

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | JUNI 2019

UHREN
PLASTIK
AUS DEM
MEER

WAX-PRINTS
Muster mit
Geschichte

ARCHITEKTUR
Marcio Kogan
sorgt für den
Durchblick

SOMMER

Accessoires,
die Lust auf
Strandspiele
machen

SonntagsZeitung



DIE ERSTE UHR AUF DEM MOND

Zum 50. Jahrestag der Mondlandung besinnt sich OMEGA jener goldenen Momente, die diesen legendären Tag bestimmt haben. Niemand erinnert sich daran so gut wie Buzz Aldrin, der eine OMEGA Speedmaster trug, als er den staubigen Boden des Mondes betrat und seine Spuren in der Geschichte hinterliess.



#MOONWATCH


OMEGA

Boutiques OMEGA:

Zürich • Genève • Luzern • Interlaken • Bern
Crans-Montana • Zermatt • Bürgenstock



DOLCE & GABBANA

light blue



#BORN TODARE

Als einer der engagiertesten Spieler seines Sports hat er Generationen von Fans inspiriert und den Fußball in aller Welt gefördert. So wurde er weit über den Fußballplatz hinaus als Unternehmer, Philanthrop und Stilikone zum Vorbild für Millionen. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen. **#BornToDare**

**BLACK BAY
BRONZE**

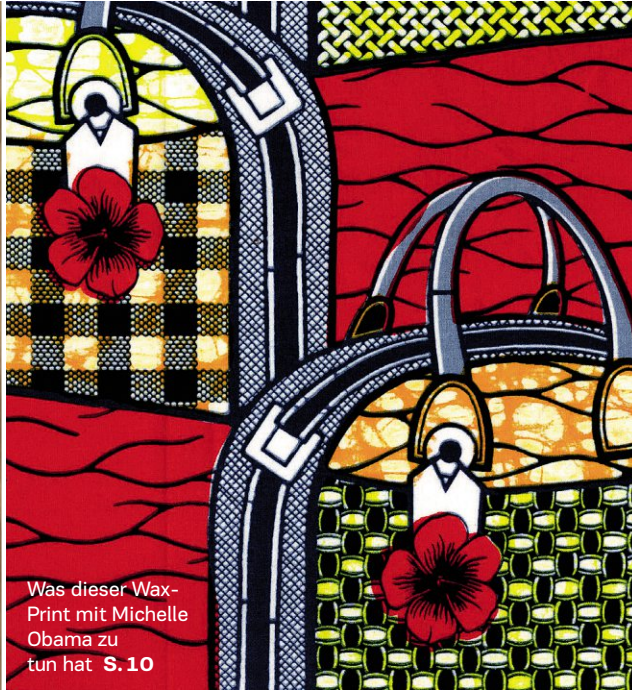


DAVID BECKHAM


TUDOR



Warum Architekt Marcio Kogan als Student Oscar Niemeyer hasste S. 12



Was dieser Wax-Print mit Michelle Obama zu tun hat S. 10



Wie man aus Edelweiss Beauty-Wirkstoffe gewinnt S. 20

Sommer | Juni 2019

THEMEN

21 Sie & Er

Tie-Dye, echt jetzt? Ja, und zwar auf Denim!

22 Uhren

Wie Plastikmüll aus dem Meer zu Luxusuhren verarbeitet wird

23 Meine Welt

Buddha-Bar-Gründerin Tarja Visan mag kosmopolitisch

RUBRIKEN

8 Favoriten: ein Wein samt Liebesgeschichte, Uhren mit durchdachtem Farbkonzept, die Biografie einer Frau mit Format... und anderes, das uns den Sommer verschönert

Accessoires für den Strand S. 16

Lila Sonnenbrille mit Strass, **Acne Studios**. Sonnenbrille Willow aus Acetat, **Chloé** (bei Bongénie Grieder). Ovale Sonnenbrille aus Acetat, **Alaïa**. Sonnenbrille aus gelbem Acetat, **Viu**. Sonnenbrille aus Acetat, **Burberry**.



COVER

Seidencarré Animapolis, **Hermès**. Mule aus Glatt- und Wildleder, **Chloé** (bei Bongénie Grieder). Tasche in Wasserballform aus Kalbsleder und vergoldetem Metall, **Chanel**. Strohhut Big Bettina mit gestreifter Schärpe, **Maison Michel**. Sonnenbrille Tchao Pantin aus blauem Acetat, **Louis Vuitton**.

FOTOS Philippe Biancotto
STYLING Léonore Noz

Unter freiem Himmel leben

GELIEBTE KISSEN, was würde meine Rückseite bloss ohne euch tun? Auf dem Sofa stützt ihr meinen Nacken, im Büro wärmt ihr mir die Nieren, im Fauteuil schmiegt ihr euch an meine Lendenwirbel... Und, seit neustem, auch auf meiner Chaiselongue in der Sonne. Und auf dem riesigen Tagesbett, das ich mir im Garten aufstellen möchte, um dort unter freiem Himmel herumzulümmeln. Jetzt übertreibt sie es langsam, finden Sie? Nicht doch. Kein Möbeldesigner, der derzeit nicht auf Openair-Komfort setzt. Wer in Einrichtungsdingen was auf sich hält, möbliert seine Aussenräume jetzt mit derselben Hingabe wie Stube, Schlafzimmer & Co. An der Mailänder Möbelmesse



Renata Libal, Chefredaktorin

im April bot ausnahmslos jeder Hersteller wetterfeste Sofas, Lampen, Deko und Teppiche (genau: Teppiche für draussen!) an, mit denen man es sich «en plein air» gemütlich machen kann. Um richtig zu Hause zu sein – einfach im Freien. Dieselbe Grenzverwischung zwischen Innen- und Aussenraum zelebriert in seinen Wohnbauten der modernistische Architekt Marcio Kogan (Interview ab S.12); unlängst hat er auch sein erstes Möbelsystem für draussen designt. Und? Muss diese neue Lust auf Natur nun mit sich bringen, dass man unterm Sternenhimmel nächtigen will? Nicht zwingend (und wenn, dann bitte mit Matratze und Duvet). Aber nehmen wir sie doch zum Anlass, bisweilen auch ein paar Mauern in unseren Köpfen zu verschieben. Umdenken wirkt schliesslich befreiend.

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage der Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche. Adressen: Tamedia AG, encore!, Werdstr. 21, Postfach, 8021 Zürich; Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne. Herausgeberin: Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne. Leiter Tamedia Publications romandes: Serge Raymond. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich). Redaktion/Produktion: Paulina Szczesniak (deutschsprachige Ausgabe), Loyse Pahud (französischsprachige Ausgabe). Layout: Géraldine Dura (Art Direction). Bildredaktion: Lucie Voisard. Mitarbeiter dieser Ausgabe: Text: Mathilde Binetruy, Laurence Desbordes, Isabel Himmel, Claudia Schmid, Paulina Szczesniak, Pieme Thomas (www.thomasvino.ch). Fotos: Philippe Biancotto. Styling: Léonore Noz. Übersetzung: Daniel Böniger, Paulina Szczesniak, Ursula Zenger. Sekretariat: Alessandra Ducret. Bildbearbeitung: Photomedia. Korrektorat: Bernd Gregorius. Druck: Swisprinters AG, Zofingen. Marketing: Florence Ruffetta. Verantwortlicher Verlagsleiter: Karim Mahjoub. Werbung Deutschschweiz: Tamedia AG, Tamedia Advertising, Werdstr. 21, 8021 Zürich, Tel. +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, www.advertising.tamedia.ch. Werbung Romandie: Tamedia SA, Tamedia Advertising, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicita.lausanne@tamedia.ch; Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), Actua Immobilier SA, CL Centre d'Impression Lausanne SA, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., LC Lausanne-cités SA, 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. Une marque de Tamedia



Das Modell «Luminous Pink» entspricht dem Farbton 4320C auf Le Corbusiers Farbpalette von 1959.

