

encore!

STIL UND MEHR | MAI 2014

REPORTAGE
DEN GORILLAS
AUF DER SPUR

GASTRONOMIE
Die Magie der
Roca-Brüder

Reisen

Stilvolle Accessoires für
einen schönen Sommer

UNTERWEGS
Shanghai,
grenzenlose
Stadt

SonntagsZeitung



PIAGET ROSE COLLECTION
A true flower, a unique story

PIAGET

piaget.ch

PIAGET Boutiquen : Genf - rue du Rhône 40 • Luzern - Grendelstrasse 19 • Zürich - Bahnhofstrasse 38



Starkes Gastro-Trio:
Jordi, Joan und Josep
Roca. **Seite 14**



Unterwegs im
abenteuerlichen
Shanghai. **Seite 28**



Auf der Fahrt der
Flachlandgorillas.
Seite 24

Reisen | Mai 2014

THEMEN

10 Shopping

Trouvailles von der Mailänder Möbelmesse

12 Saga

Die Geschichte der Postkarte

18 Auto

Englische Boliden auf der Überholspur

32 Beauty

Die magischen Kräfte der Düfte

34 Für sie und ihn

Der wilde Modesommer 2014

RUBRIKEN

04 Favoriten **08 Swiss made: Das traditionsreiche Strickwarenunternehmen Forster Rohner** **38 Meine Welt: Katie Holmes** **39 Adressen**



Modische
Accessoires für
stilvolle Sommer-
ferien. **Seite 20**



TITELBILD
Mehr zu den Foto-
kameras auf **Seite 23**.
Vielen Dank für die
Teilnahme von Nicolas
Barniche von Tours
Réunion.
www.toursreunion.com

BILD LINKS
Beuteltasche mit Cut-
outs und aus Leder,
Louis Vuitton. Aviator-
Sonnenbrille, **Tommy
Hilfger**. Sonnenhut,
Paul Smith. Männer-
sandalen aus Leder,
Marni. Handtasche aus
Leder, **Hermès**. Komp-
aktkamera «X-M1» in
braun, Wechselobjektiv,
Fujifilm.
Fotos Anoush Abrar
Styling Sorrel Kinder

Wenn einer eine Reise tut

BEI MEINER ERSTEN REISE, die ich allein unternahm, war ich neun Jahre alt. Ich weiss noch genau, wie stolz ich damals war, als ich an einem schulfreien Mittwochnachmittag meinen Rucksack auf mein türkisfarbenes Minivelo klemmte. Mein Proviant: ein grosser Sack Schoko-Popcorn und eine kleine Flasche Orangina, gekauft vom Taschengeld. Meine Reise sollte von Winterthur nach Schaffhausen gehen, meine Eltern wussten von nichts. Ich weiss nicht mehr, wie ich es geschafft hatte, auf meinem kleinen Velo diese Strecke abzu trampeln, aber Stunden später traf ich wirklich in Schaffhausen ein. Die Stadt empfing mich mit einem massiven Gewitter. Ich erinnere mich



Silvia Aeschbach,
Chefredaktorin
deutschsprachige
Ausgabe encore!

noch gut, wie sich der Geruch des Frühlingsregens mit meiner Euphorie, diesen Ausflug geschafft zu haben, mischte. Und wie sehr mein Herz ob der Anstrengung und Aufregung klopfte. Ich bin auch heute noch keine abgeklärte Reisende. Die Vorstellung, allein raus in die Welt zu gehen, macht mich immer noch ein bisschen unsicher. Und lässt mich nicht ruhig schlafen. Aber wenn ich mich überwunden habe, dann ist für mich jede Reise ein Abenteuer, egal ob es eine dreistündige Zugfahrt ins Engadin ist oder ein Flug nach New York. Abenteuer pur erlebte auch meine Kollegin Renata Libal, als sie im Odzala-Nationalpark im Kongo Gorillas in freier Natur erlebte. Und ihr Herzklopfen, als sie die tierischen Riesen sah, war sicher ähnlich wie meines, als ich meinen ersten Städtetrip geschafft hatte.



Dieses
Magazin ist
auf umwelt-
schonend
produziertes
Papier
gedruckt.

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage von Le Matin Dimanche und Sonntagszeitung. Adressen: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, Case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich **Herausgeberin:** Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne **Leiter Tamedia Publications romandes:** Serge Raymond **Verlagsleitung:** Diego Quintarelli **Chefredaktion:** Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) **Redaktion:** Semaja Fulpius, Olivia Goricanec, Andrea Hipp, Isabelle Mercier, Isabelle Stüssi **Layout:** Géraldine Dura (Art Direction) **Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Rachel Barbezat, Mathilde Binetruy, Didier Borvin, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger **Bild:** Sophie Perraudin **Fotos:** Anoush Abrar, Christian Dietrich, Daniel Aires Grazina **Styling:** Sorrel Kinder **Bildbearbeitung:** Raymond Dubuis **Illustration:** André Gottschalk **Grafisches Konzept:** Ariel Cepeda **Produktion:** Olivia Goricanec **Übersetzung und Überarbeitung:** Olivia Goricanec, Andrea Hipp, Andréane Leclercq, Ursula Zenger **Druck:** Ziegler Druck AG, Winterthur **Werbung Romandie:** Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Telefon 021 349 50 50, Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@sr.tamedia.ch **Werbung Deutschschweiz:** Tamedia AG, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zürich, Telefon 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@sr.tamedia.ch, www.mytamedia.ch, Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), Editions Le Régional SA, ER Publishing SA, homegate AG, LC Lausanne-cités SA, Le Temps SA, LS Distribution Suisse SA, Romandie Online SA en liquidation, Société de Publications Nouvelles SPN SA; Alle Rechte vorbehalten. Gemäss den geltenden Bestimmungen des Urheberrechts sowie dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist ohne die schriftliche Genehmigung des Verfassers jegliche Art von Nachdruck, Reproduktion oder Vervielfältigung der Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamthafte oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinemedien.



Geben ein gutes Paar ab: Erik und sein Hund Fernando.

BUCH

Doppelt gemoppelt

Erik und Fernando haben das gleiche offene Lachen. Nur dass Erik ein Mensch und Fernando ein Hund, besser gesagt ein Podenco, ist. Der Fotoband «Doppelpack. Mein Hund und ich» zeigt 65 verblüffende Beispiele menschlich-tierischer Wahlverwandschaften. Der Fotograf Christoph Schwabe und die Veterinärmedizinstudentin Christin Vogt beobachteten bei ihren Spaziergängen immer wieder die Ähnlichkeit zwischen Hund und Halter und beschlossen, diese in einem Buch festzuhalten. Zu sehen ist ein bunter Mix der verschiedensten Hunderassen wie Pudel, Spaniel, Mops oder Pitbull mit einem passenden, menschlichen Ebenbild. Die Ähnlichkeiten sind frappierend: Frisur, Lächeln, Mimik – alles stimmt überein. Diese Übereinstimmung ist kein Zufall, sind die Psychologen Nicholas Christenfeld und Michael M. Roy von der

University of California in San Diego überzeugt. Beim Ausschauen eines Hundes, so die Forscher, würden die Menschen ein Tier suchen, das ihnen in gewisser Weise ähnelt. Dies trifft vor allem bei reinrassigen Hunden zu, denn da kann sich der Mensch ja gezielt seinen Doppelgänger aussuchen. Bei den Mischlingen scheint die Menschlichkeit über die Eitelkeit zu triumphieren, hier gibt es weniger Ähnlichkeiten. Neben den Porträts hat das Autorenduo auch 130 kleine Geschichten über die doppelten Models festgehalten. Sie sind oft rührend und immer unterhaltend geschrieben. Dieses Buch ist ein Muss für alle Hundeliebhaber und wird so manchen Tierbesitzer inspirieren, einen eigenen Vergleich mit seinem Freund anzustellen. *Silvia Aeschbach*

«Doppelpack. Mein Hund und ich» von Christoph Schwabe und Christin Vogt, Herbig-Verlag, 144 Seiten, 18.80 Fr.

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

Nichts zu sehen



VON LAURENT DELALOYE

Der Künstler Kurt Caviezel wurde 1964 in Chur geboren. Seine Familie interessierte

sich vor allem für Jazz, klassische Musik und für traditionelle Fotografie. Trotzdem ermutigten ihn die Eltern, als er sich der Malerei und später als Autodidakt der Fotografie zuwandte. Seine grossen Vorbilder waren die Amerikaner Walker Evans und Diane Arbus sowie der Kanadier Jeff Wall mit ihren dokumentarischen Porträts. Doch inzwischen geht Caviezel längst seinen ganz eigenen Weg.

Das Werk Der Künstler braucht keine Kamera mehr, um seine Sujets festzuhalten. Seit 14 Jahren jagt er nämlich seine Objekte im Internet. Mehr als drei Millionen Aufnahmen von öffentlich zugänglichen Webcams aus aller Welt hat Caviezel auf seiner Festplatte gespeichert. In diesen Bildern entdeckt er ein verblüffendes ästhetisches Potenzial, das oft fast unreal wirkt. In der Serie «No video» zeigt Caviezel Aufnahmen defekter Überwachungskameras, die ans Absurde grenzen und falsche Botschaften liefern. Der Künstler beherrscht die Kunst, das zu zeigen, was gar nicht zu sehen ist.

Aktuell «Do you speak touriste?», eine Gruppenausstellung im Musée d'art in Pully VD dauert noch bis 11. Mai.

Preis «No video (48)», 1/5, Tintenstrahldruck auf Aluminium, 30 x 40 cm, 2003 bis 2013: 900 Franken

Info www.kurtcaviezel.ch



HAUTE JOAILLERIE

Schlangen-Kuss

Die Liebhaber schöner Schmuckstücke wissen, dass das Haus Chopard grosse Stücke auf seine tierischen Preziosen hält. So bekommt man nicht selten Diamanten und Saphire in Form von Bären oder Fröschen zu sehen, die nur auf den erlösenden Kuss zu warten scheinen. Weitaus wilderes Getier präsentiert die Schweizer Künstlerin Harumi Klossowska de Rola in ihrer neuen Kollektion: zwei furchteinflössende Schlangen, ein schwarzer Panther und ein Leopard. Eine mysteriöse Symbolik, in der Gefahr und Sinnlichkeit drohen. Die Tochter des Malers Balthus hat für den Genfer Designer im letzten Jahr bereits einige Drachenmodelle kreiert. Die aktuelle widerspiegelt jedoch deutlicher ihr mystisches und kreatives Universum. *R.L.*

Als Armband oder Collier in Schlangenform von Harumi Klossowska de Rola für Chopard, aus geschwärztem Weissgold, der Kopf ist mit schwarzen Diamanten versehen, in den Augen glitzern Smaragde.



Unterwegs in den Bergen sollten Extremsportler besser **das richtige Uhrenmodell** tragen.

UHR

Abenteuerliche Zeiten

Was soll es heute sein? Lieber elegant oder sportlich für einen Ausflug in die Berge? Die Uhrmacher bieten den Abenteuertypen von heute Modelle für jede Situation; chic, maskulin und ganz nebenbei einfach unentbehrlich. Diese Uhren bestechen durch ihr traditionell-klassisches Aussehen, ohne auf eine einzige Funktion zu verzichten. Die in Zusammenarbeit mit Air Zermatt entwickelte Hamilton «Khaki Takeoff» gefällt mit einem Design, das an die Instrumente eines Cockpits erinnert, und besitzt eine beidseitig drehbare Lünette mit Countdown-Funktion. Jeanrichard erobert die Berggipfel mit seiner auf 100 Stück limitierten Auflage der «Terrascope Patrouille des Glaciers».



Von links nach rechts: Die **Hamilton** «Khaki Takeoff» ist Piloten gewidmet. Mit der «IceLegacy» möchte **Alpina** den Schutz der Gletscher fördern. **Jeanrichard** feiert mit «Terrascope Patrouille des Glaciers» sein Jubiläum als deren Hauptpartner.

Mit einem Zifferblatt, auf dem die Bergzüge der Schweizer Alpen eingraviert sind, begleitet diese Uhr alle Extremsportler auf dem alpinen Höhenweg von Zermatt über Arolla nach Verbier. Aus dem Haus Alpina stammen die mit einem innovativen Kompass ausgestatteten Modelle «Alpiner 4 Chrono» und «Alpiner 4 GMT», die am Handgelenk der Polarforscher Borge Ousland und Vincent Colliard bei ihrer zehn Jahre dauernden IceLegacy-Mission zur Überquerung der 20 grössten Gletscher der Welt trotzen. Diese Exemplare definieren die Regeln der Uhrmacherkunst auf eine erfrischende Art neu. So werden auch aus Normalsterblichen potenzielle Helden. *Mathilde Binetruy*

ACCESSOIRE

Rockiger Spaziergang



Nach den Blumen, den Marilyn und den Tomatensuppen sind es nun Andy Warhols Bananen, die für Furore sorgen. Inspiriert von den fruchtigen Pop-Art-Prints, hat das niederländische Designduo Bugaboo einen Kinderwagen ganz in Gelb-Schwarz entworfen. Der flächige Druck erstreckt sich quer über Sonnendach, Liege und die Rückseite des Sitzes. Gestell und Räder sind in neutralem Schwarz gehalten. Bugaboo hat bereits eine Reihe von Kollaborationen mit der Andy-Warhol-Foundation realisiert. Dieser Kinderwagen ist aber unbestritten der Star aus der Serie. In Kombination mit den breiten Pneus und den wetterfesten Textilien bringt das Modell alles mit, was ein Kinderwagen heutzutage braucht: Er ist praktisch und stylish. Zudem versprüht er einen Hauch von Rock 'n' Roll. Denn bereits 1967 zierte die Banane das Cover des von Warhol produzierten Erfolgsalbums der Band Velvet Underground. Mit Fussack und Sitzhilfe kann der Kinderwagen zusätzlich aufgerüstet werden. Ab sofort ist «alles Banane»! *Andrea Hipp*
«Cameleon³» von Bugaboo, ca. 1050 Fr.



BEAUTY

Intensiver Blick

Innovative Bürstchen und Farbenspiele sorgen neu für den perfekten Augenaufschlag. Clinique verleiht federleichten Schwung. Bunt wird es bei Yves Saint Laurent, und Estée Lauder setzt mit neuer Formel auf extra Länge. *A.H.*

«Lash Power Feathering Mascara» von Clinique, ca. 35 Fr.,
«Mascara Volume Effet Faux Cils» von Yves Saint Laurent, ca. 50 Fr.,
«Sumptuous Infinite Daring Length + Volume Mascara» von Estée Lauder, ca. 39 Fr.



Einfach grandios:
Gehärtetes Aluminium
und 91 Löcher.

DESIGN

Die Legende lebt

Dieser Aluminiumstuhl verkörpert mit seinen 91 Löchern alle Tugenden des Schweizer Designs: Einfachheit, Beständigkeit, Funktionalität und Präzision. Falls Sie den Eindruck haben, diesen Stuhl ständig überall zu sehen, erliegen Sie einer Täuschung: Das, was Sie sehen, sind Imitationen oder Folgeprodukte aus Plastik, die in den 1960er-Jahren in Gärten vieler Länder wie Pilze aus dem Boden gespriesst sind. Und nun meldet sich das Original nach 75 Jahren Abwesenheit in alter Frische zurück. Der «Landi»-Stuhl verdankt seinen Kosenamen der Landesausstellung 1939, für die er vom Zürcher Hans Coray entwickelt und in 1700 Exemplaren gefertigt wurde (was für die damalige Zeit überaus viel war). Er sollte die einst starke Aluminiumindustrie und den technologisch innovativen Geist der Schweiz repräsentieren. Das Modell wurde überall auf dem Landi-

Gelände unter freiem Himmel aufgestellt (durch die Löcher fliesst das Regenwasser ab) und blieb den anwesenden Sammlern und Architekten in Erinnerung. Selbst das berühmte Designerduo Charles und Ray Eames hatte ein Exemplar auf der Terrasse seines Hauses bei Los Angeles aufgestellt. Sein Design mag simpel wirken. Einfach herzustellen war der Landi-Stuhl nie: Viele Nachahmer haben es versucht, jedoch ist es niemandem gelungen, sein subtiles Gleichgewicht zu erreichen. Dank modernen Fertigungsverfahren legt Vitra die Legende in diesem Frühling neu auf, und das zu einem erschwinglichen Preis. Zudem wurde er um einen passenden Aluminiumtisch erweitert, den der mehrfach ausgezeichnete Schweizer Jungdesigner Michel Charlot entworfen hat. *Renata Libal* «Landi» von Vitra, für 450 Fr., die ersten 1000 Exemplare sind nur in der Schweiz erhältlich.



WERBUNG

Zeiten ändern

Unter Uhrmachern gibt es eine Legende, die besagt, dass eine Uhr dann am schönsten aussieht, wenn ihre Zeiger auf zehn nach zehn stehen. Die neue Kampagne von Chanel räumt mit diesem Klischee auf: Inszeniert vom renommierten Fotografen Patrick Demarchelier, entstand eine Serie von Doppelbildern, bei denen die Models die gleiche Position einnehmen wie die Zeiger der Uhr. *R.L.*



AUSSTELLUNG

Der Schönheit auf den Grund

Der Wunsch zu gefallen ist uralte und beschäftigt den Menschen ein Leben lang. Doch was ist eigentlich Schönheit? Die Ausstellung «Bin ich schön?» hinterfragt Schönheitsbilder, beleuchtet biologische und kulturelle Aspekte der Attraktivität und bietet interaktive Spielereien mit der eigenen Schönheit. *A.H.*

Ausstellung «Bin ich schön?» im Forum Schweizer Geschichte Schwyz, bis 7. September 2014.

