

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

LADAKH
Ohne Rucksack
im indischen
Hochgebirge

NATUR
So leben
gerettete
Elefanten

UHREN
Mondsüchtig?
Ja, unbedingt!

REISEN
Wunderbar anders:
Asien als Inspiration

MAI 2019

SonntagsZeitung



KEIRA KNIGHTLEY

CHANEL



THE NEW J12

IT'S ALL ABOUT SECONDS

NEUES AUTOMATIK MANUFATURWERK
EXTREM WIDERSTANDSFÄHIGE KERAMIK UHR. SWISS MADE. 5 JAHRE GARANTIE.



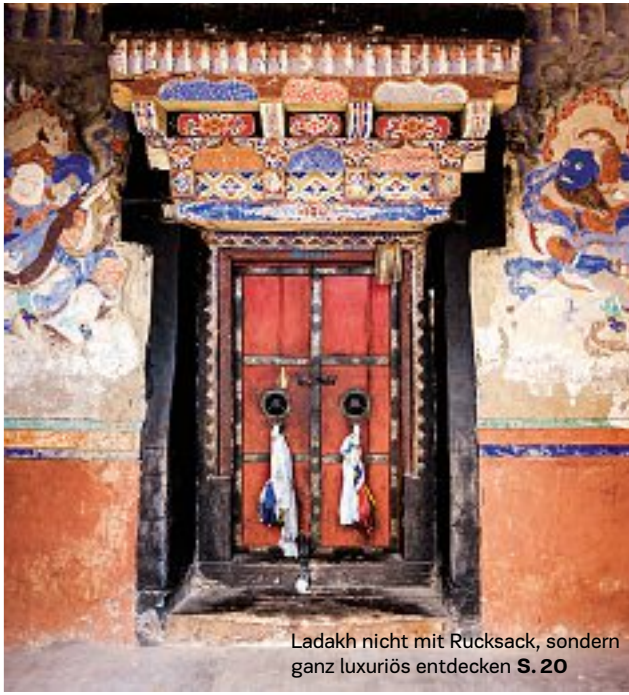
WOOD

DSQUARED2

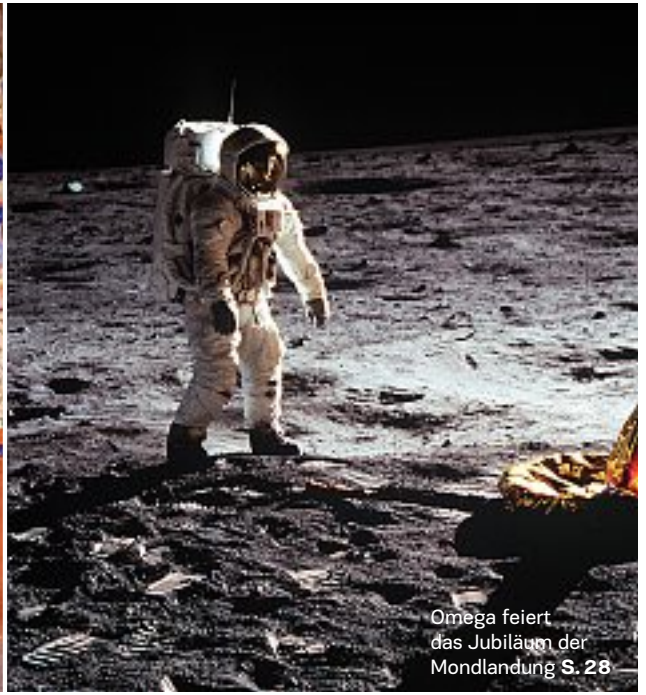
THE NEW FRAGRANCES



Asien hat zu wenig Platz für all seine Elefanten. Wie weiter? S. 10



Ladakh nicht mit Rucksack, sondern ganz luxuriös entdecken S. 20



Omega feiert das Jubiläum der Mondlandung S. 28

Reisen | Mai 2019

THEMEN

9 Beauty

Sonnenschutz, der gut zur Haut ist – und zum Meer

24 Unterwegs

10 Hotels, die sich eine eigene Pflegelinie leisten

27 Auto

Dach runter, Frisur fixieren – viel Spass mit den neuen Cabrios!

30 Meine Welt

Spitzenkoch Arnaud Donckele liebt Produkte aus Saint-Tropez

RUBRIKEN

6 Favoriten: Feine Neuheiten von Wein über Mode bis zur Fotografie 8 Ikone: Campari schmeckt... und sieht gut aus 29 Sie & Er: nude und gut



Mode, inspiriert vom chinesischen Kino S. 14
Weisse Baumwollbluse, *Gauchère*. Hose aus Seidenpopeline, *Kenta Matsushige*.



COVER

Ganzer Look, *Chloé*. Uhr *Rendez-Vous Night & Day*, Automatikuhrwerk, 36 mm, Gehäuse aus Roségold, Satinarmband, *Jaeger-Le Coultre*.

FOTOS Naomi Yang
STYLING Sonia Bédère

Mit allen Sinnen in die Ferne schweifen

EXOTISCH BESTICKTE, üppig bedruckte Stoffe – oder aber ein dünnes, rotes Bändchen am Handgelenk, das von einem buddhistischen Mönch gesegnet wurde und einen jedes Mal, wenn man es anschaut, in jenen fernen vergoldeten Tempel zurückversetzt, sodass man glaubt, den Geruch von Weihrauch in der Nase zu haben... Faszinierend, wie, wenn man ein Stück Fremde an sich trägt, es einen umso intensiver im Hier und Jetzt leben lässt. In dieser Ausgabe lassen wir den Blick deshalb in die Ferne schweifen: nach Thailand, nach Ladakh, nach China (ja, Asien hat es uns angetan!), aber auch zu Destinationen, die etwas schneller erreichbar sind. Etwa Hotels, die ihre Gäste



Renata Libal, Chefredaktorin

mit regionalen Beauty-Treatments verwöhnen (siehe S. 24). Sich in Tschechien eine Massage mit Kamillenöl gönnen, dessen Blüten auf den umliegenden Wiesen gepflückt wurden: Klingt herrlich, nicht wahr? Und wo bitte schmeckt ein Aperitif besser als dort, wo er vor über 100 Jahren erfunden wurde (siehe S. 8)? In einer Zeit, in der man seinen CO₂-Ausstoss drosselt, entscheidet man sich sehr bewusst für Flugreisen, und das ist gut so. Ganz darauf verzichten, die Welt zu bereisen, sollte man indes nicht. Denn manches lässt sich wirklich nicht am Bildschirm eines Smartphones erleben. Sondern nur vor Ort, mit allen Sinnen. Wenn man das nun vielleicht etwas seltener tut als früher, sollte man diese Momente umso mehr auskosten: So, dass sie sich ins Gedächtnis und ins Herz einbrennen.

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 Reymond. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich). Redaktion/Produktion: Loyse Pahud (französischsprachige Ausgabe), Paulina Szczesniak (deutschsprachige Ausgabe). Layout: Géraldine Dura (Art Direction). Bildredaktion: Lucie Voisard. Mitarbeiter dieser Ausgabe: Text: Silvia Aeschbach, Mathilde Binetruy, Hanspeter Eggenberger, Isabel Hemmel, Claudia Schmid, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch). Fotos: Philippe Blancotto, Naomi Yang. Styling: Sonia Bédère, Léonore Noz. Übersetzung: Daniel Böniger, Paulina Szczesniak, Ursula Zenger. Sekretariat: Alessandra Ducret. Bildbearbeitung: Photomedia. Korrektorat: Bernd Gregorius. Druck: Swissprinters 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 Romand: Tamedia SA, Tamedia Advertising, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), Actua Immobilier SA, CIL 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. www.marque.ch Tamedia



Eine Diva im Pool: Liz Taylor, fotografiert für «Vanity Fair», L.A. 1989.

AUSSTELLUNG

Extravagant bitte!

Skandal! Wann und wo immer Helmut Newton (1920–2003) seine Bilder zeigte, gab es Knatsch mit Zeitgenossen, die darin Pornografie und Sexismus sahen. Klar: Der als Helmut Neustädter in Berlin geborene, als Teenager vor den Nazis nach Australien geflüchtete Fotograf spielte gern mit dem Feuer, sprich mit gespreizten Schenkeln, gefesselten Luxuskörpern und Co. Bloss tat er das eben stets mit einem unerhörten Gespür für das richtige Verhältnis von Humor, Klasse und Extravaganz. Seine Akte, seine Modefotos für die «Vogue», seine Porträts berühmter Leute: Das ist heute alles Kult. Wer ihm vor die Linse kam, erzählte später, Newton habe einerseits

ganz genau gewusst, was er wollte, und andererseits aus der Hüfte geschossen; das Wort Genie fiel immer mal wieder. 1999 veröffentlichte der Taschen-Verlag den 460-seitigen, 35 Kilo schweren Riesenfotoband «Helmut Newton: Sumo»; das erste, von rund 100 der darin abgebildeten Promis signierte Exemplar ging im Folgejahr bei einer Auktion für 317000 Euro weg und wurde damit zum teuersten Buch des 20. Jahrhunderts. Nun zeigt eine Ausstellung alle 400 im Buch vereinten Bilder im Original. Ein wuchtiges, grossartiges Stück Fotografiegeschichte. *Paulina Szczesniak*

Helmut Newton: Sumo. 6. Juni bis 17. November 2019. Helmut Newton Stiftung, Berlin.

ZUM WOHL

Die dunkle Seite des Monte Rosa



VON
PIERRE THOMAS

Alle guten Schweizer (und jene, die es werden möchten) wissen: Der höchste Punkt unserer Alpen ist die Dufourspitze mit 4634 Metern. Der unauffällige Gipfel gehört zum Monte-Rosa-Massiv, das auf der einen Seite gen Zermatt abfällt. Was aber nur wenige wissen: Am Fuss der gegenüberliegenden Seite, die nach Italien zeigt, befindet sich ein Weingebiet, das dank der Klimaerwärmung zurzeit eine Renaissance erlebt.

Von den 40000 Hektar Weinstöcken, die es vor der Industrialisierung zwischen Ivrea und Domodossola gab, sind heute nur wenige tausend Pflanzen übrig geblieben. Trotzdem wurden hier vor genau 50 Jahren zwei DOC-Regionen (denominazione d'origine controllata) aus der Taufe gehoben, beide am Ufer des Flusses Sesia, der sich in die Po-Ebene schlängelt: die DOC Gattinara und die DOC Ghemme zwischen dem Ortasee und der Industriezone von Novara. Inzwischen haben beide sogar den DOCG-Status (das G steht für garantita) und gehören damit zur obersten Stufe der italienischen Weinhierarchie. Ursprünglich wurde dort vorwiegend Nebbiolo gepflanzt, den man nicht nur in diesen hohen Teilen des Piemonts kennt, sondern auch in tieferen Gebieten, wo er als Barolo oder als Barbaresco auf die Flasche kommt. Und es wundert nicht, sind am Fuss des Bergmassivs viele zum Weinbau zurückgekehrt. Wie Giovanni Brugo aus der 4000-Seelen-Gemeinde Ghemme, dessen schmackhafter 2012er (aus 90% Nebbiolo und 10% Vespolina, einer

regionalen Sorte) sein erster Jahrgang war. Denn erst mit 60 Jahren, nach einer Karriere als Arzt für Unfallchirurgie, kaufte Brugo einen Rebberg, um einen Wein ganz in der Machart seiner Grosseltern zu keltern. Den 2013er wird er diesen Sommer abfüllen. Doktor Brugo verkauft seine raren Abfüllungen nur vor Ort, in seinem Keller in der Altstadt. Übrigens ist er, wie der Monte Rosa, binational: Als Nachfahre der Tessiner Familie Rossi hat er einen Schweizer Pass.



Ghemme Riserva 2012
24 Euro/7 dl; info@pietraforata.com (oder Facebook)

AUTO

Hippiestromer

Er ist ein Klassiker: der T1 von Volkswagen, der legendäre VW-Bus, in Deutschland auch unter dem Spitznamen Bulli bekannt. Den von 1950 bis 1967 in 1.8 Mio. Exemplaren gebauten Van gab es in verschiedenen Ausführungen; vor allem der Camper wurde berühmt und ging als Hippie-Bus in die Popkultur ein. An seiner Wiedergeburt, dem ID Buzz, wird bei VW seit über einem Jahrzehnt gearbeitet. Nun ist das Konzeptfahrzeug an diversen Messen vorgestellt worden, ab 2022 geht es in Serie. Das Design lehnt sich klar ans Urmodell an. Sonst ist aber alles neu, vor allem der umweltfreundliche Antrieb mittels Elektromotoren an Vorder- und Hinterachse. Über die Leistung ist noch nichts bekannt, der Preis dürfte bei 50000 Franken liegen. Ob eine neue Hippie-Generation den Neo-Bulli adoptieren wird? The answer is blowing in the wind... *H.E.*





Der faltbare Taschenklassiker mit Ledergriff ist jetzt offiziell auch ein Deko-Objekt.

ACCESSOIRE

Inspiration Furoshiki

Bekommt man in Japan ein Geschenk überreicht, ist es oft verpackt in ein liebevoll gefaltetes und geknüpftes Tuch. Diese Furoshiki-Kunst stand auch Pate für die neueste Taschenkollektion von Longchamp: Katachi. An der Mailänder Möbelmesse im April konnte man am Stand der französischen Marke manchen Design-Afficionado dabei beobachten, wie er sich an den Objekten in zarten Farbtönen beim persönlichen Falt-Erstversuch abmühte. Schöpfer dieser originellen Entwürfe ist kein Geringerer als Oki Sato, der 2001 das famose Designstudio Nendo in Tokio ins Leben rief. Konsequente Wahl. Schliesslich war schon der 1993 lancierte erste Wurf von Longchamp, die in-



Die erste kreisrunde Longchamp lässt sich mit etwas Übung um Eingekauftes wickeln.

zwischen legendäre Pliage, von der japanischen Papierfaltkunst Origami inspiriert: Ein paar Handgriffe, und schon verwandelt sich der geräumige Shopper in ein kompaktes Päckchen. Das Nendo-Longchamp-Jointventure, erhältlich in drei Formen, setzt nun noch einen drauf: Der Würfel gibt eine hübsche Aufbewahrungsbox ab; der Kegel wird im Ellbogen eingehängt oder an eine andere Tasche befestigt; mit der runden Version lässt sich Shoppingbeute elegant einwickeln. Praktisch? Nicht unbedingt. Dafür aber hoch ästhetisch, ja fast schon: poetisch. *Renata Libal*

Longchamp x Nendo, Katachi, 3 Formen, 6 Farben. Erhältlich ab Mitte Juni, ab 60 Fr.

