karte.



Auch als MasterCard
Karte erhältlich.

Der Spezialist für Kredit- und Prepaidkarten. cornercard.ch

cornercard
you first

Hightech-Sportwagen im Retro-Look

TOYS FOR BOYS



VON HANSPETER
EGGENBERGER

Liebhaber amerikanischer Muscle Cars aus den späten 1960er- und frühen 1970er-Jahren bekamen an der Detroit Auto Show im Januar feuchte Hände: Da stand doch ein brandneues Auto, dessen Design an heisse Schlitten wie den klassischen Fastback-Mustang, die legendären Dodge Challenger und Charger oder die Plymouth-Modelle GTX und Roadrunner aus jenen Jahren erinnert. Equus Bass 770 heisst das wunderschöne Retroautomobil, das jetzt zu einem Preis ab 250 000 US-Dollar bestellt werden kann. Wie der Preis andeutet, handelt es sich hier um ein sehr exklusives Ding. Der Equus wird in einer kleinen Manufaktur in Rochester Hills, einem Vorort der Motorcity Detroit, in kleiner Stückzahl von Hand gebaut. Darum können auch innen wie aussen individuelle Modifikationswünsche der Käufer berücksichtigt werden – gegen entsprechenden Aufpreis. Maximal 100 Stück des flotten Schlittens können im ersten Jahr hergestellt werden – und es lägen schon etliche Bestellungen aus dem Nahen und dem Fernen Osten vor, heisst es. Das Interieur erfreut die Sinne mit viel Leder und etwas Chromstahl. Sechs Jahre habe man an der Entwicklung gearbeitet,



Sieht aus wie ein Klassiker, ist aber brandneu: der Equus Bass 770.

sagt Equus-Pressesprecher Michael Oualid: «Wir haben ein eigenes Aluminiumchassis und eine Aluminiumkarosserie mit Carbonbeschichtung entwickelt.» Das macht das knapp fünf Meter lange und fast zwei Meter breite Coupé relativ leicht: Mit 1650 Kilo wiegt der Equus etwa eine halbe Tonne weniger als vergleichbare Autos. Das macht ihn auch schneller. Unter der Haube steckt der 6,2-Liter-Kompressor-V8, den

General Motors für die Corvette ZR1 entwickelte. Er leistet fast 650 PS und beschleunigt den Equus Bass 770 in 3,5 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Topspeed: 200 Meilen – das sind mehr als 320 km/h. Und was bedeutet die Zahl 770 in der Bezeichnung des Modells? 770 Kubikzentimeter misst der Hubraum – von jedem einzelnen der acht Zylinder natürlich.
www.equus-automotive.com

FOTOS: ILLUSTRATIONS ANDRÉ GOTTSCHALK, PD

ANZEIGE

www.citroen.ch
CITROËN empfiehlt TOTAL

LUXUS, HYBRID UND ALLRAD



CITROËN DS5
HYBRID4
Faubourg Addict
ÉDITION LIMITÉE

- › Diesel-Vollhybrid-Motor 200 PS
- › Allradantrieb, CO₂ 85 g/km
- › Ledersitze mit Massagefunktion
- › Cockpit-Dach im DS-Design
- › Navigationssystem, 7" - Touchscreen
- › Rückfahrkamera

Premium Leasing mit **5 Jahren** Garantie

Fr. **419.- / Monat**

Citroën DS5 ab Fr. **29'350.-**



© HAWAS WORLDWIDE GENEVE

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

Die Angebote gelten für alle zwischen dem 1. Januar und dem 28. Februar 2014 verkauften Fahrzeuge. Angebote gültig für Privatkunden; nur bei den an der Aktion beteiligten Händlern. Empfohlene Verkaufspreise. Citroën DS5 Hybrid4 200 ETG6 Faubourg Addict, Verkaufspreis Fr. 57'900.-, Cash-Prämie Fr. 4'000.-, Eintauschprämie Fr. 2'000.-, Fr. 51'900.-, Verbrauch gesamt 3,3 l/100 km; CO₂-Emission 85 g/km; Treibstoffverbrauchs-kategorie A. Premium Leasing 2,9%, 60 Monatsraten zu Fr. 419.-, 10'000 km/Jahr, Restwert Fr. 16'784,15, erste Rate um 30% erhöht. Effektiver Jahreszins 2,99%. Angebot nur in Verbindung mit dem Abschluss des Garantieverlängerungsvertrags EssentialDrive (2 Jahre Werksgarantie, 3 Jahre EssentialDrive-Garantie). Unter Vorbehalt der Genehmigung durch Citroën Finance, Division der PSA Finance Suisse SA. Schlieren. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt. Vollkaskoversicherung obligatorisch. DS5 1.6 e-HDi 115 Airdream ETG6 Chic, Verkaufspreis Fr. 34'850.-, Cash-Prämie Fr. 3'500.-, Eintauschprämie Fr. 2'000.-, Fr. 29'350.-, gesamt 4,3 l/100 km; CO₂ 112 g/km; Kategorie A. Abgebildetes Modell mit Optionen: Citroën DS5 1.6 THP 200 6-Gang-Manuell Faubourg Addict, Verkaufspreis Fr. 49'250.-, Cash-Prämie Fr. 4'000.-, Eintauschprämie Fr. 2'000.-, Fr. 43'250.-, gesamt 6,7 l/100 km; CO₂ 155 g/km; Kategorie E. Eintauschprämie in Höhe von Fr. 2'000.- nur gültig bei Übernahme eines Fahrzeuges, das seit mindestens sechs Monaten auf den Namen des Kunden zugelassen ist. CO₂-Durchschnitt aller angebotenen Fahrzeugmodelle 148 g/km.