Die Zukunft ist gewölbt

TOYS FOR BOYS



VON **DIDIER BONVIN**

Ein Erfolg im Wohnzimmer war der 3-D-Technologie wegen der eher lachhaft wirkenden Brillen nicht wirklich vergönnt. Jetzt könnte die Zukunft aber den gewölbten Bildschirmen gehören. Die Unterhaltungsindustrie geht mit ihren neuesten TV-Geräten in eine vielversprechende Richtung. Samsung hat angekündigt, dass gewölbte Fernseher einen «3-D-Effekt ohne Brille» bieten. Eine sehenswerte Erfahrung. Der Konsument muss sich aber nicht nur an neue Displayformen im Wohnzimmer gewöhnen, sondern auch an solche für die Hosent-



Nichts mehr mit flach: Samsung «65 Zoll Curved UHD TV UE65HU8580»

tasche. Es wurden nämlich bereits die ersten Smartphones dieser Art vorgestellt. Deren leicht gekrümmte Bildschirme sollen sich beim Telefonieren besser an die runden Gesichtsformen anpassen, in der Hosentasche weniger auffallen und vor allem bequemer sein. Wie aber befestigt man einen solchen Fernseher an eine Wand? Müssen nur noch Häuser gebaut werden wie die der Zeichentrickfiguren Barbapapas oder die berühmte Villa von Pierre Cardin in Cannes, deren Wände keinerlei rechte Winkel aufweisen? Nicht nötig. Der koreanische Hersteller hat an alles gedacht. Sein neuestes Modell für 5599 Franken entwölbt und krümmt sich auf simplen Knopfdruck per Fernbedienung. Während man noch auf einen Bildschirm wartet, der sich wie ein Vorhang auf- und zuziehen lässt, sind diese Innovationen der erste Schritt hin zu biegsamen digitalen Oberflächen. Die Zukunft elektronischen Designs wird wesentlich weicher und runder. Irgendwie femininer.

N°5

EAU PREMIÈRE



Ein unvergängliches Parfum neu interpretiert



HOHE KUNST

LINKS

Der Schweizer Designer Albert Kriemler von Akris befasste sich für seine diesjährige Winterkollektion thematisch mit Galaxien. Von der St. Galler Stickereifirma liess er LED-Leuchten in seine Kreationen integrieren.

RECHTS OBEN

Mit modernen Industriestickmaschinen werden bei Forster Rohner mit innovativen Garmaterialien elektrische Schaltkreise realisiert.

RECHTS UNTEN

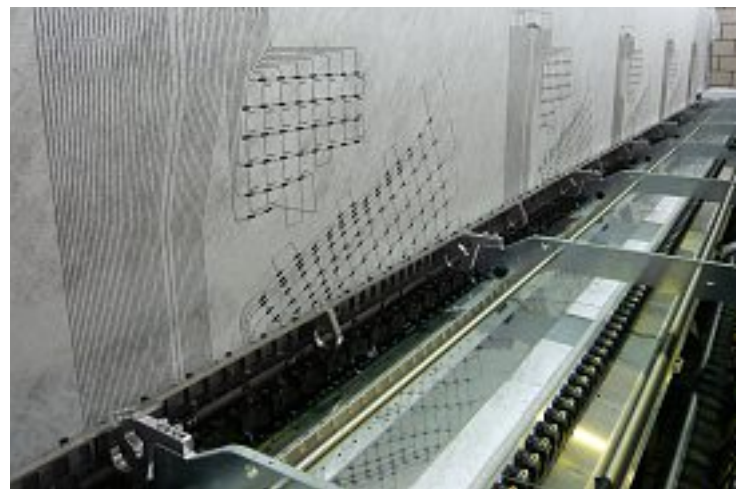
Die Firma stellt unter anderem Stoffe für die Haute-Couture und die Prêt-à-porter-Mode her.

UNTEN LINKS

In der Nachstickerei werden allfällige Fehler von Hand mittels einer Nähmaschine ausgebessert.

UNTEN RECHTS

Bei der Lampe «Hollow Light» vom dänischen Designstudio Diffus ist die Beleuchtung mittels e-broidery in den Lampenschirm integriert.



Leuchtende Stoffe

SEIT 1904 LIEFERT DIE ST. GALLER FAMILIENFIRMA FORSTER ROHNER STICKEREIEN AN DIE RENOMMIERTESTEN MODEHÄUSER. MIT NEUEN HIGHTECHSTOFFEN SCHREIBT SIE HEUTE MODEGESCHICHTE

TEXT ISABELLE STÜSSI

DAS IST DIE SEELE des Hauses», sagt Hans Schreiber, der Kreativdirektor des Stickereiunternehmens Forster Rohner AG in St. Gallen stolz und öffnet die Tür zum Archivraum. Der helle, meterhohe Raum ist bis an die Decke mit Folianten bestückt, die fein säuberlich in Regalen aufgereiht sind. Diese bergen Stoffmuster, die einst für Christian Dior, Coco Chanel oder Cristóbal Balenciaga hergestellt wurden. Sie sind Zeugen der über 100-jährigen Geschichte des Unternehmens, das 1904 von Conrad Forster-Willi gegründet wurde und heute von seinem Urenkel Emanuel Forster geführt wird.

Schreiber, dem die Begeisterung für sein Metier anzusehen ist, nimmt einen Folianten von 1940 aus dem Regal. Er schlägt eine Seite auf, die ein Muster edler Guipure-Stickerei zeigt. Die Guipure ist ein Markenzeichen des Hauses, der «Signature»-Stoff, dessen Raffinesse von der handwerklichen Tradition des Unternehmens zeugt und mehrere 100 Franken pro Meter kostet. «Beim Herstellungsprozess wird der Faden auf ein Grundgewebe gestickt, anschliessend wird dieser Hilfsstoff in einem Acetonbad weggeätzt», sagt er. Der luftig durchbrochene Stoff, wie feinste Klöppelspitze, wurde für Balenciaga hergestellt. Das Schwarzweissfoto nebenan zeigt ein Model in einem aus diesem Stoff geschneiderten Kleid.

So nostalgisch die alte Fotografie daher kommt, so modern und zeitlos wirken die Stoffe

noch heute. Vom reichen Fundus an Mustern lassen sich längst nicht nur traditionelle Häuser wie Dior oder Valentino inspirieren. Auch jüngere Designer wie Christopher Kane oder Mary Katrantzou geben hier Stoffe in Auftrag.

Sensation auf dem Laufsteg

Die Zusammenarbeit mit den Designern sei eng. Oft lassen sich diese auch direkt vom Archiv anregen. So auch Raf Simons, der sich für die Winterkollektion 2012/2013 von einem Dior-Muster aus den 1960er-Jahren inspirieren liess. Mit einem sechsköpfigen Designerteam entwirft Schreiber zahlreiche massgeschneiderte Stoffe. Daneben realisiert das Haus zweimal im Jahr eine Haute-Couture-, eine Prêt-à-porter- sowie eine Lingerie-Stoffkollektion. Das sind jährlich über 500 Dessins, die neben individuellen Kundenaufträgen realisiert und später auf den laut ratternden Stickmaschinen in der Werkhalle des Hauses produziert werden.

Doch längst werden hier nicht nur hochwertige Modestoffe hergestellt: In der vor drei Jahren gegründeten Abteilung Textile Innovations werden technisch funktionale Textilien entwickelt, die Stickereikunst mit Elektronik verbinden. «Die grösste Herausforderung war es, einen Stoff zu entwickeln, der sich haptisch zu 100 Prozent wie ein Textil anfühlt und waschbar ist. Trotzdem sollte er die technischen Funktionen einwandfrei ermöglichen», sagt Jan Zimmermann, Abteilungsleiter von e-broidery. Die e-broidery-Textilien sind mit elektronischen Komponenten wie LEDs, Sensoren oder Solarzellen bestückt.

So hat Forster Rohner für das Langenthaler Textilunternehmen Création Baumann «eLumino» entwickelt, einen leuchtenden Vorhangstoff, der mit Mini-LEDs versehen ist. Und für die Lingeriemarke Valisère produzierte sie das «Corsage Lumineux» und «Corsage Magique», Korsagen mit Lichttechnologie. Beides ein absolutes Novum auf dem Markt. «Die Verbindung zwischen den LEDs erfolgt mittels speziell entwickelter elektrisch leitender Garne, die wir in ein Stickereidesign integrieren.» Diese sind mit einer Batterie und einer Steuerung verbunden und geschickt im Kleidungsstück versteckt.

Für seine Winterkollektion 2014/2015 liess sich der Schweizer Designer Albert Kriemler von Akris von Galaxien inspirieren. Nicht Pailletten oder Swarovsksteine sollten seine Entwürfe zieren, sondern kleinste in den Stoff verarbeitete LED-Lichter. An der Pariser Modeschau im März sorgten seine Kreationen für eine Sensation: Als einen Moment lang die Scheinwerfer auf dem Laufsteg ausgingen, verwandelten sich die Roben zu tanzenden Lichtpunkten.

Von aussen sehen die e-broidery-Stoffe ganz normal aus, «auf Knopfdruck ergibt sich aber ein völlig neues Bild», sagt Zimmermann. Individuell könne man auch die Lichtwirkung und Farbe beeinflussen. Die Innovationskraft scheint sich im offenen Geist des Hauses zu speisen, das sich auch in Zukunft alles andere als einschränken möchte, wie Schreiber betont: «Für uns geht es sowohl im Designbereich als auch im technischen Bereich weiter, um allen Möglichkeiten den Weg offen zu lassen.»



JAN ZIMMERMANN

Jan Zimmermann studierte Interdisziplinäre Naturwissenschaften an der ETH Zürich, wo er im Bereich Physikalische Chemie promovierte. Mit einem ausgesuchten Team wurde der 39-Jährige vor zwei Jahren von Forster Rohner AG mit dem Aufbau der Bionic Composite Technologies AG betraut, die Textilerzeugnisse für den Sportartikel- und Medizinalbereich herstellt. Seit 2011 widmet sich Zimmermann mit seinem vierköpfigen Team in der Abteilung Textile Innovations den neuen Anwendungsgebieten der Stickerei.



FESTIVAL DE CANNES
Official Partner



IMPERIALE COLLECTION



Chopard

Designs der Stunde

AUF DER MAILÄNDER MÖBELMESSE WAR IM APRIL DAS MOBILIAR VON MORGEN ZU BEWUNDERN. ENCORE! GEFÄLLT ES ABER SCHON HEUTE

AUSWAHL RENATA LIBAL



Freischwinger
Schwereelosigkeit Die luftig-leichte Sitzfläche und die Stuhlbeine in Y-Form sind eine Hommage an die hochwertige Holzverarbeitung aus dem Haus Cassina. Eine nonchalante Art, aus dem Gleichgewicht zu geraten. «Ein freischwebender Überhang», so der Designer Patrick Norguet. Stuhl «M10», Leder und Holz, Patrick Norguet für Cassina



Lichtblick

Leder, Glas und Alu Diese stilvolle Laterne besitzt alles, was es für ein romantisches Abenteuer in der Nacht braucht. Für die erste Lampenkollektion von Hermès hat der französische Beleuchtungskünstler Yann Kersalé ein aussergewöhnliches Objekt entworfen: Futuristische Tradition und stimmungsvolle Hightech mit vier individuellen Lämpchen. Einfach mitnehmen und von der Lichtquelle profitieren. Vierteilige Laterne von Hermès, LED, kabellos, Leuchtdauer bis zu acht Stunden



Klappstuhl

Indoor-Möbel Hochwertiges Leder und ein leicht stapelbares Gestell: Die Outdoorserie Mirto macht sich auf den Weg ins Wohnzimmer. Der Stuhl ist so leicht, dass man ihn überall mitnehmen kann. Designer Antonio Citterio greift auf dieselbe Produktionslinie zurück. Stuhl «Mirto Indoor», Antonio Citterio für B&B Italia

Ordnungshüter

Gelassener Aufbau Dieses variable Bücherregal läutet eine neue Ära ein. Hier versteckt man nämlich seine Bücher, anstatt sie zu präsentieren. Das Möbel besteht aus unterschiedlich tiefen Fächern in verschiedenen Blautönen, die wie unzählige Pixel einen beweglichen Effekt auf die Wand projizieren. Mit den 21 Zentimeter breiten Fächern, die in Zweier- oder Dreierblöcken zusammengebaut werden, schafft man sich sein ganz persönliches Bücherregal und eine architektonische Landschaft an der Wohnzimmerwand. Bei diesem Aufbewahrungsmöbel stört es sogar nicht, wenn in den Fächern Unordnung herrscht. Bibliothek «Pixl», Fabrice Berrux für Roche-Bobois



Transparenz

Kristallklares Wasser Die 20-jährige Zusammenarbeit von Axor, dem Designbleger des deutschen Badarmaturenherstellers Hansgrohe, mit Philippe Starck hat bereits alle Farbtöne gesehen. Jetzt hält Transparenz Einzug. Das Wasser strömt so schnell aus dem Hahn, dass die Armatur zur heimischen Quelle wird. Armatur aus der Kollektion Starck V, Philippe Starck für Axor



Ruhepolster

Wie eine Handtasche Die Textur dieser gleichzeitig rauen, aber doch sanften Lederoberfläche verlangt geradezu nach Streicheleinheiten. Die Ottomane wird überwiegend in Handarbeit hergestellt und lädt zu einer Siesta ein. Und der Hocker ist der perfekte Sitzplatz für eine kleine Auszeit. Kollektion Filicudi, in zwei Grössen, Flexform



Schmuckstück

Festliches Bling-Bling Der Flaschentropfing von Alessi erinnert an einen klassischen Verlobungsring mit einem einzigen funkelnnden Diamanten. Bleibt nur zu hoffen, dass nach dem Jawort die Hochzeitstafel makellos gedeckt ist. Tropfing aus der Serie Noè, vier Accessoires, Giulio Iacchetti für Alessi

EINS.
Mit der Kraft von
ZWEI.

Double Serum[®]
Age Control
Konzentrat

Einzigartig durch die Clarins Pflanzenforschung konzentriert das innovative Zwei-Phasen Serum 20 der leistungsstärksten Pflanzenextrakte in einer umfassenden Intensivpflege. Doppelte Anti-Aging Wirkkraft auf die Zeichen der Hautalterung: sofort mehr Ausstrahlung, nach 4 Wochen straffere Haut, geglättete Falten, verfeinerte Poren¹. Clarins, No. 1 in pflegender Luxuskosmetik in der Schweiz².

90%³ der Frauen erklären Double Serum[®] für effektiver als ihr gewohntes Serum³. Überzeugen Sie sich selbst!

1. Zufriedenheitstest in Frankreich und den USA – 197 Frauen. 2. Quelle: Nielsen Prestige Panel, 2013 Gesamtumsatzverkäufe bei Parfümerien und Drogerien in der Schweiz. 3. Zufriedenheitstest in den USA – 126 Frauen – 4 Wochen.

Mehr Informationen unter:
www.clarins.com

SIEGER

annabelle
**PRIX
de
BEAUTÉ
2014**



CLARINS



1901

Die lange Reise der Postkarte

PISA, RIO ODER MOSKAU: SEIT ÜBER 140 JAHREN WERDEN FERIENGRÜSSE IN KARTENFORM WELTWEIT VERSCHICKT

TEXT SEMAJA FULPIUS

LIEBESBEWEIS: «Küsse, die heisser sind als die Sonne Afrikas.» Wetterbericht: «Liebes Grosi, die Bretagne, ist toll, obwohl es tagelang regnet.» Postkartenschreiben setzt der schreiberischen Freiheit keine Grenzen – einzig der Platz ist beschränkt. «Es ist schwierig, die Postkarte in generationenbezogener, sozialer und geografischer Hinsicht einzuordnen. Sie gibt aber jedem die Möglichkeit, ein kleines literarisches Werk zu verfassen. Ein befreiendes Gefühl», sagt Sébastien Lapaque in seinem Buch «Théorie de la carte postale». Er ist überzeugt, dass die digitale Konkurrenz den Erfolg der Postkarte nur unwesentlich beeinträchtigt hat: «SMS sind mit der mündlichen Kommunikation vergleichbar, die nur im Moment existiert.» Die Postkarte gehöre der Schriftsprache an. Eine SMS sei schnell gelöscht. Die Karte ist dafür ein konkreter Gegenstand, den man aufbewahren kann. Die Zahlen geben ihm recht. So werden in Frankreich jährlich 300 Millionen Postkarten verschickt. Für die Schweiz liegen keine Zahlen vor, da die Post keine Unterscheidung der Sendungen unter 50 Gramm vornimmt. Dennoch geht Karl Kronig, Sprecher des Museums für Kommunikation in Bern, davon aus, dass ihre Popularität ungebrochen ist: «Die Leute reisen mehr als früher. Gut möglich, dass die Menge der verschickten Postkarten sogar zugenommen hat.»

Kommunikation ohne Geheimnis

Dabei hätte die Geschichte der Postkarte auch anders herauskommen können: Als ein preussischer Beamter die Postkarte 1865 als schnelles Kommunikationsmittel ins Gespräch brachte, kam die Idee zunächst gar nicht gut an. Wegen der offen lesbaren Mitteilung hatte man aus «sittlichen Gründen» Bedenken. Schliesslich ging man davon aus, private Nachrichten seien vertraulich. Die Idee erschreckte viele, machte aber dennoch ihren Weg. Denn einige Jahre später versuchte der österreichische Wirtschaftsprofessor Emanuel Herrmann einen neuen Vorstoss und hatte Erfolg. Von da an akzeptierte die Post diese neue Form der Korrespondenz.