BEAUTY

Kleine Frischekicks



Seien wir ehrlich: Verreisen ist nicht nur schön. Es bedeutet auch, seine Haut allerlei Stressfaktoren auszusetzen – Klimaanlage, Heizungen, Staub, Smog – und sich teils länger nicht erfrischen zu können, als einem lieb ist. Da kommt das Reisekit der australischen Beauty-Marke Aesop gerade recht. Das passenderweise Departure benannte Set enthält sieben Miniaturpackungen diverser Frischebooster, zum Beispiel ein Mundwasser, dessen Ingredienzen Gewürznelke, Anis und Minze auch den Sitznachbarn im Flieger erfreuen dürften. Das reinigende Handgel setzt auf dieselben Inhaltsstoffe wie die mittlerweile Kultstatus genießende Flüssigseife der Marke (Mandarine, Rosmarin und Zedernholz), und der Gesichtsspray mit Rose, Bergamotte und Kamille lässt einen selbst in der Economy-Klasse für einen Augenblick von einem verwunschenen Garten träumen. *Loyse Pahud*

Aesop Departure, Box mit 7 Produkten (Gesichtsmaske, Lippenpflege, Handbalsam, Zahnpasta, Handgel, Mundwasser, Gesichtsspray), 55 Fr.



UHR

Viriles Doppel

Diese neue Tudor vereint die Merkmale einer Vintage-Taucheruhr (wasserdicht bis 200 m, «Snowflake»-Zeiger) mit jenen des Königs der Rennstrecke: dem Chronographen. Ein Doppel, das sich im Materialmix aus Gelbgold und schwarzem Alu spiegelt. *R.L.*

Tudor Black Bay Chrono S&G (Steel & Gold), 41 mm, mechan. Uhrwerk mit Selbstaufzug, 70 Stunden Gangreserve, 6500 Fr.



DAVIDE CAMPARI (M.) MACHT DEN APERITIF DES VATERS POPULÄR, GRAF NEGRONI (R.) MIXT DEN COCKTAIL DAZU.



EINE CAMPARI-FLASCHE SIEHT HEUTE FAST GENAU SO AUS WIE VOR 100 JAHREN. DIE ETIKETTE IST KULT!



CAMPARI SPANNT SEIT JEHER MIT ILLUSTRATOREN, DICHTERN, DESIGNERN UND FILMEMACHERN ZUSAMMEN.

Klassiker aus Mailand

LEUCHTEND ROT UND EIN BISSCHEN BITTER: CAMPARI IST AUS DEN BARS DIESER WELT NICHT MEHR WEGZUDENKEN. KEIN WUNDER, EIGENTLICH: SEIN ERFINDER WAR EINE ART PROTO-HIPSTER.

TEXT CLAUDIA SCHMID

NIRGENDS lässt sich Campari stilvoller trinken als in Mailand. Schon ab elf Uhr morgens genehmigen sich die Leute, vor allem auch ältere Semester, an der Bar den appetitanregenden roten Aperitif. Schliesslich wurde das Unternehmen Campari vor über 150 Jahren hier gegründet: Gaspare Campari (1828-1882), der im 19. Jahrhundert mit Likören handelte, erfand das berühmte Getränk und bezog gegenüber dem Mailänder Dom in der Galleria Vittorio Emanuele II eine Bar. Die existiert noch heute: Das Camparino genannte Lokal mit den Papageien-Mosaiken im Art-Déco-Stil und den weiss gekleideten Kellnern ist eines der schönsten der Stadt.

Aus heutiger Sicht könnte man Gaspare Campari, aber auch seinen Sohn Davide (1867-1936), der das Unternehmen weltweit bekannt machte, als Hipster bezeichnen. Sie spürten den Zeitgeist. Und der muss, was Trinkvorlieben angeht, vor 100 Jahren recht ähnlich gewesen sein wie heute. 1919 kreierte der Graf und weit gereiste Dandy Camillo Negroni (1868-1934) den nach ihm benannten Cocktail in Florenz. Neben Campari enthält der «Negroni» Gin und roten Wermut. Kein Cocktail, abgesehen vom «Old Fashioned», wird derzeit mehr verkauft – weltweit, wohlgerneht. Der

leicht bittere «Negroni», sozusagen der «Cosmopolitan» der späten Nullerjahre, stillt das aktuelle Bedürfnis nach herben Getränken wie auch nach Wermut, der sich ebenfalls eines Comebacks erfreut.

Ohne Campari kein «Negroni», klar – aber auch kein Campari Orange und Campari Soda. Letzterem wird nicht nur im bekannten Schweizer Mundartsong gehuldigt, er gilt auch als erstes Convenience-Getränk überhaupt. Seit den 1930ern wird er in den gleichen hübschen Fläschchen verkauft, deren ikonischer Entwurf auf den futuristischen Künstler Fortunato Depero zurückgeht (von ihm stammt auch das Plakat in der Mitte der oberen Bildreihe). Die raue Haptik der Flasche soll an die Haut der Orange erinnern, die unverzichtbares Finish jedes Campari-Getränks ist.

Paradies für Designfans

Zeitloses Produktdesign, geschicktes Marketing und frühe Kooperationen mit Künstlern förderten die Bekanntheit der Firma vor allem in der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts. So hatte Davide Campari die originelle Idee, in der Zeitung «Corriere della Sera» Gedichte zu veröffentlichen. Die «Cantastorie di Campari», kleine Alltagsverse über Bittergetränke, erschienen bereits ab den späten 1920er-Jahren; sie waren mit Illustrationen von bekannten Gestaltern versehen und sehr beliebt.

Campari verfügt über ein Firmenarchiv, das Designfans dahinschmelzen lässt: Vintage-Aschenbecher mit dem bekannten Campari-Schriftzug, Trinkgläser, Uhren... Die vielen im Lauf der Jahrzehnte produzierten Werbeprodukte sind heute alle in der Galleria Campari im Hauptsitz der Firma ausgestellt; der befindet sich im Mailänder Vorort Sesto San Giovanni, wo einst schon die erste Firmenfabrik stand.

Dort lassen sich auch zahllose Plakate bewundern, die heute als Klassiker gelten. Etwa jenes kunstvolle Stück mit dem Spiritello, dem Campari-Maskottchen: ein clowneskes Männchen, das sich in einer Orangenschale versteckt. Kult sind auch die in den 60ern für die populäre italienische TV-Werbesendung «Carosello» produzierten Clips. Nach der Jahrtausendwende kam der Campari-Kalender dazu, der – wie sein Konkurrent von Pirelli – mit Stars und Models bestückt und nicht zu kaufen war, sondern nur an ausgewählte Kunden verschenkt wurde. Er ist mittlerweile dem bewegten Bild gewichen: Unter dem Namen «Red Diaries» transportieren seit zwei Jahren Kurzfilme das Firmenimage weiter. Was die Zusammenarbeit mit Künstlern angeht, bleibt sich die Firma allerdings treu: So hat der römische Star-Regisseur Matteo Garrone («Gomorra») kürzlich einen 10-Minuten-Werbespot inszeniert. Er spielt, wen wundert es: in Mailand. ☺

IN ZAHLEN

- Zur Campari-Gruppe, die in 190 Länder exportiert, gehören 50 Spirituosen – darunter Averna, Cynar, Aperol.
- 1904 liess Davide Campari in Sesto San Giovanni vor den Toren Mailands die erste Campari-Fabrik errichten. Hier befindet sich heute das von Mario Botta umgebaute Headquarter.
- Der «Negroni», einer der wichtigsten Cocktails auf Campari-Basis, wird dieses Jahr 100 Jahre alt. Sein Geburtstag wird im Juni in Florenz gefeiert.
- In der Galleria Campari befinden sich über 3000 Produkte, Werbepartikel und Kunstwerke aus dem firmeneigenen Archiv.

Mehr Schutz? Meer-schutz!

MIT DER SONNENCRÈME AUF UNSERER HAUT GELANGEN JÄHRLICH TONNEN VON CHEMIKALIEN IN NATÜRLICHE GEWÄSSER. JETZT REAGIEREN DIE HERSTELLER.

TEXT SILVIA AESCHBACH FOTO PHILIPPE BIANCOTTO

JEDER HOBBYTAUCHER kennt die Regeln: Wenn man ins Meer steigt, um Korallen und Fische zu bewundern, fasst man nichts an und trägt möglichst keine Sonnencreme auf der Haut. Steigende Wassertemperaturen und die industrielle Fischerei mit ihren zerstörerischen Grundschleppnetzen setzen den Korallen schon genug zu. Da muss man den sensiblen Meeresbewohnern (die übrigens keine Pflanzen sind, sondern zur Familie der Nesseltiere gehören) nicht noch zusätzlichen Stress durch Chemikalien verursachen, die sie auf Dauer ausbleichen.

So ein kurzer Erfrischungsschwimm im Meer, werden viele denken, könne der maritimen Fauna ja wohl nichts anhaben. Alle zusammen aber bringen wir so mit dem UV-Schutz auf unserer Haut Jahr für Jahr Tonnen von Oxybenzon und Octinoxat ins Wasser. Kein Wunder, ist mancherorts bereits die Notbremse gezogen worden: An einigen Stränden Mexikos muss man zwingend duschen, bevor man ins Meer hüpfet. Auf Hawaii ist seit 2012 der Verkauf von Mitteln mit gewässerschädigenden Substanzen gesetzlich verboten. Und auch auf Palau wird 2020 ein entsprechendes Gesetz in Kraft treten: Der zwischen Japan und Australien gelegene, aus über 350 Inseln bestehende Kleinstaat zählt zwar nur 20000 Einwohner, empfängt aber jährlich mehr als fünfmal so viele Touristen.

Dabei sind Chemikalien noch nicht mal die einzigen problematischen Stoffe, die mit uns ins Wasser gleiten. Auch die Nanopartikel – winzige Kunststoffteilchen, die in viele Kosmetika eingearbeitet sind – stellen eine Gefahr dar, und zwar nicht nur im Meer, sondern auch für unsere Seen und Flüsse: Indem sie das Hormonsystem von Fischen verändern, können sie auf lange Sicht deren Fortpflanzung gefährden.

Immer mehr Hersteller sind es leid, mitschuldig an dieser Misere zu sein, und bringen Produkte auf den Markt, welche die Haut statt durch Chemie durch einen sogenannten Mineralfilter schützen. So zum Beispiel die anthroposophisch inspirierte, in Arlesheim ansässige Naturkosmetikfirma Weleda, deren Sonnencreme ohne Oxybenzon und Nanopartikel auskommt. Bernhard Irrgang, Leiter des Bereichs Forschung und Entwicklung, erklärt ihre Wirkungsweise folgendermassen: «Mineralische Filter schützen unsere Haut vor Verbrennungen, indem sie die Sonnenstrahlen wie unzählige kleine Spiegel reflektieren.» Auch Clarins

hat neue Produkte im Sortiment, die explizit korallenfreundlich sind. Warum das wichtig ist, wo Korallen doch lediglich 0.2 Prozent der Bodenfläche aller Meere ausmachen? Weil sie zum einen fast ein Drittel aller im Meer lebenden Spezies beherbergen, und zum andern helfen, der Erosion der Küsten Einhalt zu gebieten. Von ihrer Gesundheit hängt also die Biodiversität der Ozeane ab. Das erklärt auch, warum das Familienunternehmen, das bei seinen Produkten seit seiner Gründung 1954 ausschliesslich auf pflanzliche Inhaltsstoffe setzt, nun sogar fürstlichen Zuspruch genießt: Albert II. von Monaco persönlich verlieh Olivier Courtin-Clarins für die Korallenforschung, welche die Laboratoires Clarins mit dem Centre Scientifique de Monaco betreiben, letztes Jahr den Orden des heiligen Karl.

Jahrelange Forschung

Tatsächlich ist die Entwicklung von Sonnenschutzprodukten, die sowohl zuverlässig wirken als auch umweltverträglich sind, eine verzwickte Angelegenheit. Caroline Nègre, Forschungschefin bei der französischen Kosmetikmarke Biotherm, fasst die damit verbundenen Schwierigkeiten wie folgt zusammen: «Crèmes und Lotions mit klassischen Filtern sind zwar sensorisch angenehm und bieten optimalen Schutz, sind aber wenig umweltfreundlich. Umgekehrt schützen natürliche, mineralische Filter die Haut nicht immer ausreichend.» Entsprechend brauchte es lange Jahre und über 200

Versuche, um die Biotherm-Waterlover-Serie zu entwickeln, die verlässlichen Sonnenschutz mit den «geringstmöglichen Auswirkungen auf die Biodiversität in Gewässern» verbindet.

Ähnlich tönt es beim – ebenfalls französischen – Beautylabel Caudalie, das bei seiner neuen Sonnenpflegelinie wie gewohnt auf die Wirkstoffe der Weintraube setzt: «Viele Jahre haben wir an einer Formel getüftelt, die angenehm auf der Haut ist, ohne dabei die Natur zu belasten.» Für die fünf Produkte – Öl, Sprays und Anti-Falten-Crèmes in verschiedenen LSF-Stufen –, die dieses Jahr auf den Markt gekommen sind, wollte Caudalie-Gründerin Mathilde Thomas «keinen Kompromiss zwischen dem Schutz der Haut und der Natur machen.» Und noch ein weiterer französischer Hersteller ist zu nennen: Die vor ein paar Jahren gegründete Marke UVBIO. Ihre Produktpalette, die unlängst auch in der Schweiz lanciert wurde, respektiert Körper und Natur gleichermaßen, ist, wie der Name schon andeutet, komplett biologisch – und sogar vegan.