UHR

Corbusier mag Rosa

Dieser Corbusier. Man kann seine Bauten, Möbel und Theorien mögen oder nicht, eins muss man ihm lassen: Durchdacht und pionierhaft war das Ganze schon. Und was die Nachwirkung angeht, ist der Kultarchitekt ebenfalls vorn mit dabei. Nun folgt der neueste Corbu-Streich: ein posthumes Jointventure, sozusagen, mit dem Uhrenhersteller Rado. Die im Bernischen Lengnau beheimatete, auf die Entwicklung innovativer Materialien spezialisierte Traditionsfirma hat sich in Zusammenarbeit mit der Fondation Le Corbusier in Paris des Meisters Farbenlehre vorgeknöpft – und die von ihm entwickelte Architekturfarben-Palette zum

Startpunkt einer limitierten Kollektion genommen. Neun der insgesamt 63 Nuancen, die Corbu als «natürlich harmonisch» beschrieb, machen also bald in Gestalt farbiger Hightech-Keramik unsere Handgelenke schön. Obs nun was Knalliges wie «Sunshine Yellow» wird oder eher was Nüchterneres wie «Grey Brown Natural Umber», bestimmt, das wusste schon Le Corbusier, die individuelle Psychologie: «Jeder von uns», schrieb er, «wird von einer oder mehreren dominanten Farben kontrolliert». Voilà. *Paulina Szczesniak*

True Thinline Les Couleurs, Rado x Le Corbusier. 39mm, 9 Farben, je 999 Expl., 2000 Fr. Ab 30.8. in Rado-Boutiquen und z.B. bei Christ in Zürich.



MAKE-UP

Da blüht uns was

Ein perfektionierendes Serum gibt es schon länger, ab sofort gibts nun auch Puder: Ein Pinselstrich, und schon ist der Teint ebenmässig und die Haut rosig. Fans der Produkte von Terry de Gunzburg – Visagistin und, nach vielen Jahren als Artistic Director bei Yves Saint-Laurent, seit dem Jahr 2000 Inhaberin einer eigenen Beauty-Marke – wissen es: Die Französin liebt Rosen. Und, entsprechend, auf den Wangen einen Perlmuttglanz wie jenen von Rosenblättern. Die neuen By-Terry-Puder kümmern sich gleich dreifach darum: Sie schimmern in zartem Rosé, kommen als Blütenrelief daher und riechen herrlich nach Rosenöl, das der Haut Feuchtigkeit spendet. Ein Rosenstrauss to go! *Renata Libal*

Kollektion Glow-in-rose, By Terry, Brightening CC Powder, erhältlich in vier Farbnuancen, ca. 60 Fr. pro Stück.

ZUM WOHL

Nord-Süd-Beziehungen



VON **PIERRE THOMAS**

Wir erwarteten eigentlich Janine Witzig, als die Vereinigung «Junge Schweiz, neue Winzer» diesen Frühling in Luzern ihre zweijährliche Degustation durchführte. Doch statt der Mutter zweier kleiner Kinder war es ihr Lebensgefährtin, Teddy Milesi, der die Weine des Familienbetriebs Lindetropfli kommentierte. Wohlgemerkt: auf Französisch. Der Önologe aus Montpellier ist Sohn von Genossenschaftswinzern aus der Region Côtes-du-Rhône; kennengelernt hat er seine Zürcher Partnerin, die ihr Diplom in Wädenswil gemacht hat, auf dem Gut Château du Crest in Jussy GE.

Die beiden leben jetzt in Uhwiesen, in einem Haus, in dem schon Goethe nächtigte, als er am Rheinfall Inspiration suchte. Zusammen bewirtschaften sie vier Hektar Reben, bestückt mit klassischen Sorten – aber nicht nur! Besonderes Augenmerk verdient die Abfüllung «Quintus», basierend auf der Sorte Acolon, die bei uns äusserst selten anzutreffen ist. Es handelt sich um eine rote Kreuzung aus Blaufränkisch und Dornfelder, die vor rund 40 Jahren in Baden-Württemberg entwickelt wurde. Ihre Trauben reifen früh, etwa gleichzeitig mit dem Pinot Noir, der in dieser Gegend nahe der Schaffhauser Grenze omnipräsent ist.

Der «Quintus», angereichert mit 10% Dornfelder, hat eine reichhaltige Nase mit Noten von Vanille und Rumtopf. Er wirkt körpervoll und breit, die Tannine sind abgerundet – dank der 16 Monate im Eichenfass vom besten Küfer Frankreichs. Die lebendige Frucht des Jahrgangs 2017 erinnert an die Sorte Gamaret oder an deren Abkömmling, den Divico.

Übrigens hat Teddy Milesi aus dem französischen Roche-gude, wo seine Familie 32 Hektar Rebland bewirtschaftet, Grenache und Syrah importiert. Er baut diese Trauben ein Jahr lang in grossen Fässern aus und keltert daraus eine Assemblage, die er «Côté Sud» getauft hat. Dies, obwohl der Önologe nun ja auf der Nordseite zuhause ist. Und hier langsam, aber sicher Schweizerdeutsch lernen muss, der Arme!



Quintus Barrique 2017
22,50 Fr./7,5 dl.
www.lindetroepfli.ch



Ana Blumenkron aus Mexico City weiss, wie man Mode aufregend in Szene setzt.

AUSSTELLUNG

Bilder mit Nachwirkung

Wer ein ordentlicher Fotofan ist, der nimmt auch diesen Sommer wieder den Weg in die Camargue auf sich, wenn die «Rencontres d'Arles» die Stadt einmal mehr mit fabelhaften Bildern fluten. Unter den zahllosen Ausstellungen gibts insbesondere eine, die man nicht verpassen sollte: Jene zum Prix Dior, deren Veranstalter auf der Suche nach Werken zum Themenpaar Schönheit und Farbe nun zum zweiten Mal die Kunstschulen dieser Welt nach Jungtalenten abklapperten. Zehn kamen in die Endauswahl; einer bzw. eine davon wird am Eröffnungsabend 10000 Euro gewinnen – und, obendrein, einen Fotoauftrag für das traditionsreiche



Fotografien aus der Serie *She Ate at the Tablecloth* (sie ass auf dem Tischtuch).

Modehaus. Die Jury um die französische Fotografin Dominique Issermann hat eklektische Werke ausgesucht, vom mystisch Angehauchten bis zu poetischen Selbstporträts aus London, Seoul und Johannesburg. Wir setzen unser Geld allerdings auf Mexiko, genauer: auf Ana Blumenkron, deren knallbuntes Universum stets auch etwas sehr Fragiles in sich trägt. Wobei – die Frauen, die sie vor Kulissen aus ebenso schrillen wie nostalgischen Wachstischtüchern inszeniert, sehen aus, als wüssten sie ganz genau, wie sie ihren Kopf durchsetzen. *Renata Libal*

The Art of Colour, Arles, Atelier Luma, 1. Juli bis 22. Sept., www.rencontres-arles.com

BUCH

Die coolste Oma der Welt



Wenn es so etwas wie ein modisches Gesamtkunstwerk gibt, dann sie: Iris Apfel. Die Frau mit den Mehr-ist-mehr-Outfits und dem unbestechlichen Blick durch ihre Riesenbrille hindurch wird diesen Sommer sagenhafte 98 Jahre alt – und denkt nicht im Traum daran, sich zur Ruhe zu setzen und gar abhängen zu lassen. Über eine Million Follower hat die kesse Oma aus Queens auf Instagram, und seit das Metropolitan Museum of Art ihr eine Ausstellung gewidmet hat (die erste Fashion-Ausstellung über eine lebende Person, nota bene!) und 2014 eine Emmy-gekrönte Filmdoku herauskam, ist der Apfel-Hype sowieso nicht mehr zu stoppen. Ihre Autobiografie, die es nun endlich auch auf Deutsch gibt, ist also Pflichtlektüre – nicht nur für Iris-Fans, sondern eigentlich für alle, die sich gern von einer ebenso weisen wie smarten, herzensfrohen Person etwas übers Leben erzählen lassen. Und wer noch einen Beweis dafür braucht, dass Feminismus und Fashion sehr wohl Hand in Hand gehen können: Hier ist er. *P.S.*

Iris Apfel: Stil ist keine Frage des Alters. Midas Collection Verlag 2019, 176 S., ca. 40 Fr.



ACCESSOIRE

Frei wie ein Tukan

Die beiden Zürcher Vincent Stadelhofer und Julian Schaffner sind mit ihrem Parademotiv zurück, diesmal in Grün. Der Clou an ihren Luxus-Badeshorts: das clevere Innenleben ganz ohne unbequemes Netz. *R. L.*

Andrew & Cole Oceanwear, The Tucano Collection, 179 Fr.



Wax Up Your Life!
Zum Beispiel mit den
Stücken der Genfer
Marke WaxUp Africa.

Aufstieg der Muster

DIE BUNTEN WAXPRINTS GELTEN ALS INBEGRIFF DER AFRIKANISCHEN MODE. DABEI KOMMEN SIE EIGENTLICH GANZ WOANDERS HER. EIN HISTORISCHER SCHNELLDURCHLAUF.