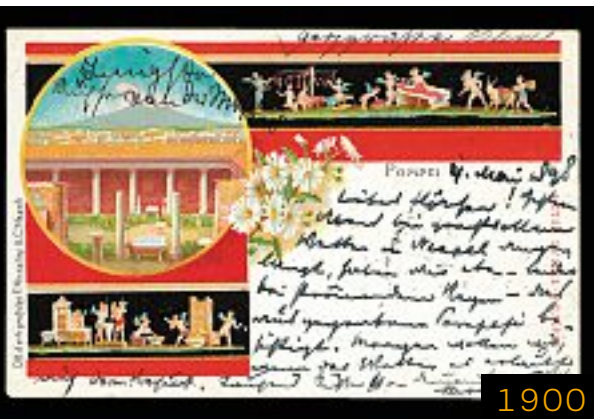
«Das Postmonopol trug entscheidend zur definitiven Anerkennung der Postkarte bei», sagt Karl Kronig. Anfänglich wurde sie für kommerzielle Zwecke verwendet, insbesondere für die Werbung. So setzten Kur- oder Skiorte auf hübsche Karten, um auf sich aufmerksam zu machen. Die zunehmend alphabetisierte Bevölkerung fand ebenfalls Gefallen an den kleinen Karten und ihren hübschen Illustrationen.

1891 begann der Triumphzug der von Dominique Piazza aus Marseille erfundenen Fotopostkarte. «Die ersten sollten die charakteristischen Merkmale einer Stadt zeigen», sagt Albert Leibovitch, Präsident des Club Cartophile Marseillais. Faszinierend sei dabei, dass die Fotografen vorausgesehen haben müssen, wie grundlegend sich die Welt verändern werde. «Sie haben alltägliche Motive eingefangen und auch Menschen, die auf der Strasse arbeiteten, wie beispielsweise Schuhputzer. Das Ganze nahm eine soziologische Dimension an.» Für jeden Geschmack war etwas dabei: Einige Karten waren witzig (die Illustratoren waren zweifelhaften Scherzen nicht abgeneigt), künstlerisch (so vom deutschen Maler Ernst Ludwig Kirchner) oder auch erotisch: «Es gibt so viele Karten aus dieser Sparte, dass ihre Beliebtheit nicht angezweifelt werden kann», sagt Leibovitch.

Das goldene Zeitalter der Postkarte

In der Belle Epoque erreichte die Postkarte den Höhepunkt ihrer Beliebtheit. 1902 wurden in der Schweiz mehr als 22 Millionen Karten gedruckt, was für die Verleger wie Bergeret oder Lévy et fils ein einträgliches Geschäft war. Während des Ersten Weltkrieges wurden sie zu propagandistischen Zwecken eingesetzt. Soldaten erhielten Karikaturen oder Bilderbogen mit politischen Slogans, die bei Sammlern heute sehr begehrt sind.

Nach den Weltkriegen zeigte sich bis in die 1960er-Jahre eine sinkende Beliebtheit der Postkarte, die von den selbst geschossenen Fotos verdrängt wurde. Auf einmal wirkten Karten sogar etwas antiquiert. In den 1970er-Jahren feierten sie jedoch ihr Comeback. Neue Drucktechniken (Mehrfachansichten, Reproduktion von Gemälden, 3-D) verstärkten den Aufschwung. Seitdem ist das Interesse an Postkarten ungebrochen. Gemäss Thomas Bähler, Direktor des Verbandes Schweizerischer Kartenverleger und -grossisten werden jährlich rund 35 Millionen Karten in der Schweiz verkauft. Inzwischen kann man auch auf Websites wie zazzle.com oder vistaprint.ch massgeschneiderte Postkarten mit persönlichen Fotos gestalten. «Heute verschickt man weniger den Eiffelturm als vielmehr ein interessantes Detail», sagt Sébastien Lapaque. «Die Postkarte ist ein modernes Objekt, mit dem man seine Freundschaft bekunden kann.»



1900



1887



1917



1920

WELTWEIT ...

1887 Auf der einen Seite die Adresse, auf der anderen der Text: Gewisse Karten hatten gar keine Bilder.

1900 Vor 1905 war nicht festgelegt, wo man seine Nachricht hinschreiben musste.

1901 Postkarten dienten damals vor allem zu Werbezwecken.

1920 Erotische Kartensujets sind heute bei Sammlern sehr beliebt.

...UNTERWEGS

1905 Alltägliche Szenen aus dem Leben.

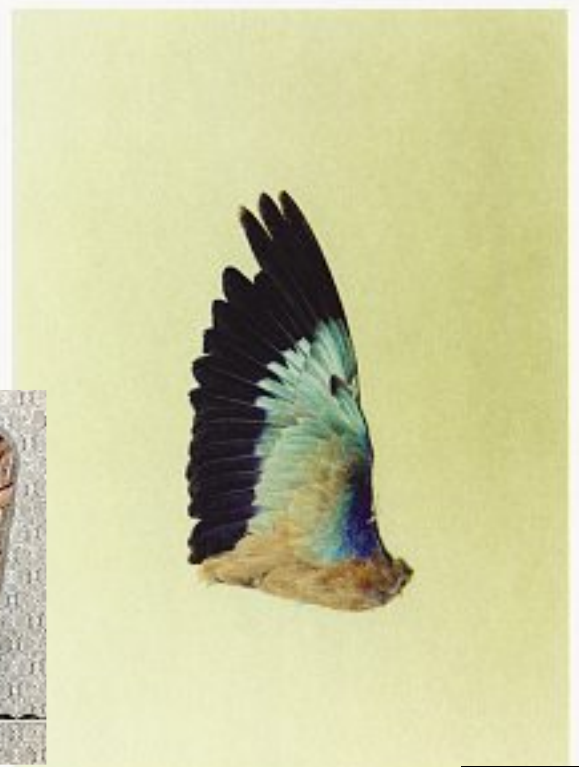
1917 Karte mit propagandistischen Zwecken für die Soldaten.

1968 Mehrere Bilder einer Stadt auf einer einzigen Karte, hier Troyes in Frankreich.

2014 Zeitgenössische Karte mit Objekt.



1968



2014



Bikini-Top
7.90

H&M



Jordi, Joan und Josep
(von links): Die Roca-
Brüder verbindet die
gemeinsame Leidenschaft.

DREI BRÜDER

EINE KUCHE

DAS RESTAURANT DER **ROCA-BRÜDER** GEHÖRT ZU DEN BESTEN DER WELT. IHR GEHEIMNIS? – SIE GEBEN IHREM KULINARISCHEN ERBE EINE NEUE DIMENSION



Aktuell auf der Speisekarte:
Salat aus Seeanemonen,
Messermuscheln, Seegurke
und marinierten Algen.

FEIERLICH STELLT der Oberkellner einen Olivenbaum auf das weiße Tisch Tuch, ein Bäumchen im Topf, eine Hommage an die katalanische Region im Nordosten Spaniens.

Die Zweige tragen glänzende Oliven – täuschende Nachbildungen der Ölfrucht, mit Sardelle angereichert und karamellisiert: eine Gaumenfreude! Dem überraschenden Auftakt folgt ein bunter Reigen von 22 Gerichten in Miniportionen. Grillierte Gamba mit Algenjus und Planktonbiskuit. Cevichebouillon in einem Bonbon verpackt. Oder die unvergleichlich milde Frische eines Salates aus Seeanemonen und Seegurken mit Escabeche aus Messermuscheln und Algen, so perfekt als Blume angerichtet, dass selbst der Gourmand sich scheut, sie anzutasten. Durch dieses Menü aus verwirrend ungewohnten Geschmackseindrücken zieht sich als roter Faden die Verwendung lokaler Produkte. Das Restaurant El Cellar de Can Roca in Girona ist ein Gourmettempel und für sich allein eine Reise wert. Im Privatjet landen regelmässig Gäste auf dem kleinen Flughafen der Stadt und heben nach dem Abendessen wieder ab. Bescheidenere Besucher rechtfertigen ihre Esslust mit dem Besuch des alten jüdischen

Viertels in Gironas Altstadt und dem Baden an der nahen Costa Brava (siehe Kasten auf Seite 17) Das Restaurant ist der ganze Stolz der Region. 2013 schaffte es das Lokal der katalanischen Brüder Roca auf den ersten Platz der renommierten San-Pellegrino-Liste der 50 besten Restaurants der Welt – vor dem dänischen Lokal Noma. Ende April hat sich dieses den Titel zurückerobert, die Brüder belegen den exzellenten zweiten Platz. Seither ist eine Tischreservation im 2006 eröffneten Etablissement mit den grossen Terrassen und Veranden begehrt denn je. Alle wollen die Magie erleben, welche die Rocas auf die Teller zaubern. Dabei verbergen die Köche keineswegs ihre Herkunft, sondern ehren die Klassiker der lokalen Küche, denen sie dank gastronomischer Spitzentechnologie verblüffende Geschmacksexplosionen entlocken. «Uns geht es darum, die katalanischen Traditionen zu erhalten und weiterzuentwickeln», sagt Joan, der Älteste und Virtuoseste des Trios. «Wir arbeiten mit dem kulinarischen Erbe und verleihen ihm neue Dimensionen.» Dabei dominieren Methoden wie das Garen im Vakuum bei niedriger Temperatur, die Anwendung von Konditormethoden für Salziges, Destillierapparate und haus eigene Erfindungen wie die «Rotaval»-Maschine, mit der ganz neue Aromen aus den Produkten gewonnen werden. Das Traditionsbewusstsein kommt nicht

von ungefähr. Joan Roca, 50, Josep, 48, und der 36-jährige Jordi sind praktisch in einer Küche in der Nähe ihres jetzigen Lokals aufgewachsen. Im Arbeiterquartier Taiala führten die Eltern eine bescheidene Beiz, in der sie bis heute noch Mittagmenüs für zehn Euro anbieten. Die drei Söhne machten dort ihre Hausaufgaben, eingehüllt in den Duft karamellisierter Zwiebeln. «Wir sind in einer glücklichen Küche aufgewachsen», sagt Jordi, der Jüngste. Noch immer hat er den Duft der Vanillestängel in der Nase, die in der Milch für die Crema catalana erhitzt wurden.

Saga der drei Brüder

Joan, der Älteste, wandte sich als Erster dem Kochen zu, nicht zuletzt, weil es in der Nähe eine Hotelfachschule gibt. «Schon mit zehn Jahren», erzählt Joan, «sagte ich meiner Mutter, dass ich Koch werden wolle. Es schien mir ganz natürlich zu sein, Essen mit Liebe zuzubereiten und zu servieren.» Von da an entwickelte sich die Saga der drei Brüder, gewoben aus einer Mischung gegenseitiger Scheu und Zuwendung. Etwas murrend folgte Josep, der Mittlere, der eigentlich lieber Literatur oder Naturwissenschaften studiert hätte. Als er schliesslich seine Leidenschaft für den Wein entdeckte, erschloss sich ihm so eine andere Art der Poesie. Die beiden Brüder eröffneten 1986 ihr erstes Lokal, gleich >>



DER ORT

Ein wunderschönes, antikes Bauwerk beherbergt das Restaurant, ausgestattet mit einem futuristischen Anbau und mit Bäumen in der Mitte des Esssaals.

El Cellar de Can Roca,
Can Sunyer 48, Girona
www.cellercanroca.com



Ein silberfarbenen Baum geschmückt mit Delikatessen für jeden Geschmack.

neben dem Bistro ihrer Eltern, und gewannen 1995 ihren ersten «Michelin»-Stern. Es waren die Jahre einer weltweiten Revolution in den Gourmetküchen, ganz besonders in Katalonien, wo der geniale Ferran Adrià mit seiner Molekularküche das Tor zur kulinarischen Kreativität weit aufstieß.

Unterschiedliche Talente

Schliesslich galt es noch, den Jüngsten der Brüder für den Familienbetrieb zu begeistern. Jordi zeigte anfänglich jedoch wenig Interesse und hatte eigentlich zu gar nichts richtig Lust. An einem sonnigen Frühlingstag auf der makellosen Terrasse seines makellosen Restaurants sitzend, erzählt Joan von jener Zeit. Dabei beobachtet er mit väterlichem Blick den kleinen Bruder, der sich gerade mit einem Lieferanten unterhält. «Als Teenager wollte Jordi bei uns zuerst nur ein bisschen Geld verdienen, und zwar im Service. Er war so naiv, zu denken, das sei leichter», erinnert sich Joan. «Doch schon bald hat er gemerkt, dass die Köche – im Vergleich zum Servicepersonal – um Mitternacht fertig waren und noch ausgehen konnten. Da hat er sich umorientiert.» Sein Schlüsselerlebnis hatte Jordi aber erst 1997, als der begnadete Pâtissier Damian Allsop, ein Engländer, für eine gewisse Zeit lang bei den Rocas arbeitete. Der englische Meister des süßen Fachs weckte in Jordi die Begeisterung für das Konditorhandwerk und die Pâtisserie-

herstellung. «Er hat seinen Platz gefunden», sagt Joan, «und das ohne unser Zutun. Hätte ich ihn zu einer Ausbildung gedrängt, hätte das nie funktioniert.»

Heute ziehen die drei Brüder am selben Strick. Ihre Küche verkörpert spürbar die harmonische Summe ihrer Inspirationen. Joan ist der Dirigent, er sorgt für die Methoden, die Kontinuität und die wissenschaftliche Abstützung. Josep ist der Poet, sentimental, leidenschaftlich und derjenige, der die edlen Tropfen und seltenen Sakesorten findet, welche die Gerichte zur Geltung bringen. Jordi ist der Aufmüpfige, der ohne Rücksicht auf Konventionen Grenzen überschreitet. «Ich glaube, wir haben ein Gleichgewicht gefunden zwischen dem, was jeder von uns beiträgt», sagt Joan. Tatsächlich bringt das Zusammenspannen dieser unterschiedlichen Talente verblüffende Gerichte hervor. So eine helle Viennettaiglace aus weissen Spargeln, mit Trüffel bestäubt, was fast wie Schokoladepulver aussieht. «Das ist eine Neuheit unserer Karte», schwärmt Jordi, der gern den Herstellungsprozess von Rahmglace auf salzige Komponenten überträgt und die «klassischen Genüsse eines Sonntagnachmittags neu interpretiert». Eine weitere Entdeckung sind die gegrillten Frühlingzwiebeln, deren Duft einst die Küche der Roca-Mutter erfüllte. «Mamá verwendete oft die mit etwas Tomate karamellisierten Zwiebeln», sagt Jordi. «Das war praktisch die

Basis all ihrer Gerichte.» Im Repertoire ihrer Söhne findet sich das alltägliche Gemüse auf neun verschiedene Arten zubereitet, von der Consommé aus Frühlingzwiebeln über das Püree aus grillierten Calcots, bis zum aromatischen Calcotpuder und zur getrockneten Version der Zwiebelchen, die auf der Zunge schmilzt. Und dazu gibt es ein Sanddestillat. Der Gast glaubt, sich verhöhrt zu haben, was Jordi, der die Idee hatte, amüsiert. «Wir kennen ein geheimes Plätzchen, wo wir sehr aromatischen Sand holen. Daraus bereiten wir einen kräftigen Aufguss, destillieren ihn, und die so erhaltene Flüssigkeit trägt wirklich den Geschmack eines Waldes nach einem Regen.» Willkommen in diesem kulinarischen Reich, wo sogar die Landschaft verspeist wird!

40000 Flaschen im Weinkeller

Bleiben die Weinkeller. Josep Roca, stiller als sein überschäumender kleiner Bruder, aber sentimentaler als der ältere, der das Unternehmen leitet, führt die Besucherin in sein kühles, dämmeriges Reich. Jede der 40000 Flaschen betrachtet er, als enthalte sie eine verwandte Seele. Er hat die Weine nach Themen geordnet – Champagner, Riesling, Pinot noir – und jede Sorte mit dem passenden Ambiente ausgestattet. Wenn er von der Spritzigkeit der Moselweine erzählt, gestikuliert Josep mit einem Seidentuch, Geigenklänge untermalen den komplexen,

«aber wunderbar gefühlvollen» Charakter der Burgunder. Lässt sich die subtile Musik der Weine auf der Speisekarte wiedergeben? Die Frage erheitert Josep. Klar! Wer hat denn das technologische Kunststück geschafft, festen Cava zuzubereiten? Josep kommt das Verdienst zu, den lokalen Schaumwein in eine Sauce oder in Gelee zu verwandeln. Bevor er aus dem Keller ins Tageslicht tritt, hält er die Besucherin kurz zurück: «Unter uns gesagt, Joan ist der Grosszügigste. Er kocht wie ein Gott. Allein hätte er es schnell sehr weit bringen können. Aber er hat auf seine Brüder, gewartet, um gemeinsam weiterzugehen.»

Auf nach Südamerika

Dieser Familiensinn und die Gastfreundschaft sind die Grundpfeiler der Betriebsphilosophie der Rocas. Keine Angeberei, keine weitere Vermarktung ihres Namens. «Es ist zwingend, dass wir persönlich vor Ort sind», sagt Joan. «Unsere Gäste spüren unser Bestreben, sie teilhaben zu lassen, und unsere Freude, sie zu empfangen. Das lässt sich nicht delegieren.» Josep: «Wir sind die Dauerläufer der Gastronomie.» Als einzige Ausnahme hat Jordi im Stadtzentrum eine Gelateria eröffnet, die seine Frau führt. Dort wird klassisches Eis verkauft («die besten Schokoeiskugeln der Welt»), aber auch ausgefallene Sorten wie Karotte-Aprikose-Himbeer oder Erdbeer-Rose.

