

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

FOTOGRAFIE
So knallig,
so öko: David
LaChapelle

UNTERWEGS
10 magische
Momente mit
James Turrell

UHREN
Miniformat,
Maxiglanz

PREZIOSEN
Gipfelstürmer von morgen:
Junge Mode aus der Schweiz

NOVEMBER 2019

SonntagsZeitung



DATEJUST

Die Datejust ist die klassische Rolex par excellence und war die erste Armbanduhr der Welt, die das Datum in einem Sichtfenster auf dem Zifferblatt anzeigte. Auch weiterhin ist sie der Inbegriff eines zeitlosen Stils. Dies ist eine Geschichte von anhaltender Exzellenz. Eine Geschichte aus der Welt von Rolex.

#Perpetual

BUCHERER

1888

bucherer.com



OYSTER PERPETUAL DATEJUST 31





Wenn man so lange schon
mechanische Uhren herstellt
wie wir, entstehen einige Dinge
ganz natürlich.

#GoYourOwnWay



**Big Crown
ProPilot X Calibre 115**

ORIS
HÖLSTEIN 1904

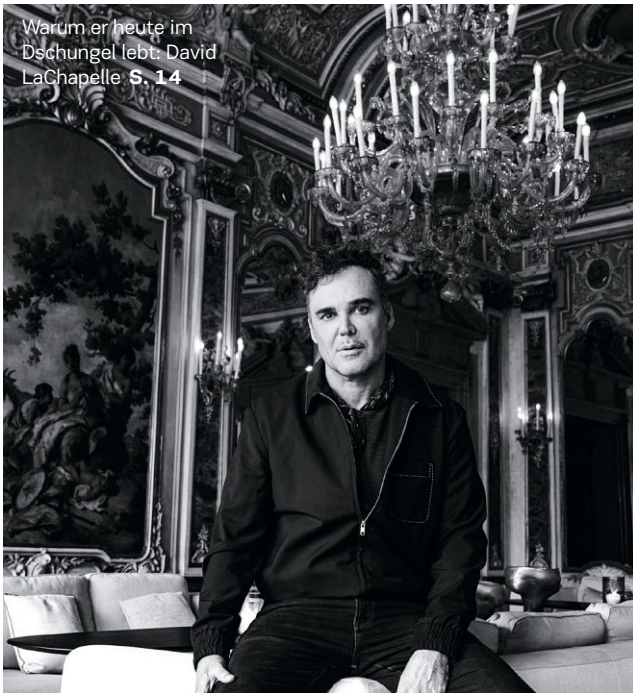


TUDOR

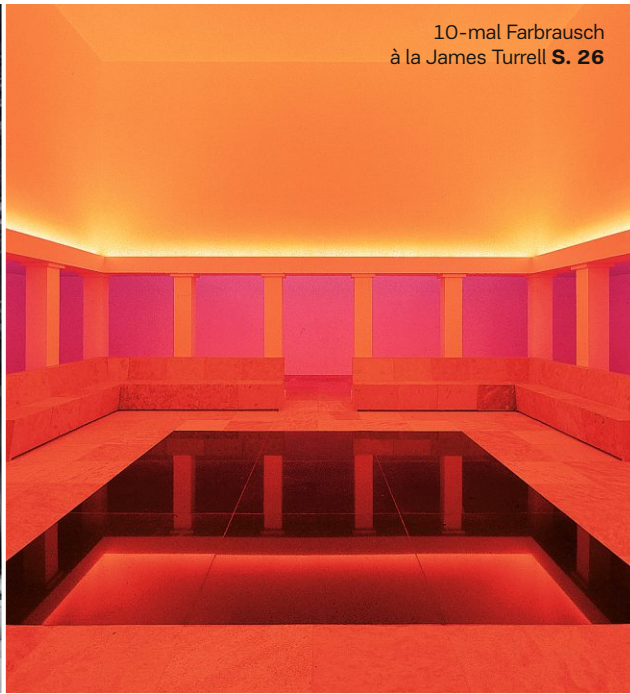
**#BORN
TODARE**

DAVID BECKHAM
**BLACK BAY
CHRONO S&G**

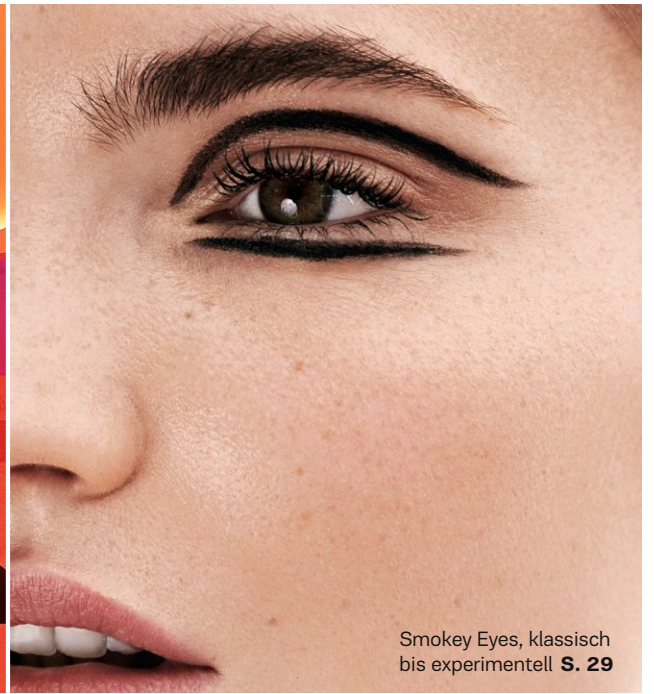




Warum er heute im Dschungel lebt: David LaChapelle S. 14



10-mal Farbrausch à la James Turrell S. 26



Smokey Eyes, klassisch bis experimentell S. 29

Preziosen | November 2019

THEMEN

12 Trend

Schon Jackie Kennedy liebte sie: Mini-Uhren mit Maxi-Glamfaktor

13 Swiss Made

Bequem im Sattel dank dem Familienbetrieb Rööslì