Es dürfte noch eine Weile dauern, bis die Auswirkungen der verschiedenen Stoffe auf die Gewässer vollständig erforscht sind. Bis es so weit ist, kann es zumindest nicht verkehrt sein, wenn jede und jeder von uns schon einmal einen kleinen Beitrag zum Schutz der Meere, Seen und Flüsse leistet. Es wäre doch schade, wenn wir dereinst nur noch in dichten Ganzkörperanzügen in natürlichen Gewässern plantschen könnten – oder gar nicht mehr. ☺

NEUE PRODUKTE (IM UHRZEIGERSINN)

Spray Solaire Lacté, LSF 30, Sonnenspray für Gesicht und Körper, feuchtigkeitsspendend und mit Anti-Aging-Effekt, **Caudalie**, ca. 30 Fr./150 ml.

Anthélios Shaka Fluide, LSF 50+, ultraleichte, nicht fettende Textur, **La Roche-Posay**, ca. 32 Fr./50 ml.

Waterlover Sun Mist, LSF 30, wasserfester, transparenter Sonnensprühnebel für Gesicht und Körper, **Biotherm**, ca. 48 Fr./200 ml.

Sun Care Hair and Body Cleanser, reinigt Haut und Haare sanft von Chlor, Salzwasser und Produktrückständen, **Aveda**, ca. 29 Fr./250 ml.

Compact Solaire Minéral, LSF 30, getöntes Sonnenschutz-Fluid fürs Gesicht, **Clarins**, ca. 48 Fr./115 ml.

Edelweiss Sonnencreme Gesicht, LSF 30, mit nativem Kokos- und Jojobaöl und mineralischem Non-Nano-UV-Filter, **Weleda**, ca. 20 Fr./50 ml.







SCHWER **ENGAGIERT**

WIE LEBEN ELEFANTEN IN GEFANGENSCHAFT?
DER UMWELTFORSCHER JOHN E. ROBERTS SETZT
SICH IN THAILAND TAGTÄGLICH FÜR SIE EIN.

TEXT RENATA LIBAL

EIN ZUFRIEDENER ELEFANT: Woran erkennt man ihn? Der tierliebende Durchschnittseuropäer mag spontan ein Bild à la Disneys «Dschungelbuch» vor Augen haben: eine Reihe gmögiger Dickhäuter, Rüssel an Schwanz an Rüssel, ringsum sattes Grün und kein Wilderer weit und breit. Bloss: In Asien gibt es gar nicht mehr genügend ungenutzte Fläche für solche Idyllen. Mehr als die Hälfte aller Elefanten lebt in Gefangenschaft, viele unter erbärmlichen Bedingungen. Was macht also, angesichts dieser Tatsachen, einen zufriedenen Umweltschützer aus? Dass er versucht, aus der komplexen Situation das Beste zu machen, im Wissen, dass viele noch so kleine Schrittlchen nach vorn besser sind als der Status quo.

Seit 2003 beaufsichtigt der Brite John Edward Roberts ein 160 Hektaren grosses Reservat im Norden Thailands. Alle 25 Elefanten, die darin leben, haben in Zirkussen oder auf den Strassen Bangkoks Misshandlung und Mangel erlitten, bevor sie gerettet wurden. Das mehrfach preisgekrönte Reservat, in dem rund 40 Tierärzte, Biologen und weitere Fachleute arbeiten, gehört zum Luxushotel Anantara Golden Triangle in Chiang Rai und ist in den letzten Jahren zu einer Lehrstätte für Einheimische ebenso wie für Besucher aus der ganzen Welt geworden. Roberts leitet auch die Golden Triangle Asian Elephant Foundation, eine Nonprofit-Organisation, die bei der laufenden Debatte über den Umgang mit Elefanten in Thailand und den Nachbarstaaten eine Schlüsselrolle spielt. Als Leiter der Umweltprojekte der Hotelgruppe Minor ist er «der einzige Manager, auf dessen Visitenkarte das Wort Elefant steht», sagt Roberts lachend. Mit seiner thailändischen Frau und dem kleinen gemeinsamen Sohn lebt er im Schutzgebiet und erwacht jeden Morgen zum Trompeten der Dickhäuter. Seine Vision ist, dass eines Tages alle domestizierten Elefanten zufrieden leben können. Denn ein Leben in Gefangenschaft könne durchaus fröhlich sein, versichert Roberts.

Wie kommt ein junger Engländer auf den Elefanten?

Meinen ersten Elefanten habe ich 1999 gesehen, auf dem Rasen der Tiger Tops Lodge im nepalesischen Reservat Chitwan. Drei Monate später habe ich wieder einen gesehen, diesmal einen wilden. Ich hatte gerade mein Ingenieurstudium in Bath abgeschlossen, konnte mir aber nicht vorstellen, in einem Unternehmen zu arbeiten. So reiste ich als Freiwilliger in die grossen Nationalparks, nach Texas, nach Australien, schliesslich nach Asien. Ich wollte Zeit schinden, bevor ich brav nach England zurückkehren würde. Doch die Begegnung mit den grauen Riesen änderte alles. Ich war fasziniert von ihrer Intelligenz, von der Kultur der Mahouts (Elefantenführer, Anm. d. Red.), der unglaublichen Nähe zwischen Mensch und Tier. Und ich hatte das Glück, dass ich meine Faszination zum Beruf machen konnte.

Die Problematik der Elefanten in Asien unterscheidet sich stark von jener in Afrika.

Das stimmt. Der Grossteil der 45000 afrikanischen Elefanten lebt frei, in riesigen, kaum besiedelten Gebieten. Abgesehen von der Römerzeit wurden die Elefanten dort kaum gezähmt. In Asien hingegen leben die Elefanten seit über 3500 Jahren in nächster Nähe zum Menschen, wie Höhlenmalereien beweisen. Die Macht der hiesigen Könige hing von der Stärke ihrer Heere, sprich: von der Zahl ihrer Kampfelefanten ab. Seit der Kolonialzeit wurden die Elefanten vorwiegend in der Forstwirtschaft eingesetzt. Sie bewegen sich so geschmeidig wie Katzen, sodass man direkt zu bestimmten Bäumen gelangen kann, ohne den Wald mit einer Strasse oder dem Traktor zu zerstören.

Das Exportverbot für seltene Hölzer aber machte Tausende Elefanten gewissermassen arbeitslos...

Und niemand weiss, was man mit ihnen anfangen soll! Myanmar zählt seit dem Inkrafttreten des Gesetzes vor zwei Jahren 6000 arbeitslose Elefanten. Thailand kennt das Problem schon seit 1989, wir haben hier 3500 frei lebende Elefanten und 3700 in Gefangenschaft. Aber auch ein Elefant, der seinem Mahout keinen Verdienst einbringt, braucht



Seit Thailand den Export von Tropenhölzern verboten hat, mussten sich Tausende von Mahouts und ihre Tiere aufs Betteln verlagern.



Gutes Futter und Schutz sind das eine. Aber Elefanten, die in Gefangenschaft leben, wollen auch beschäftigt werden.

täglich seine 300 Kilo Futter. Er kostet ein Vermögen. Und er langweilt sich. Deshalb gibt es viele kranke, unterernährte Elefanten, die von ihrem Mahout gezwungen werden, zu betteln und sich vor Zuschauern auf der Strasse zu produzieren. Nicht zu reden davon, was der heisse Asphalt an den weichen Fussballen der Dickhäuter anrichtet.

Sie in den Urwald zu entlassen, ist wohl keine Option?

In Asien gibt es dafür schlicht zu wenig Platz. Die Konflikte zwischen Elefantenherden und Dorfbewohnern nehmen zu, und es gibt wieder Fälle von Wilderei. Kommt hinzu, dass nicht alle Elefanten fähig sind, das Leben in Freiheit wieder zu lernen. Es ist kaum zu glauben, welche unterschiedlichen Persönlichkeiten sie haben können. Wird ein ängstlicher Elefant in die Freiheit entlassen, wird er es dort so schwer haben wie ein gemobbtes Kind in der Pause. Und doch: In Laos wurde diesen März eine Gruppe von acht Elefanten aus einer Auffangstation in den Urwald entlassen. Erstmals geschah so etwas unter wissenschaftlicher Beobachtung, die Tiere wurden sorgfältig gemäss ihrem Temperament ausgewählt. Wir verfolgen das Projekt mit grosser Hoffnung.

Die gefangenen Exemplare kommen nicht darum herum, der Belustigung der Touristen zu dienen.

Der Tourismus stellt momentan die beste Option dar. Die Elefanten brauchen Bewegung und Anregungen. Wir arbeiten derzeit intensiv daran, Standards zu entwerfen, wie man die Tiere einsetzen kann, ohne sie zu quälen. In unserem Reservat organisieren wir beispielsweise Waldspaziergänge mit Besuchern, was die Elefanten sichtlich geniessen.

Sollte man nicht alle Aktivitäten boykottieren, bei denen sich Menschen auf den Rücken eines Elefanten setzen?

Zu verurteilen sind weniger die Aktivitäten an sich als die Art ihrer Durchführung. Mahouts müssen wissen, wie sie ihre Elefanten auf sanfte Art ausbilden und führen können. Der Einsatz scharfer Stöcke und dergleichen muss verboten werden. Jeder Elefant ist ein Individuum mit eigenem Temperament. Manche mögen es, Reiter zu tragen, ander nicht. Unsere Aufgabe ist es, ein neues Bewusstsein für die Zusammenarbeit von Mensch und Tier zu wecken.

Wie kann der Tourismus dabei eine positive Rolle spielen?

Mir graut beim Gedanken, dass informierte Touristen, denen Nachhaltigkeit und Tierwohl wichtig sind, Destinationen, die mit Elefanten arbeiten, boykottieren könnten. Die Tiere sind nun einmal da, und der Tourismus ist derzeit ihre einzige Chance. Die Region braucht dringend Besucher, die einzigartige Erlebnisse suchen – und bereit sind, angemessen dafür zu bezahlen. Ohne sie würde sich die Lage dramatisch verschlechtern, die Elefanten würden ohne Rücksicht den Launen eines Massenpublikums ausgesetzt. Der anspruchsvolle Tourismus kann und muss Druck ausüben und uns helfen, Qualitätsstandards durchzusetzen.

Bis es so weit ist, bewegen sich viele Elefanten zu wenig, werden übergewichtig und leiden sogar an Diabetes.

Ja, das ist wie bei uns Menschen. Studien belegen, dass übergewichtige Tiere gestresst sind. Es wäre schon viel gewonnen, würde man aufhören, Touristen kistenweise Ananas an die Tiere verteilen zu lassen.

Thailand weiss nicht, wohin mit seinen Elefanten, während viele glauben, Elefanten seien vom Aussterben bedroht.

Thailand droht in spätestens zehn Jahren eine Überbevölkerung an Elefanten. Ihre Zahl steigt jährlich um fünf bis zehn Prozent! Man

muss unbedingt die Vermehrung der domestizierten Tiere bremsen oder gar stoppen. In unserem Camp tun wir das. Wir hatten bisher nur ein Elefantenbaby. Ein Mahout brachte uns eine Elefantenkuh in erbärmlichem Zustand. Erst später stellte sich heraus, dass sie trächtig war. Aber Achtung: Nur wenige teilen meine Meinung! In Asien will niemand etwas von Geburtenkontrolle bei Elefanten hören.

Was macht das Thema so heikel?

Der Elefant ist in Südostasien mehr als ein Tier. Er verkörpert Kultur, Spiritualität. Die Mahouts sind eng mit ihren Schützlingen verbunden, in gegenseitiger Abhängigkeit, deren Werte seit Generationen bestehen. Diese Verbindung bestimmt ihr Selbstverständnis. Stellen Sie sich vor, was es bedeutet, solch ein Symbol infrage zu stellen!

Und doch gibt es Mahouts, die ihre Elefanten misshandeln.

Aus Verzweiflung: Sie haben ihr Einkommen verloren. Viele sind ratlos angesichts der modernen Welt und tief verletzt durch die Kritik an ihren traditionellen Methoden. Man muss ihnen helfen, sich weiterzubilden und ihren Stolz, ihre Rolle in der Gesellschaft wieder zu finden. Das Problem ist: Ein Elefantenbaby ist eine Attraktion, die dem Besitzer leicht verdientes Geld verspricht. Nur lebt ein solches Baby danach noch 80 Jahre weiter.

Ist die Erziehung eines Elefantenjungen, das unter Menschen leben soll, zwingend mit Grausamkeit verbunden?

Das hängt davon ab, wie man grausam definiert. Sicher ist, dass ein Elefant, der in Gefangenschaft leben soll, erzogen werden muss. Er muss gehorchen, man muss sich ihm ohne Angst nähern können, nur schon, um ihn zu pflegen. Wie bei Menschenkindern empfehlen wir eine Früherziehung mit positiven Anreizen, also mit Belohnungen statt mit Schlägen. Zurzeit werden neue Methoden erforscht, und es zeigt sich: Es geht ohne Gewalt.

Was halten Sie vom Riesenprojekt, das jetzt in Burma anläuft und ein Schutzgebiet für 3000 Elefanten schaffen soll?

Sie meinen das Projekt des Amerikaners Dane Waters. Ich finde sein Wirtschaftsmodell, das einen exklusiven Tourismus mit dem Schutz der Region verbindet, sehr interessant. Hingegen habe ich Zweifel an der Idee, Elefanten aus der ganzen Region dorthin zu bringen. Ich kenne kein einziges gelungenes Projekt einer solchen Verpflanzung.

Was kann man denn tun?

Die wilden Elefanten dort schützen, wo sie sind, anstatt sie einzusammeln. Vor fünf Jahren hat die Gruppe Minor, für die ich arbeite, ein Gebiet von 180 Quadratkilometern im Nationalpark von Botum Sakor in Kambodscha gesichert. Dabei wurden umfassende Geländearbeiten in Kooperation mit den Anwohnern ausgeführt. Letztes Jahr haben wir dort ein exklusives Camp, das Cardamome Tented Camp, mit einem Premium Service eingerichtet. Vorgesehen ist, dort keinen Profit zu machen, sondern Arbeitsplätze zu schaffen und den gesamten Gewinn für die Ranger und lokale Projekte einzusetzen. Ich setze grosse Hoffnungen in dieses Konzept.

Seit fast 20 Jahren sind Sie täglich mit Elefanten zusammen. Was erstaunt Sie dabei am meisten?