Im Sommer wird die Familie zu einem neuen Abenteuer aufbrechen: Im August bleibt das Restaurant geschlossen, und die Brüder gehen mit der ganzen Küchenbrigade von 30 Personen und den 28 Serviceangestellten auf Tournee. Mit von der Partie sind ebenfalls die Ehefrauen und ein grosser Teil der Jugendlichen aus der dritten Generation (deren Namen alle mit M beginnen: Marc, Maria, Marti). Die Tour führt nach Mexiko, Lima, Kolumbien, wo temporäre Restaurants entstehen sollen. Das Team möchte vor Ort

«Es ist zwingend, dass wir **persönlich** vor Ort die Gäste empfangen»

nur mit lokalen Produkten kochen, dabei Talente aus den dortigen Hotelfachschulen entdecken und die Öffnung des Geistes des Gastrogewerbes fördern. «Roca & Roll, World Tour 2014» lautet das Motto des Abenteurers, dessen Flyer wie eine Konzertkarte aussieht.

Humor ist ein weiterer Pfeiler des Unternehmens. «Er ist als Begleiter der Kreativität wichtig», sagt Joan. «Ich misstrauere einem allzu stur orthodoxen Vorgehen.» Luxus wird hier als Vergnügen verstanden, die Freude an den Kreationen zu teilen; jedes Lächeln und Staunen wird als Erfolg gewertet. Beim Dessert präsentiert der Kellner etwas Weisses, das atmet. Huch, beisst das? – Aber nein! Mit seinen weissen Handschuhen schaltet er die Batterie des weissen Kiesel, der als Teller dient, aus und der Seeigel aus Sauerteigglace mit einem Essigmacaron hält still. Als Augenzwinkern gedacht, soll er daran erinnern, dass das Leben zu kurz ist, um sich vor dem Teller aufzuspielen.

Ein anderes Familienmitglied mit solidem Sinn für Humor ist Monserrat Roca, die Mutter der Brüder. Mit ihren 80 Jahren macht sie in ihrem nahe gelegenen, bescheidenen Lokal noch immer das Mittagessen für die ganze Küchenbrigade. Wenn sie zu ihren Söhnen essen kommt, staunt sie: «Ihr seid 55 Personen, um 55 Gäste zu versorgen! Und wir kochen zu viert Tag für Tag für 150 Personen.» Aber gut, diese Jungen kann man halt nicht ändern, also kostet sie diesen seltsamen Happen (Croustillant de Gamba), der nach nichts aussieht, was sie kennt. «Das schmeckt ja nach meiner Fischsuppe!» Aber ja, Mamá, das haben sie alles von dir! ☺

Ganz in der Nähe



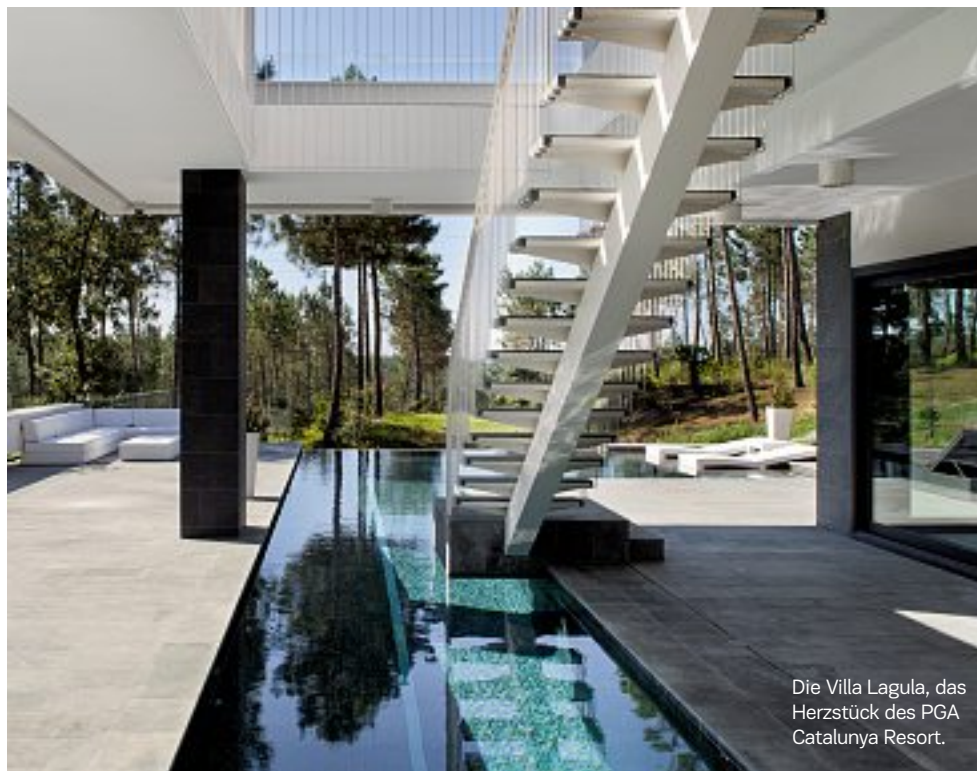
Die Kathedrale überragt das ehemalige Judenviertel von Girona.

Romantischer Spaziergang in Girona

Dank Namen wie Adrià, Roca und anderen katalanischen Spitzenköchen ist das Hinterland der Costa Brava in Katalonien zu einem Mekka für Feinschmecker geworden. Die Gourmettempel liefern sich einen Wettstreit mit insgesamt 20 Sternen im «Guide Michelin». Das hat den Vorteil, dass man sogar in kleinen Quartierbeizen gut isst. Die Stadt Girona bietet den Besuchern aber noch mehr als nur Gaumenfreuden. Der Verdauungsspaziergang führt durch die Gässchen der Altstadt rund um die von gotischen Gebäuden umgebene mächtige Kathedrale. Das alte jüdische Viertel Cal Jueu

war im Mittelalter eines der grössten in Spanien. Ein kleines Museum erzählt die Geschichte der Judenverfolgung im Spanien der Reconquista, die Ende des 15. Jahrhunderts mit deren Vertreibung endete. Malerisch spiegeln sich die alten Häuser im träge dahinfließenden Rio Onyar. Besonders schön ist der Blick von der Ferrobrücke, die von der Gustave-Eifel-Gesellschaft gebaut wurde.

Zum Übernachten bietet das Hotel Nord 10901 einfache Zimmer. Hübscher Innenhof mit Pool. Hotel Nord 1901, Doppelzimmer für weniger als 100 Franken pro Nacht. www.nord1901.com



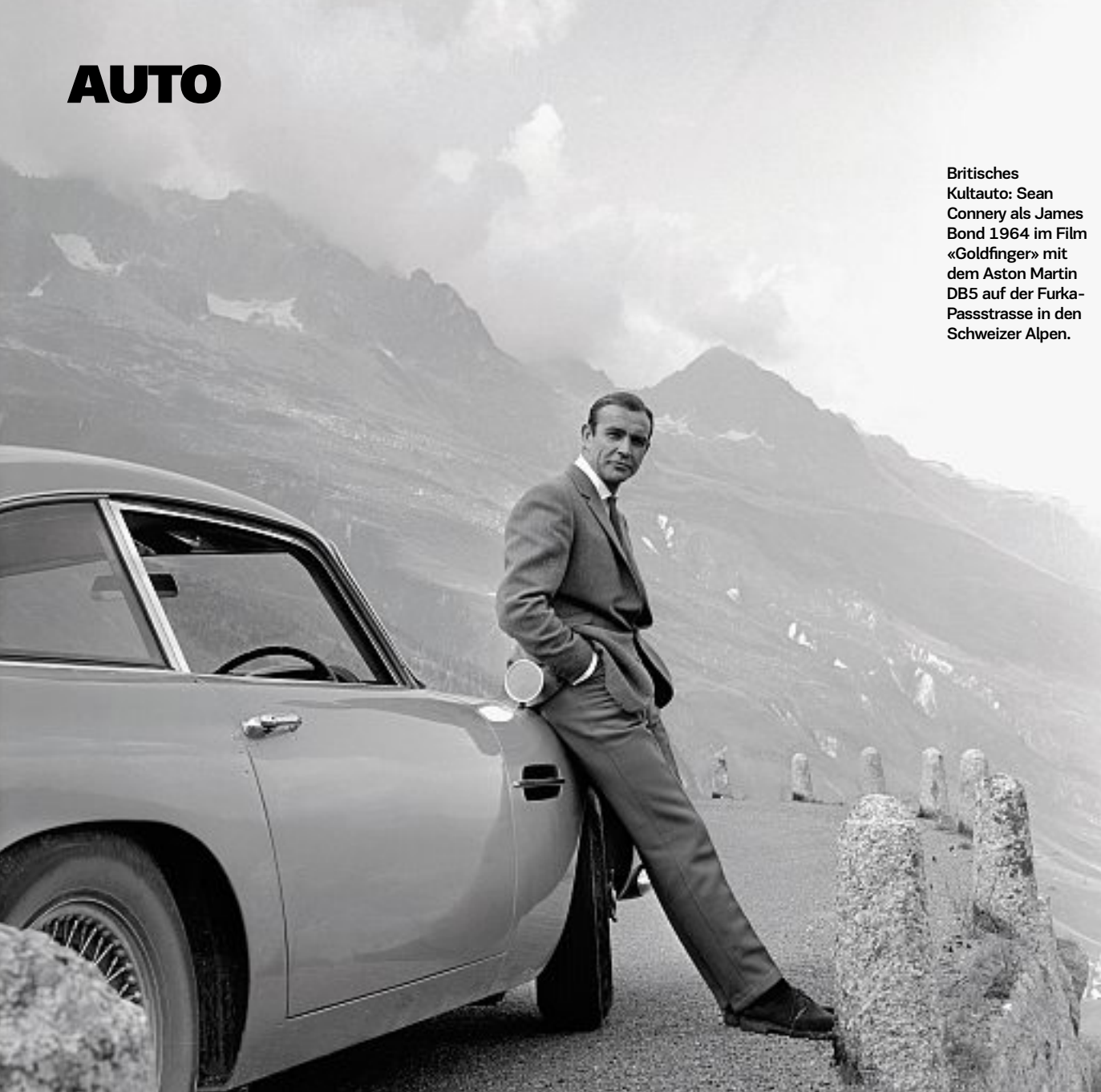
Die Villa Lagula, das Herzstück des PGA Catalunya Resort.

Beeindruckende Architektur und Golfplätze

Rund 20 Autominuten ausserhalb des Zentrums von Girona liegt das Golfresort PGA Catalunya, das Liebhabern guter Architektur ebenso viel Genuss bietet wie Sportlern. Die beiden Greens (eins für internationale Turniere, eins für Hobbygolfer) sind in eine leicht hügelige bewaldete Landschaft eingebettet, in der sich auch die modernen Villen und Apartments des Catalunya Resort befinden. Diese werden nach einem neuartigen Konzept gebaut, bei dem der avantgardistische Baustil Programm ist. Den Standard setzte das Studio Lagula, ein Architektenkollektiv aus Barcelona, mit der allerersten Villa. Betreten wird sie durch eine monumentale Tür, die mit ihren Ausmassen an altägyptische Grabkammern erinnert. In den weiten Räumen fliessen die Grenzen von innen und aussen ineinander. Dies dank der Transparenz der Wände und der Verwendung lokaler Baumaterialien, die bei aller Modernität einen Bezug zur Umgebung herstellen. Das Wasser ist ein wichtiges Element dieser südlich geprägten Architektur, ebenso die Vordächer, die zu jeder Tageszeit für Schatten sorgen. Der Architekt Ignacio Lopez Alonso ist seit Beginn der Entwicklung des Resorts dabei. Mit seinem

Studio Lagula gewann er den Wettbewerb für das zum Resort gehörende Hotel. «Das Gelände ist eine Quelle der Kreativität», sagt Alonso. «Jedes Gebäude muss unserer Grundhaltung entsprechen und sich gleichzeitig der Landschaft anpassen. Nichts wird terrassiert oder eingeebnet, wir spielen mit den Neigungen des Geländes. Kein Baum wird gefällt. Das geht so weit, dass wir ein Zimmer um ihn herum bauen.» So entstehen individuelle Häuser, die alle mit der Harmonie zwischen der Natur, den strengen Linien und den edlen Materialien spielen. Die Villen, Doppelhäuser und Apartmentbauten sind so gut in die weitläufige Landschaft eingepasst, dass sie sich selbst bei grossen Turnieren, aktuell beim Spanien-Open, den Blicken der Golfer und Kameras entziehen. Ein Rundgang durch das Resort wird zum Anschauungsunterricht in hochmoderner Architektur. Die aufsteigende iberische Architektin Olga Felip hat eine Villa mit viel Holz und einem Wäldchen im Innenhof gebaut. Der Engländer Richard Hywel Evans setzte ganz auf Stein.

PGA Catalunya Golf Resort, Ferienimmobilien zur Miete oder zum Verkauf (ab 365 000 Euro), www.de.pgacatalunya.com



Britisches Kultauto: Sean Connery als James Bond 1964 im Film «Goldfinger» mit dem Aston Martin DB5 auf der Furka-Passstrasse in den Schweizer Alpen.

dem Namen Roewe, auch der Hersteller der berühmten Londoner Taxis gehört heute einer chinesischen Firma. Rennwagenhersteller McLaren, der seit den 1990er-Jahren auch im Sportwagengeschäft mitmisch, gehört zur Hälfte dem arabischen Staat Bahrain.

McLaren macht diesen Frühling mit einem spektakulären neuen Modell von sich reden. Der 650 PS starke 650S sei im Vergleich zum Jaguar F-Type «eher ein Rennwagen mit Nummernschildern», urteilte die deutsche Zeitung «Welt am Sonntag». Von 0 auf 100 km/h braucht der McLaren gerade mal 3 Sekunden, als Höchstgeschwindigkeit werden stolze 333 km/h angegeben. Stolz ist auch der Preis, der in der Schweiz bei rund 300 000 Franken liegen soll.

Es geht auch teurer. Um die 400 000 Franken werden für den letztes Jahr vorgestellten Rolls-Royce Wraith fällig. Das wunderschöne Coupé mit der höchst komfortablen Luftfederung und fast allem Luxus, den

Die fast auf dem Schrottplatz gelandeten Marken sind wieder zurück

Knurren und brüllen

DIE BRITEN SIND ZURÜCK: DIE NEUEN SPORTWAGEN VON DER INSEL KNÜPFEN AN DIE GLORREICHEN ZEITEN LEGENDÄRER MARKEN AN. MIT ERFOLG

TEXT HANSPETER EGGENBERGER

ES RÖHRT und bollert, wenn der Fahrer des schicken Coupés aufs Gaspedal drückt. Der Jaguar F-Type ist ein brachialer Sportwagen. Mit dem neuen Modell knüpft die Traditionsmarke an den glorreichen E-Type an. Der 1961 am Genfer Autosalon vorgestellte und bis 1974 gebaute Jaguar zählt zu den bedeutendsten Ikonen des Automobildesigns: Die «Car Collection» des Museum of Modern Art (MoMA) umfasst gerade mal sechs Modelle – eines davon ist der Jaguar E-Type Roadster. Mit dem Roadster, dem Cabriolet, lancierte Jaguar letztes Jahr den E-Nachfolger F-Type. Jetzt kommt das Coupé mit dem festen Dach: noch schöner, noch stärker, noch schneller. Die Topvariante mit der Bezeichnung F-Type R ist mit einem 5-Liter-V8-Kompressormotor bestückt, der 550 PS leistet; Topspeed: 300 km/h. Eine Designikone wie der E-Type wird das neue Modell kaum

werden, aber es sieht so gut aus, dass es sich vor der Konkurrenz nicht verstecken muss.

Zurück auf der Erfolgsstrasse

Jaguar ist derzeit die am schnellsten wachsende Premiummarke. Um 42 Prozent konnte der Absatz im letzten Jahr gesteigert werden. Seit der indische Tata-Konzern die Jaguar-Land-Rover-Gruppe übernommen hat, ist die einst so berühmte, dann aber fast auf dem Schrottplatz gelandete Marke auf die Erfolgsstrasse zurückgekehrt. Nach einem langen Niedergang sind alle einst erfolgreichen britischen Automarken inzwischen in ausländische Hände übergegangen. Die Kultmarke Mini und der Luxusbrand Rolls-Royce werden erfolgreich von BMW betrieben, und Bentley, die andere traditionsreiche Luxusmarke, ist von VW wieder in die Gewinnzone gefahren worden. Der Sportwagenhersteller Aston Martin wurde von einer arabisch-englischen Investorengruppe gerettet. Rover und MG fahren in China unter

ein Auto heute bieten kann, ist mit seinem 6,75-Liter-Biturbo-V12-Motor auch ein waschechter Sportwagen: 632 PS leistet die grosse Maschine und beschleunigt den zweieinhalb Tonnen schweren Luxuswagen in gerade mal 4,6 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Auch Bentley stattet sein Erfolgsmodell Continental mit starken Zwölfzylindermotoren aus, die 575 bis 625 PS leisten. Um den Wagen etwas erschwinglicher zu machen, wurde eine Achtzylinderversion mit 507 PS lanciert (wobei auch die nicht unter 230 000 Franken zu haben ist). Neu gibt es jetzt eine V8-Sportversion, den Bentley Continental GT V8 S, sowohl als Coupé wie als Cabriolet. Der 4-Liter-Motor mit Allradantrieb leistet 529 PS. «Mit dem neuen Sportauspuff knurrt und brüllt der sonst so kultivierte Königstreue so bitterböse», schrieb die Zeitung «Die Welt» nach einer Testfahrt, «dass selbst Porsche- und Aston-Martin-Fahrer das Fürchten lernen.»