Bixente Lizarazu

DER 44-JÄHRIGE EX-KICKER IST EIN NATURBURSCHE. WENN ER NICHT SURFT ODER SKI FÄHRT, IST ER ALS SPORT-MODERATOR UNTERWEGS

TEXT ISABELLE STÜSSI

DIE FUSSBALL-LEGENDE Bixente Lizarazu spielte für die besten Clubs und Profiligen Europas. Als Nationalspieler Frankreichs wurde er Welt- und Europameister. Seine Leidenschaft gehört noch immer dem Sport: Für das französische Radio RTL moderiert er eine Sportsendung. In seiner Freizeit ist der 44-jährige Baske oft auf Ski und auf dem Surfboard unterwegs oder vervollständigt seine Fußball-Trikotsammlung (über 500 Leibchen). Mit seinem rauen Charme rührt er nun als Markenbotschafter die Werbetrommel für die «Age Fitness Advanced-Linie» von Biotherm Homme.

Sie pflegen einen relaxten Stil. Wo kaufen Sie gerne ein?

Ich gehe selten in Läden. Aber zu meinen Basics gehören schwarze oder graue Jeans von Shams und Boots von **Paul Smith (1)**.

Wie viel Zeit brauchen Sie morgens?

Höchstens drei bis vier Minuten, duschen

und Zähne putzen nicht mitgezählt. Ich bin kein Chichi-Typ.

Was haben Sie als Sportmoderator immer mit dabei?

Meinen schwarzen Rucksack von **Quick-silver (2)**. Darin befindet sich nur das Nötigste: Pass, Portemonnaie, Mobile und Computer. Ich packe leicht, weil ich mich stets frei fühlen möchte.

Surfen ist eine Ihrer grössten Leidenschaften. Wo finden Sie die besten Wellen?

In Tahiti. Seit ich vor sieben Jahren meine Fussballkarriere an den Nagel gehängt habe, fliege ich jedes Jahr zum **Surfen (3 und 4)** da hin. Wenn man so wie ich gerne taucht, surft oder segelt, ist es ein magischer Ort, mit dem ich sehr verbunden bin.

Machen Sie ständig Sport?

Ja, ich bin wie ein Labrador und muss immer in Bewegung sein. Nach 20 Jahren im Profisport ist es eben fast zu einer Sucht

geworden. Gleichzeitig ist es aber auch mein Ausgleich.

Wo verbringen Sie Ihre Ferien?

Kürzlich war ich auf den Malediven zum **Tauchen (5)**. Oft reise ich in meine Heimat nach Saint-Jean-de-Luz im Baskenland.

In welchen Restaurants trifft man Sie, wenn Sie mal keinen Sport treiben?

Chez Margot in Cibour, im Baskenland. In Paris gehe ich ins **La Corte (6)**.

Im Juni reisen Sie für die Fussballweltmeisterschaft nach Brasilien. Ihr Favorit?

Deutschland (7) ganz klar! Brasilien, Argentinien und Spanien sind allerdings harte Konkurrenten.

Zum Schluss: Ihr Beauty-Geheimnis?

Da ich viel Outdoor-Sport treibe, achte ich darauf, dass meine Haut genügend Feuchtigkeit bekommt. Darum benutze ich schon lange Produkte von **Biotherm (8)** und ganz schön viel Sonnencreme. ☺



Make-up: Le Teint Touche Éclat BD50, Touche Éclat N°4.5, Blush Radiance N°6, Mascara Volume Effet Faux Cils Shocking N°1, Eyeliner Effet Faux Cils Shocking N°1, Vernis à Lèvres N°9, La Laque Couture N°1.



révolution
YVES SAINT LAURENT

ROUGE PUR COUTURE VERNIS À LÈVRES

LIPGLOSS? LIPSTAIN? LIPPENSTIFT?

ES IST ZEIT FÜR EINE REVOLUTION.