Begeistert bin ich von einem Projekt, an dem wir in Lampang beteiligt sind: Es geht um die Begegnung von Elefanten mit Kindern, die autistisch sind oder das Down-Syndrom haben. Da kommt es zu absolut magischen Momenten. Und ich schwöre Ihnen: Auch die Elefanten haben grosse Freude an diesen Begegnungen. ☺

In Asien ist der
Tourismus die
einzigste Chance,
die diese Tiere
derzeit haben

PATENSCHAFT FÜR EINEN ELEFANTEN

Der Unterhalt eines Elefanten im Camp des Hotel Anantara kostet rund 18000 Dollar pro Jahr. Deshalb bietet das Hotel Tierpatenschaften an: Auf der Website wird jeder Elefant einzeln vorgestellt; man kann sich das Tier, das man unterstützen möchte, anhand dieser Profile aussuchen – oder, besser noch, während eines Besuchs vor Ort. www.helpingelephants.org



PARMIGIANI

FLEURIER



A celebration of time

TONDA Calendrier Annuel
Manufactured entirely in Switzerland
parmigiani.com

ASCONA Gioielli-Orologi Herschmann | BASEL Gübelin | BERN Stähli Goldschmied | CRANS-MONTANA L'Atelier Du Temps
GENÈVE Air Watch Center, Benoit De Gorski, Gübelin | INTERLAKEN Kirchhofer | KLOSTERS Maissen | LAUSANNE Guillard
LUGANO Gübelin | LUZERN Gübelin, Les Ambassadeurs | MONTREUX Zbinden | ST.GALLEN Labhart-Chronometrie
VILLARS-SUR-OLLON Brändli Creation | ZERMATT Haute Horlogerie Schindler | ZUG Lohri | ZÜRICH Gübelin, Les Ambassadeurs

MODE

WIE IM TRAUM

BESTICKT, FLIESSEND
UND BLUMEN, SO WEIT
DAS AUGE REICHT: KLEIDER
UND ROSEN FLIRTEN MIT
ASIENS KINOVERSION.

FOTOGRAFIE NAOMI YANG STYLING SONIA BEDERE





LINKE SEITE
Ärmelloses, transparentes
Jersey-Kleidchen mit eng
anliegendem Halsausschnitt,
Kleid aus drapierendem
Tüll, **Versace**.
Handtasche, **Fendi**.
Stoffsandalen mit
Kitten-Heel-Absatz
und Riemchen
aus Vinyl, **Blumarine**.

DIESE SEITE
Robe aus strassverzierter
Seide, **Balenciaga**. Ohringe
aus vergoldetem Metall,
Ciro by Burma. Uhr
Rendez-Vous Night & Day,
Automatikuhwerk,
Gehäuse aus Weissgold,
36 mm, Satinarmband,
Jaeger-LeCoultre.





LINKE SEITE
Ganzer Look aus Baumwollpopeline, **Altuzarra**.
Uhr Rendez-Vous Moon,
Automatikuhrwerk,
Stahlgehäuse, 34 mm,
Lederarmband,
Jaeger-LeCoultre.

DIESE SEITE
Bestickte Spitzenrobe,
Elie Saab.



DIESE SEITE
Transparente Robe
mit Stickereien, **Fendi**.

Fotoassistent
Alexandre Sallé de Chou
Make-up Tiina Roivainen
@ Airport Agency **Haare**
Jean Luc Amarin @ WSM
Model Julie Ordon @ Marilyn
Produktion Lucie Voisard
Art Director Géraldine Dura

DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND
IN ZUSAMMENARBEIT
MIT JAEGER-LE COULTRE.



Eine Szene aus dem restaurierten Film *A Soul Haunted by Painting* von Huang Shuqin. Weitere Stills daraus finden sich auf den vorausgehenden Modeseiten.

Plötzlich klare Sicht

AM FILMFESTIVAL VON SHANGHAI IM JUNI DREHT SICH ALLES UM DAS CHINESISCHE KINO. DIE SCHWEIZER UHRENMANUFAKTUR JAEGER-LE COULTRE HILFT MIT, SEIN ERBE LEBENDIG ZU HALTEN.

ETWA 20 000 BIS 30 000 Filmspulen warten in China darauf, restauriert zu werden. Während man sich im Westen bereits in den 1980ern an die Arbeit gemacht hat, sah man sich in China erst dazu veranlasst, als um die Jahrtausendwende Bildschirme mit hoher Auflösung aufkamen. Schliesslich will sich heute niemand mehr flirrende, hüpfende Filmbilder zumuten. Es sei wichtig, dass auch neue Generationen die alten Filme wiederentdecken, heisst es vonseiten des Filmrestaurationslabors L'Imagine Ritrovata. Die Firma mit Hauptsitz in Bologna betreibt in Hongkong eine Filiale, die sich ganz dem Filmschaffen Chinas verschrieben hat.

Vier bis sechs Monate Präzisionsarbeit sind nötig, um Rhythmus und Farben eines Originals wiederherzustellen; bei manchen Werken dauert es sogar noch viel länger. «Outside the Window» zum Beispiel, eine Romanze, die 1971 in Taiwan gedreht wurde, verschlang sagenhafte 1000 Stunden digitale Restaurationsarbeit, bevor man überhaupt mit der Rekolourierung beginnen konnte. Die Filmspulen waren so durchfeuchtet, dass sie sich anfangs nicht mal mehr aufrollen liessen. Dass der Film gerettet und schliesslich mit viel Trara am Internationalen Filmfestival von Shanghai 2017 gezeigt werden konnte, verdankt sich nicht zuletzt der Schweizer Uhrenmanufaktur Jaeger-LeCoultre: Das Traditionshaus mit Sitz im waadtländischen Le Sentier fühlt sich sowohl China als auch dem Kino eng verbunden; seine Partnerschaft mit dem Shanghai International Film Festival (SIFF) begann 2011. Die finanzielle Unterstützung durch Jaeger-LeCoultre hat seither Dutzende restaurierter Klassiker zurück auf die Kinoleinwand gebracht.

Unter all den Filmfestivals, die es weltweit gibt, mag das SIFF nicht das wichtigste sein. Dennoch zog schon seine erste Ausgabe 1993 rund 100 000 Besucher an, und die Juries sind jeweils auch mit internationalen Grössen besetzt. Wenn Mitte Juni 2019 die 22. Ausgabe des SIFF über die Bühne geht, wird der türkische Regisseur, Produzent und Drehbuchautor Nuri Bilge Ceylan der Jury vorsitzen. Für eine Marke wie Jaeger-LeCoultre, die seit 2007 auch an den Filmfestspielen von Venedig präsent ist, stellen Festivals eine ideale Werbefläche dar. «Das Kino liegt uns sehr am Herzen», bestätigt Kommunikationschefin Isabelle Gervais, «weil wir mit ihm zwei Dinge gemein haben: technische Meisterschaft und das Gespür für Stil, Eleganz und Kunst.» Kommt hinzu, dass sowohl Shanghai als auch Venedig spektakuläre Orte sind, an denen man gern internationalen Kunden seine Kollektionen präsentiert – gern auch auf dem roten Teppich, am Handgelenk der einen oder anderen Berühmtheit. Ein bisschen Glamour muss sein.

Wenn in Shanghai zehn Tage lang alles im Zeichen des Kinos steht, sind die Vorführungen in sämtlichen Sälen der Stadt zum grossen Teil

öffentlich. Umrahmt wird das SIFF von der Eröffnungs- sowie der Schlussgala, beide begleitet vom obligaten Staraufgebot. Dem Beispiel von Venedig folgend, vergibt Jaeger-LeCoultre seit letztem Jahr auch in Shanghai den «Glory to the Filmmaker»-Preis; über die erste Auszeichnung freuen durfte sich die Schauspielerin und Regisseurin Joan Chen, die man bei uns aus Bertoluccis «Der letzte Kaiser» kennt – und der aus diesem Anlass eine gravierte Jaeger-LeCoultre Reverso überreicht wurde.

Schon Filme aus den 90ern brauchen Sanierung

Aber: Das Hauptaugenmerk der Firma liegt auf der Restauration. China setzt derzeit viel daran, sein cinematografisches Erbe zu erhalten, und das Festival ist eine willkommene Plattform, um die dafür nötigen finanziellen Mittel zu generieren. So wird jeweils an der Abschlussgala eine Uhr versteigert; letztes Jahr war es eine Sonderanfertigung des Jaeger-LeCoultre-Modells Rendez-Vous, das höchste Uhrmacherkunst mit jener der Haute-Joailleurie verschränkt. Die Million Renminbi (ca. 140 000 Franken), die das Einzelstück erzielte, kam vollumfänglich dem Restaurationsprojekt zugute.

Nicht zuletzt deshalb werden in wenigen Wochen die Festivalbesucher in Shanghai in den Genuss eines Schlüsselwerks des chinesischen Filmschaffens kommen. «Flowers of Shanghai» (1997) des taiwanesischen Regisseurs Hou Hsiao-Hsien spielt im Shanghai der 1920-Jahre zwischen Opium und Mahjong, wo ein Mann sich zwischen zwei «Blumen», also Kurtisanen, entscheiden muss. «Es ist also nicht so, dass wir nur Werke restaurieren, die 50 oder mehr Jahre alt sind», erklärt Bede Cheng von L'Imagine Ritrovata. «Filme sind sehr empfindlich. Wenn sie nicht richtig gelagert werden, nehmen sie schnell Schaden.» Es lohnt sich also, auch von relativ jungen Arbeiten eine hochwertige Digitalkopie anzufertigen, und zwar möglichst, bevor das Filmmaterial gelitten hat. Je früher man an die Arbeit geht, desto weniger Eingriffe ins Originalwerk sind nötig – und das ist stets das Ziel der Restauratoren. Auch «A Soul Haunted by Painting» (ebenfalls bekannt unter dem Titel «Soul of a Painter»), der auf den vorausgehenden Modeseiten in Form von Projektionsstills zu entdecken ist, stammt aus den 1990ern. Gong Li verkörpert darin eine chinesische Malerin des frühen 20. Jahrhunderts, die sich mit den Tabus von Akt und Prostitution konfrontiert sieht. Das Spätwerk von Regisseur Huang Shuqin hatte bereits Deformationen und Bildsprünge abgekriegt. Der Sohn des Regisseurs, Zheng Dasheng (der erfolgreich in die Fusstapfen seines Vater getreten ist), hat die Restauration persönlich begleitet, bei der Bildschärfe, Kontraste und Ton aufgefrischt wurden. Scheint so, als könnten Filme, genau wie Uhren auch, von Vater zu Sohn beziehungsweise von Mutter zu Tochter weitergegeben werden: als zeitlose Schätze der Handwerkskunst. Ⓜ



MOND UND STERNE ZUM MITNEHMEN

Pünktlich zur Eröffnung des SIFF diesen Juni stellt Jaeger-LeCoultre ein neues Modell seiner Rendez-Vous vor: Moon Serenity. Im diamantgefassten Zifferblatt zeigt ein beweglicher Stern aus Roségold einen Termin nach Wahl an... zum Beispiel ein Rendezvous im Mondschein?

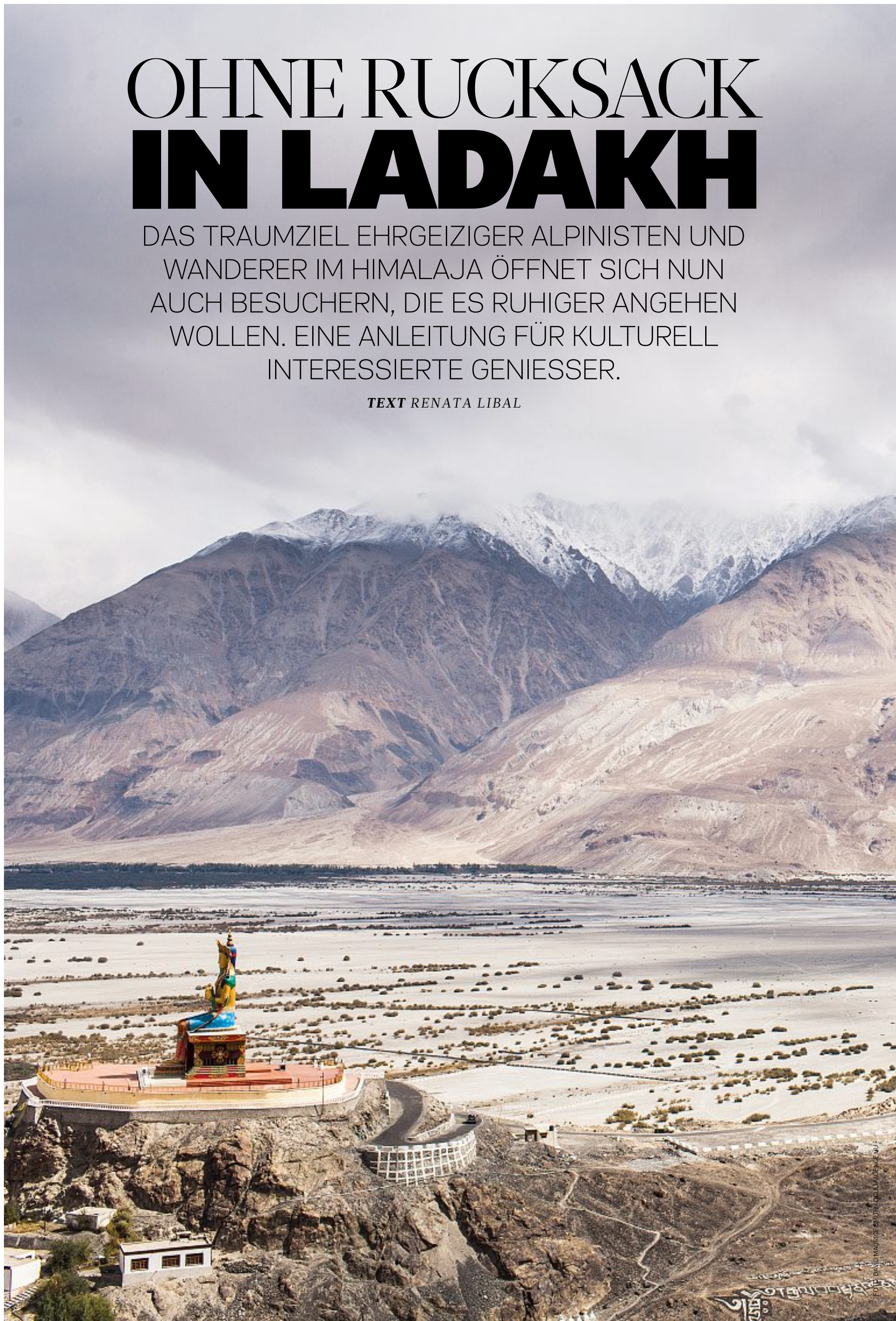


Festival in Shanghai
Die 22. Ausgabe des Internationalen Filmfestivals in Shanghai findet vom 15. bis zum 24. Juni 2019 statt. Die meisten Vorführungen sind öffentlich. Infos: www.siff.com.