Beim Knurren und Brüllen halten die Aston Martin locker mit. Vor allem auch das neue Sondermodell Vantage N430, das im März am Genfer Autosalon vorgestellt wurde. Ein Sportauspuff moduliert den Sound des 4,7-Liter-V8-Motors, der 436 PS leistet. Optisch auffällig an dem Modell sind vor allem die bunten Teile eines optionalen Designpakets: knallgelbe oder rote Kühlergrilleinfassungen, Dachbögen und Aussenrückspiegel.

Dank 007 zur Autolegende

Die Marke Aston Martin stand schon immer für exklusive englische Sportwagen. Mit dem James-Bond-Film «Goldfinger» wurde die Marke in 1960er-Jahren populär. Damals fuhr Sean Connery als Bond einen den legendären DB5 auch durch die Schweizer Alpen. Der Einsatz des klassischen Aston Martin in den letzten beiden 007-Filmen brachte die Marke wieder weltweit ins Gespräch. ●



ASTON MARTIN VANTAGE N430



JAGUAR E-TYPE COUPÉ



ROLLS ROYCE WRAITH



McLAREN 650S

THE FORD MOTOR COMPANY PRESENTS



500 MUSTANGS*. 1 NACHT.



UEFA
**CHAMPIONS
LEAGUE**

Die erste Gelegenheit für eine Vorbestellung.

Nur während des UEFA-Champions-League-Finals am 24. Mai 2014 auf ford.com.

*500 Mustangs zur Vorbestellung verfügbar (bis zu 20 davon für die Schweiz). Vorbestellungen werden solange Vorrat während des UEFA-Champions-League-Finals (inkl. Halbzeitpause sowie evtl. Verlängerung und Elfmeterschiessen) und sonst zu keinem anderen Zeitpunkt entgegengenommen. Der Anpfiff ist auf 20.45 Uhr angesetzt. Es gelten weitere Bestimmungen, die umfassenden Teilnahmebedingungen finden Sie auf ford.com.



Go Further

ACCESSOIRES

VON OBEN NACH UNTEN,
VON LINKS NACH RECHTS
Strohhut mit Cut-outs,
Louis Vuitton. Strohhut in
Cowboyform, **Heidi Klein**.
Dunkelblauer Strohhut,
Mulberry. Strohhut mit
roten Punkten, **Paul
Smith**. Strohhut mit
dunkelblauer Schleife,
Tommy Hilfiger. Strohhut
mit breiter Krempe,
Hermès. Blau-weißer
Strohhut, **Hilfiger Denim**.
Blauer Strohhut mit farbi-
ger Schleife, **Paul Smith**.



DER SONNE ENTGEGEN

DIESE STILVOLLEN ACCESSOIRES DÜRFEN
AUF KEINEN FALL IM KOFFER FEHLEN

FOTOS ANOUSH ABRAR STYLING SORREL KINDER



VON OBEN NACH UNTEN,
VON LINKS NACH RECHTS
Männersandalen aus
Leder, **Manolo Blahnik**.
Geflochtene Sandalen mit
silbernen Riemen, **Paul
Smith**. Blau-schwarze
Männersandalen, **Marni**.
Sandalen mit Satinbändern,
Gucci. Gelbe Sandalen,
Hermès. Braune
Ledersandalen, **Mulberry**.
Sandalen mit blauen
Knoten, **Gap**. Gelbe
Sandalen, **Longchamp**.

ACCESSOIRES



VON OBEN NACH UNTEN,
VON LINKS NACH RECHTS
Braune Sonnenbrille,
Gucci. Blaue Sonnenbrille,
Louis Vuitton. Grau-
weisse Sonnenbrille, **Marc
Jacobs**. Braune Sonnen-
brille, **Ray Ban**. Braune
Sonnenbrille, **Lacoste**.
Sonnenbrille mit blauen
Gläsern, **Linda Farrow**.
Braune und leicht
pinkfarbene Sonnenbrille,
3.1 Phillip Lim. Weiße
Sonnenbrille mit runden
Gläsern, **Linda Farrow**.

Die Bilder sind dank
der Zusammenarbeit mit
dem Tourismusbüro auf
La Réunion (www.reunion.fr)
und dem Hotel Lux*
Resorts (www.luxresorts.com)
in St-Gilles-les Bains
entstanden.

**VON OBEN NACH
UNTEN, VON LINKS
NACH RECHTS**

Kompaktkamera
«X-M1», **Fujifilm**, mit
Leder und Wechsel-
objektiv, hier braun mit
Standardobjektiv,
799 Fr.

Systemkamera «Alpha
6000», **Sony**, Objektiv
16-50 mm, Öffnung
3.5-5.6, einer der
schnellsten auf dem
Markt, zehn Hundert-
stelsekunden.
Schwarz, nur das
Gehäuse: 799 Fr.

Fotokamera «Coolpix
AW120», **Nikon**,
Version Camouflage,
16 Megapixel.
Wasserdicht bis zu
einer Tiefe von
18 Metern. GPS- und
GLONASS-Funktion,
Weltkarte, Kompass
und WLAN integriert.
428 Fr.

Kompaktkamera
«Stellar Special
Edition» **Hasselblad**,
Griff aus Padouk,
Zoom 28-100 mm,
20 Megapixel, Ultra
kompakt 10,2 x 5,8 x
3,6 cm, 1999 Fr.

Fotokamera
«M, Typ 240», **Leica**,
Objektiv Apo-
Summicron-M
50 mm/f2, 24 Mega-
pixel. Die innovativste
und vielseitigste der
modernen «M».
Schwarz lackiert,
7990 Fr.

Systemkamera «OM-D
/ E-M1 Kit», **Olympus**,
Objektiv 12-40 mm,
16,8 Megapixel.
Elektronischer Sucher,
Staubschutzfilter,
2799 Fr.

Kompaktkamera
«Powershot G16»,
Canon, lichtstarkes
1:1.8-2.8, 28-mm-
Weitwinkelobjektiv mit
5-fach optischem
Zoom, 12,1 Megapixel,
superschnelle Leistung
mit Highspeed-AF und
fortlaufenden
Reihenaufnahmen mit
bis zu 9,3 B/s*, 628 Fr.





Ein junges Männchen aus der Jupiter-Gruppe in der Nähe des Ngaga-Camps.

ZU HAUSE BEI DEN GORILLAS

IM **ODZALA-NATIONALPARK** IM KONGO ERLEBEN
WISSENSCHAFTLER UND TOURISTEN FLACHLAND-
GORILLAS IN IHRER NATÜRLICHEN UMGEBUNG

TEXT RENATA LIBAL

NEPTUNO hat definitiv Humor: Wenn er merkt, dass Menschen hinter einem Baum lauern, lässt er es sich nicht nehmen, ihnen einen gehörigen Schrecken einzujagen. Der 200 Kilogramm schwere Silberücken nähert sich ihnen, als ob nichts wäre, richtet sich auf und trommelt so heftig auf seine Brust, dass es klingt, als würde man Kokosnüsse zusammenstossen. Noch Zweifel, wer hier der Stärkste ist? Scharfe Fotos wird die Touristin nicht mehr schiessen können, so sehr zittern ihre Hände. Das souveräne Familienoberhaupt geht sodann seines Weges und stellt seine Muskeln, auf die jeder Bodybilder neidisch wäre, zur Schau. Das älteste Weibchen der Familie gesellt sich samt Baby auf dem Rücken zu ihm. Eine Gruppe Männchen, die sich ebenfalls darum bemüht, Stärke zu markieren, tut es ihm gleich. Ihre Dominanzbekundungen fallen allerdings bescheidener aus: «Huh! Huh! Huh!», sie schlagen sich dreimal kurz auf die Brust und verstecken sich im Dickicht. Fährtsucher Zepherin Okoko lächelt und fordert seine Gruppe mit einem Zeichen auf, ihm leise zu folgen: «Neptuno ist ein Wichtigtu. Wir versuchen, ihn etwas später zu erwischen.»

Die Neptuno-Gruppe, die derzeit 16 Mitglieder umfasst, gehört zu den Flachlandgorillas, die im Odzala-Kokoua-Nationalpark im nordwestlichen Kongo von Wissenschaftlern beobachtet werden. Das Kongobecken ist das zweitgrösste Regenwaldsystem der Welt. Diese Region wartet zudem mit der weltweit höchsten Dichte an westlichen Flachlandgorillas auf, nämlich 100 Affen auf 40 Quadratkilometern. Seit kurzem findet in dieser entlegenen und praktisch unbewohnten Region ein innovatives Tourismusexperiment statt. Dafür wurde inmitten des

Urwaldes ein aus sechs Hütten bestehendes Luxuscamp errichtet, das wie der in der Nähe vorbeifliessende Fluss Ngaga genannt wurde. Dank der Unterstützung von Wissenschaftlern können die Besucher nun in diese bedrohte Welt eintauchen.

Land ohne Tourismuskultur

Das südafrikanische Unternehmen Wilderness Safaris organisiert diese Abenteuer, bei dem kommerzieller Tourismus, ökologisches Bewusstsein und Forschung zusammenkommen. «Für uns handelt es sich dabei um eine grosse Premiere», sagt Roger Carloni von Wilderness. Anfänglich nahm die Congo Conservation Company mit der Wilderness-Gruppe Kontakt auf, weil man auf der Suche nach einem Partner war, um das Projekt voranzutreiben. Dabei sollten nicht nur Besucher aus der ganzen Welt, sondern auch die lokale Bevölkerung für die Bedeutung des tropischen Waldes sensibilisiert und der kongolesische Tourismus durch Betonung des unglaublichen Reichtums der Natur des Landes gefördert werden.

«Wie Sie wissen, werden im Kongo die Panafrikanischen Spiele 2015 ausgetragen», sagt Carloni. «Dabei verfügt dieses Land aber über keinerlei Tourismuskultur. Der Tourismusminister sagte mir zu Jahresbeginn: «Wir zählen auf Sie! Sie sind die Einzigen im Kongo, die Know-how im Tourismusbereich haben.» Ich muss aber gestehen, dass es sich auch nach fast 50 Jahren Tätigkeit in Afrika um die grösste Herausforderung handelt, vor der ich je gestanden bin. Man muss alles, wirklich alles, von null an aufbauen.» Tourismusspezialist Wilderness hat sich in der Tat seit der Gründung im Jahr 1983 einen guten Ruf im Bereich des nachhaltigen Tourismus erarbeitet. Dabei steht seine «4C»-Regel (Conservation [Umweltschutz], Commerce, Culture sowie Community) im Zentrum des Engagements. Inzwischen hatten knapp 200 Reisende die Möglichkeit, das Ngaga-Camp zu testen, wo alles – von

der Versorgung mit Lebensmitteln bis zur Schulung des lokalen Personals – erst anläuft. Die Anfahrt hat es indes in sich: zwei Flugstunden in einer kleinen Cessna sowie drei Stunden im Jeep auf der holperigen Strasse in Richtung Gabun. Nach der Ankunft kann man es sich in einer der Pygmäenhütten (Palmendach und zum Wald offene Terrasse) bequem machen und das zur Begrüssung servierte «Chardonnay-Frappé» geniessen, das zu Recht den Namen «Le Bonheur» trägt.

Gorilla-Tracking

Zurück zu den Gorillas. In der Zwischenzeit haben sich Neptuno und seine Familie unter einem grossen Baum eingerichtet und geniessen auf dem Rücken liegend und laut schmatzend rote Früchte. Ein Baby spielt in den Ästen und riskiert, vor lauter Spässen herunterzufallen. Ein magischer Augenblick für die Touristen, die diese harmonische Szene wie gebannt beobachten. Bisweilen kreuzen sich die Blicke der Grossaffen mit jenen der Menschen, die ihre Augen hinter Sonnenbrillen verstecken (man darf Gorillas nie in die Augen schauen!). Zwei Universen treffen aufeinander, zwei Lebensrhythmen, zwei Primaten, die genetisch ähnlich sind, aber in unterschiedlichen Welten leben.

Ein einmaliges Erlebnis, das nichts von einem aus dem Katalog gebuchten Ausflug hat. Allerdings muss man hierfür einiges auf sich nehmen und auch wissen, dass die Bemühungen nicht immer von Erfolg gekrönt sein werden. Die Trackingtour beginnt am frühen Morgen. Zepherin Okoko weiss in etwa, wo sich die Gruppe befindet, da er sie am Vorabend in ihrem Nachtlager aufgespürt hat. Der 45-minütige Weg entpuppt sich als eine lange, anstrengende Wanderung. Schweigend kämpft man sich durch den Urwald und orientiert sich an Stellen wie an geknickten Pflanzen und einem kürzlich abgebrochenen Ingwerhalm. «Sie sind heute morgen offensichtlich sehr früh aufgebrochen», sagt Okoko flüsternd. >>



«Wahrscheinlich sind sie von einem einsamen Männchen, das nach einem Weibchen sucht, um seine eigene Familie zu gründen, gestört worden. Sie ziehen es immer vor, zu gehen, um Konflikte zu vermeiden.» Plötzlich lässt ein lautes Geräusch, das aus den Pfeilwurzgebüschchen zu kommen scheint, die kleine Gruppe erstarren: Toben dort etwa die Kleinen? Falscher Alarm. Es sind nur ein paar Schwarzducker (kleine Antilopen, die im Wald zahlreich vertreten sind). Man bahnt sich den Weg also weiter durch die Lianen, überquert einen flachen Fluss, überwindet eine Schlucht, und nach zweieinhalb Stunden ist der starke, moschusartige Geruch da. Dann kommt der Klang dazu: Das tiefe Grollen, die perkussiven Effekte an den Bäumen – die Gorillas kommunizieren untereinander viel mittels Händeklatschen. Der Fährtsensucher platziert seine kleine Gruppe auf einem Felsvorsprung und macht ein Zeichen, den Mundschutz (damit die Gorillas nicht in Kontakt mit menschlichen Keimen kommen) und das Kopfnetz aufzusetzen. Letzteres schützt gegen die Schwärme winziger Bienen, die vom Schweiß dieser grossen Tiere angezogen werden. Die Gorillas kommen, sie müssen zwangsläufig vor uns vorbeilaufen und haben uns noch nicht gesehen. Bereit für das grosse Treffen? Nicht jede Tour wird aber durch eine solche aussergewöhnliche Begegnung gekrönt. So war das Aufspüren der Jupiter-Familie, die als ungesellig gilt, weniger ergiebig als das Treffen mit Neptuno. Stundenlang musste man sich mit der Machete und der Gartenschere den Weg durch das Pfeilwurzgestrüpp bahnen. Die Gorillas waren jedoch zu finden. Man konnte sie riechen, sie ganz in der Nähe hören, hatte aber keine Chance, sie in der dichten Vegetation zu sehen. Allerhöchstens konnte man ab und zu einen Blick auf sie erhaschen.

Primatologin seit 15 Jahren

Magda Bermejo von der Universität Barcelona ist eine renommierte Primatologin und beteiligt sich an der Entwicklung dieses Tourismusprojekts. Zusammen mit ihrem Partner, dem Filmemacher German Illera, wirkt sie seit mehr als 15 Jahren in diesem Bereich. Sie ist überzeugt, dass die Gorillas nur dann vom Aussterben bewahrt werden können, wenn ihnen von der lokalen Bevölkerung der gebührende Respekt entgegengebracht wird, der seinerseits auf dem Interesse der Besucher aus der ganzen Welt beruht.

Gorillas sind diplomatisch und wollen Konflikte vermeiden

Das Ziel besteht darin, begreiflich zu machen, dass die Gorillas ein unschätzbare Schatz für die Region sind. Zudem bringen sie – über den Umweg der vielen Interessenten – der armen und ungebildeten ländlichen Bevölkerung Geld, Arbeit und Bildung. Mit dem Traum der leidenschaftlichen Gorillaforscherin Dian Fossey, die in den 1970er- und 1980er-Jahren in Ruanda gewirkt hat und bereit war, ihre «Kinder» mit dem Gewehr zu verteidigen, hat das nur noch wenig gemein. Man ist inzwischen mehr darum bemüht, den Schutz der Natur auch mit den Interessen der Lokalbevölkerung in Einklang zu bringen. Auf dem gesamten afrikanischen Kontinent verwaltet die südafrikanische NGO African Parks die Nationalparks im Einklang mit den internationalen Kriterien. Der Odzala-Kokoua-Nationalpark wurde der Organisation erst im Jahr 2012 unterstellt. Inzwischen patrouillieren mehr als 70 Ökoranger, um Wilderei vorzubeugen und die Anwohner zu informieren. Übrigens wurde dem Schutz der Gorillas in dieser Region nie eine Priorität beigemessen. Im Gegenteil: Die Menschenaffen wurden über lange Zeit hinweg gejagt. Magda Bermejo lässt sich davon nicht beirren: «Es ist entscheidend, dass man Distanz wahrt. Es kommt nicht infrage, Gorillas zu Haustieren zu machen. Falls Sie Nahaufnahmen machen möchten und den Affen Ihre Grimassen zeigen wollen, sollten Sie in den Zoo gehen! Deshalb möchte ich nicht, dass man im Wald redet: Die Affen sollten sich nicht an den Klang der menschlichen Sprache gewöhnen und ihre Angst verlieren.» Die beiden Gorillagruppen, welche die Besucher sehen können, werden nach und nach auf die



So nähert man sich den Odzala-Gorillas

Die Regeln sind streng, und die Primatologin Magda Bermejo überwacht ihre Einhaltung. Zwingend ist:

- das Tragen **khakifarbener Kleidung**,
- dass man **weder krank noch erkältet** ist;
- das Tragen eines **Mundschutzes**, um keine Keime zu verbreiten;
- das **Schweigen** beim Waldaufenthalt;
- eine Teilnahme erst **ab 16 Jahren**;
- die Einhaltung der «Besuchszeit» von **maximal einer Stunde pro Tag**, die am Stück zu erfolgen hat;
- die Bewegung in kleinen Gruppen: **maximal vier Touristen** sowie ein Reiseführer und ein Fährtsensucher;
- den Gorillas **niemals in die Augen** sehen.