24 Shopping

Nichts für schwache Nerven: die neuen Overknee-Stiefel

30 Sie & Er

Kariert von Kopf bis Fuss

31 Meine Welt

Warum Aesop-Mitgründerin Suzanne Santos grosse Spinnen mag

RUBRIKEN

- 8 Favoriten: Vom It-Kunstrasenteppich bis zum Gemmologen, der Saphire nachhause liefert
- 12 Backstage: Wie Swarovski junge Schweizer Modemacher unterstützt



Junge Mode aus der Schweiz S. 18
Handgenähter Mantel, Hose und Baumwollbluse Alumo, Nina Yuun.



COVER

Zweiteiler Meringue, **Collective Swallow**. Ohrringe und Armreif Fluid Azzurro, **Atelier Swarovski**. Wollsocken mit Metallicdetails, **Cos**. Sneakers Freeminder, **Longchamp**.

FOTOS Mathias Indjic
STYLING Léonore Noz

Wunderbare kleine Fluchten

PAUSE! Im ganzen Alltagswahnsinn, im beruflichen wie privaten Terminmarathon, im grau-nassen November wünscht sich das Gros von uns nur eins: die Flucht zu ergreifen (wenn auch nur ganz kurz). Und weil die besten Eskapaden halt oft noch immer jene sind, die wir in Gedanken einschalten, haben wir diese Ausgabe mit allerlei entrückend-entzückenden Fluchthelfern gefüllt. Blättern Sie zur Modestrecke, zum Beispiel (S. 18). Da wartet das Schweizer Design-Duo Anaïs Marti und Ugo Pecoraio alias Collective Swallow mit einer massgeschneiderten Wolke auf: ein Tagtraum von einem Outfit, das eine Prise crème-farbener Schwerelosigkeit in die bleischwere Realität