OHNE RUCKSACK IN LADAKH

DAS TRAUMZIEL EHRGEIZIGER ALPINISTEN UND WANDERER IM HIMALAJA ÖFFNET SICH NUN AUCH BESUCHERN, DIE ES RUHIGER ANGEHEN WOLLEN. EINE ANLEITUNG FÜR KULTURELL INTERESSIERTE GENIESSER.

TEXT RENATA LIBAL



AM FRÜHLICHT IST DAS KLOSTER von Diskit klar zu sehen, hoch über der Felswand, eine Ansammlung weisser Häuschen mit roten Fenstern, wie von einer unsichtbaren Macht in die Höhe gehoben. Es hat sich kaum etwas geändert seit der Gründung des Gompa, wie die Klöster in Ladakh genannt werden, im 14. Jahrhundert. Weiter unten spiegelt sich das Bild auf der glatten Oberfläche eines Teichs; eine friedliche Metapher für die Zerbrechlichkeit aller Dinge und die Vergänglichkeit des Lebens.

Ein Windhauch könnte das Wasser kräuseln, und vorbei wäre es mit der stolzen Symmetrie. Man braucht nicht Buddhist zu sein, um hier in meditative Stimmung zu verfallen. Im Tal des Flusses Nubra verliert sich in der Ferne die Reihe der Sechstausender, in Farbtönen von Ocker, Grün und Purpur. Plötzlich durchdringt der Ton von Trompeten die Landschaft, erfüllt sie mit dem klangvollen Gebetsruf, Zeuge der tiefen spirituellen Tradition des Ladakh. Nicht umsonst wird die Region auch Little Tibet genannt. Die Mönche mit ihren gelben Mützen sind aus der Ferne nicht zu sehen, doch der Schall ihrer Trompeten lässt Einheimische und fremde Besucher gleichermaßen eine kleine Weile innehalten.

Im Städtchen Diskit auf 3000 Meter Höhe herrschen Langsamkeit und Gelassenheit. Einst war es eine florierende Etappe auf der Seidenstrasse durch den Himalaja, wo all die mit Stoffen, Pelzen, Gewürzen oder Opium beladenen Karawanen Halt machten. Als Relikt jener Zeit blieb nur eine Herde von

Kamelen übrig, die hier in den 1950er-Jahren zurückgelassen wurde, als das nahe China seine Grenzen schloss. Die Gegend, die im höchsten Norden Indiens praktisch zwischen China und Pakistan eingeklemmt ist, galt lange Zeit als geopolitisch heikel. Erst vor einigen Jahren wurde sie für Touristen geöffnet; wer hierher reisen will, braucht aber noch immer eine Bewilligung. Die indische Armee ist omnipräsent.

Um Ladakh von Europa aus zu erreichen, fliegt man erst nach Delhi, dann weiter nach Leh, die Hauptstadt der Region Ladakh, die zum indischen Teilstaat Jammu und Kaschmir gehört. Nach der Landung in der Wüste auf 3500 Meter Höhe entsteigen dem kleinen Flugzeug vor allem Gebirgswanderer mit riesigen Rucksäcken und Hightech-Schuhen. Leh ist eine Art Klein-Kathmandu, bevölkert von Backpackern in Batikhosen, mit vielen Jugendherbergen, Bio-Cafés und Souvenirständen. Hier treffen und organisieren sich sämtliche Expeditionen für die Besteigung des Stok Kangri, dessen 6123 Meter hoher Gipfel in der Ferne zu sehen ist, und für die Trekkings in der Zanskarkette. Der Duft von Abenteuer zieht schon lange sportliche Touristen an, die mit einheimischen Führern zu Fuss zu den hohen Gipfeln streben. Langsam öffnet sich die Gegend aber auch für Reisende, die nicht von sportlichem Ehrgeiz getrieben sind, sondern nach kulturellen Erlebnissen suchen, nach inspirierenden Begegnungen und meditativen Atempausen in den kargen Landschaften. Nach einem Ruhetag, an dem man sich an die Höhe gewöhnt, reisen viele von ihnen auf der Strasse ins Nubratäl weiter. Es sind nur 150 Kilometer, aber die haben es in sich! Die Strasse, meist direkt aus dem Fels gehauen, ist sehr kurvig, ein Kreuzen zweier





Fahrzeuge oft kaum möglich. Selbst ein erfahrener Chauffeur braucht mehr als fünf Stunden für die Fahrt über den berühmten Khardung La, mit 5570 Metern einer der höchsten befahrbaren Pässe der Welt. Kleiner Halt auf einem Grat, beidseits geht es ins Leere, und selbst die berggewohnten Schweizer gehen langsam, setzen Fuss vor Fuss, in dieser Höhe, die einem den Atem raubt und benommen macht. Die Erste-Hilfe-Station ist nicht weit, aber es ist die kahle Majestät der Landschaft, die einem die Kraft gibt, noch etwas höher zu steigen, durch die wehenden Gebetsfahnen hindurch, um das Gefühl zu erleben, tatsächlich auf dem Dach der Welt zu stehen.

Beim Abstieg auf der anderen Seite wirkt der Berg ein wenig freundlicher, dank einiger Lavendelsträucher (deren Duft rauchiger ist als zuhause) und ein paar Kaschmirziegen, die daran rupfen. Im Sommer sprenkeln die Blüten des Hagedorns den Fels mit rosa Tupfen. Und die Stupas, die mit Kalk weiss getünchten Schreine zur Aufbewahrung von Reliquien, scheinen selbst im unwegsamsten Gelände wie Pflanzen zu spriessen. Tief im Tal grummelt der breite graue Fluss Shyok, an dessen Ufer der Pfad durch Salzwüsten und über Sanddünen führt, bis – endlich! – der Ort Diskit erreicht ist.

Man könnte sich völlig allein und fern von allem fühlen. Diese Illusion ist das Ergebnis einer ebenso hochwertigen wie diskreten Hotellerie, die Luxus selbst dorthin bringt, wo Schnee oder Erdbeben den Weg blockieren. Wenn das frühe Licht die felsige Spitze des Diskit Gomba immer deutlicher zeichnet und der immerhin 32 Meter hohe goldene Buddha in der Ferne von Minute zu Minute heller leuchtet,

wird der morgendliche Tee serviert. Kaum macht die gerade erst aufgewachte Reisende drei Schritte vor das Zelt, überwältigt vom Ausblick, schon bringt der persönliche Butler das heisse Getränk mit einigen Biscuits. Eine deutliche Einladung, es sich auf der Terrasse vor dem Zelt auf dem ledernen Klappsessel mit einer Decke gemütlich zu machen und den Moment auszukosten.

Diskit zählt zwar einige Herbergen, doch die wirklich komfortable Art, Ladakh zu bereisen, bietet seit kurzem das Glamping: Campieren auf höchstem Niveau. Im grosszügigen Zelt – Zelt? eher Palast mit Zeltdach! – steht ein Himmelbett, im Badezimmer funkeln kupferne Armaturen wie in jener Epoche, als Reisen noch ein Privileg einiger weniger Glücklicher war. Viel Holz, Leder, einheimisches Kunsthandwerk: Das indische Unternehmen TUTC (The Ultimate Travelling Camp) hat es sich zur Aufgabe gemacht, anspruchsvolle Reisende stilvoll an ganz besondere Orte zu bringen. Aber statt zu betonieren und zu verbauen, errichtet TUTC seit 2013 saisonale Camps, die sich wie Schmetterlinge mitten in den schönsten Landschaften niederlassen. Das Konzept ähnelt jenem der luxuriösen Safaricamps in Afrika, mit allem, was dazugehört: Kerzenschein, gediegenen Speisen auf schönem Porzellan, Bettwäsche aus hochwertigem Perkal. Vier Camps gibt es bisher in Indien, davon seit 2016 zwei in Ladakh: das Champa Camp in Diskit im Nubraltal und Thiksey, nahe der Hauptstadt Leh. «Das Konzept hat drei Hauptziele», erläutert Dhun Cordo, eine Mitgründerin von TUTC. «Eine Lücke im Angebot von Erlebnisreisen im Luxusbereich zu schliessen, die Tourismusbranche in Indien zu stärken und einen nachhaltigen, verantwortungsbewussten Tourismus an schwer erreichbare Orte zu bringen.» Das Projekt wurde letzten September mit einem World Travel Award ausgezeichnet, vergleichbar einem Tourismus-Oscar. Anfang 2018 errichtete TUTC als Weltpremiere ein temporäres Camp in Allahabad, für die Zeit von Kumbh Mela, dem grössten religiösen Fest Indiens.

Hinter die Kulissen blicken

Denn neben prachtvollen Unterkünften und erstklassiger Betreuung bietet TUTC auch – oder vor allem – ein Eintauchen in die Kultur des Landes, auf individuellen Routen, die oft zu Entdeckungen führen. In Thiksey stehen die Zelte und ein Gemüsegarten (natürlich bio) auf dem Klostergelände. Dank enger Beziehungen, die mit den 80 dort wohnenden Mönchen geknüpft wurden, geniessen die Touristen einen privilegierten Zugang zum Morgengebet. Zu den Gesängen der jüngsten Mönchlein werden sie lächelnd empfangen und erhalten eine Schale Tee mit geschmolzener Butter, den man sich am besten als Bouillon vorstellt, um ihn runterzukriegen. Der Dukhang, ein grosser, mit Fresken ausgeschmückter und vom Rauch vieler Stäbchen erfüllter Saal, vibriert vor Energie, die selbst überzeugte Atheisten nicht verkennen können. Der Lama Rimpoche, als Reinkarnation eines grossen buddhistischen Meisters verehrt, betrachtet die Besucher freundlich-amüsiert, wenn er beim Psalmodieren von den Gebeten aufblickt, die er zum Teil von seinem Mobiltelefon abliest. Ladakh ist nicht nur traditionsbewusst, sondern auch vernetzt.



LINKE SEITE

OBEN Eine Tür wie aus dem Märchenbuch: Eingang des Klosters Matho im Industal.

UNTEN Farbenfrohe Gebetsfähnchen trotzten der Kargheit des Kardung-Passes.

DIESE SEITE

OBEN Tragen ziemlich sicher je ein Smartphone in der Tasche: Mönche in Leh, dem Hauptort von Ladakh.

UNTEN Wie soll man da die Augen auf dem Teller halten? Open-air-Diner mit Blick aufs Kloster Hemis.

Unser Guide heisst Dorje Namagyale. Ein gebildeter junger Mann, der sich in Geschichte auskennt und nach seinem Studium in Delhi in den Norden zurückkehrte, um Neugierigen aus der ganzen Welt unermüdlich die Details in den Zeichnungen an den Klosterwänden zu erklären. «Lange wurde Ladakh als äusserste Grenze der Zivilisation wahrgenommen, wo nur Soldaten leben, um sie zu schützen. Ein wenig wie die grosse Wand in «Game of Thrones», lacht er. Dorje Namagyale vom Hause Beeching in Thiksey (da hats definitiv Parallelen zu «GoT»!) weiht die ihm anvertrauten Besucher in eine Welt voll Raffinesse ein: Hier entrollt er eine 400 Jahre alte Thangka, eine mit bunten Zeichnungen bedeckte Rolle, welche die Mönche bei Festen öffnen; da klopft er an die Tür eines Orakels und bittet um Erhellung und Rat zu Heilpflanzen; dort führt er über die Baustelle beim Kloster Matho, wo er jeden Handwerker kennt und wo ein Museum buddhistischer Kunst entsteht, 17 Kilometer von Leh entfernt, abseits der Trampelpfade eiliger Wanderer. Auch das gehört zu dieser Art des Reisens: die Möglichkeit, hinter die Kulissen zu blicken. Doch unser Guide Dorje beschränkt sich nicht darauf, die Geheimnisse des Buddhismus zu entschlüsseln. Er organisiert ebenso gern einen Besuch bei Wangyal Kalon, einem modernen Bauern im Nubratol, der daran ist, auf seinen acht Hektaren Land die Hydroponik einzuführen, eine Art Hors-sol-Methode. Er hofft, damit die Erntesaison zu verlängern und so die Notwendigkeit von Importen zu verringern.

Der Aufenthalt im Camp ist als Sternwanderung konzipiert, jeden Tag ein neuer Ausflug – ein Kaleidoskop der Gefühle. Einmal gehts auf einem Ziegenpfad zu einem wilden Bergbach. Nur ein paar Äste simulieren eine Brücke. Der Besucher zögert, doch jetzt umzukehren wäre ein Fehler. Das Brückchen hält und führt in eine surreal anmutende Landschaft: In der kahlen Wüste tauchen plötzlich grüne Flecken mit duftenden Blumen auf. Etwas weiter betteln zwei Kälbchen um Streicheleinheiten. Aus einer einsamen Hütte tritt eine Bäuerin, die mehrere Röcke übereinander trägt, und bietet selbst gebräutes Bier an, zu trinken aus einer mit einem Lappen verschlossenen Flasche.