ERLEBE DEN UNTERSCHIED MIT WENIGER RAUCHGERUCH



DSCHUNGEL-FIEBER

OBEN Das Ngaga-Camp wurde im Einklang mit den Konstruktionstechniken der Pygmäen gebaut: Heimisches Holz und ein Palmendach.

LINKE SEITE, OBEN Die Gorillas spüren, dass Menschen sie täglich beobachten. Das scheint sie aber nicht zu stören.

LINKE SEITE, MITTE Um die Gorillas aufzuspüren, muss sich der Fährtenforscher Zepherin Okoko mit der Machete und der Gartenschere einen Weg durch den Urwald bahnen.

LINKE SEITE, UNTEN Obacht Gorillas: Schild auf dem Weg zum Camp.

LINKE SEITE, UNTEN RECHTS Die Primatologin Magda Bermejo ist eine Vorreiterin des respektvollen Ökotourismus, welcher kommerziellen Tourismus, ökologisches Bewusstsein und Forschung verbindet.

Konfrontation mit Menschen vorbereitet, was insgesamt drei bis vier Jahre dauern kann. Eine dritte Familie namens Pluto sollte demnächst so weit sein, während die vier namenlosen anderen Gruppen gänzlich wild bleiben werden. Lediglich Forscher und das Team aus zehn Fährtenforschern, dessen Mitglieder aus dem mit dem Wald sehr eng verbundenen Volk der Mbeti stammen und die die Forscher unterstützen, können sie aus der Ferne beobachten. Dies ermöglicht vergleichende Untersuchungen. «Wenn Gorillas Stress haben, äussert sich das in der Regel durch Herpesausbrüche», sagt die Primatologin. «Durch die Untersuchung von Kotproben der einzelnen Gruppen können wir herausfinden, ob die touristische Aktivität die betroffenen Tiere beeinträchtigt, und falls dem so ist, in welchem Grad.» Neben ihrer Studie zum Einfluss der Menschen auf das Verhalten der Hominiden erforscht Bermejo auch die Frage, wie die Familienoberhäupter, die Silberrücken, das Territorium unter sich aufteilen. Der zur Verfügung stehende Raum ist nämlich klein: Den einzelnen Familien stehen zwischen vier und acht Quadratkilometer zur Verfügung. Dabei fand sie heraus, dass Gorillas sich durchaus an gewisse Regeln halten und abwarten, bis sie an die Reihe kommen, um auf einen bestimmten Fuchtbau zu klettern. Sie sind stets darum bemüht, Konflikte zu vermeiden. «Eigentlich», lacht die Wissenschaftlerin, «kann man das mit einem Supermarkt vergleichen. Schliesslich kaufen die Kunden ebenfalls zu verschiedenen Tageszeiten und an verschiedenen Tagen ein. Die Gorillas sind sehr diplomatisch...»

Einmalige Urwalderfahrung

Der Naturpark von Odzala ist nicht der einzige Ort der Welt, wo man Gorillas beobachten kann. Ruanda und Uganda stellen die Hochburg für diese Art von Tourismus dar, seit die Berggorillas aus dem Virungengebirge nach dem Mord an Dian Fossey im Jahr 1985 zu einer touristischen Attraktion avanciert sind. Inzwischen handelt es sich um eine lukrative Industrie, die sich seit dem Ende des Bürgerkrieges Ende der 1990er-Jahre entwickelt hat. Schicke Lodges und auf breiter Ebene organisierte Führungen gehören nun zum Standard. Bei den Westlichen Flachlandgorillas ist die Lage anders: Die 20000 Tiere sind vor allem im Kongo und in Gabun anzutreffen, wobei es sich um politisch stabile und sehr dünn besiedelte Länder handelt, deren Tourismusindustrie

in den Kinderschuhen steckt. Hier und da gibt es einige Angebote, jedoch ist die Ngaga-Lodge der einzige Ort, der einen erlebnisreichen und komfortablen (zumindest abends, geduscht und entspannt an der Feuerstelle sitzend) Aufenthalt ermöglicht. Übrigens gibt es grosse Unterschiede zwischen den Flachlandgorillas und ihren in den Bergen lebenden Verwandten. Ihr Fell ist kürzer (im Dschungel ist es nie kalt) und sie sind in der Lage, auf Bäume zu klettern, um an Früchte zu kommen, von denen sie sich ernähren. «Das Sammlerprinzip bringt die Gruppen dazu, sich viel zu bewegen und somit häufig anderen zu begegnen. Zudem gibt es bei diesen Menschenaffen nur einen Silberrücken pro Familie, daher gibt es viele einsame Männchen. Ab einem bestimmten Alter müssen diese die Gruppe verlassen, um ihre eigene Familie zu gründen. Das kann Jahre dauern», sagt Bermejo. Aus rein touristischer Sicht ist dieser nomadenhafte Lebensstil nicht sehr praktisch, da man die Gruppen bei jeder Tour aufs Neue suchen muss. Im Ngaga-Camp sieht man das positiv und betont die Einmaligkeit der Urwalderfahrung, die man an der Seite der besten Fährtenforscher der Welt machen kann und die sich grundlegend von der Begegnung mit den gezähmten Gorillas in Ruanda unterscheidet. Das Eintauchen in die wilde Natur, die schon beinahe spirituelle Suche in den Tiefen der Zeit. Ein absolut einzigartiges, kongolesisches Abenteuer.

Unterschiedliche Lage

Nach der Rückkehr in die Hauptstadt gehen die Besucher, die in Gedanken noch immer im Erlebten schwelgen, ins Mami Wata, ein elegantes Restaurant am Ufer des Kongoflusses. Sie essen Grilladen und trinken ein Ngok-Bier. Die Strassen von Brazzaville sind sauber, und die Baustellen zeugen vom wirtschaftlichen Aufschwung. Am anderen Flussufer erblickt man die Türme von Kinshasa, der Hauptstadt der Demokratischen Republik Kongo. In diesem Nachbarland toben blutige Konflikte. Auch dort sind im Dschungel Gorillas vom Aussterben bedroht. Gleiches gilt für Zentralafrika, einem weiteren Land dieser Region, in dem ein brutaler Krieg herrscht. Kongo-Brazzaville wirkt dagegen wie eine Oase, in der man sich den Luxus leisten kann, sich um das Schicksal der dort lebenden Gorillas zu kümmern. ☉

Wir danken dem Unternehmen Wilderness Safaris und der Reiseagentur Horizons Nouveaux aus Verbier für das Ermöglichten dieser Reportage.



LSS
LESS SMOKE SMELL

STAY TRUE

**Rauchen ist tödlich.
Fumer tue.
Il fumo uccide.**



Die Terrasse der Bar Rouge bietet **eine atemberaubende Aussicht** auf Shanghai's Skyline.

10

GRÜNDE, SHANGHAI ZU LIEBEN

IN DER PULSIERENDEN CHINESISCHEN WELTMETROPOLE SCHEINT NICHTS UNMÖGLICH ZU SEIN. HUĀNYÍNG GUĀNGLÍN!*

TEXT SEMAJA FULPIUS



1 Bar Shanghai by night

Das Konzept Die Stammgäste dieser Bar werden als «Hipat» bezeichnet, was sich aus «Hipe» und «Expat» zusammensetzt. In dieser Bar, die zu den kosmopolitischen (und verrücktesten) Bars Shanghais gehört, geben sich Models, Geschäftsleute und trendbewusste Touristen die Klinke in die Hand. Dieses illustre Völkchen tanzt – natürlich mit einem Glas Champagner oder einem Mojito in der Hand – zu Beat-, Soul- und Elektroklängen. Darüber hinaus werden Themenabende (etwa Bollywood oder Fight Night) organisiert.

Der Ort Die Bar befindet sich in der sechsten Etage eines gigantischen Wolkenkratzers an der Uferpromenade Bund. Man betritt die Location mittels einer unscheinbaren Tür und wird sodann empfangen. Die Einrichtung im Roy-Lichtenstein-Stil mit ihren XXL-Leuchten tut ihr Übriges.

Zu sehen Die riesengrosse Terrasse, von der aus man die nächtliche Skyline bewundern kann. Schöner könnte Shanghai by night nicht sein.

Zhongshan East 1st Rd 18, Huangpu
www.bar-rouge-shanghai.com



2 Kunst Kalligrafie, Malerei und Design

Das Konzept Eine alte, stillgelegte Industrieanlage wurde der modernen Kunst geweiht. M50, das für 50 Moganshan Road steht, liegt am Ufer des Flusses Suzhou und zählt mehr als 120 Ausstellungsräume. Hier wimmelt es geradezu von Künstlern, Galerien und Designboutiquen.

Der Ort Man erkennt die Gegend an der imposanten Nashornskulptur, welche die Besucher am Eingang willkommen heisst. Die Anlage ist ein wahres Labyrinth. Hin und wieder stöbert man Objekte auf, die das Gefühl erwecken, dass man schon immer danach Ausschau gehalten hat.

Zu sehen Man kann die abstrakten, von der Kalligrafie inspirierten Gemälde des Künstlers Yang Xiaojian bewundern und begibt sich später in die vom Schweizer Lorenz Helbling geführte Galerie ShangArt mit den ausgestellten konzeptuellen Werken chinesischer Künstler. Der Shop Moreless mit seinen Möbeln im Stilmix zwischen Chinesisch und Le Corbusier ist ebenfalls einen Besuch wert.

M50, Moganshan Road 50



3 Wolkenkratzer Aussergewöhnliche Sicht

Das Konzept Shanghai ist in vielerlei Hinsicht schwindelerregend. Wer es sprichwörtlich auf die Spitze treiben möchte, sollte den höchsten Turm der Stadt (492 Meter!) besteigen. Das Shanghai World Financial Center (SWFC), das 2007 erbaut wurde und das man aufgrund seiner Form oft als Korkenöffner bezeichnet, beherbergt das Park Hyatt Hotel. Das Panorama, das sich dort einem bietet, ist wahrlich spektakulär.

Der Ort Fahren Sie zur Hotelrezeption auf der 87. Etage, und geniessen Sie den Ausblick, unabhängig ob Sie ein Hotelgast sind oder nicht.

Zu sehen Abends kann man in der Bar, die sich auf der gleichen Etage wie die Rezeption befindet, genüsslich an einem Cocktail nippen und sich dabei in einem der bequemen Ledersessel zurücklehnen. Die spektakuläre 360-Grad-Sicht auf den Jinmao-Turm ist auf jeden Fall einen Besuch wert. Urbane Postkartenidylle, wie sie im Buche steht.

Shanghai World Financial Center
www.shanghai.park.hyatt.com



4 Restaurant Genuss hoch zehn

Das Konzept Bei Ultraviolet treffen Science-Fiction und kulinarische Kreativität aufeinander. So weiss kaum jemand, wo sich dieser mysteriöse Ort überhaupt befindet! Hat man das Glück, einen der zehn Sitzplätze zu ergattern, wird man von einem Bus an einem bestimmten Treffpunkt abgeholt. Im Restaurant selbst, das keine offizielle Adresse und Telefonnummer hat, erschafft Chefkoch Paul Pairet sein kulinarisches Universum immer wieder aufs Neue. Er präsentiert Menüs, die dank kreativster Methoden und Technologien unerwartete Geschmackserlebnisse garantieren.

Der Ort Maximal zehn Personen können allabendlich zu Tisch einzigartige Momente erleben, die der grenzenlosen Fantasie des Spitzenkochs entspringen sind. Dinieren Sie heute Abend am Nordpol? Im Dschungel? Ist Ihr Mahl so gut wie tiefgefroren? Oder wartet es mit nicht wiedererkennbaren Geschmäckern oder Formen auf? Dann essen Sie sicher bei Ultraviolet!

Zu sehen Ihre Fähigkeit, sich dem Psycho-Taste, dem Spiel mit der Wahrnehmung beim Essen anzupassen, wobei Verstand und Gaumen auf die Probe gestellt werden.

www.uvbypp.cc



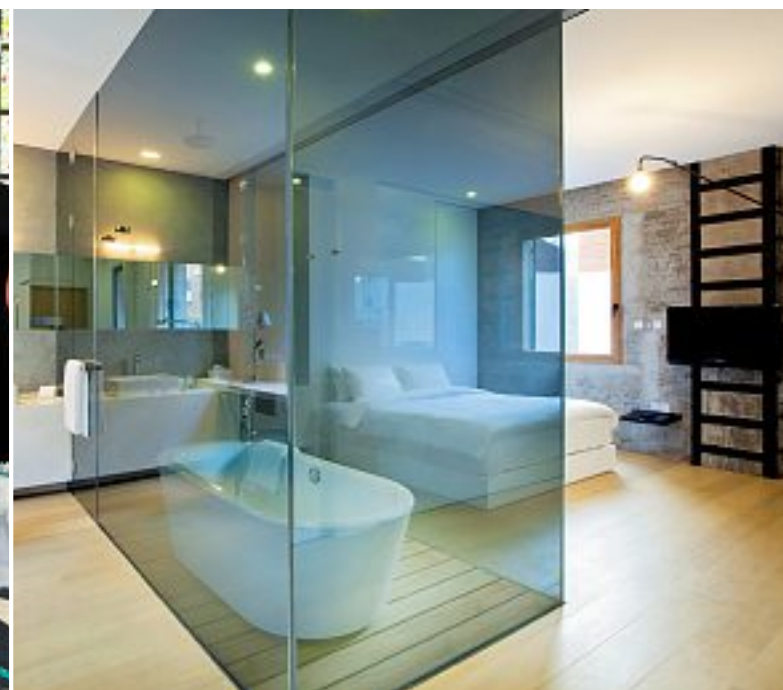
5 Concept Store Kommerzielles Museum

Das Konzept Mit der Eröffnung von 10 Corso Como in Mailand legte Carla Sozzani 1990 den Grundstein für die Idee des Concept Stores. Darunter versteht man Modeboutiquen, die ihre Kundschaft mit besonders originell kombinierten Sortimenten und Marken begeistern. Inzwischen hat die Hohepriesterin der italienischen Mode unter anderen eine Niederlassung in Shanghai eröffnet. Kleidung, Accessoires und Kunstgegenstände von Marken wie Comme des Garçons, Alaïa oder Dityque machen Lust aufs Slow Shopping.

Der Ort Der vor Kreativität strotzende Künstler Kris Ruhs, der für seine bunten und eigenwilligen Werke bekannt ist, zeichnet verantwortlich für die Innenausstattung. Beim Schlendern durch mehr als 2 500 Quadratmeter, die sich auf vier Etagen (Accessoires, Herren, Damen, Kunstgalerie und Restaurant) verteilen, hat man das Gefühl, in einem Museum zu sein.

Zu sehen Fensterscheiben aus kleinen handbemalten Kreisen. Teilnahme an Konferenzen und Events, die regelmässig im Internet angekündigt werden. Beeindruckend sind die Glaspalästen ähnelnden Kabinen.

www.10corsocomo.com



6 Hotel Architektur von Neri&Hu

Das Konzept Inmitten der gigantischen Metropole mit den zahlreichen Wolkenkratzern bringt das Boutiquehotel Shanghai Water House die Grössenverhältnisse aufs Normalmass. Der Stil der Einrichtung lebt von den eher wenigen Möbelstücken, die nach strengen Designkriterien ausgewählt wurden. Hier ist Schlichtheit Gesetz.

Der Ort Diese renovierte ehemalige Fabrik aus den 1930er-Jahren verheimlicht ihre Vergangenheit nicht. Schliesslich sind rote Backsteine sowie Metallbalken und unpolierter Beton noch erkennbar. Die Architekten, die Neri&Hu wieder auf Vordermann gebracht haben, setzten auf reine Linien. Dabei strahlt der besondere architektonische Stil des Gebäudes vor allem eines aus: eisige Kälte. Lediglich die Holzbettahmen wärmen die weissen Wände der kleinen Zimmer etwas auf. Ab und an ein Stuhl von Eames oder ein Sessel von Arne Jacobsen geben dabei den Ton an.

Zu sehen Das Restaurant des Sternkochs Jason Atherton, das 2013 von den Lesern von «City week-ends» zum besten Restaurant Shanghais gekürt worden ist.

www.waterhouseshanghai.com



7 Spa Multikulturelle Tee-Massagen

Das Konzept Dieser Spa hat alles, um Körper und Seele in Einklang zu bringen. Nach einer kurzen Diagnostik des physischen und psychischen Zustandes empfiehlt der Therapeut die am besten geeignete Massage. Anschliessend kann der Kunde zwischen mehreren essenziellen Ölen auswählen. Die angewendeten Produkte werden auf Basis von Tee hergestellt und versetzen die Sinne in ein Hochgefühl. Peeling mit Chrysanthemtee? Ein Entschlackungstag mit Grüntee? Die Massagen kommen aus aller Herren Länder – Schweden, Indien oder auch China – und bringen das Gleichgewicht wieder in Ordnung.

Der Ort Diese Oase der Entspannung befindet sich in einem der schönsten Gebäude Shanghais. Sein asiatisches Dekor, das von Holz und Steinen dominiert wird, lädt zum Meditieren ein. Einzig die fuchsroten Orchideen peppen die schlichten Linien und das gedämpfte Licht in den Räumen etwas auf.