TEXT CLAUDIA SCHMID

AFRIKANISCHE Mode? Da denkt man sofort an üppig bunte, mit funky Mustern bedruckte Stoffe. Kaum jemand weiss, dass diese sogenannten Waxprints ursprünglich aus Asien stammen und in Europa zur Zeit der Industrialisierung weiterentwickelt wurden. Sie gehören damit zu den ersten «Cross-Culture»-Konsumprodukten der Welt – und erzählen ein Stück Handelsgeschichte und von ihrer früh einsetzenden Globalisierung.

Alles beginnt im 11. Jahrhundert in Indonesien, wo Batikstoffe populär werden («batik» heisst auf Javanisch «töpfeln»). Bei der gleichnamigen Färbetechnik werden Muster ausgespart, indem man Wachs auf Stoffe aufträgt, sie anschliessend färbt und beidseitig bedruckt; alle diese Arbeitsschritte wurden anfänglich von Hand ausgeführt. Im 17. Jahrhundert begann sich die Technik zu verbreiten. Damals gehörten weite Teile Indonesiens zur niederländischen Ostindien-Kompanie. Als die mächtige Handelsgesellschaft 1779 wegen imperialistischer Konflikte zerbrach, blie-

ben niederländische und englische Kolonien zurück. Sowohl die Engländer als auch die Holländer entwickelten die Batiktechnik in Europa weiter, indem sie sie mit Appretur- und Färbemaschinen modernisierten – mit dem Ziel, ihre Stoffe in Indonesien selbst auf den Markt zu bringen. Ein Flop. Indonesische Gesetze unterbanden den Verkauf ausländischer Produkte im Land, schreibt Anne-Marie Bouttiaux in ihrem soeben auch auf Deutsch erschienenen Buch «Wax» (Gerstenberg-Verlag 2019, 192 S., ca. 46 Fr.). Es dröselte die komplexe Geschichte der Waxprints detailliert auf.

Also wichen die Europäer auf den westafrikanischen Markt aus, wo sie ebenfalls Kolonien betrieben – und dort landeten sie mit den üppig gemusterten Stoffen einen Coup. Aber nicht nur europäische Unternehmer, auch ghanaische Soldaten, die im 19. Jahrhundert für die niederländische Kolonialarmee nach Indonesien verschifft wurden, brachten Batik in ihre Heimat zurück. Ghana war denn auch das erste Land auf dem Afrikanischen Kontinent, das Waxprints aus Europa mit Begeisterung aufnahm. Kurz darauf folgten Staaten wie Benin, Burkina Faso, Mali, Togo, Senegal oder die Elfenbeinküste.

Erst relativ spät und über Umwege also wurden die ursprünglich asiatischen Stoffe zu einem Kulturgut Afrikas. Dort allerdings sind sie bis heute im Alltag sehr wichtig, denn Waxprints haben eine wirtschaftliche, soziale, religiöse und politische Bedeutung. Reich an Symbolik, können ihre Muster Botschaften und Codes vermitteln. Motive mit Hühnern oder Küken beispielsweise stehen für die Familie, solche mit Pferden oder Vögeln je nach Auslegung für Eifersucht. Es gibt ganze Stoffkollektionen zu Ehren von Politikern, aber auch der profane Alltag kommt nicht zu kurz: Motive mit Ventilatoren, Geschirr, Regenschirmen, Computern oder modischen Taschen bilden die aktuelle Konsumwelt ab.

Zurück in Europa

Obwohl erst die afrikanische Kultur den Waxprints Coolness verliehen und sie bekannt gemacht hat, ist die Produktion nur selten durch und durch afrikanisch. Zwar gab es in den 1960ern, als viele afrikanische Staaten ihre Unabhängigkeit erlangten, Bemühungen, eine eigene Textilindustrie aufzubauen. Die Firma GTP (Ghana Printing Company) etwa befand sich in den 80ern in ghanaischer Hand. Mittlerweile gehört sie dem niederländischen Textilunternehmen Vlisco, ebenso Uniwax von der Elfenbeinküste.

Vlisco, 1846 von Pieter Fentener van Vlissingen gegründet, hat fast alle anderen europäischen Waxprint-Produzenten verdrängt und ist heute wohl der bekannteste Hersteller überhaupt. Um ein Vielfaches teurer als «normale» Waxprints, gelten die Stoffe der Firma bei vielen Afrikanern als Wertanlage oder Mitgift. Gleichzeitig drängen immer mehr chinesische und andere asiatische Produzenten auf den Markt, die teils auch «gefälschte» Waxprints anbieten. Die sogenannten Fancystoffe, im Handel auch Java-Print genannt, sind günstige, nur auf einer Seite bedruckte Massenware. Begehrt sind sie trotzdem: Sehr modisch und teils limitiert – ähnlich wie temporär erhältliche Kollektionen bei Zara –, werden Fancystoffe exklusiv in eigenen Shops vertrieben; mittlerweile gibt es sogar begehrte Kopien von Java-Prints, also Kopien der Kopien. Ein Riesenunterschied zu noch vor 20 Jahren, als man, um Waxprints zu kaufen, nach Westafrika oder zumindest in afrikanisch geprägte Pariser Quartiere reisen musste. Allerdings bleibt das Erlebnis, auf einem afrikanischen Markt Stoffe zu kaufen, etwas Einmaliges und Unvergessliches.

Dass Waxprints bei uns immer populärer werden, verdankt sich in Europa lebenden afrikanischstämmigen Modedesignern wie Duro Olowu aus London. Mittlerweile haben die bedruckten Stoffe Einzug in unseren Alltag gehalten, ob als Wohnaccessoires und Möbel wie beim italienischen Label Moroso, in Form von Jupes wie beim Genfer Labels Wax Up Africa oder als Jumpsuits der Zürcher Modedesignerin Susann Schweizer. Das sei insofern überraschend, sagt die französische Waxprint-Spezialistin und Anthropologin Anne Grosfilley, als die Stoffproduzenten lange gar nicht an einen anderen Markt als den afrikanischen gedacht hätten. «Erst als westliche Designer begannen, mit Afrostoffen zu arbeiten, und Promis wie Beyoncé begannen, Kleider mit Waxprint zu tragen, wurden auch der europäische und der amerikanische Markt erschlossen.» Gleichzeitig hat Afrika nun



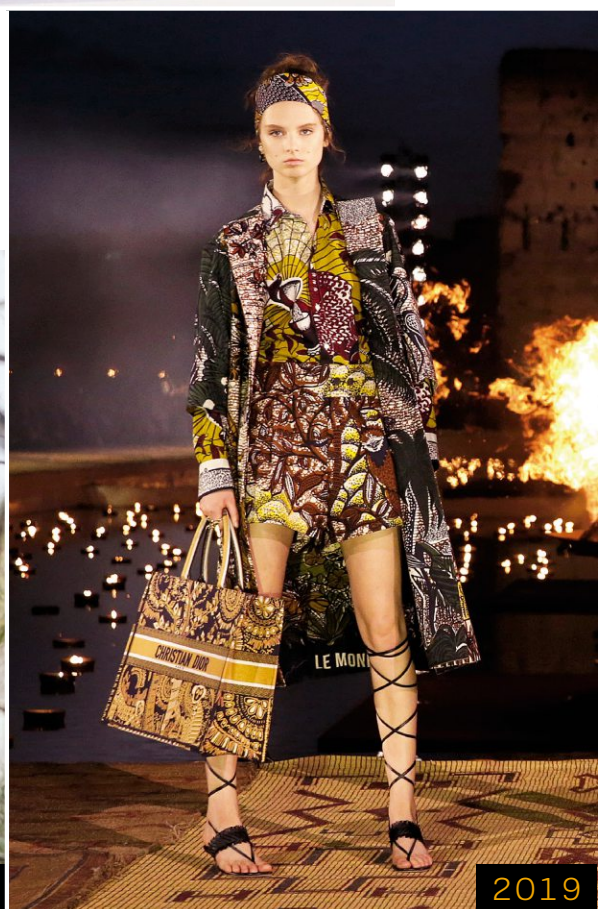
eine junge Generation von Modebloggern, welche die Waxprint-Ästhetik via Instagram global verbreitet.