Renata Libal, Chefredaktorin

zaubert. Klar, die wenigsten von uns werden so was anziehen, um den Wocheneinkauf zu erledigen. Aber nur schon es anzusehen, erquickt... und zwar Augen und Herz. Das gilt auch für den 2020-Jahreskalender made by David LaChapelle (Interview S. 14). Blatt um Blatt, Monat für Monat inszeniert der US-Fotograf die Natur in ihrer ganzen Üppigkeit – und erinnert jedes Mal auch ein bisschen daran, dass es diese Schönheit zu schützen gilt. Und schliesslich ist da noch James Turrell. Der 76-Jährige platziert seine atemberaubenden Lichtkunstinstallationen lieber an echten, sprich belebten Orten statt in steriler Museums Umgebung (S. 26). Ich persönlich hege derzeit nur einen Wunsch: einmal um die Welt zu reisen, von einem Turrell-Werk zum nächsten. Eine meditative Tour d'horizon...



«Feuchter Rasen», trockener Humor: Teppich aus der MARKERAD-Kollektion.

DESIGN

«Möbel» kaufen

Man konnte schon Virgil Abloh hören, in Virgil Abloh gehen, sich in Virgil Abloh kleiden. Nun kann man auch noch auf Teppiche treten, Bettwäsche zerwühlen, sich an Tische setzen – alles mit freundlichen Grüßen von Virgil Abloh. Denn der DJ, Designer, Gründer von Off-White, Kumpel von Kanye West und Artistic Director für die Männermode bei Louis Vuitton hat tatsächlich eine Kollektion für Ikea entworfen!

Das Abenteuer begann 2017, als der schwedische Möbelriese die Jugend zu ihren Wünschen und Bedürfnissen in Sachen Inneneinrichtung befragte. Die Antworten bildeten dann den Nährboden, auf dem die limitierte Kollektion Markerad wuchs. Deren Groove ist ebenso minimalistisch wie praktisch – und natürlich sind die Anführungszeichen, das Markenzeichen von Virgil Abloh, omnipräsent

und hauchen den Einrichtungsgegenständen etwas Schalk ein: So zum Beispiel bei der grossen braunen Papiertasche, auf der «SCULPTURE» zu lesen ist, oder beim Kunstrasenteppich, auf dem in weissen Lettern «WET GRASS» steht.

Kurz: Wer mit Virgil Abloh möbliert, hat Spass. So gibts auch einen überdimensionierten Kassenzettel, den man sich an die Wand hängen oder auf den Boden legen kann. «Dieser Teppich fasst die ganze Geschichte von Ikea zusammen», meint der Designer – und zieht den Spagat zwischen Karg und Kult auch beim Rest seiner Würfe (ab 9.95 bis 329 Fr.) durch. Manche davon – Tisch, Stuhl, Bett, Wanduhr, Werkzeugkasten, Spiegel, Vitrine, Bettwäsche – sind ultraschlacht. Und über ihnen? Leuchtet ein Mona-Lisa-Lichtbild, für 99.95 Fr. *Estelle Lucien*

ZUM WOHL!

Solid wie Granit



VON
PIERRE THOMAS

Haben Sie die alle zwei Jahre stattfindende Veranstaltung «Arvine en Capitale» in Fully verpasst? Halb so wild. Die 13 Walliser Winzer der Association Fully Grand Cru geben jedes Jahr aufs Neue Gastspiele in verschiedenen Schweizer Städten, diesen Herbst etwa in Lausanne.

Was spricht überhaupt für die Rebsorte Arvine? Für den Walliser Experten José Vouillamoz ist sie «der ganze Stolz des Wallis», aus ihr würden «betörende und komplexe Weine gemacht, die international Ansehen geniessen, ob sie nun trocken sind oder süss» («Schweizer Rebsorten», Haupt-Verlag). Die Fläche, auf der sie im Wallis angebaut wird, hat sich in den letzten 25 Jahren fast verfünffacht, auf 217 Hektar.