Zu sehen Der lange, schmale Swimmingpool, von dem man einen Blick auf die Stadt geniessen kann.

www.thepuli.com

8 Museum Kunst im Glashaus

Das Konzept Wie alle Grosstädte, die etwas von sich halten und eine kulturelle Seite besitzen, hat auch Shanghai sein eigenes Zentrum für zeitgenössische Kunst. Hier finden regelmässig grosse internationale Ausstellungen statt, bei denen Werke grosser Künstler präsentiert werden. Darüber hinaus hat sich das Moca das Ziel gesetzt, moderne chinesische Kunst zu fördern.

Der Ort Ein dreistöckiges Glashaus, das unglaublich leicht wirkt. Das Moca befindet sich im People's Park, der grünen Lunge der Stadt. Es handelt sich mit hoher Wahrscheinlichkeit um einen der wenigen Orte in Shanghai, wo man in aller Stille dem Vogelgezwitscher lauschen kann.

Zu sehen Stets innovative temporäre Ausstellungen sowie permanente Exponate in der obersten Etage. Wenige Schritte vom Museum entfernt, kann man sich in Ruhe köstlichen Mangosaft schmecken lassen, und zwar im maurisch angehauchten Restaurant Barbarossa, das inmitten eines Teiches liegt.

www.mocashanghai.org

9 Kaschmir Französisches Handwerk

Das Konzept Philippe le Bac, dessen Familie in dritter Generation ein Kaschmirunternehmen leitet, hat sich in Shanghai niedergelassen, um dort seine eigene Marke zu gründen. Der Franzose, dem es offensichtlich nicht an Humor mangelt, benannte sie nach einem Satz, den seine Eltern öfters zu ihm sagten: «Philippe, le bac d'abord!» (Philippe, Matura geht vor!). Seine Domäne sind Produkte aus Kaschmirwolle, die mit einer tadellosen Qualität und einem nüchternen, eleganten und sehr europäischen Stil aufwarten. Herrlich weiche Cardigans, Pullover und Kleider werden dabei zu einem durchaus erschwinglichen Preis angeboten. Und damit niemand frieren muss, gibt es Damen-, Herren und Kinderkollektionen.

Der Ort Die erste Niederlassung wurde 2011 eröffnet. Inzwischen verfügt der Kaschmirunternehmer Philippe le Bac über acht kleine Boutiquen in Shanghai und zwei weitere in Peking.

Zu sehen Accessoires, Gürtel, Schuhe oder Taschen, die jedem Outfit den nötigen Pepp verpassen.

www.philippelebac.com



10 Keramik Zeitgenössisches Handwerk

Das Konzept Diese Keramikreationen sind alles andere als altbacken. Schliesslich entspringen die Vasen, Schalen, Leuchter und Skulpturen, die bei Spin angeboten werden, der überbordenden Kreativität junger chinesischer Künstler und Designer. Sie beeindrucken mit ihrer Einzigartigkeit und Originalität.

Der Ort Das Geschäft fällt auf den erste Blick nicht auf, da es sich hinter einer diskreten beigefarbenen Wand befindet. Im Innern hat man das Gefühl, sich in einem Tempel zu befinden. Die Atmosphäre, die schlichte Deko und die Anordnung der Gegenstände sorgen dafür, dass man in einen kontemplativen Zustand hineingleitet. Die mit schwarzen Ziegelsteinen versehenen Betonwände umrahmen die grossen Würfel aus dunklem Holz, auf denen Kunstwerke zu durchaus erschwinglichen Preisen angeboten werden.

Zu sehen Ob eine Soliflore, deren Form an eine Knoblauchzehe erinnert, Messerblöcke, die aus prähistorischen Knochen gemacht zu sein scheinen oder Schalen, die Blütenblätter bilden – die Artikel scheinen einer ganz anderen Welt entsprungen zu sein.

Spin, 360 Kangding Lu, Jing'an

Die **vibrierende Stadt** mit den grenzenlosen Möglichkeiten sticht durch ihre Grösse und Architektur hervor



Gebogenes Meisterwerk:
Die 3,9 Kilometer lange
Lupu-Brücke in Shanghai.

In Shanghai werden Rekorde gebrochen

23 Millionen Einwohner hat die grösste Stadt Chinas.

5 Kilometer lang ist die belebteste Shoppingstrasse Nanjing Lu.

4 000 Gebäude sind über 100 Meter hoch.

3,9 Kilometer misst die Lupu-Brücke und galt bis zur Fertigstellung der Chaotianmen-Yangtse-Brücke vor fünf Jahren als die weltweit grösste Bogenbrücke.

492 Meter hoch ist der Wolkenkratzer Shanghai World Financial Center (SWFC), das sechstöchteste Gebäude der Welt.

40 Millionen Passagiere pro Jahr zählt der Shanghai Pudong International Airport, der als Wunderwerk der Technik gilt.

99,5 Prozent der Bevölkerung gehören der Ethnie Han an.

2005 wurde der Hafen von

Shanghai zum grössten Hafen der Welt gekürt. Er gilt als das weltweit grösste Industriezentrum.

20 Prozent der landwirtschaftlichen Flächen Chinas wurden 1930 für die Opiumproduktion beansprucht. Früher war Shanghai für den Opiumhandel berüchtigt: Im Jahr 1820 erreichten die Importe ein Volumen von mehr als 1,9 Millionen Kilogramm pro Jahr!



ZOOM-ZOOM



VON WEGEN JAPANER SIND NICHT HEISSBLÜTIG.

Überwinde Konventionen: Mit dem Mazda2 «Voilà ma Suisse Edition»

Der flotte Mazda2 ist der ideale Kleinwagen für die Stadt, aber auch für die vielen engen Schweizer Strassen und Gässli. Entdecke den charakterstarken Kleinen mit seiner attraktiven Sonderausstattung auf einer Streetview-Fahrt und zeige der Welt deine Schweiz. Jetzt teilnehmen unter www.voila-ma-suisse.ch

MAZDA. LEIDENSCHAFTLICH ANDERS.

SONDERAUSSTATTUNG

- Motor: 1.3 / 75 PS
- Dynamische Stabilitätskontrolle DSC und Traktionskontrolle TCS
- 15"-Leichtmetallfelgen in Gunmetal-Anthrazit
- Dachspoiler und Aussenspiegel in Schwarz
- Lederlenkrad und -schaltknäuf
- Audiosystem: Radio, CD-Player MP3, USB- und AUX-Anschluss
- Klimaanlage, u. v. m.

AB CHF **14.950.-**

ODER

AB CHF **139.-/MT.**

Mazda2 «VMS Edition» 1.3 (75 PS), Nettopreis CHF 14950.-, 1. grosse Leasingrate 25,66% vom Fahrzeugpreis, Laufzeit 36 Mt., Laufleistung 15000 km/Jahr, effektiver Jahreszins 2,9%, CHF 139.-/Mt. Leasing-Angebot gültig für Verkaufsverträge bis 30.06.14. Ein Angebot von ALPHERA Financial Services, BMW Finanzdienstleistungen (Schweiz) AG. Alle Preise inkl. 8% MWSt. Zusätzliche Vollkaskoversicherung obligatorisch. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung führt. Energieeffizienz-Kategorie C, Verbrauch gemischt 5,0 l/100 km, CO₂-Emissionen 115 g/km. Durchschnitt aller in der Schweiz verkauften Neuwagen 148 g CO₂/km. Abgebildetes Modell (inkl. zusätzlicher Ausstattungen): Mazda2 «VMS Edition» 1.3 (75 PS) CHF 15550.-.

www.mazda.ch



Die Wohltat der Düfte

IN DER NISCHENPARFÜMERIE BEFASST MAN SICH MIT DER VITALISIERENDEN WIRKUNG VON DÜFTEN AUF DIE SINNE. SO WERDEN ALS PARFÜMS WAHRE WELNESSELIXIERE

TEXT RACHEL BARBEZAT FOTO DANIEL AIRES GRAZINA

SEIT EINIGEN JAHREN bieten Nischenmarken kostbare Düfte an, deren Parfümeure sich auf eine Kundschaft spezialisiert haben, die nach seltenen, extravaganten und persönlichen Kreationen sucht. Der neueste Trend in diesem exklusiven Sektor sind Duftdesigner, die sich von der Feinparfümerie des 17. Jahrhunderts inspirieren lassen, um Essenzen zu entwickeln, die nicht nur gut riechen, sondern auch noch über gewisse Wellnessqualitäten verfügen. Heilsame Parfüms? Diese Idee ist nicht neu und machte schon im Ägypten der Pharaonen Furore. Schon damals war man sich der Wirkung von Düften auf den Gefühlshaushalt bewusst und verwendete Kyphi, das erste aromachologische Parfüm (Aromachologie gleich Aroma und Psychologie), zur Entspannung und zum Kurieren diverser Lungen- und Leberkrankheiten. Die Anwendung überdauerte die Jahrhunderte, sagt die Historikerin und Philosophin Annick le Guérer, die einige Bücher über die Geschichte der Düfte geschrieben hat: «Von der Antike bis ins Jahr 1810 wurden Parfüms als Medikamente betrachtet. Noch im 18. Jahrhundert wurde Kölnischwasser als wahres Allheilmittel eingesetzt.»

Die Rückkehr zu natürlichen Essenzen

Ende des 19. Jahrhunderts kam die synthetische Parfümherstellung auf und veränderte alles: Die Parfümeure, denen bislang rund dreihundert Duftrohstoffe zur Verfügung gestanden hatten, besaßen nun eine Palette von dreitausend Duftnoten zur Auswahl. Die Parfümerie wurde im weiteren Verlauf der Zeit zur Kunstform, verlor dabei aber ihren therapeutischen Aspekt. Das Angebot war fast unüberschaubar, das Marketing nahm einen immer wichtigeren Platz ein: austauschbare Werbegesichter, eilig designte Düfte, die immer schneller durch neue Kompositionen ersetzt wurden, und die Vereinheitlichung des Angebots sind nur einige Gründe, die erklären, warum manche Parfümmarken ihre Einmaligkeit verloren haben und sich die Kunden in einem Strudel von synthetischen Düften verlieren.

Im Windschatten dieser Bewegung blüht nun die «Alternativparfümerie» auf, die auf die Rückkehr so natürlicher Essenzen wie

Myrrhe, Rose, Pfefferminze, Jasmin, Lavendel und ätherischen Öle setzt. Damit wird die Tradition der heilsamen Parfüms wiederbelebt. So wie beispielsweise bei Valeur Absolue, die «mehr als ein Parfüm anzubieten hat und den Frauen wirklich etwas Gutes tun soll», sagt Bénédicte Foucart, Präsidentin der jungen Marke und Ex-Marketingchefin von Firmenich. Die Duftessenzen sind in drei Variationen erhältlich: «Harmonie», «Sensualité» und «Joie-éclat». Jedes Parfüm enthält Spurenelemente und natürlich wirksame Inhaltsstoffe, deren wohltuende Wirkung bekannt ist, wie etwa Areaumat Perpetua, ein Extrakt aus der Strohlblume, welches Wohlfühl vermittelt, sobald es auf die Haut aufgetragen wird.

Belebende Düfte

Der Trend der «Pflege-Parfüms» findet bereits Nacheiferer und neue Ausprägungen: So schlägt Jo Malone das Konzept des «fragrance combining» vor, bei dem man Abkömmlinge verschiedener Duftfamilien nach eigenem Gusto zusammenstellen kann wie beispielsweise Sinnlichkeit, Vitalität oder Aufmunterung. Clarins gehört zu den Vorreitern in Sachen Wellnessdüfte und belegt mit diversen Produkten Spitzenplätze («Eau Dynamisante», «Eau des Jardins», «Eau Ensoleillante») im Verkauf. In gleicher Absicht setzt Shiseido auf die «harmonie en flacon» mit dem Duft «Zen», der helfen soll, «das Geheimnis immerwährender Freude» zu entdecken. Auch Clinique bringt das legendäre «Calyx» aus dem Jahr 1986 wieder auf den Markt, «einen Duft, der die Sinne anspricht und neue Energie gibt».

Andere Marken setzen auf das Dreiergespann schön, bio und alternativ: So beispielsweise Jo Wood Organics, Aésop, Kiehl's oder auch Honoré des Prés, dessen ökologische und biologische Parfüms von Olivia Giacobetti kreiert werden, einer der ganz grossen Nasen im französischen Parfümbusiness. Bei dieser grossen Zahl wohltuender Wässerchen dürfte es nicht schwerfallen, eines zu finden, das den eigenen Stimmungen und Erwartungen entspricht. Dabei sollte man an die Aufforderung des persischen Dichters Omr Khayyam denken, die er im 11. Jahrhundert in einem Vierzeiler festhielt: «Berausche dich dein ganzes Leben lang an lieblichen Gesängen und Düften!» Ein paar Tropfen Euphorie, und seien sie nur aus dem Flakon, können nie schaden. ☺

VON OBEN NACH UNTEN, VON LINKS NACH RECHTS

Eau de Toilette «Nu Green», **Honoré des Prés**, 50 ml/74 Fr. (wohltuend)

Eau de Toilette «Marrakech», **Aésop**, 50 ml/95 Fr. (beruhigend)

«Valeur Absolue», **Joie Eclat**, 45 ml/85 Fr., 90 ml/120 Fr. (belebend)

Eau de Toilette «Orange Flower & Lychee», **Kiehl's**, 30 ml/47 Fr., 100 ml/69 Fr. (sinnlich)

Aromaduft «Eau ensoleillante», **Clarins**, 50 ml/69 Fr. (pflegend)

Eau de Parfum «Zen», **Shiseido**, 100 ml/151 Fr. (belebend)

Eau de Toilette «Calyx», **Clinique**, 50 ml/89 Fr., 100 ml/119 Fr. (vitalisierend)

Energiekick für die Haut

Der Winter ist vorbei, doch Ihre Haut fühlt sich immer noch energielos und schlaff an? NIVEA Q10 bringt sie zum Strahlen!

S starten Sie jetzt mit einem echten Energiekick in die neue Saison – der neuen NIVEA Q10energy Body Lotion. Durch ihre verbesserte Formel versorgt sie die Hautzellen mit einer Extraportion Energie und schützt diese optimal vor Schäden durch alltagsbedingten Stress. Auch der hauteigene Regenerationsmechanismus wird effektiv unterstützt. Wie das geht? Die neue Formel mit hauteigenem Co-Enzym Q10, Kreatin und L-Carnitin wirkt im Trio als perfekter Energiespeicher und -spender.

FIT IN DEN FRÜHLING

Neben dem Eincremen tragen eine ausgewogene Ernährung und ausreichend Bewegung zu noch mehr Wohlbefinden bei. Eine Banane statt eines Schokoriegels oder Treppensteigen statt Liftfahren wirken Wunder.

Auf diese Weise werden sowohl die Zellerneuerung als auch die Produktion von Kollagen und Elastin angekurbelt. Das Ergebnis: eine sichtbar gestraffte, geschmeidige Haut bereits nach zwei Wochen. Mit der neuen Generation Q10 ist es NIVEA gelungen, der Haut noch mehr Energie zu verleihen. Sie fühlt sich rundum gestrafft an und ist bereit für den Frühling. NIVEA.ch/body



Ab in die Wildnis!

DIESEN SOMMER BRICHT DAS DSCHUNGELFIEBER AUS. DIE RAUBTIERE SIND LOS

AUSWAHL ISABELLE STÜSSI UND ANDREA HIPPI



TIERISCH GUT

1. Bluse, **The Kooples**, 235 Fr.
2. Beauty Box «Jungle Fever», **Artdeco**, 20,90 Fr.
3. Top, **Sandro**, 249 Fr.
4. Hose, **Scotch & Soda**, 149 Fr.
5. Halskette «Adenium», **Swarovski**, 449 Fr.
6. Sonnenöl «Sublime Sun Mythical Tan», **L'Oréal**, ca. 14 Fr.
7. Clutch, **Charlotte Olympia**, ca. 445 Fr.
8. Leder cap, **American Apparel**, 85 Fr.
9. Sandalen, **Bally**, ca. 395 Fr.

AB 1. JUNI 2014 VON ZÜRICH
AUS DIE WELT ENTDECKEN

SEIEN SIE UNSER GAST

Ab dem 1. Juni 2014 können Sie herausragenden Komfort und Gastfreundschaft genießen, während Sie mit der „World's Leading Airline“* ab Zürich via Abu Dhabi zu den aufregendsten Destinationen der Welt fliegen.

Erleben Sie die unberührten Strände der Hauptstadt der V.A.E., das pulsierende Nachtleben und die unglaubliche Vielfalt an erlesenen Restaurants, bevor Sie in Ihr nächstes Ziel weiterreisen.

An Bord versprechen wir Ihnen das komfortabelste Flugenerlebnis über den Wolken. Machen Sie es sich auf natürlich hergestellten Coco-Mat® Matratzen in den komplett flachen Betten unserer Pearl Business Class bequem oder entspannen Sie sich in Ihrer eigenen privaten Diamond First Class Suite.

Sie genießen Speisen in Gourmet-Qualität, die von unseren Chefköchen an Bord zubereitet werden, während Sie aus 675 Stunden Unterhaltungsprogramm auswählen – welches in allen Reiseklassen verfügbar ist.

Zudem können Sie mit unserer Partnerairline Etihad Regional bequem aus ganz Europa nach Zürich anreisen.

ETIHAD
Regional
Operated by Darwin Airline

Fliegen Sie nach und über Abu Dhabi ab dem 1. Juni 2014.