Und neuerdings spürt selbst die Haute Couture den african vibe: Dior präsentierte diesen Frühling eine ganze Cruise-Collection aus Waxprints, die an der Elfenbeinküste produziert werden. Die Modenschau fand allerdings nicht in Westafrika, sondern in einem Luxushotel in Marrakesch statt, wo die Stoffe keinerlei Geschichte haben. Immerhin der Kontinent stimmte. ☺



ZEITLOS STYLISCH

- 1930** Ob dieses Vlisco-Design sagen will «Ich renne schneller als meine Rivalin»?
- 1962** Batik für Japans Royals: Das spätere Kaiserpaar Akihito und Michiko schaut sich bei einem Besuch in Jakarta Stoffe an.
- 2008** Inspiration US-Politik: Dieser Wurf von Vlisco Superwax huldigt den Taschen von Michelle Obama.
- 2009** Wax-Sessel mit CH-Design: Philippe Bestenheider / Moroso.
- 2016** Musterfans kommen auf Märkten wie in Kigali, Ruanda, voll auf ihre Kosten.
- 2016** Zum 170. Jubiläum zeigt Vlisco in Abidjan eine Modenschau, u.a. mit Designs von Patricia Waota.
- 2016** Beyoncé im Clip zu *Lemonade*: Ihr Outfit ist inspiriert von der nigerianischen Künstlerin Yinka Shonibare.
- 2019** Dior Cruise Collection 2020.



ER LÄSST LICHT REIN

DER BRASILIANISCHE ARCHITEKT **MARCIO KOGAN** ÜBERSETZT DIE MODERNISTISCHE TRADITION INS HIER UND JETZT. DABEI SCHAFFT ER RÄUME, DIE KEINE GRENZEN ZU HABEN SCHEINEN.

TEXT **RENATA LIBAL**



D

ER MANN IST eine Erscheinung. Selbst im Gedränge der Mailänder Möbelmesse im April fiel Marcio Kogan auf, mit seinem weissgrauen Lockenkranz und diesem Lächeln, das an ein entzücktes Kind erinnert. Der brasilianische Stararchitekt war extra aus São Paulo angereist, um an der prestigeträchtigsten Designmesse der Welt seine

Neuheiten zu präsentieren, insbesondere die Erweiterung der Outdoormöbellinie Quadrado, die er 2018 mit der italienischen Designfirma Minotti lanciert hat. Dass sein Name ausser bei Liebhabern minimalistischer Architektur kaum bekannt ist, könnte auch daran liegen, dass Kogan nicht als Diva auftritt. Er spricht leise, meidet Phrasen und betont, dass seine Arbeit auf dem Teamwork von 33 Kreativen in seinem Studio MK27 gründet. Während des Interviews wendet er sich immer wieder einer Frau mit streng geschnittenem Pony und unbestechlichem Blick zu: Diana Radomysler, welche die Abteilung Interior Design in seinem Büro leitet. «Würdest du das auch so sagen?», fragt er

sie jeweils in komplizierten Ton; zuweilen beendet einer den Satz des anderen.

In seinen Entwürfen pflegt Marcio Kogan die modernistische Tradition Brasiliens, deren klare Linien und Lichtchoreografie seinen Bauten eine geradezu cineastische Präsenz verleiht. Kein Wunder, dass der Mann lang zwischen Architektur und Film schwankte. Seine Häuser verwischen die Grenzen zwischen Innen- und Aussenraum, wobei die Blickachsen eine wichtige Rolle spielen. Zu den Arbeiten von MK27 gehören nicht nur zahlreiche Wohnbauten in Lateinamerika; auch in Europa hat Kogan Aufsehenerregendes geschaffen, zum Beispiel die Sanierung eines alten Bürohauses im Bauhaus-Stil im Herzen Barcelonas. 1960 vom Genfer Architekten Marc-Joseph Saugey erbaut, beherbergt das Gebäude jetzt acht spektakuläre Wohnungen. Am Stadtrand von Madrid baute Kogan ferner eine Wohnsiedlung mit autonomem Energiekonzept, deren belebte Fusswege und geschickt platzierte Gemeinschaftsräume den Eindruck eines modernen, eleganten Dorfes erwecken. Und auch in der Schweiz ist er präsent: In Montricher schuf er für die Fondation Jan Michalski eine der schwebenden Hütten, die Schriftstellern als temporäre Residenz zur Verfügung gestellt werden. Die «Cabane» aus geöltem Eichenholz ist ein Rückzugsort, der dank seiner Fensterfront mit der grünen Umgebung verschmilzt; letztes Jahr wurde sie mit dem Prix Lignum ausgezeichnet. Ein Preis mehr. Seit 1980 streicht MK27, das derzeit wohl einflussreichste und interessanteste Studio Brasiliens, einen nach dem anderen ein.



Quadrado für Minotti ist Kogans erste Möbellinie für den Aussenraum – und dank Modulare System frei kombinier- und erweiterbar.

Definieren Sie bitte das Wesen der Kollektion Quadrado.

Die Familie Minotti beauftragte uns im vergangenen Jahr, eine neue Möbelkollektion zu zeichnen, die explizit für den Aussenraum gedacht ist. Wir entwerfen zu all unseren Bauten auch das passende Mobiliar, denn in Brasilien ist es einfach, Einzelanfertigungen zu produzieren. Kurioserweise hatten wir aber noch nie Gartenmöbel entworfen. Es ist ja auch nicht so leicht, es braucht speziell behandeltes Holz und widerstandsfähige Gewebe. Quadrado ist schliesslich eher ein Möbelsystem als eine klassische Kollektion geworden: Alle Module sind viereckig, sie erinnern an die Roste aus Teakholz, die im Schiffbau verwendet werden, und man kann sie endlos kombinieren und erweitern. Das fand Anklang, und so ergänzen wir die Linie jetzt mit einem Tisch, den man traditionell oder ringförmig, zum Beispiel um einen Baum herum, aufstellen kann. Es ist recht verspielt.

Inwiefern spiegeln diese Möbel Ihre Arbeit als Architekt?

Die Holzgitterstruktur erinnert an die Schiebewände und beweglichen Gitterschranken, die sich in den meisten unserer Projekte wiederfinden und mit denen sich Räume verändern lassen. Dann das Material: Neben dem Beton, der eines unserer Markenzeichen ist, arbeiten wir viel mit Holz und Stein. Bei Quadrado kommt ein Lavastein zum Einsatz, der etwa als Kerzenuntersatz dienen kann.

Und das riesige Tagesbett?

(lacht) Es hiess, damit liessen sich prima Orgien feiern! Im Ernst: Es ist ein Möbel, das dazu einlädt, Zeit in Musse verstreichen zu lassen.

Das Mobiliar ist also Teil Ihrer Arbeit als Architekt.

Unbedingt! Wenn wir ein Haus planen, ist jedes Detail wichtig, bis hin zu den Türgriffen. Ich finde es grossartig, dass wir unsere Entwürfe nun einem breiteren Publikum anbieten können.

Was sagen Sie zum aktuellen Outdoormöbel-Boom?

Sämtliche Designhäuser bieten sie plötzlich an.

In Brasilien ist die Antwort klar, klimabedingt halten sich die Leute dort ebenso viel draussen wie drinnen auf. Bei unseren Bauten sind die Grenzen entsprechend stets verwischt, wir beziehen die Natur in die Architektur mit ein. Ein und derselbe Raum hat verschiedene Funktionen, wie bei einer Piazza, die von allen genutzt wird. Aber auch in Ländern mit kurzen Sommern ist das Leben im Garten ein Weg, jeden Moment voll auszukosten. Was meinst du, Diana?

Diana Radomysler: Ich glaube, das entspricht auch der neuen Art, wie wir Häuser nutzen. Es ist noch nicht lange her, da waren manche Räume der Repräsentation vorbehalten, den Gästen. In den übrigen Räumen war es eng. Heute bewohnen die Leute jede Ecke ihres Heims, wandern mit dem Tablet von einem Raum zum andern, breiten sich aus, je nach Stimmung und Tageszeit. Da gehört der Garten möbliert.

Man isst nicht mehr am Tisch, arbeitet ausserhalb des Büros. Wie wirkt sich das auf die Arbeit der Architekten aus?

Unsere Projekte verändern sich! Wir haben in São Paulo einen Bücherladen entworfen, der uns sehr gefällt, weil er als Begegnungsort konzipiert wurde. Nun kämpft er mit grossen finanziellen Problemen.



Ähnliches habe ich unlängst mit dem Auftraggeber für ein Privathaus erlebt. Ich schlug ihm eine Wand für eine riesige Bibliothek vor. Er sah mich verdattert an und meinte: «Eine Bibliothek? Wozu das? Ich besitze kein einziges Buch.» Und noch etwas: Vor zehn Jahren wollten Leute, die sich eine grosse Residenz bauen liessen, stets viele Parkplätze für ihre Autos, fast so, als wollten sie diese ausstellen. Heute ist das vorbei. Autos sind nicht mehr so wichtig.

D. Radomysler: Gleichzeitig werden urbane Räume, die man sich teilt, wichtiger. Der öffentliche Raum wird neu gedacht. Das ist gut.

Wie würden Sie Ihren Architekturstil beschreiben?