In Lausanne hab ich den ersten Winzer auf der Ausstellerliste ausgewählt. Alexandre Delétraz – mit seiner Sumo-Ringer-Statue und seiner Mönchstonsur nicht eben unauffällig – keltert in seinem Keller in Saillon mittlerweile seine elfte Weinlese. Der junge Winzer aus Genf setzt dabei auf die Petite Arvine, die er auf 1,5 seiner insgesamt 6,5 Hektar anbaut. Aus dem warmen Jahr 2018 beschert er uns vier Weine, drei davon trocken, also ohne Restzucker, dafür mit beträchtlichem Alkoholgehalt (14%). Einer stammt von den Kalkböden von Leytron und Saillon; zwei von den granithaltigen Böden des Mont-Blanc-Massivs, auf der rechten Seite des Rhonetals.

Den Petite Arvine de Fully aus vier verschiedenen Lagen schätze ich sehr.

Die Nase erinnert diskret an Pfirsich; im Gaumen dann zeigt sich der Wein voluminös und dicht, mit Zitrusnote, gefolgt von einem langen Abgang, der eine leichte, für die Sorte typische Salzigkeit zeigt. Für Edmond Gasser, der bei der Spitzenköchin Anne-Sophie Pic im «Beau-Rivage» in Lausanne arbeitet und vom «Gault Millau» jüngst zum Sommelier des Jahres 2020 erkoren wurde, passt der trockene und fruchtige Wein zu Venusmuscheln oder zu einem jungen Tomme aus Alpenmilch.

Petit Arvine de Fully 2018
26 Fr./7,5 dl, 16 Fr./5 dl
www.cavedesamandiers.ch



SCHMUCK

Sonne am Handgelenk

Das Zürcher Wetter spielte für einmal brav mit, an jenem Abend Ende Oktober, und tauchte den Himmel in Orange und Pink, als das Luzerner Traditionshaus Gübelin seine neueste Kollektion Aurora vorstellte. Seit Raphael Gübelin (aus der 6. Generation des Familienunternehmens) und seine Frau vor vier Jahren Ferien auf Sri Lanka gemacht haben, sind sie zwei Dingen verfallen: dem dortigen Sonnenaufgang – und dem Saphir Padparadscha, der dessen Farbspiel in sich birgt. Die Kollektion rückt ihn nun gediegen ins Zentrum. Noch ein bisschen Extraluxus gefällig? Jede Onlinebestellung über 5000 Fr. wird von einem Mitarbeiter zu Ihnen nachhause geliefert, der Ihnen das Schmuckstück Ihrer Wahl persönlich erklärt. *R. L.*

Armreif Splendid Feather (Padparadscha, Saphire, Diamanten, Gold) aus der Aurora-Kollektion von Gübelin. Fingerringe, Armbänder, Ohrringe, ab 3800 Fr. www.gubelin.com





Sieht niedlich aus, ist aber Avantgarde:
Das Drohntaxi Pop.Up Next,
das dereinst fahren und fliegen soll.

AUSSTELLUNG

Hupe, wenn du ins Museum willst

Wie ein Screenshot aus einem Sci-Fi-Film sieht es aus, das Bild oben. Tatsächlich handelt es sich dabei um ein sehr reales Projekt: Pop.Up Next heisst das von Italdesign gemeinsam mit Audi und Airbus entwickelte Taxi, das dereinst sowohl fahren als auch fliegen soll – und zwar ganz ohne Chauffeur, dafür vollelektrisch und emissionsfrei. Erst letztes Jahr sorgte der Prototyp am Autosalon in Genf für Furore... und nun ist er bereits museumsreif. Nämlich als Exponat an einer Ausstellung im Londoner Victoria & Albert Museum, wo sich in den kommenden Monaten alles um «Cars» drehen soll. Wobei, wie sich das gehört fürs traditionsreichste Designmuseum der Welt, natürlich nicht nur Zukunftsmusik gespielt, sondern vor allem auch zurückgeblickt wird auf über 100 Jahre Automobilgeschichte: Karl Benz' Patent-Motorwagen von 1888 – noch dreirädrig und sehr, sehr droschkenförmig – wird ebenso zu sehen sein wie eine recht kriegerisch anmutende Kühlerfigur von Glaskunstlegende René Lalique aus den Zwischenkriegsjahren