Speisen in Gourmet-Qualität



Private Suite in der
Diamond First Class



Komplett flache Betten
in der Pearl Business Class



*2013 World Travel Awards.

DIE WELT IST UNSER ZUHAUSE
SIE SIND UNSER GAST etihad.com

الإتihad
ETIHAD
AIRWAYS
ABU DHABI

Ab in den Regenwald!

IN DIESEM SOMMER WIRD DIE MODE EINS MIT DER NATUR. BEKENNEN SIE TARNFARBE

AUSWAHL ISABELLE STÜSSI UND ANDREA HIPPI



CAMOUFLAGE

1. T-Shirt, **Valentino**, ca. 335 Fr.
2. Sonnenbrille «Original Wayfarer Urban Camouflage», **Ray-Ban**, ca. 126 Fr.
3. Armbanduhr «Heritage Ranger 79910», **Tudor**, 2485 Fr.
4. Kugelschreiber «849 Camo», **Caran d'Ache**, 20 Fr.
5. Bomberjacke, **Wool & Co.**, 299 Fr.
6. Shorts, **Henry Cotton's**, 198 Fr.
7. Rucksack, **Givenchy**, ca. 1190 Fr.
8. Espadrilles, **Soludos**, ca. 55 Fr.

Fabian Cancellara
Radrennfahrer
Mehrfacher Weltmeister
und Olympiasieger



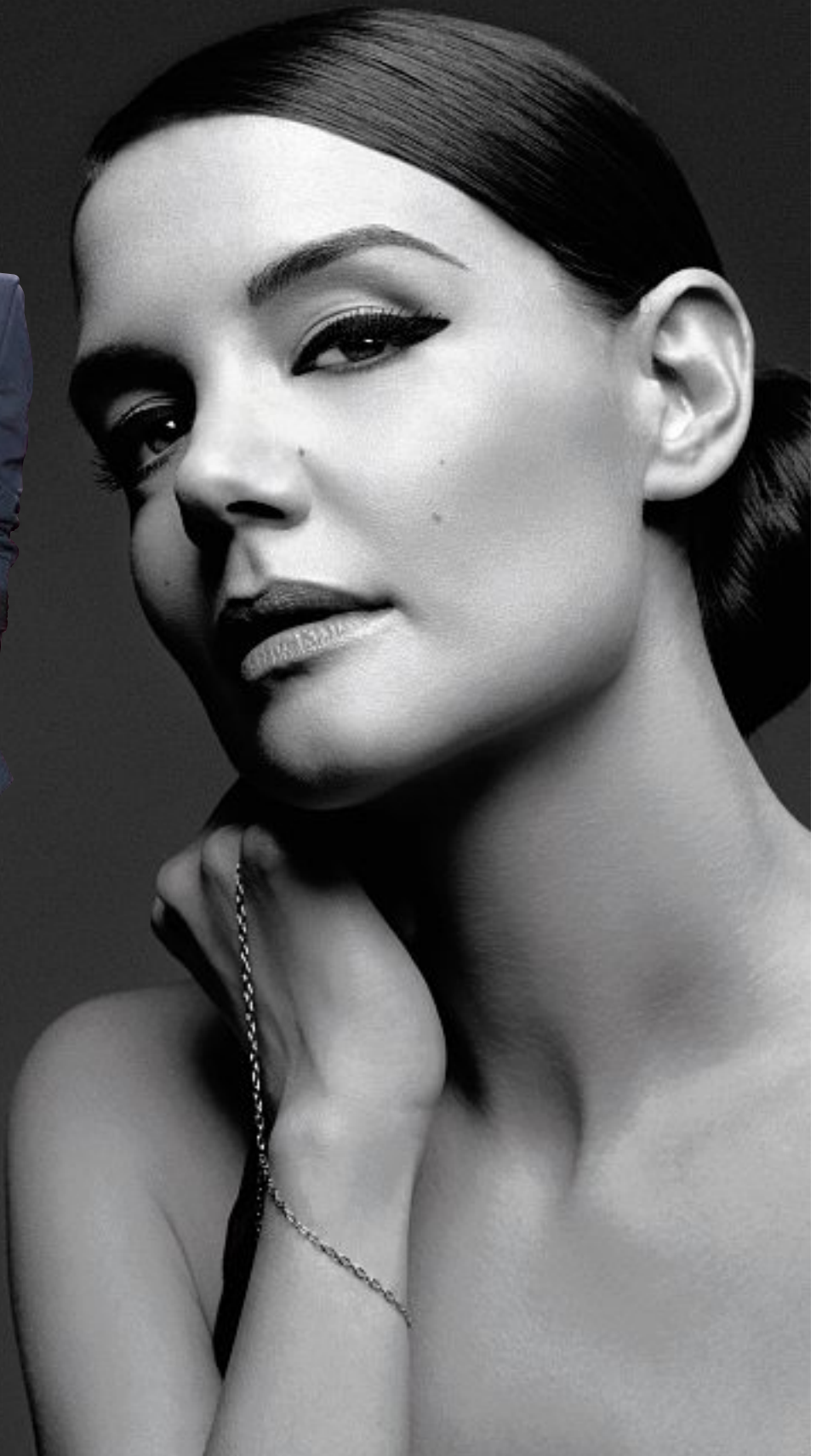
Meine Welt. Meine Karte.



Auch als MasterCard
Karte erhältlich.

Der Spezialist für Kredit- und Prepaidkarten. cornercard.ch

cornercard
you first



Katie Holmes

DIE SYMPATHISCHE SCHAUSPIELERIN DER KLEINSTADT TOLEDO IN OHIO LEBT HEUTE IM PULSIERENDEN MANHATTAN IN NEW YORK. IN DER SCHWEIZ WAR SIE NOCH NIE

TEXT OLIVIA GORICANEC

DIE VIELBESCHÄFTIGTE Katie Holmes ist nicht nur als Markenbotschafterin von Bobbi Brown Cosmetics unterwegs, sondern hat in den letzten Monaten gleich vier neue Kinofilme gedreht. Bekannt wurde die heute 35-jährige Schauspielerin und Mutter in der Rolle als Joey Potter in der amerikanischen Fernsehserie «Dawson's Creek», in der sie zwischen 1998 und 2003 die Männer mit ihrer Natürlichkeit verzauberte. Nach verschiedenen Kino- und Fernsehproduktionen war Holmes ebenfalls am New Yorker Broadway zu sehen.

Welche Art von Musik hören Sie?
Adele, Beyoncé Rihanna, Kendrick Lamar, Coldplay, Jay-C, **Justin Timberlake (1)**. Mein letztes Konzert war von Beyoncé. Sie hat eine bombastische Show hingelegt.

Welche Designerlabel gefallen Ihnen?
Valentino, Balenciaga, Calvin Klein, **Isabel Marant (2)**, Stella McCartney und Alexan-

der Wang. Was Letzterer für Balenciaga kreierte, finde ich super: Einfach geschnittene Silhouetten, die eine starke Struktur haben und zugleich schön und chic sind.

Wie halten Sie sich fit?
Ich mache viel Yoga, fahre **Velo (3)** und bin vor allem zu Fuss unterwegs. Zudem versuche ich mich möglichst biologisch und gesund zu ernähren. Fleisch muss aber sein.

Wo verbrachten Sie Ihre letzten Ferien?
Um Weihnachten herum bin ich nach Miami geflogen. Es war herrlich warm! Ich liebe es, am Strand zu sein.

Wohin würden Sie gerne mal verreisen?
Die **Fidschi-Inseln (4)** würden mich sehr reizen. Dort soll es traumhaft sein.

Was bringt Sie zum Lachen?
Bei der Fernsehshow «**Saturday Night Live (5)**» muss ich stets lachen. Wenn ich selber an solchen Shows teilnehme, bin ich vor meinem Auftritt lustigerweise gar nicht



nervös. Ich bin es erst danach! Dann kann ich nämlich nichts mehr daran ändern. (lacht)

Was essen Sie gerne?
Ich mag es simpel, **Guacamole (6)**, Gemüse, Reis. Am liebsten habe ich aber Pommes und Maccaroni mit Käse überbacken. Das sollte ich aber natürlich nicht täglich essen.

Welche Adressen in Manhattan sind top?
Im **Mr Chows (7)** gehe ich gerne essen, fürs Shopping ins Kaufhaus Bergdorf Goodman.

Welches sind aktuell Ihre Lieblingsprodukte von Bobbi Brown?
Die «CC Cream SPF 35» trage ich täglich unter meiner Foundation auf. Sie bringt meine Haut zum Strahlen. Ich bin auch ein grosser Fan der Art Sticks. Meine Lieblingsfarben sind «**Dusty Pink (8)**» und «Rose Brown». Für einen transparenten, natürlichen Glanz trage ich nur wenig auf, etwas mehr für einen glamourösen und intensiven Look. Und wenn man den Stift spitzt, kann man ihn sogar als Lip Liner verwenden. ☺



Fruchtige Säure: Trendgewürz Sumach

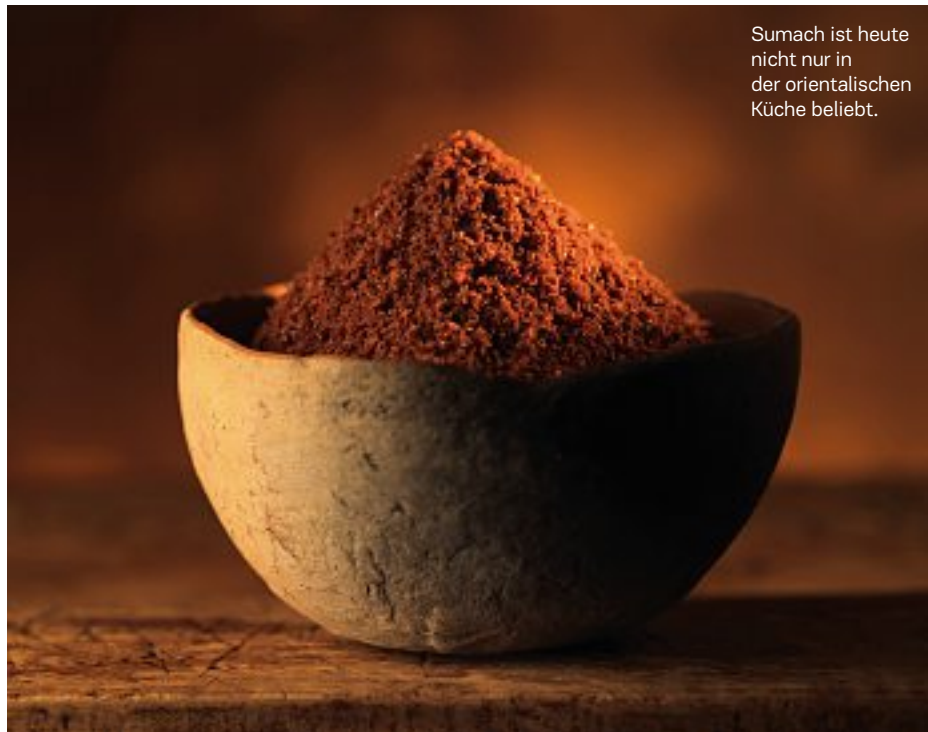
FANCY FOOD


VON **HANSPETER
EGGENBERGER**

Die Vorspeise wird serviert: türkisches Gemüse. An Zucchini, Peperoni, Aubergine, Zwiebeln und Oliven erinnere ich mich.

Darauf ein Klacks mildes Joghurt. Und darüber ist ein rotbraunes Pulver gestreut, das dem Ganzen eine leicht säuerliche Note gibt. Aber was ist dieses Pulver? Aus der Küche werde ich aufgeklärt: Sumach. Das war im Löwen in der Solothurner Altstadt, wo damals die leidenschaftliche Köchin Pia Camponovo am Herd stand (heute wirkt sie im Baseltor in Solothurn), und obwohl das gut drei Jahrzehnte her ist, erinnere ich mich noch gut an meine erste Begegnung mit Sumach.

Das Gewürz wird vor allem in der türkischen, aber auch in der persischen, kurdischen und arabischen Küche viel verwendet. Bei uns ist es wenig bekannt. Das könnte sich nun ändern, denn Sumach ist in den USA von Foodspezialisten zum Trendgewürz dieses Jahres ausgerufen worden. Und was aus Amerika kommt, setzt sich bei uns einfacher durch, als was aus dem Orient kommt. Sumach ist ein «Tischgewürz»: Es wird nicht mitgekocht, sondern erst über



Sumach ist heute nicht nur in der orientalischen Küche beliebt.

das fertige Gericht gestreut. Es wächst als Strauch; aus den traubenartigen Blüten werden kleine Steinfrüchte, die sich violettrot verfärben, wenn sie reif sind. Für das Gewürz werden die Früchte getrocknet und danach gemahlen. Eine hochwertigere Art, die sich durch ein helleres Rot unterscheidet, entsteht, indem nur die dünne Fruchtschicht vom Stein geschabt und anschliessend getrocknet wird.

Als Gewürz ist Sumach sehr speziell, weil

seine Säure anders ist als die von Zitrusfrüchten oder Essig. Es ist mild und fruchtig, die mitgemahlene Steine der Früchte geben ihm zudem eine etwas herbe, leicht bittere Note. In der orientalischen Küche wird es über Salate sowie Fleisch- und Reisgerichte gestreut. Besonders gut harmonisiert Sumach mit rohen Zwiebeln, da die Säure deren Schärfe mildert. Aber das rotbraune Pulver passt auch zur hiesigen Küche und gibt allem vom Grill, vor allem Huhn und Fisch, einen spannenden Akzent. ☉

ADRESSEN

AMERICAN APPAREL
www.americanapparel.net

BALLY
www.bally.com

CANON
www.canon.ch

CARAN D'ACHE
www.carandache.ch

CHARLOTTE OLYMPIA
www.charlotteolympia.com

FUJIFILM
www.fujifilm.ch

GAP
www.gap.com

GIVENCHY
www.givenchy.com

GUCCI
www.gucci.com

HASSELBLAD
www.hasselblad.fr

HEIDI KLEIN
www.heidiklein.com

HENRY COTTON'S
bei Globus, Schweizergasse 11
ZÜRICH, www.henrycottons.it

HERMÈS
www.hermes.com

LACOSTE
www.lacoste.com

LEICA
www.leica-camera.ch

LINDA FARROW
www.lindafarrow.com

LONGCHAMP
www.longchamp.com

LOUIS VUITTON
www.louisvuitton.com

MANOLO BLAHNIK
www.manoloblahnik.com

MARC JACOBS
www.marcjacobs.com

MARNI
www.marni.com

MONCLER
www.moncler.com

MULBERRY
www.mulberry.com

NIKON
www.nikon.ch

OLYMPUS
www.olympus.ch

PAUL SMITH
www.paulsmith.co.uk

PHILLIP LIM
www.31philliplim.com

RAY-BAN
www.ray-ban.com

SANDRO
bei Globus, Schweizergasse 11
ZÜRICH, www.sandro-paris.com

SCOTCH & SODA
www.scotch-soda.com

SOLUDOS
www.soludos.com

SONY
www.sony.ch

SWAROVSKI
www.swarovski.com

THE KOOPLES
bei Globus, Schweizergasse 11
ZÜRICH
www.thekooples.com

TOMMY HILFIGER
www.tommy.com

TUDOR
www.tudorwatch.com

VALENTINO
www.valentino.com

WOOL & CO
bei Globus, Schweizergasse 11
ZÜRICH
www.woolandcompany.com



PRAKTISCHE INFORMATIONEN

Der Aufenthalt im Odzala-Nationalpark dauert sechs Tage. In dieser Zeit wohnt man im Ngaga-Camp (wo man zweimal die Möglichkeiten erhält, auf Gorillas zu treffen) und im Longo-Camp, das in einer wesentlich sumpfigeren Gegend liegt. Zu Fuss und teils durchs Flussbett macht man sich von dort auf die Suche nach Elefanten, Büffeln, Schimpansen und Bongo-Antilopen. Die beiden zu Wilderness gehörigen Camps bieten Platz für zwölf Besucher, die sich abends am grossen Gemeinschaftstisch zusammenfinden. Die Verpflegung ist köstlich, die ortstypische Dekoration authentisch, und die Reiseführer und Fahrtensucher

sind äusserst kompetent. Die trockene Hauptsaison ist von Mai bis September. Ein Aufenthalt in den anderen Monaten ist ebenfalls zu empfehlen. In der Regenzeit hat man sogar bessere Chancen, die Tiere zu Gesicht zu bekommen.

Preis ab 9900 Franken pro Person und Woche mit Vollpension, Reisen im In- und Ausland inbegriffen. Die **Flüge** zwischen Brazzaville–Odzala finden jeden Donnerstag statt.

In der Schweiz kann man seinen Aufenthalt bei Horizons Nouveaux in Verbier buchen, www.horizonsnouveaux.com, Tel.: 027 761 71 71. Valérie Jobin steht Interessenten mit Rat und Tat zur Seite.



1954

60 JAHRE STREBEN NACH TECHNISCHER VOLLENDUNG

Das legendäre Vorgängermodell der Heritage Black Bay, das die Crew der Royal Navy 1954 in Grönland trug, war ein herausragender technischer Erfolg für Tudor. Heute, 60 Jahre später, führt die Black Bay die Legende fort.

TUDOR HERITAGE BLACK BAY

Mechanisches Uhrwerk mit Selbstaufzug, wasserdicht bis 200 m, Edelstahlgehäuse 41 mm.
Besuchen Sie Tudorwatch.com und entdecken Sie mehr.



TUDOR
WATCH YOUR STYLE