Wir sehen uns als Erben der modernistischen Tradition Brasiliens. Diese Bewegung war einst sehr einflussreich und prägt uns hierzulande noch immer stark. Es ist wunderbar, wie in einem Land am Ende der Welt in den späten 1930ern plötzlich eine Schule ausgezeichneter Architektur entstehen konnte. In den 50ern schwoll die Bewegung zu einer fantastischen Musik an, voller Energie und fruchtbarem Wettbewerb. Da war nicht nur Oscar Niemeyer, nein, da waren auch Lina Bo Bardi, Aurelio Martínez Flóres, Vilanova Artigas, Affonso Eduardo Reidy, Olavo Redig de Campos! Stellen Sie sich vor, und hier zitiere ich Gropius: Im Moment, als Europa im Hass versank, erschuf Brasilien eine neue Vorstellung von Schönheit und Glück. Für einen brasilianischen Architekten ist es schwierig, sich von diesem Geist zu lösen.

Ist es auch schwierig, sich aus dem Schatten des grossen Oscar Niemeyer zu lösen?

Als Student hasste ich ihn. Die Professoren gingen uns mit seinem Beispiel auf die Nerven. Mittlerweile habe ich gelernt, sein Werk zu verstehen, und ich gehöre mit Leidenschaft zu seinem Gefolge. Manche Kreative haben stets das Wort «neu» auf den Lippen – neue Bewegungen, neue Ansätze. Aber manchmal bringt es nichts, Neues um des Neuen willen zu schaffen. Kontinuität kann etwas sehr Schönes sein. Ich denke an den Ausspruch eines Sushi-Meisters, der sagte, seit Jahren schneide er den gleichen Fisch und bemühe sich, dies jedes Mal ein bisschen besser zu tun. Diese Haltung gefällt mir.

In Ihren Bauten schlägt also ein brasilianisches Herz.

Natürlich! Allein schon wegen der Materialien Holz und Stein. Die spanischen Kolonisten haben sie einst als Baustoffe bei uns eingeführt, ebenso wie die arabisierenden Elemente.

Sie arbeiten derzeit am einem Restaurant in New York, das diesen Sommer eröffnet werden soll, gemeinsam mit Manoella «Manu» Buffara, einem Star der brasilianischen

Gastronomie. Verraten Sie uns etwas darüber.

Manu ist ein Phänomen. Wir werden in ihrem Restaurant eine zeitgemässe brasilianische Ambiente gestalten, zurückhaltend, mit raffiniertem Materialmix. Auf keinen Fall wollen wir mit Klischees arbeiten, etwa einem Grill und der ganzen Churrascaria-Folklore. Nein! Ich möchte für die Küchenchefin einen besonderen Ort mitten im Restaurant schaffen, denn sie ist der Star. Sie ist unglaublich begabt und verkörpert eine neue Generation. Deshalb gehört sie ins Zentrum des Geschehens.

Gibt es ein weiteres aktuelles Projekt, für das Sie brennen?

Wir arbeiten an einem Projekt für Park Hyatt auf den Malediven. Dort dürfen wir eine ganze Insel gestalten. Ein Traum! Nur der Sand wird nicht von uns sein. Es ist, als würde man ein Königreich regieren. Zum Team gehören Menschen aus der ganzen Welt, wie beim Turmbau zu Babel, das ist unerhört anregend! 2020 soll es fertig sein.

Ist es für ein gelungenes Projekt zwingend nötig, dass der Kunde und Sie sich in allem einig sind?

Das ist fundamental. Das Designhaus Minotti ist hier beispielhaft. Es verbindet Professionalität mit einer menschlichen Wärme, wie das nur in einem Familienbetrieb möglich ist. Auch in unserem Büro versuchen wir, so zu arbeiten.

Wie wichtig ist Ihnen umweltgerechtes Bauen?

Wir versuchen stets, möglichst nachhaltig zu gestalten. Für unser 2016 gebautes Projekt Catuçaba gab es die erste Platin-Auszeichnung Brasiliens (die höchste Auszeichnung für ökologisches Bauen, Anm. d. Red.). Dabei handelt es sich um ein Farmhaus mit radikalem Konzept: Seine Energie- und Wasserversorgung sind völlig autark. Die Lehmziegel wurden vor Ort hergestellt, die Isolierung ist aus recyceltem PET, das Dach ist begrünt. In unserem Team haben wir einen Umweltspezialisten. Wir gehen da sehr weit, diskutieren sogar über die Reinigungsmittel für unsere Lastwagen.

Und wie wohnen Sie persönlich?

In einer Wohnung im ersten Haus, das ich in den 1980er-Jahren im Zentrum von São Paulo gebaut habe. Es ist ganz schlicht, kein Vorzeigeobjekt. Ich lebe dort mit meiner Frau, unser Sohn ist schon ausgezogen.

Tritt er in Ihre Fussstapfen?

Mehr oder minder. Gabriel ist 33, er schreibt über Architektur, unterrichtet, macht Filme. In unserem Büro hat es ihn nicht lange gehalten. Er gehört jener Generation an, die permanent Spass haben will, das verträgt sich nicht mit Kundenbeziehungen. Aber er hat ein gutes Auge, besser als meins.

Sie selbst haben auch eine Passion für den Film.

Ja, wir haben einige kleine Filme im Bereich Architektur zusammen gemacht. Als ich jung war, wusste ich erst nicht, ob ich mich der Architektur oder dem Film widmen sollte. Nach einigen Kurzfilmen habe ich mich 1987 an einer Komödie versucht, «Fire and Passion». Ich hatte damals ein kleines Büro mit nur fünf Architekten. Und raten Sie, was passiert ist. Der Film war ein finanzielles Debakel. Ich habe alles verloren, das investierte Geld und mein Architekturbüro, das wegen meiner Abwesenheit Pleite ging. Da beschloss ich, mich ganz der Architektur zu verschreiben. Heute bin ich glücklich, denn ich realisiere ja auch künstlerische Projekte, wie die Installation, mit der ich 2002 Brasilien an der Biennale in Venedig vertreten durfte.

Sie müssen viel reisen. Mögen Sie das?

Nicht besonders. Ich hasse es, meinen Zeichentisch zu verlassen. Aber wenn ich dann mal weg bin, gefällt es mir. Heute Abend jedenfalls freue ich mich auf eine Cotoletta alla Milanese! ☺

WÜRFE MIT DURCHBLICK

oben links

Caledonian Somosaguas in Madrid: ein energetisch autonomes Dorf, in dem die Aussenräume mindestens so wichtig sind wie die Innenräume.

oben rechts

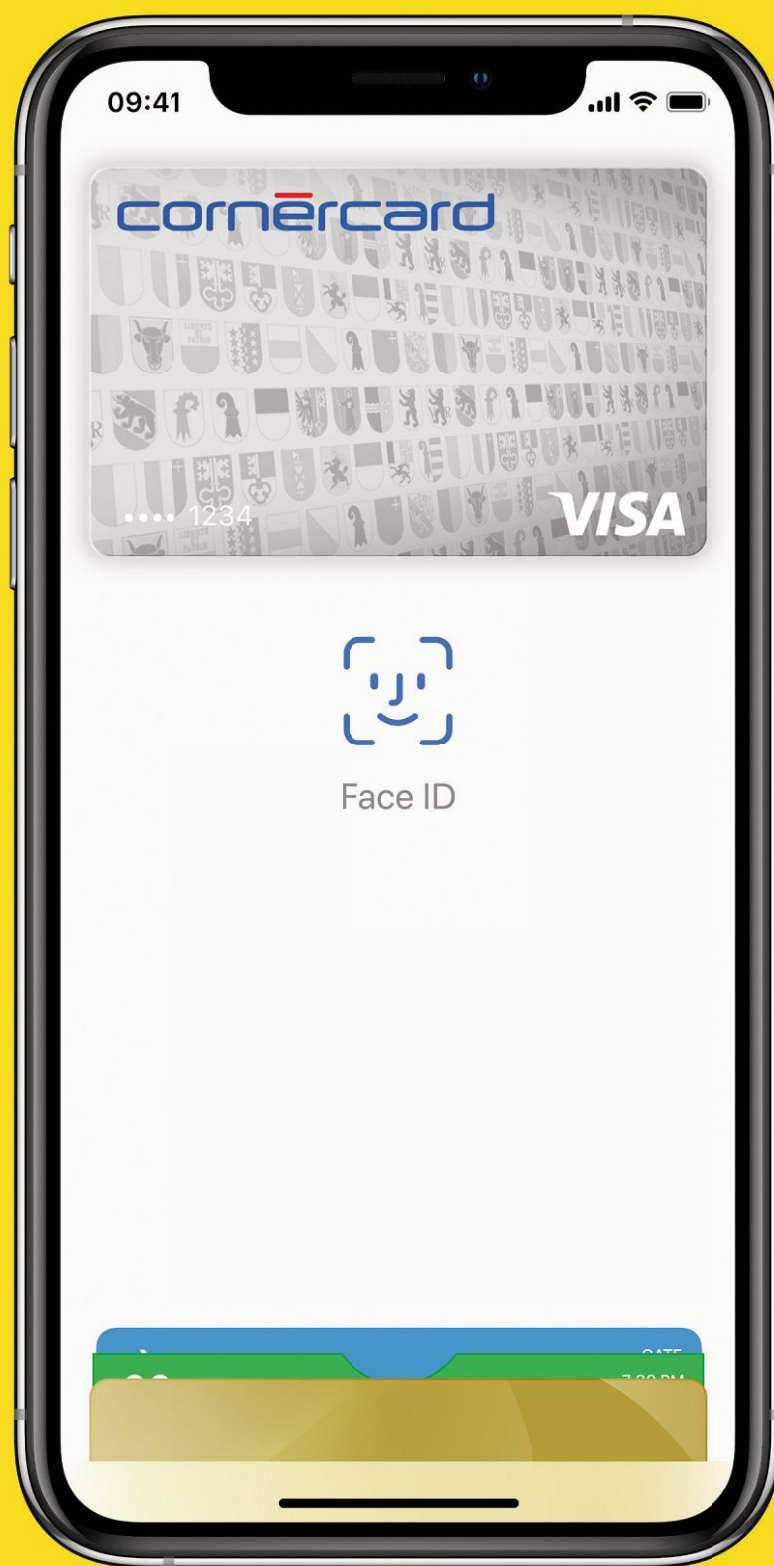
Ein stylischeres Farmhaus als das Catuçaba in Brasilien kann man lange suchen. Und ein umweltfreundlicheres: Das Projekt holte den Platinpreis für ökologisches Bauen.