oder die wind- und wetterfeste Mode, die ab den 20ern für die motorisierte Dame von Welt auf den Markt kam. Politisch wirds auch. Logisch: Ohne Henry Ford keine Fliessbandfertigung, ohne Fliessband keine Massenentlassungen, ohne Entlassungen keine Gewerkschaften und so fort. Und dann die Sicherheitsfragen im Verkehr; die sich wandelnde, weil von Autobahnen durchschnittene Landschaft; die rohstoffbedingten internationalen Abhängigkeiten... aber auch das Freiheitsgefühl, das noch heute jeden 18-Jährigen bei seiner ersten Solofahrt durchströmt: All das fliesst ein in die Schau, die einerseits aus der exquisiten Haussammlung schöpft, andererseits kuriose wie grandiose Leihgaben aus Museen rund um die Welt zusammenbringt. Also: Genug Zeit einplanen beim nächsten Londontrip. Auch, weil nicht nur kleine Jungs schwer aus dem Museumsshop zu bringen sein dürften... *Paulina Szczesniak*

Cars: Accelerating the Modern World. Victoria & Albert Museum, London. Ab 23. November, bis 19. April 2020. Eintritt 18 £. www.vam.ac.uk

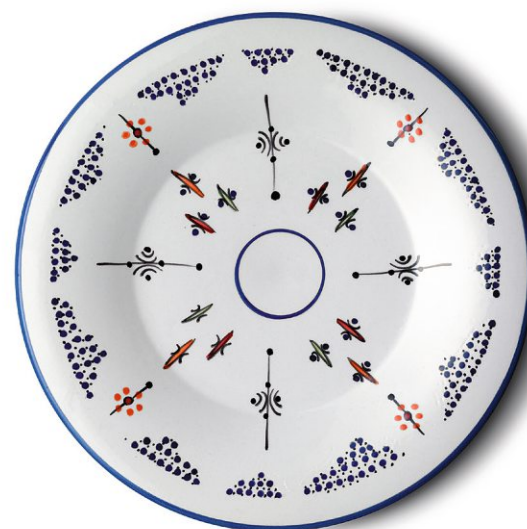
PARFUM

Drahtlos? Ohne uns!



Dies ist die kurze, aber hübsche Geschichte zweier französischer Firmen, die sich zusammenschlossen, um die schönen Seiten des Lebens zu zelebrieren – Lancôme und das Atelier Paulin –, und an deren Ende eine limitierte Edition des 2012 lancierten Parfümklassikers «La Vie Est Belle» steht. Der Schmuckhersteller Atelier Paulin, dessen Spezialität aus Golddraht handgeformte Botschaften sind, hat den Flakon kunstvoll umwickelt – «was nicht ganz einfach war», wie Atelier-Paulin-Gründerin Anne-Sophie Baillet verrät. Erst, nachdem man das Glas fein eingekerbt hatte, habe sich der Roségold-Faden dran geschmiegt, ohne zu verrutschen. Nur 100 solche Flakons sind weltweit zu haben; 20 davon in der Schweiz, bei Globus, wo ein Atelier-Paulin-Kunsthändler den glücklichen Käufern auch gleich ihre Wunschbotschaft aufs Parfum zaubert. Wer keins dieser Exemplare erwischt: nicht traurig sein. Es gibt auch die klassische Version (119 Fr.) derzeit mit rosa-silberner Atelier-Paulin-Deko. *E.L.*

Lancôme x Atelier Paulin, limit. Edition 259 Fr., erhältlich bei Globus, Info: 058 578 50 50



GESCHIRR

Feines Design

Der in Zürich heimische Designer Frédéric Dedellay hat die traditionellen Muster Tunesiens zerpflückt, damit wir sie Stück für Stück, je nach verfügbarem Platz am Tisch, wieder zusammenfügen können. *R.L.*

Teller Tibar, 6er-Set, jeder Teller mit anderem Motiv, Durchmesser 27 cm, 139 Fr., zu kaufen bei www.fairshop.helvetas.ch



Die neue Tudor Black Bay P01 (rechts) basiert auf einen in den 1960ern von der US Navy bestellten Prototypen (links).