Ladakh ist dünn besiedelt, auf 90000 Quadratkilometern leben 300000 Menschen, das macht 3,1 pro Quadratkilometer; Reisende, welche die bewährten Routen verlassen, begegnen nur wenigen Einheimischen. Einmal gehts nach Turtuk, zum entferntesten der Dörfer. Es liegt an der Grenze zu Pakistan und wird von Muslimen bewohnt. Mohd Khan Yabgo Kacho, König von Baltistan ohne Land, empfängt die Besucher persönlich in seinem bemalten Holzpalast. Man klopft einfach an, und schon erzählt der Mann in seinen Sechzigern, wie seine Familie im Laufe der zahlreichen Grenzverschiebungen allmählich ihr Königreich verlor. In seinem privaten kleinen Museum kommentiert er die Fotos vom vergangenen Glanz der Dynastie Yabgo, zeigt mit Pfauenfedern geschmückte Turbane und Säbel, die sich in einem Spazierstock verbergen. Man glaubt zu träumen, denn nichts lässt sich nachprüfen. Zum Abschluss noch ein Foto mit Seiner Majestät, vor einer Tapiserie mit Panthermotiv.

Von der nur acht-tägigen, aber unglaublich intensiven Reise bleiben vor allem zwei Bilder haften. Eines ist völlig verrückt: ein köstliches

Diner im Freien auf 4600 Meter Höhe, am Pass Wari La, gewärmt von der Glut im Bräsero, an einem für zwei gedeckten Tisch mit Blick auf das Kloster Hemis. Zwei Köche mit Haube bereiten einen Salat aus Wassermelone mit Ziegenkäse und Nüssen frisch zu, gefolgt von einer Suppe aus lokalen Körnern und Kräutern, danach Teigwaren an einer scharfen Sauce. Zum Dessert Schoggi-Bananen-Mousse. Das Menü ist eine weitere Absage an vorgefasste Meinungen: Wer sagt denn, dass diese Berge sich nur auf die harte Tour erleben lassen?

Das zweite Bild, das bleibt, vermittelt die entgegengesetzte Botschaft. Es ist ein vom Rimpoche gesegnetes rotes Bändchen an meinem Handgelenk, das die Gedanken an eine verwirrende Welt wach hält, an ein Land, in dem weder die Zeit noch die Distanzen noch die Werte auf dieselbe Weise wie im satten Europa bemessen werden. Ein dünner Faden, der bleibt, eine Erinnerung, die es auch Monate später möglich macht, in Gedanken den Pauseknopf zu drücken. ☉

Praktische Informationen



Wo unterkommen? Das Camp Thiksey ist dieses Jahr vom 15. Mai bis zum 10. Oktober in Betrieb, das Camp in Diskit nur bis zum 30. September. Der Mindestaufenthalt umfasst vier Nächte. Das Nonplusultra ist die acht-tägige Stern-tour «The Land of the Lamas» (ab 4080 Fr. inkl. tägliche Ausflüge, Führer, Mahlzeiten exkl. Alkoholika). Wer gern wandert, bucht ein Spezialprogramm

oder hängt ein Gebirgstrekking an. **Wo buchen?** Tourasia ist die Spezialistin für massgeschneiderte Asienreisen: www.tourasia.ch **Was lesen?** Um in die fremde Kultur einzutauchen, empfehlen sich die im Heute spielenden Krimis über Inspektor Shan. Der US-Autor Eliot Pattison war früher als Anwalt international tätig und stützt sich auf eine profunde Kenntnis der Region.

UNTERWEGS



Selten war ein Tag im Dschungel erholsamer als im «Como Shambhala Estate» auf Bali.

10

HOTELS, DIE SCHÖN MACHEN

IMMER MEHR HÄUSER
SETZEN AUF EIGENE
KOSMETIKLINIEN. DAS
SIND UNSERE FAVORITEN.

TEXT CLAUDIA SCHMID, ISABEL HEMMEL, RENATA LIBAL



1. Tropisch

Como Shambhala Estate, Bali, Indonesien

Das Hotel Die weltweit 14 Como Resorts und Hotels sind berühmt für ihre Shambhala Spas. Allen voran das Haupthaus auf Bali, das in Dschungelumgebung zeitgenössische und traditionelle Architektur verbindet, hat sich als Wellnessoase einen Namen gemacht.

Die Philosophie Das Haus versteht sich als «Retreat of Change» und bietet gezielte ganzheitliche Wellness-Programme an: Kombinationen aus gesundem Essen, Aktivitäten und Anwendungen wie etwa eine indonesische Massage inklusive Peeling und Blütenbad.

Die Linie Die Pflegeserie ist, wie das Hotel selbst, inspiriert vom mythischen Shambhala, gemäss alten buddhistischen Texten ein heiliger Ort der Glückseligkeit. Die Produkte, von Body Scrub über Massageöl bis Shampoo, sind in sechs Duftnoten erhältlich: «Purify» verströmt die Frische von Grapefruit, «Harmony» den warmen Duft von Ylang Ylang und Zedern, «Invigorate» riecht nach Eukalyptus, Lavendel, Minze. (I.H.)
Ab 540 Fr. pro Nacht, www.comohotels.com, www.comoshambhala.com/shop



2. Zen

Amanemu, Ise Shima, Japan

Das Hotel Das «Amanemu» liegt, umgeben von Pilgerwegen, mitten im Nationalpark Ise Shima auf Japans grösster Insel Honshu. Aus den 24 im reduzierten Ryokan-Stil eingerichteten Suiten hat man einen atemberaubenden Blick auf die Ago-Bucht. Das Spa verfügt über zwei natürliche, von einem Garten umgebene Onsen-Pools mit heissem Quellwasser.

Die Philosophie Zum 30. Aman-Jubiläum wurde eine neue Pflegelinie auf Sandelholzölbasis lanciert, mit den Wirkungsrichtungen «nährend», «reinigend» und «erdend». Viele Inhaltsstoffe stammen aus Aman-Destinationen: der Jasmin aus Thailand, das Arganöl aus Marokko, die Rosen aus Indien.

Die Linie Aman Scincare umfasst 30 Crèmes, Seren, Masken und Öle. Ganz Zen sind auch die Flacons und Tiegel: Sie wurden vom Architekten Kendo Kuma designt, der sich dafür von japanischem Porzellan inspirieren liess. (C.S.)
Ab 1400 Fr. pro Nacht, www.aman.com, shop.aman.com



3. Karibisch

Le Sereno, St. Barth, Karibik

Das Hotel Privatstrand, Beachfront-Restaurant unter Kokospalmen, teils mit Privatpool ausgestattete Suiten und Villen: All dies wurde im Sommer 2017 vom Hurrikan Irma stark in Mitleidenschaft gezogen und musste weitgehend neu aufgebaut werden. Erst Anfang dieses Jahres wurde das Hotel wieder eröffnet.

Die Philosophie Meeresluft und Sport – hier lässt sich wunderbar schnorcheln oder kitesurfen – gehören in der Karibik ebenso zum Wellnessgedanken wie Treatments. Das kleine Hotelspa umfasst drei Behandlungsräume, darunter einen direkt am Meer, unter freiem Himmel.

Die Pflegelinie Neben Produkten der Schweizer Marke Valmont verfügt Le Sereno über die exklusive Linie «Black Amber». Die Lotions und Shampoos duften so sinnlich nach Amber, Vanille und Moschus, dass man sich ein Parfum davon wünscht. Tatsächlich existiert ein solches, denn hinter den Produkten steht das Pariser Parfümunternehmen Ex Voto. (C.S.)
Ab 1300 Fr. /Nacht, www.serenohotels.com, www.exvotoparis.com



4. Märchenhaft

Château Mcely, Mcely, Tschechien

Das Hotel Ob im verwunschenen Wald rund um das Schösschen aus dem 17. Jahrhundert wohl jene Feen hausen, denen man in tschechischen Märchen begegnet? Das charmante, nur eine Stunde Autofahrt von Prag entfernte Boutiquehotel jedenfalls erweist mit seinen Baldachinen und dem Flügel im Restaurant der aristokratischen Geschichte dieses Ortes Reverenz. Für Spaziergänge stehen Gummistiefel bereit, und das wunderschöne Spa erfindet traditionelle Schönheitsrituale neu, z.B. Bäder im Holzbottich.

Die Philosophie Gemäss einer Legende wussten die alten Naturheiler, wie man aus neun Pflanzen, die zur Sommersonnenwende an neun unterschiedlichen Hängen gesammelt werden, ein verjüngendes Elixier braut... Hotelbesitzerin Inéz Cusumano wünschte sich ein Pflegelinie, die bio ist und inhouse hergestellt wird.

Die Linie Mcely Bouquet umfasst Öle, Salben, Masken und Seren. Alle darin enthaltenen Kräuter – wilder Thymian, Hagebutte, Kamille... – stammen aus der Region. (R.L.)
Ab 130 Fr. pro Nacht, www.chateaumcely.cz



5. Alchemistisch

Castel Fragsburg, Meran, Italien

Das Hotel Das kleinste Fünfsternehotel Südtirols thront eingebettet in die alpin-mediterrane Bergwelt hoch über Meran. 1624 als Jagdschloss errichtet, hat das Castel Fragsburg diverse Kriege überstanden; seit den 1950ern wird es von der Familie Ortner geführt. Besonders sind der 10000 m² grosse Blumen- und Kräutergarten, der das Hotel umgibt, und natürlich der Privathelikopter, den man für Rundflüge buchen kann.

Die Philosophie Das Haus beherbergt vermutlich das einzige alchemistische Spa der Welt: Wer es besucht, lässt sich auf einen Mix aus Tradition und Spiritualität ein. Die harmonisierenden Massagen, ausgleichenden Bäder und individualisierten Schönheitsbehandlungen sind vom alten Wissen der Kräuterheilkunde inspiriert.

Die Linie Die würzig duftenden Produkte beruhen auf den Rezepturen der modernen Alchemistin und Kräuterpädagogin Renate De Mario Gamber. Die Seren, Öle und Elixire in den schwarzblauen Fläschchen werden aus handverlesenen Pflanzen, Edelsteinstaub und Mondwasser direkt auf der Fragsburg zubereitet. (I.H.)
Ab 208 Fr. pro Nacht, fragsburg.com



6. Alpin

Adler Spa Resort Dolomiti, St. Ulrich, Italien

Das Hotel Die Aussicht auf die Gemeinde St. Ulrich und die Dolomiten, einem Ski-, Bike- und Wanderparadies, ist atemberaubend. Helles, ökologisch verarbeitetes Holz prägt dieses Gesundheitshotel, und auch die Küche setzt auf Bio.

Die Philosophie Das «Adler»-Wohlfühlprogramm fusst auf vier Standbeinen: dem Spa, der medizinischen Beratung, der sogenannten Aktivkosmetik und dem Wellnessbereich. Letzterer umfasst unter anderem eine 9000 m² grosse Naturoase samt riesigem Indoor- und Outdoorpool. Sämtliche Pflegeprodukte wurden nach Gästewünschen und in Zusammenarbeit mit einer Pharmakologin und Homöopathin entwickelt.

Die Linie Ganze 17 Produktlinien sind erhältlich, darunter eine, die das Hautbild ausgleicht («Clear»), und eine aromatherapeutische («Senses»). Im Zentrum stehen Stoffe aus den diversen «Adler»-Resorts-Standorten: So setzt eine Anti-Aging-Crème auf Stammzellen von Weinbeeren aus der Toskana. (C.S.)
Ab 380 Fr. /Nacht, www.adler-resorts.com, www.adler-shop.com





7. Urban

Soho House Manhattan, New York, USA

Das Hotel Man könnte im Soho House nahe der begrünten Spazierüberführung The Highline Tage verbringen, ohne dass einem etwas fehlte: Es gibt hier Bars, ein Restaurant, einen Dachpool mit Sicht auf die Skyline und sogar einen Kiosk. In den wild zusammengewürfelt möblierten Zimmern fühlt man sich fast wie zuhause.

Die Philosophie Das Cowshed-Spa begrüsst auch externe Gäste und gehört zu den besten der Stadt. Inmitten von viel dunklem Holz und Ledersesseln – eher untypisch in der Spa-Innenarchitektur – werden auch spezielle Behandlungen für Schwangere angeboten.

Die Linie Die ätherisch riechenden Produkte auf Wildpflanzenbasis wirken z.B. stimmungsaufhellend und wurden vor 20 Jahren für ein Spa im englischen Somerset entwickelt, das sich in einem ehemaligen Kuhstall (engl. cowshed) befand. Als eines der ersten Labels, die auf Bio und Fairtrade setzten, genießt Cowshed heute Kultstatus. Neben einer Körper- und Gesichtspflege gibt es auch eine Haarlinie sowie Duftkerzen. (C.S.)
Ab 575 Fr. pro Nacht, www.sohohouseny.com



8. Ayurvedisch

Giardino Ascona, Tessin, Schweiz

Das Hotel Das «Giardino» liegt fast direkt am Lago Maggiore in einer gediegenen mediterranen Parkanlage. Mit Philippe und Daniela Frutiger wird es von einem Schweizer Paar geführt, das mittlerweile auch für weitere Häuser der wachsenden Giardino-Gruppe verantwortlich ist. Bekannt ist das Traditionshotel für sein präventives Gesundheitsprogramm – und für sein mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnetes Restaurant.

Die Philosophie Daniela Frutiger ist gelernte Pharmassistentin und Beautytherapeutin; da lag es nahe, ein eigenes Spa-Konzept aufzubauen. Zum Angebot gehört, neben Ayurveda-Kuren und Yoga, die 2006 gegründete Beauty-Marke Dipiù, die mit Dermatologen und dem Winzer Meinrad C. Perler vom Tessiner Weingut Tenimento dell'Ör entwickelt wurde.

Die Linie Sanft nach Trauben riechend, basiert Dipiù auf Merlotwein und Traubenkernöl. Inzwischen gibt es auch Sonnenschutz und eine Baby-Pflegelinie. (C.S.)
Ab 480 Fr. pro Nacht, giardino-ascona.ch, dipiù-cosmetics.ch



9. Ozeanisch

Le Grand Hôtel des Thermes, Saint-Malo (F)

Das Hotel Die Luxusherberge mit eigener Therme liegt direkt an der Plage du Sillon in der bretonischen Hafenstadt Saint-Malo und hat eine lange Geschichte: 1880 im Belle-Époque-Stil gebaut, hiess das Haus zuerst Hotel de Paramé und diente unter anderem russischen Grossherzögen als Sommerresidenz. Im Zweiten Weltkrieg wurde es von den Deutschen besetzt und 1963 als Grand Hôtel des Thermes wieder eröffnet.