unten

Platz für Zwischenmenschliches: Der Buchladen Cultura in São Paulo wurde als Begegnungsort konzipiert.

Neues nur um des Neuen willen? **Bringt nichts. Kontinuität kann schön sein!**

Cornèrcard Kreditkarte beantragen, mit Apple Pay bezahlen und CHF 100 erhalten.



Informationen unter cornercard.ch/applepay100

cornèrcard

Apple Pay

cornèrcard

Das Angebot ist gültig vom 28. April bis 30. Juni 2019.

**KLEINE KOSTBARKEITEN
UND GLÜCKSBRINGER**

Diese Seite, von oben nach unten und von links nach rechts

Königsblauer Ball: Armband Toi et Moi aus golddoubliertem Messing; Armband Ginkgo, Baumwolle, Glasperle und vergoldeter Charm, **Aurélie Bidermann.**

Hellblauer Ball: Armband aus Silber mit Anhängern in Palmen-, Flugzeug- und Shoppingtaschenform, **Tiffany & Co.**

Königsblauer Ball: Armband mit Glückskleeanhänger, Roségold, Tsavorit; Armband mit Blattanhänger, Roségold und grüner Emaillie, **Dodo.**

Hellblauer Ball: Armband mit Anhängern in Muschel- und Korallenform, Silber und Emaillie, **Thomas Sabo.**

Grüner Ball: Armbänder Washington's Carriage Miami rose, Miami mint und multicolore, bedruckte Emaillie, doubliert mit Roségold, **Hermès.**

Hellblauer Ball: Armband Happy Hearts, 18-Karat-Roségold und Diamanten, **Chopard.**

Grüner Ball: Armband Mulberry Tree, Messing und Swarovski-Kristalle; Armband Ocean aus vergoldetem Metall, **Swarovski.** Tennisbälle, **Flying Tiger.**

SCHICKE SCHATTENSPENDER

Rechte Seite, von oben nach unten und von links nach rechts

Sonnenhut aus Sisal, **Whiteley.** Sonnenhut Toscane aus geflochtenem Toquillastroh mit abnehmbarer Schärpe, **Hermès.** Strohhut mit Bordüre und Schleife, **Vintimilla.**

Gemusterter Strohhut, **Gi'n'ci.** Zweifarbiges Strohhut, **Grevi.** Bälle, **Décathlon.**

SONNE IM SPIEL

JETZT STEHT UNS
DER SINN NACH FRISCHE
UND LEICHTIGKEIT.
VON KOPF IM STROHHUT
BIS FUSS IM MULE.

FOTOS PHILIPPE BIANCOTTO
STYLING LÉONORE NOZ



ACCESSOIRES





MULES MIT MINIABSATZ

Linke Seite, von oben nach unten

Mules aus transparentem PVC und Kalbsleder, **Chanel**. Mules mit elastischem Schaft und Lackleder, **Bally**. Mules aus schwarzem Leder, **Navyboot**. Mules aus rotem Leder, **Globus**. Bocciakugeln, **Berluti/Déathlon**.

GEFLOCHTENES ZUM EINSACKEN

Diese Seite, von oben nach unten

Tasche Le petit Baci aus Raphia und weißem Leder, **Jacquemus**. Halbmondtasche aus Leder und Weidengeflecht, **Rodo**. Häkeltäschchen mit vertikalem Streifenmuster, **Ralph Lauren**. Tasche Juno aus Raphia und schwarzem Leder, **Jimmy Choo**. Tote V-Ring aus Raphia, **Valentino**. Bälle, **Déathlon**.

Fotoassistenz Diane Deschenaux

Produktion Lucie Voisard

Art Director Géraldine Dura

WIR DANKEN DÉCATHLON FÜR DIE ZURVERFÜGUNGSTELLUNG DER BÄLLE.



Kleines Kraftpaket

HÜBSCH, FLAUSCHIG – UND EXTREM ROBUST: KEIN WUNDER, WIRD DAS EDELWEISS GERN FÜR KOSMETIKA VERWENDET.

TEXT ISABEL HEMMEL

PFLÜCKTE MAN seiner Geliebten ein Edelweiss, meinte Mann es ernst. Um das Blümchen aus einer steilen Felswand zu holen, haben immer wieder junge Männer ihr Leben riskiert. In «Asterix bei den Schweizern» schickt Miraculix den kleinen Gallier samt Kollegen Obelix auf gefährliche Mission, um das edle Gewächs im bergigen Helvetien zu besorgen. Der Druide hätte die zwei auch nach Asien schicken können: Von da ist das Edelweiss nämlich einst zu uns gekommen, und auch heute wachsen dort noch nahe Verwandte der hiesigen Alpenpflanze. Miraculix will aus dem Kraut jedenfalls ein Gegengift brauen, um für einmal einen Römer zu kurieren. Tatsächlich ist Edelweiss seit hunderten von Jahren als

Heilpflanze bekannt, die bei Rheuma und, in Form von Tee, gegen Durchfall hilft. Die Lebensmittelindustrie hat das Kraut längst für sich entdeckt. Inzwischen weiss man auch um die Fähigkeit der widerstandsfähigen Pflanze, freie Radikale zu binden.

Dieses Wissen macht man sich zum Beispiel im Waadtländischen Betrieb Jardin des Monts zunutze, im Berggarten auf 1350 Metern oberhalb von Rossinière. Zu erreichen ist er nur zu Fuss. Oben angekommen, steht man schnaufend in einem kleinen Paradies: Auf 40 Hektar wachsen im Einklang mit der Natur teils vergessene Aroma-, Heil- und Wildpflanzen, die für Lebensmittel und mehrere eigene Kosmetiklinien verwendet werden. Alles, was hier oben geerntet wird, wird auch hier verarbeitet. «Der ganze Herstellungsprozess kann so lückenlos zurückverfolgt werden»,

sagt Jardin-des-Monts-Mitbegründerin Charlotte Landolt-Nardin. Das Resultat ist, neben hochwertigen Produkten, die Auszeichnung mit diversen Gütesiegeln wie Bio-Suisse, Parc-Suisse und der Bio-Knospe.

2006 haben Landolt-Nardin und Laetitia Jacot das Chalet aus dem 18. Jahrhundert, in dem einst ein Luzerner Einsiedler hauste, samt Kräuterterrassen übernommen; ihre Pflegelinie mit Edelweiss haben sie erst letztes Jahr entwickelt. Die Ernte der dafür nötigen Pflanzen erfolgt einzeln von Hand, und zwar zur Zeit der besten Blütenentwicklung. Letztere ist für Laien gar nicht so leicht festzustellen: Die auf den ersten Blick sichtbare weisse Blüte ist nämlich nur scheinbar eine. Die eigentlichen Blüten sitzen zu vielen Hunderten inmitten des pelzigen Sterns, organisiert in einzelnen kleinen gelben Blütenkörben. Erst, wenn die geöffnet sind, wird gepflückt. Danach werden die Blumen in alten Holzöfen bei 40 Grad getrocknet und, mithilfe von Alkohol, später die Wirkstoffe extrahiert.