UHR

Bitz Risiko, bitte

Heute hat man, ausser vielleicht auf Netflix, wenig Chancen auf Abenteuer. Ein Jammer. Eine Kostprobe des Lebens abseits ausgetretener Pfade verspricht nun aber eine Uhr, die auf einem Prototypen basiert, der in den 60ern für die US Navy entwickelt, jedoch nie realisiert wurde: die Tudor Black Bay P01. Das virile Ding trumpft mit einem patentierten Verriegelungs- und Zerlegungssystems auf, das per Knopfdruck auf Zwölf-Uhr-Position die in beide Richtungen drehbare Lünette entriegelt. So kann diese vor einem Tauchgang eingestellt und gesichert werden. Klick!, entriegelt, klick!, wieder verriegelt. Was die Technik angeht, besticht das Manufakturwerk MT5612 mit einer Gangreserve von 70 Stunden; da kann man die Uhr ruhig mal am Freitagabend ablegen und sie erst am Montagmorgen wieder anziehen. Dann

wäre da noch ihr unkonventionelles Design mit der Aufzugskrone auf vier Uhr, was den Träger regelrecht dazu auffordert, sein Social-Ich links liegen zu lassen und sein risikofreudiges Ur-Ich mal wieder hervorzukramen. Noch ein paar klassische Tudor-Charakteristika gefällig? Bitte schön: mattschwarzes Zifferblatt, phosphoreszierende Stundenindizes – und natürlich die legendären Snowflake-Zeiger. Weil die Uhr COSC-zertifiziert ist, hält sie harsche Bedingungen und sehr tiefe Temperaturen aus. Oder besser: hielte. Schliesslich ist es in Schweizer Seen kaum möglich, auf unter 200 Meter abzutauchen. Aber eben, wie eingangs erwähnt: Das Abenteuer findet – auch – im Kopf statt.
Mathilde Binetruy

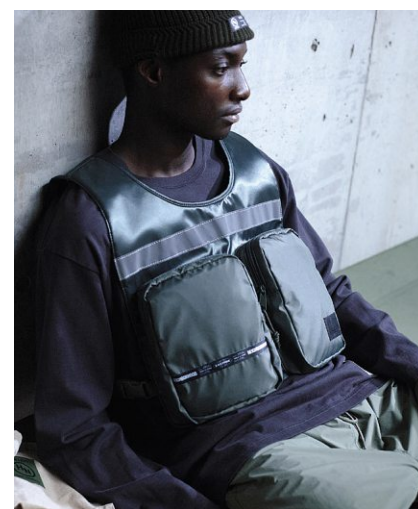
Tudor Black Bay P01, 42-mm-Edelstahlgehäuse, Automatikuhrwerk, bis 200 m wasserdicht, Armband aus Leder und Kautschuk, 3750 Fr.



ACCESSOIRE

Hippie aus London

Wer schon mal eine Hippie-Phase durchgemacht hat (und seis auch nur modisch), der kennt diese Art von Tasche: beutelig und sehr geräumig, so dass darin fröhlich der halbe Hausrat durcheinanderkullert. Ihre Neuauflage der Marke Zephyr hat nun alle Updates, die man sich 2019 wünscht: Sie ist vegan, bio und in London von Näherinnen handgefertigt, denen dadurch eine neue Perspektive gegeben wird. Ach ja, noch was: Die Zephyr-Gründerin, Tiphaine Marie Pittet, hat Schweizer Wurzeln. R.L. Zephyr, Tasche Dylan, aus Kord, in drei Farben erhältlich: schwarz, braun (im Bild), beige. 230 Pfund, zephyrlondon.co



MODE

Neofunktional

Guerilla-Chic? Nennen wir dieses Gilet, das zugegeben etwas militärisch rüberkommt, doch Neo-Funktionsbekleidung für den praktisch veranlagten und zugleich modisch gut unterrichteten Städter. Versehen mit Reflektorstreifen, ist dieser Wurf der 1994 gegründeten japanischen Streetwearmarke Neighborhood eine Art Bauchtasche für Fortgeschrittene. R.L.