Die Philosophie Als führendes Thalassozentrum setzt das Hotel auf Kuren mit Meerwasser, Algen oder Schlick; so gehört zum Spa ein Meerwasserparcours mit diversen Becken und Temperaturen. Unter dem Namen Thermes Marins werden mittlerweile drei weitere Spas in Frankreich betrieben.

Die Linie Auch die breite Kosmetikpalette der Therme zeugt von Meeresnähe: mit der Anti-Aging-Wirkung von Austernsamenextrakten. Sie basiert auf jahrzehntelanger Forschung und ist seit 2005 auf dem Markt. (C.S.)
Ab 180 Fr./Nacht, www.le-grand-hotel-des-thermes.fr, cosmetique-thermesmarins.com



10. Natürlich

Hotel Post, Bezau, Vorarlberg, Österreich

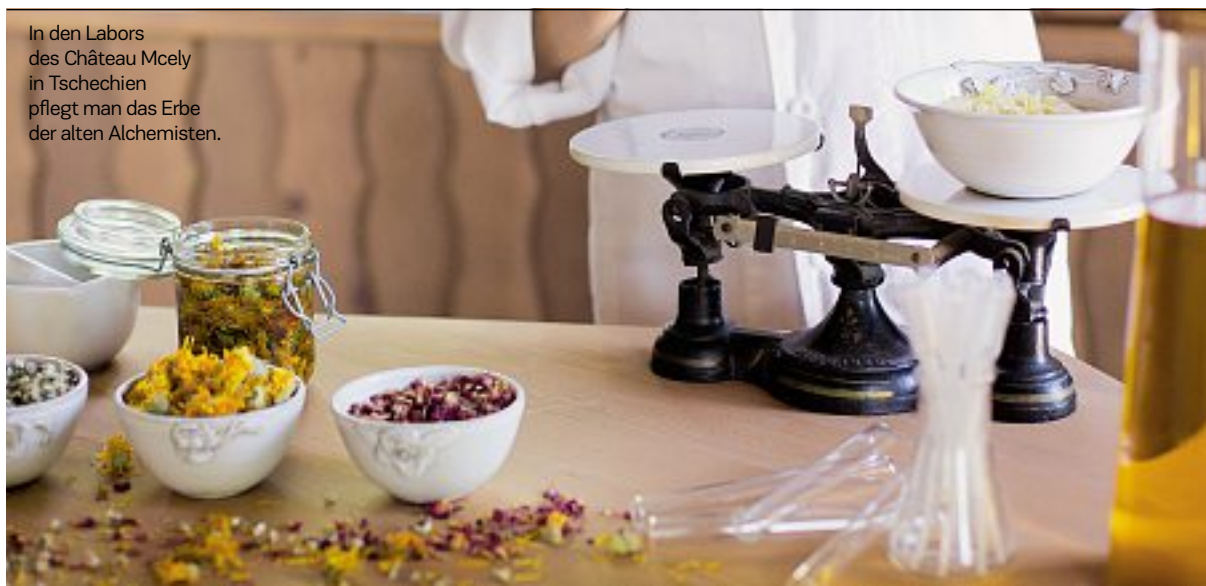
Das Hotel Enge Verbundenheit mit der Region und die Nähe zum Bregenzerwald prägen das Konzept dieses Hauses, das Susanne Kaufmann 1994 von ihrem Vater übernahm und als Wellnessdestination etablierte. Seitdem wurde das Chalet mit dem modernen Anbau mehrfach prämiert – jüngst vom «Condé Nast Traveller» als «Best Naturally Healthy Hideaway 2019».

Die Philosophie Das lichtdurchflutete Badehaus erstreckt sich über drei Etagen. Neben der Benutzung diverser Pools und Saunas profitiert man im Spa von Traditioneller Chinesischer Medizin, Body-Rejuvenation, Natural Anti-Aging und Basen-Treatments. Zum Einsatz kommen nur hauseigene Produkte; die Heilkraft von Pflanzen steht bei selbigen im Vordergrund.

Die Linie Bereits optisch verbreiten die Fläschchen mit ihren Labels in Schwarz und Weiss Ruhe und Wohlgefühl. Die Palette der dezent duftenden, längst auch ausserhalb des Hotels käuflichen Luxus-Naturkosmetik reicht von Detoxpeeling über Ampullenkuren bis zur Haarmaske. (I.H.)
Ab 330 Fr. pro Nacht, www.hotelpostbezau.com, www.susannekaufmann.com



Auffallend viele Luxushotels haben in den letzten Jahren **massgeschneiderte Kosmetiklinien** entwickeln lassen



In den Labors des Château Mcelly in Tschechien pflegt man das Erbe der alten Alchemisten.

Exklusive Produkte schärfen das Image

Standardisierte Hotelketten? Gehören der Vergangenheit an.

Wenn es derzeit einen Hotelrend gibt, dann jenen der Personalisierung: intime Boutiquehotels, individuell eingerichtete Zimmer, ein auf den Gast zugeschnittenes Angebot vom perfekten Kopfkissen bis zur passenden Beautybehandlung. Dass die Pflegeprodukte nicht vom Grosshändler stammen, versteht sich von selbst. So haben auffallend viele Luxushäuser in den letzten Jahren massgeschneiderte Kosmetika entwickelt, die nicht nur hübsch verpackt, sondern oft auch bio sind

und ohne Tierversuche sowie chemischen Hilfsstoffe auskommen. «Exklusive Pflegelinien schärfen das Image eines Hotels, weil sie den Geist des Hauses transportieren», sagt Sabine van Ommen, PR-Verantwortliche bei Aman. So soll die unlängst lancierte Pflegelinie Aman Scincare, genau wie ein Besuch eines Aman-Spas, ein Gefühl von innerem Frieden und Ausgewogenheit auslösen. Die Rezepturen der 30 Produkte bauen auf natürlichen, teils wild geernteten Inhaltsstoffen auf. Es sind wahre Naturapotheken aus Aman-

Destinationen: Das Sanddornöl stammt aus Bhutan, das Sandelholz aus Indien; der Jasmin aus Thailand. Auch andere Hotels vertrauen auf die Vorzüge der entsprechenden Region; **so wird in Tschechien auf Kräuter gesetzt und in der Bretagne auf Algen**. Und dass immer mehr dieser Pflegelinien online erhältlich sind, freut nicht zuletzt all jene, denen die Zeit oder das nötige Kleingeld für Ferien im Traumhotel fehlt: Die Produkte machen sich nämlich auch im privaten Spa im Badezimmer gut. (C.S.)

Da scheint die **Sonne rein**

CABRIOLETS SIND UNVERNÜNFTIG? SICHER. ABER SIE MACHEN SPASS!
EIN BLICK AUF EIN PAAR NEUHEITEN FÜR DIE AKTUELLE OBEN-OHNE-SAISON.

TEXT HANSPETER EGGENBERGER



19 Sekunden – und weg ist das Dach des Bentley Continental GT Convertible.

ES GIBT DIESEN Spruch, der besagt: «Alles, was Spass macht, ist entweder verboten, unmoralisch oder macht dick.» Nun – ein oben offenes Auto zu fahren macht weder dick, noch ist es verboten. (Jedenfalls bisher nicht; bei solchen Themen kann man ja heute nicht mehr sicher sein, wie lange noch.) Bleibt noch die Frage der Moral. Und da scheiden sich die Geister. Denn wer bei schönem Wetter mit dem Cabriolet ausfährt, tut dies zu seinem Vergnügen. Und nur so zum Spass CO₂ in die Landschaft zu verteilen und die Stille der Natur zu stören, finden natürlich nicht alle gut.

Aber: Ein bisschen Spass muss manchmal doch einfach sein. Und wie viel davon der Umwelt noch zugemutet werden darf, muss letztlich jede und jeder selbst mit ihrem beziehungsweise seinem Gewissen ausmachen. Schädlicher als all die fetten SUVs ist ein flottes Cabrio sicher nicht, und wenn, dann höchstens für die Frisur.

Dennoch hat man das Gefühl, jeden Sommer weniger Cabrios auf den Strassen zu sehen. Und die Durchsicht der Neuheitenlisten der Hersteller bestätigt diese Beobachtung: Es werden weniger Cabriolets angeboten als auch schon. Vielleicht fühlen sich manche im offenen Zweisitzer gegenüber immer öfter aggressiv auftretenden Autogegnern zu exponiert? Wie dem auch sei. Noch immer gibt es genug verwegene Zeitgenossen, die sich an schönen Tagen in offenen Autos hinaus auf die Landstrassen wagen. Und für diese

mehrheitlich gut Betuchten – ein echtes Cabrio ist meistens der Zweit-, wenn nicht gar der Drittwagen – gibt es immer noch Jahr für Jahr verlockende neue Modelle.

Dieses Jahr trumpfen vor allem die edleren Marken mit richtigen Schönheiten auf. Dass diese nicht als Alltagsauto gedacht sind, zeigt sich schon daran, dass sie mehrheitlich richtige Roadster sind; also Autos, die ohne Dach konzipiert sind und nur über ein Stoffdach für den Notfall verfügen. In den letzten Jahren haben manche Marken einfach bei einem bestehenden Coupé das Dach weggelassen oder es wegklappbar konstruiert, um so ein Cabriolet anzubieten. Metallklapptäucher sind zwar praktisch, da allwettertauglich, doch das aufgeklappte Dach belegt dann einen Grossteil des Kofferraums.

Spitzentempo: 317 km/h

Zu den hübschen Neuheiten gehört das 911 Carrera S Cabriolet von Porsche. Mit 450 PS beschleunigt es in weniger als vier Sekunden von 0 auf 100 km/h, die Spitzengeschwindigkeit liegt bei über 300 km/h. Hoch liegen allerdings auch die Preise: ab ca. 175000 Franken. Für weniger als die Hälfte gibt es den etwas kleineren Porsche 718 Boxster mit 300 PS, der sich durchaus auch sehen lassen kann. Konkurrenz für den 911-er aus Stuttgart-Zuffenhausen kommt aus dem wenige Kilometer entfernten schwäbischen Dorf Affalterbach, wo die Mercedes-Edelschmiede AMG ihren Sitz hat: Am diesjährigen Genfer Autosalon wurde der Mercedes-AMG GT R Roadster vorgestellt,

der mit 585 PS, einer Beschleunigung von 0 auf 100 km/h in 3,6 Sekunden und einem Spitzentempo von 317 km/h dem schnellen Porsche nur noch die Auspuffrohre zeigen will. Nur 750 Stück werden von diesem Topmodell – es gibt den Mercedes-AMG GT Roadster auch noch in drei anderen Ausführungen – gebaut. Mithalten bei diesen stolzen Fahrleistungen kann der neue Bentley Continental GT Convertible mit der mächtigen 12-Zylinder-Maschine. Und: Das britische Edelcabrio verfügt erst noch über zwei Rücksitze.

Doch nicht nur in der obersten Klasse gibts schöne, sportliche Modelle. Eine gute Figur macht auch der neue BMW Z4, ein klassischer Roadster, den es mit verschiedenen starken Motoren gibt (ab ca. 60000 Franken). BMW mischt mit dem neuen 8er-Cabrio aber auch in der Oberliga mit. Und wer noch etwas warten mag, bekommt nächstes Jahr noch mehr Neuheiten zur Auswahl: vom offenen Kompakt-SUV VW T-Roc Breeze über den Honda NSX Roadster, den Lexus LC und einen Roadster von Tesla bis zum Maserati Afieri Spyder.

Cabrio-Fahrer gelten übrigens, so haben Studien gezeigt, als extrovertierter und kommunikativer als der Durchschnittsautomobilist. Wer oben ohne fährt, ist cool – jedenfalls bei schönem Wetter. Wobei Cabrios in nördlichen Gegenden beliebter sind als im Süden. In Hamburg etwa, so las man jedenfalls in «AutoBild», beginne die Saison fürs Offenfahren, «sobald die Temperaturen konstant über null Grad liegen und aus Regen ein Nieselwird». ☉



DIE NASE IM WIND

Oben: der knackige neue BMW Z4.
Unten: 585 PS und in 3,6 Sek. von 0 auf 100 km/h: Der Mercedes-AMG GT R Roadster.



Neil Armstrong war der Erste, der am 21. Juli 1969 den Mond betrat. Die Omega Speedmaster befand sich am Handgelenk von Buzz Aldrin – dem Zweiten.



Ein kleiner Tick, äh: Schritt

ALS VOR 50 JAHREN APOLLO 11 AUF DEM MOND LANDETE, WAR DAS AUCH EIN GROSSER SPRUNG FÜR OMEGA: IHRE SPEEDMASTER WAR MIT AN BORD.

TEXT MATHILDE BINETRUY

ERINNERN WIR UNS doch nochmals, wie das war, an jenem 21. Juli 1969, als Neil Armstrong als erster Mensch einen Fuss auf den Mond setzte. Mit ihm an Bord der Apollo 11: Buzz Aldrin und Michael Collins. Als im Mondmodul eine elektronische Anzeige ausfällt, setzt Armstrong seine Armbanduhr als Ersatzteil ein; und so kommt es, dass die berühmte Omega Speedmaster Professional erst mit Buzz Aldrin, dem zweiten Menschen auf dem Mond, auf den Erdtrabanten gelangt.

In jenem Moment klebt die ganze Welt vor dem TV-Bildschirm; viele haben sich extra ihr erstes Fernsehgerät zugelegt. Und so bekommen, ganz nebenbei, Millionen von Menschen rund um den Globus auch mit, dass eine Armbanduhr nicht nur einen Spaziergang im Mare Tranquillitatis übersteht, sondern zur Not auch mal ein defektes Teil einer Raumkapsel ersetzen kann. Der Wahnsinn! Und die spektakuläre Krönung von mehr als zehn Jahren uhrmacherischer Forschungsarbeit, die 1957 mit der Lancierung der Ur-Speedmaster ihren Anfang nahm. Erst der US-Luftwaffe verpflichtet, wendet man sich bald der Raumfahrt zu. 1963 trägt Walter Schirra eine Speedmaster CK2998 während der Mercury-Atlas-8-Mission. Im darauffolgenden Jahr sucht die Nasa in Rahmen eines Wettbewerbs weltweit nach der besten Armbanduhr. Omega schickt seine Speedmaster Professional ins Rennen, und was passiert? Sie übersteht alle Tests – Extremtemperaturen, Schläge, Erschütterungen, Vibrationen, verschiedenste Kräfteeinwirkungen – mit Bravour. Damit ist Omega offizieller «Hoflieferant» der Nasa – und jedes Kind (ob klein oder gross), das «Tim und Struppi: Reiseziel Mond» (1953) und «Schritte auf dem Mond» (1954) gelesen hat, verrückt nach der Speedmaster.