Fittere, dichtere Haut

«Edelweiss entwickelt viele Antioxidantien, um sich gegen die Temperaturschwankungen im rauen Alpenklima zu schützen», erklärt Laetitia Jacot. Diese Antioxidantien fliessen in die Rezeptur der neuen Pflegelinie ein, die sich für unterschiedliche Hauttypen ebenso wie für die verschiedenen Jahreszeiten eignet. Die einzelnen Produkte – Reinigungsgel, Blütenwasser, Elixir, Pflegecreme – können nach individuellen Bedürfnissen kombiniert werden. Bis zur Lancierung der «Edelweiss»-Linie seien zwei Jahre Entwicklungszeit nötig gewesen. «Man kann nicht jedes Edelweiss nehmen», sagt Jacot. «Es ist uns gelungen, die wilde Sorte zu domestizieren. Das dekorative Edelweiss hat nämlich nicht dieselben Eigenschaften.» Doch übermässig gehegt wird das Alpen-Edelweiss hier oben nicht: Es muss sich alles Lebensnotwendige selbst aus dem Boden holen, um seine Kräfte voll entwickeln zu können.

Auf die positive Wirkung des hübschen Krauts setzen auch andere Marken wie Bellefontaine, Natura Bissé, Kiehl's und Sisley. Edelweiss, das sich gegen UV-Strahlen und andere Umwelteinflüsse wehren muss, um überhaupt überleben zu können, wird gegen Hautalterung und trockene Haut ebenso eingesetzt wie in Sonnenschutzmitteln. Auch bei der Prodigy Cellglow-Linie von Helena Rubinstein haben die Wissenschaftler auf die Wirkstoffe von Edelweiss gesetzt. Genauer: auf Edelweiss-Stammzellen. In fünf Jahren wurde für die Anti-Aging-Pflegeserie ein ebenso avantgardistisches wie umweltfreundliches Biotech-Extraktionsverfahren entwickelt und patentiert. Zwei Millionen Stammzellen können damit aus einem einzigen Pflanzenfragment gewonnen werden. Die Stammzellen werden mit zwei weiteren Extrakten kombiniert: einem flüssigen, an antioxidativer Säure reichen Edelweissextrakt sowie einem intensiv nährenden Lipidextrakt. Die Pflegelinie sorgt für Straffheit und Ebenmässigkeit, das Highlight ist das Deep Renewing Concentrate für eine fittere, dichtere Haut.

Der Römer aus «Asterix» ist am Ende übrigens tatsächlich gesünder als zuvor; ob er auch schönere Haut hat, davon steht nichts geschrieben. Ob nun zwecks der Gesundheit oder der Liebe, heute darf Edelweiss nicht einfach so gepflückt werden. Auch wenn es in der Schweiz nicht mehr vom Aussterben bedroht ist, so steht es doch unter Naturschutz. ☉



EDELWEISSPOWER AUS DER TUBE, VON LINKS NACH RECHTS:

Hydra-Global Serum, Anti-Aging Hydration Booster, ca. 260 Fr./30 ml, **Sisley**, Ultra Facial Deep Moisture Balm, ca. 38 Fr./50 ml, **Kiehl's**, Edelweiss, L'Eau de fleurs précieuse, ca. 38 Fr./150 ml, **Jardin des Monts**, Diamond Extreme Eye, Energizing Lifting Eye Cream, ca. 239 Fr./25 ml, **Natura Bissé**, Deep Renewing Concentrate Prodigy Cellglow, ca. 320 Fr./100 ml, **Helena Rubinstein**, Masque Précieux, ca. 178 Fr./125 ml, **Cellcosmet**, Intense Renewal Serum, Cellstemine Treatments, ca. 490 Fr./30 ml, **Bellefontaine**.

Symbatisch

FLECKEN ZUM FINGERLECKEN: DER TIE-DYE-LOOK IST ZURÜCK. DIESMAL MIT FOKUS AUF DENIM.

AUSWAHL LÉONORE NOZ



- 1. Overall, **Galvan**, 1406 Fr.
- 2. Choker Allegra, Goldplattierung, **Gas Bijoux**, 189 Fr.
- 3. Jeansjacke im Tie-Dye-Look, **Levi's**, 488 Fr.
- 4. Ledergürtel mit goldfarbener Schnalle, **Prada**, 348 Fr.
- 5. Umhängetasche Double T, **Tod's**, 1574 Fr.
- 6. Life Plankton Essence Serum, **Biotherm**, ca. 80 Fr./125 ml
- 7. Kaschmirmütze, **Joseph**, 118 Fr.
- 8. Sandalen Phoebe, **Ancient Greek Sandals**, 170 Fr.

- 1. Cap in Denim-Batik-Optik, **424**, 117 Fr.
- 2. Shirt mit Batik-Druck, **The Elder Statesman**, 958 Fr.
- 3. Uhr Clifton Baumatic Cadran Bleu mit Zifferblatt im Farbverlauf-Look, Automatikuhrwerk, 40mm, Stahl, Armband aus Alligatorleder, **Baume & Mercier**, 2600 Fr.
- 4. Slim-Jeans in Batik-Optik, **Dsquared**, 556 Fr.
- 5. Sonnenbrille mit rechteckigem Rahmen, **Matsuda**, 804 Fr.
- 6. Rucksack Reed, **Jimmy Choo**, 118 Fr.
- 7. Sneakers, **Philippe Model**, 374 Fr.

FOTOS: IMAXTREE, FARFETCH

ENCORE! | SOMMER 2019



Wenn wir so weitermachen wie bisher, schwimmen im Jahr 2050 mehr Plastikabfälle als Fische in den Weltmeeren.

Aus dem Meer gefischt

IN DEN OZEANEN TREIBEN GIGANTISCHE MENGEN PLASTIK. DIE UHRENINDUSTRIE BEGINNT NUN ZU HANDELN – UND VERARBEITET RECYCELTEN KUNSTSTOFFMÜLL IN IHREN PRODUKTEN.

TEXT MATHILDE BINETRUJ

UNLÄNGST zirkulierte ein Video in den sozialen Medien, in dem ein Mann einen Speisefisch kauft. Er bittet den Verkäufer um einen Plastiksack, und der antwortet: «Er ist innen drin.» Gemeint ist: im Fisch.

Verpackungen, PET-Flaschen, Haushaltsprodukte: Jede Sekunde werden weltweit schier unglaubliche zehn Tonnen Plastik produziert. Oft braucht man sie nur ganz kurz, und dann weg damit. Noch problematischer ist, dass der Grossteil dieses Mülls im Ozean landet. Wenn wir so weitermachen wie bis anhin, werden im Jahr 2050 in den Weltmeeren mehr Plastikabfälle als Fische schwimmen. Wale, Schildkröten, Delfine inmitten von PVC, Polyethylen, Nylon... Kein schöner Gedanke.

Diverse Umweltorganisationen haben es sich zum Ziel gemacht, diese Entwicklung zu stoppen. Hilfe dabei erhalten sie nun von unerwarteter Seite: Gleich mehrere Uhrenhersteller scheinen nicht gewillt, die sich anbahnende Katastrophe tatenlos hinzunehmen. (Und wenn das Mittun bei der Rettung der Meere ein positives Licht auf die Firma wirft, ist das ein willkommener Nebeneffekt.) Wobei dieses Engagement durchaus Sinn macht, wenn man sich überlegt, dass hier Produzenten von Taucheruhren involviert sind, denen die Prognose, bis ins Jahr 2025 könnten sämtliche Korallen verschwunden sein, nicht behagen kann. Was den Fischfang angeht, so dürfte 2048 Schluss damit sein – und das ist noch die optimistischste Einschätzung.

Immerhin gibt es genügend Ansätze, wie man die Situation in den Griff bekommen könnte. Das Einsammeln des im Meer treibenden Mülls muss effizienter gelöst werden (dafür setzt sich die Uhrenmarke Oris ein und unterstützt das Projekt Pacific Garbage Screening), die Forschung muss gestärkt werden (Blancpain kofinanziert mit seinem Langzeitprojekt Ocean

Commitment Forschungsexpeditionen, Breguet setzt auf Race for Water), Arten müssen gezielt geschützt werden (so etwa der schwarze Mantarochen; Carl F. Bucherer spannt hierbei mit der britischen Charity-Organisation Manta Trust zusammen).

Bei Breitling und der von der Marke unterstützten NGO Ocean Conservancy setzt man grosse Hoffnungen auf den Markenbotschafter Kelly Slater. Mit seinem braun gebrannten Luxusbody und dem breiten Lachen mag der elffache Profisurfweltmeister aus den USA vielleicht nicht wie der typische Umweltaktivist anmuten. Dass er sich für saubere Ozeane einsetzt, ist dennoch logisch: «Die Strände sind der Arbeitsplatz von uns Surfern. Was wir dort und im Wasser derzeit zu sehen bekommen, ist schlicht schockierend.»

Luxusuhren aus Abfall

Ökoparolen zu verbreiten und Umweltorganisationen zu unterstützen, kann aber nicht alles sein. Die Uhrenindustrie muss sich etwas einfallen lassen, wie sie produzieren kann, ohne den Müllberg selbst zu vergrössern. Ein Ansatz ist Recycling: Manche Firmen haben damit begonnen, aufbereiteten Plastik zu verarbeiten. Carl F. Bucherer zum Beispiel hat ein Armband entwickelt, das grösstenteils aus recyceltem PET besteht; die damit ausgestattete *Patravi ScubaTec Black Manta* setzt sich so gleich doppelt für Nachhaltigkeit ein.

Bei Breitling verfügt die *Superocean Héritage Ocean Conservancy Limited Edition* über ein Nato-Armband aus Econyl®, einem Material, das aus Nylonabfällen – etwa ausgedienten Fischernetzen – gewonnen wird. Panerai wiederum hat seiner *Submersible* ein Eco-Titanium™-Gehäuse aus wiederverwendetem Titan verpasst; im Armband kommt recyceltes PET zum Einsatz. Auch Oris setzt auf Recycling-PET: Die Rückseite des Gehäuses der *Clean Ocean Limited Edition* zielt ein daraus hergestelltes Medaillon; geliefert wird die Uhr in einer Schatulle aus – Algen.

Die alles entscheidenden Fragen lauten nun: Wie bewahrt man, während man den Wünschen einer in Ökofragen sensibilisierten Kundschaft gerecht zu werden versucht, sein Luxusimage? Und: Ist das Prinzip des Upcyclings längerfristig auch wirtschaftlich? Schön wäre es ja. Zwischen Hawaii und Kalifornien macht sich derzeit ein 1.6 Millionen Quadratmeter grosser Plastikstrudel breit, den man bereits als eigenen Kontinent bezeichnet. Was darin treibt, landet in den Mägen der Meerestiere. Und damit, letztlich, auch in unseren. ☉



VON OBEN NACH UNTEN
Oris
Clean Ocean Limited Edition, Automatikuhwerk, 39.5 mm-Stahlgehäuse mit rückseitig angebrachtem Medaillon aus Recycling-PET, Schatulle auf Algenbasis, 2200 Fr.

Panerai
Submersible Mike Horn Edition, Automatikuhwerk, 47 mm-Gehäuse aus Eco-Titanium™, Armband aus recyceltem PET, 20 200 Fr.

Breitling
Chronographe Superocean Héritage II 44 Ocean Conservancy Limited Edition, Automatikuhwerk, 44 mm-Stahlgehäuse, Nato-Armband aus Econyl®, 5950 Fr.

Carl F. Bucherer
Patravi ScubaTec Black Manta, Automatikuhwerk, 44,6 mm, Titangehäuse, Kautschukband mit Textileinlage aus recyceltem PET, 6900 Fr.



Tarja Visan

MIT IHREM EHEMANN HAT DIE GEBÜRTIGE FINNIN DIE KULTIGEN BUDDHA-BARS INS LEBEN GERUFEN. BIS HEUTE IST SIE STETS AUF DER SUCHE NACH EINZIGARTIGEN LOCATIONS FÜR IHRE CLUBS – RUND UM DEN GLOBUS.

TEXT LAURENCE DESBORDES



IN PARIS, nur einen Katzensprung von der schicken Rue Faubourg Saint-Honoré entfernt, geht 1996 die erste Buddha-Bar auf: die Raum gewordene Vision von Tarja und Raymond Visan, beide grosse Fans jener kalifornischen Lounges, wo Fusion Food auf Chillout-Musik trifft. Seit dieser Pioniertat trägt das Paar seine Marke konsequent in die Welt hinaus, nach Dubai, London, Budapest, Manila, Sankt Petersburg, Marrakesch, Baku... Und sehr bald wird auch Vevey seine Filiale bekommen, wenn auch nur für kurze Zeit. Am 1. Juli knallen die Korken am Pool des Grand Hotel du Lac im Pop-up Buddha-Bar Beach, Schluss ist zeitgleich mit dem Ende des diesjährigen «Fête des Vignerons», am 11. August.

Welche Gestaltungselemente finden sich in jeder Buddha-Bar?
In erster Linie versuchen wir, jeweils die lokale Architektur ins Spiel zu bringen. Auf Santorini dominiert das leuchtende griechische Blau, in Marrakesch sind es Ockertöne. Für den **Pop-up in Vevey (3)**

werden wir wohl die wechselnden Farben des Sees aufgreifen. Dasselbe gilt fürs Food- und Getränkeangebot – neben den Buddha-Bar-Klassikern wie dem Chicken Salad gibts immer lokale Leckerbissen und Weine – und für die Musik: Auf Ibiza bekommt man nicht dasselbe zu hören wie in Dubai. Schnittmengen gibts aber schon.

Was hören Sie persönlich am liebsten?
Neben den Buddha-Bar-Compilations? (*Sie lacht.*) Den fantastischen **Bruno Mars (5)**!

Und was kommt auf den Teller?
Wenn ich nicht an den Frischfisch meiner Eltern zuhause in Parikkala herankomme, halte ich mich an **Avocado-Sashimi (6)**.

Sie sind Finnin, leben in Paris und pendeln zwischen den Buddha-Bars. Wo können Sie am besten abschalten?
Letztes Jahr hatte ich drei Tage Ferien, ich war auf der **Île de Ré (7)** und fand es grossartig. Das Licht dort ist wunderschön, man kurvt mit dem Velo rum, isst gut – und vor

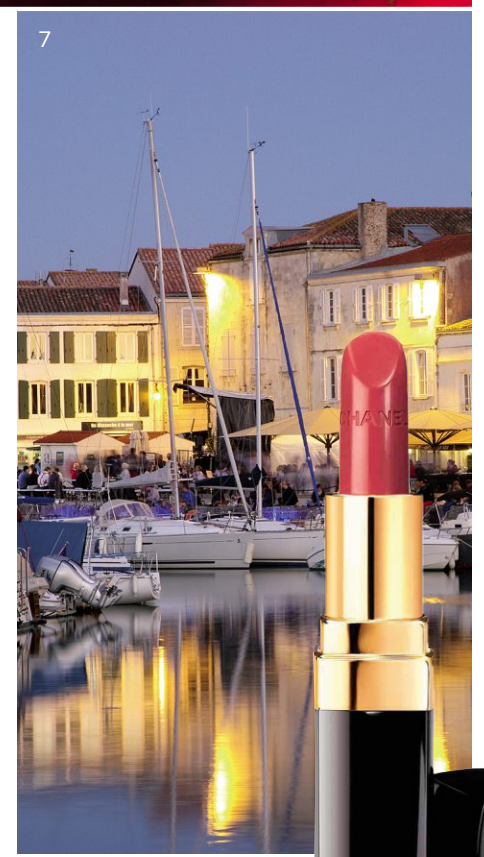
allem: Man ist ab vom Schuss. Ich hoffe, möglich bald wieder hinfahren zu können.

Auf welche Modebasics setzt eine Globetrotterin wie Sie?
Ich trage oft Hosen, die in der Taille eher hoch geschnitten sind und dafür unten weiter. In bin gern elegant gekleidet, sogar auf der Baustelle. Zum Glück gibts Sneakers von Burberry und **Alaïa (2)**, in ihnen schaffe ich meine 10000 Schritte pro Tag problemlos.

Weitere unverzichtbare Accessoires?
Brillen! Ich kaufe nur Wegwerfmodelle, am liebsten von See. Und Lippenstift. Da muss es **Chanel (8)** sein. Kräftiges Bordeaux im Winter und ein schönes Altrosa im Sommer.

In puncto Blumen, was darf es da sein?
Orchideen (1) – aber nur die weissen. Jene mit den rosa Sprenkeln mag ich gar nicht.

Sie mögen Kunst. Ihr aktueller Liebling?
Ganz klar: Hiro Andos **Samuraikatzen (4)** aus Plexiglas! ☺





Kollektion Perlée
Armbänder in Roségold und
Gelbgold mit Diamanten,
Ring in Gelbgold.



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906