Noch heute, 50 Jahre später, pflegt der Schweizer Uhrenhersteller dieses Erbe weiter – und gönnt sich zur Feier des

Mondlandungsjubiläums eine auf 1014 Stück limitierte Spezialauflage seiner Speedmaster: Das Design lehnt sich an die Speedmaster BA145.022 an. Und das Material? 18-Karat-Moonshine™-Gold!

Im Moon Buggie mitgefahren

Was viele nicht wissen: Omega war nicht der einzige Uhrenfabrikant, dem die Mondlandung glückte. Auch die US-Marke Bulova kam in die Kränze. Teile ihrer Stimmgabeluhr Accutron fanden sich in mehreren Instrumenten der Apollo 11, und Armstrong und Aldrin platzierten einen Bulova-Zeitmesser auf der Mondoberfläche, um die Datenübermittlung zur Erde zu kontrollieren. David Scott von der Apollo-15-Mission (1971) wiederum gestand, dass er, nebst einer Bulova Moon Pilot Chronograph, auch eine Taschenuhr mit dabei gehabt habe – als Back-up-Plan, falls die Anzeigen an Bord während der kritischen Wiedereintrittsphase in die Erdatmosphäre ausgefallen wären. Dafür ist die Bulova die einzige Uhr, die sich je fahrenderweise über den Mond bewegt hat: Der Astronaut trug sie nämlich am Steuer seines Lunar Rover. Kein Wunder, kam sie bei einer Versteigerung im Jahr 2015 für 1.62 Mio. Dollar untern

Hammer. Ein Stück Raumfahrtgeschichte darf schliesslich etwas kosten!

Noch weitere Marken mischten im Weltall mit. 1962 kreist Scott Carpenter im Rahmen der Mercury-Atlas-7-Mission dreimal um die Erde – mit einer Breitling Navitimer Cosmonaute mit 24-Stunden-Graduierung am Handgelenk. 1970 nimmt Jack Swigert an der Apollo-13-Mondmission teil (das war die mit dem berühmten Satz «Houston, we have a problem...») und trägt gleich zwei Uhren: die Omega Speedmaster der Nasa und seine private Rolex GMT-Master. Nach der Explosion eines Tanks während des Flugs zum Mond musste die geplante Landung aufgegeben werden, aber immerhin: Die GMT-Master verbrachte fünf Tage und 23 Stunden im All – und schaffte es so ins Buch «The Best of Time. Rolex Wristwatches: An Unauthorized History».

Und was kommt als Nächstes? Die Generation, die mit Filmen wie «Gravity» (2013) und «The Martian» (2015) aufgewachsen ist, träumt davon, einen fernen Planeten zu betreten. In 30 Jahren soll es so weit sein. Eine kanadische Studie besagt aber, dass es draussen rund 200 Milliarden Planeten gibt, die theoretisch bewohnbar wären. Es gibt für die Uhrmacher also noch viel zu tun. ☺



IM ORBIT

Ganz schön nüchtern! Mit diesem Plakat warb Breitling 1963 für seine Navitimer, die im Jahr davor am Handgelenk Scott Carpenters, des sechsten Menschen im Weltall, dreimal um die Erde gekreist war.

2 x Hommage

Die Omega Speedmaster 2019 mit 42 mm-Gehäuse erinnert an jene Uhr, die mit Buzz Aldrin den Mond betrat. Sie wird vom Master Chronometer Kaliber 3861 mit Handaufzug angetrieben und ist auf 1014 Stück limitiert.

Die Bulova Special Edition Lunar Pilot Chronograph mit 45 mm-Stahlgehäuse greift das Design jenes Modells auf, das während der Apollo-15-Mission in einem Mondmobil mitfuhr.



Feinkörnig

SANDTÖNE MACHEN SCHON IM FRÜHLING LUST AUF STRAND. UND ZWAR BETONT CHIC.

AUSWAHL LÉONORE NOZ



1. Scrunchie aus Seide, **Le Chic Radical**, ca. 130 Fr. 2. Seidenbluse, **Fabiana Filippi**, ca. 732 Fr. 3. Sonnenbrille, **Miu Miu Eyewear**, ca. 312 Fr. 4. Faltenjupe, **Salvatore Ferragamo**, ca. 843 Fr. 5. Uhr Patravi ScubaTec Lady, Automatikuhwerk, Stahlgehäuse, 36,5 mm, wasserdicht bis 200 m, **Bucherer**, 4650 Fr. 6. V Shaping Facial Lift, Serum, **Clarins**, 95 Fr. 7. Ledertasche Supra, **Bally**, ca. 692 Fr. 8. Schnürpumps Montana aus Schlangenleder, **Malone Souliers**, ca. 750 Fr.
1. Trenchcoat aus Polyester, **Eleventy**, ca. 1114 Fr. 2. Baumwollshirt mit Rundhalsausschnitt, **Bottega Veneta**, ca. 320 Fr. 3. Baumwollhemd, **Maison Margiela**, ca. 274 Fr. 4. Kreditkartenetui aus Kalbsleder, **Givenchy**, ca. 554 Fr. 5. Chino hose aus Baumwolle, **The Silted Company**, ca. 153 Fr. 6. Logo-Baumwollsocken, **Rhude**, ca. 72 Fr. 7. Schnürschuhe Robert aus Leder, **Trickers**, ca. 549 Fr.



1



2



3

Arnaud Donckele

DER STERNEKOCH AUS SAINT-TROPEZ GILT UNTER SEINEN KOLLEGEN ALS DER BESTE SEINES FACHS. ER SETZT AUF REGIONALITÄT, QUALITÄT UND EHRLICHES HANDWERK.

TEXT RENATA LIBAL

ES IST EIN JAHR, das einem der meistprämierten Köche Frankreichs in Erinnerung bleiben dürfte: Arnaud Donckele, 42, wurde vom Magazin «Le Chef» unlängst zur globalen Nummer 1 des laufenden Jahres gekürt – was erst recht Eindruck macht, wenn man weiss, dass dafür sämtliche Zwei- und Drei-Sterne-Träger des «Guide Michelin» abstimmen: Die müssen es ja wissen! Und nun hat das Restaurant «La Vague d'Or» in Saint-Tropez, wo der aus Rouen stammende Donckele seit 15 Jahren am Werk ist, auch noch einen neuen Besitzer. Das vormalige Hotel «la Pinède», zu dem es gehörte, wurde aufgekauft und komplett neu gestaltet. Jetzt bäumt sich das «Cheval Blanc» (3) an der Riviera auf – und verstärkt die kleine, feine Hotelkette der Luxusgruppe LVMH.

Was ändert sich in Ihrer Küche durch die Zugehörigkeit zum «Cheval Blanc»? Zum Glück nicht viel. Meine Küche basiert darauf, das Beste aus aussergewöhnlichen Produkten der Region herauszuholen.

Nehmen Sie den herrlichen *Essig vom Clos Saint-Antoine in Callas* (7), gereift im Holzfass unter freiem Himmel, wo er die Aromen vom Regen, vom Wind, von der Sonne aufnimmt... Die Philosophie des «Cheval Blanc», wonach zeitgemässer Luxus untrennbar mit der Freude an ehrlichem Handwerk verbunden ist, entspricht mir sehr.

Welches Gericht auf Ihrer Karte bringt die Region am besten auf den Punkt?

Ganz klar der *Jardin de légumes* (5). Am Meer denkt man immer erst an Fisch, aber das Département Var ist auch sonst sehr reich an Geschmächen. In unserem Gemüsegarten wachsen 650 Sorten. Und es gibt immer mehr Produzenten, die mit viel Herzblut Verblüffendes leisten, ja: zaubern!

Regionale Gourmetzauberer?

Fast! Etwa Spargelbauern, die dank der Kenntnis der natürlichen Bodentemperaturen herausragende Resultate erzielen. Oder junge *Kaninchenzüchter* (2) mit Respekt den Tieren und der Umwelt gegenüber. Kanin-

chen, eigentlich eine Lokalspezialität, war lang von hiesigen Speisekarten verschwunden.

Das Gemüse Ihrer Wahl?

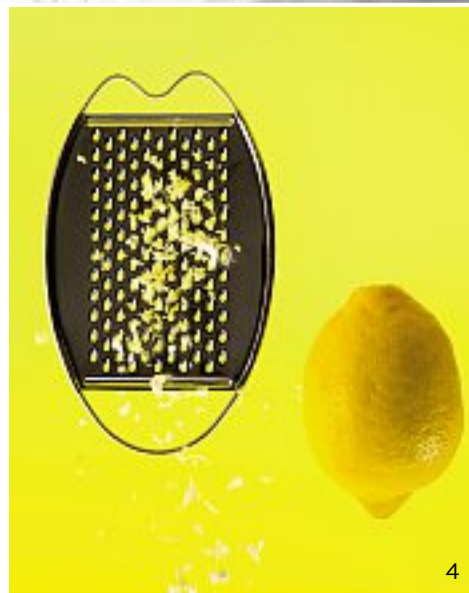
Artischocken (1)! Am liebsten mag ich die ganz kleinen, kurz in ein paar Tropfen Olivenöl sautiert, mit Zitrone und ein paar Kräutern. Oder leicht angebräunt vom Grill.

Ein unverzichtbarer Küchenhelfer?

Da müsste ich wohl *die Raffel* (4) wählen; ich bin verrückt nach Zitruschalen. Und das Radio! Ich zwinge die Mannschaft immer, zu Musik zu arbeiten, von Klassik bis hin zu Elektropop – so bleibt man schön lebhaft.

Saint-Tropez ist Kult, Treffpunkt des Jetsets... Wie erleben Sie den Ort?

Er hat sich, was die Wertschätzung seiner Besucher angeht, sehr zum Positiven verändert. Die Preise sind gestiegen, ja, aber die Qualität ebenso. *Am Hafen* (6) zum Beispiel isst man in jedem einzelnen Restaurant sehr gut, und zwar das ganze Jahr über. Das können wenige Touristenorte von sich behaupten. ☺



4



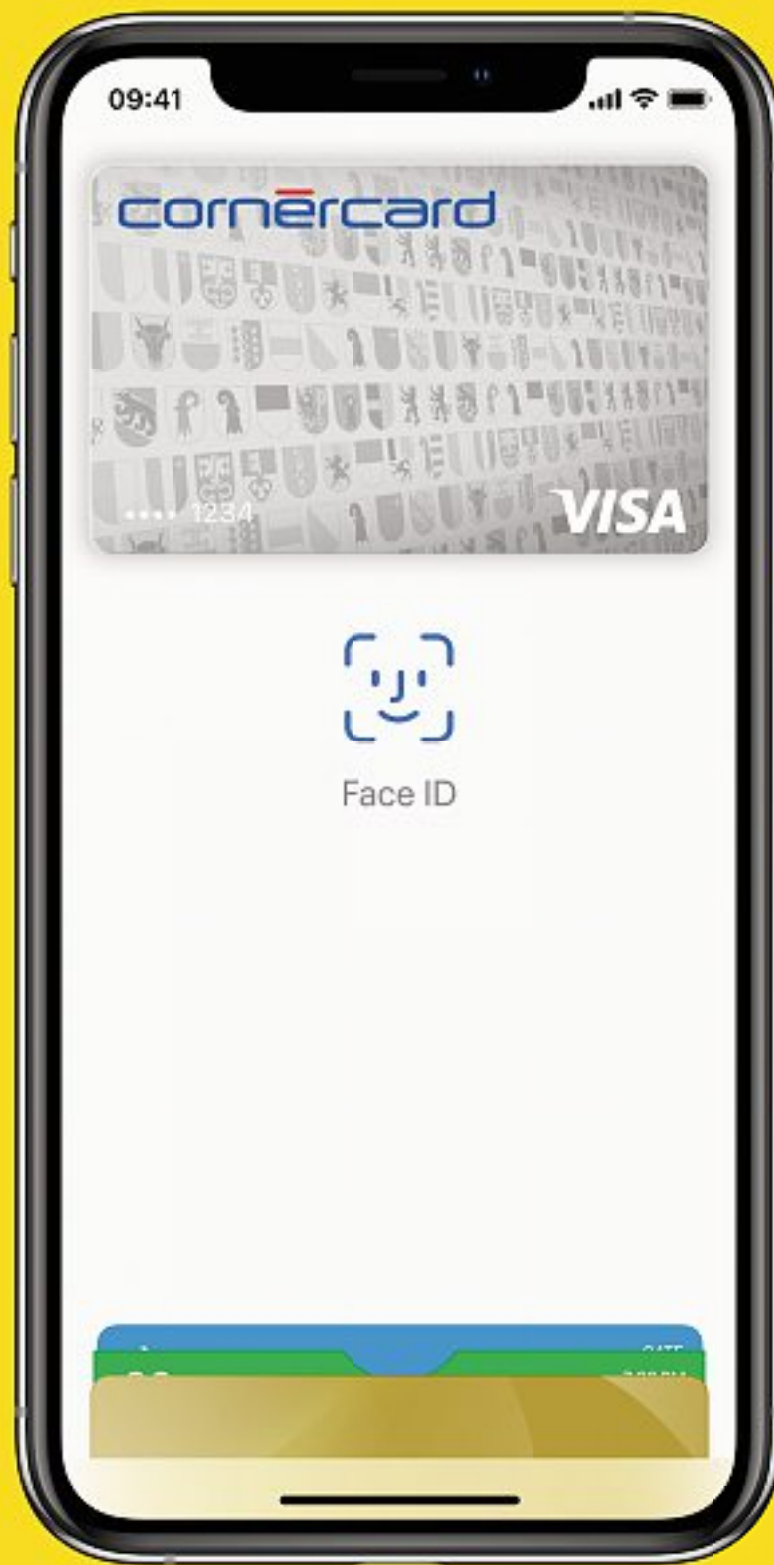
5



6

7

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.

VERSACE

EROS FLAME



POUR HOMME