Eastpak x Neighborhood, NBHD Vest Bag, erhältlich in Schwarz und Khaki, ca. 170 Fr.

Dieser Schrank macht dich zum Sommelier

TOYS FOR BOYS



VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Einen Weinklimaschrank zu kaufen, ist das Zweitbeste, was einem Mann mit Geschmack passieren kann (noch besser ist nur ein richtiger Weinkeller, in dem das ganze Jahr 12°C herrschen). Allerdings ist es im Dickicht des kommerziellen Dschungels, der uns umwuchert, nicht ganz einfach, zwischen Marketing-Traum und Wirklichkeit zu unterscheiden. Wer sich also nicht (ver-)irren will, der halte sich am besten an ein Modell von EuroCave; schliesslich war es diese französische Firma, die das Konzept des Weinklimaschranks einst erfunden hat.



Weinschrank von EuroCave. Div. Modelle für ca. 80, 140, 180 od. 190 Flaschen, ca. 4200 bis 8200 Fr. www.cavepremium.ch

Ihr grösstes Modell der Linie Pure hat alles, was das Genussmenschenherz begehrt: Ausgestattet mit drei Temperaturzonen, kann es gleichzeitig Roten temperieren, Weissen kühlen und Lagerweine, nun ja: lagern. Ferner ist die Glastür mit einem Anti-UV-Filter ausgestattet, die Luftfeuchtigkeit wird kontrolliert, und das alles ganz ohne Lärm, Vibration oder Geruchsemission.

EuroCave verspricht eine Kapazität von maximal 209 Flaschen. Wer sich aber für die Option mit Schiebetür (praktisch!) und Sommelier-Präsentationsregalen (stilvoll!) entscheidet, ist rasch mal bei nur noch 150 Flaschen. Und: Klar, dass ein solch wuchtiger Schrank, wie hochkarätig er auch befüllt sein mag, für jeden stilvoll eingerichteten Raum eine Herausforderung darstellt... Es sei denn, man lässt sich das Ding diskret anstelle eines bestehenden Küchenschanks einbauen. Doch dann gibts noch was zu bedenken: Der Weinliebhaber glaubt ja immer, genug Platz zu haben, und hat am Ende dann doch zu wenig... Eine Krux!



Die Innenwelt des seltenen Padparadscha-Saphirs offenbart faszinierende Formen. Sie erinnern an zarte Tautropfen, die morgens auf dem Blatt einer Lotusblume funkeln. Erfahren Sie mehr über den Ring «Rising Lotus» und dessen Inspiration auf gubelin.com/aurora.



Klein ist das **neue Gross**

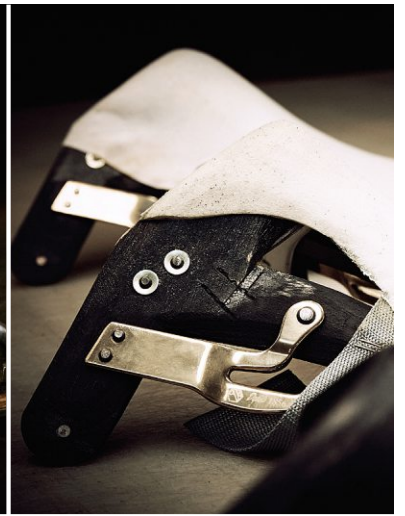
ES GAB MAL eine Zeit, da zogen sich die Damen der besseren Gesellschaft zu später Nachmittagsstunde um für die Cocktail Hour. Heute hat niemand mehr Zeit für solchen Firlefanz, aber ein hübsches Detail dieses Brauchs feiert nun ein grandioses Comeback: die Cocktailuhr. Bijou und Zeitmesser in einem, hat sie trotz (oder gerade wegen) ihres XS-Formats XL-Glamourpotenzial. Und so tragen wir sie heute – sorry, liebe Jackie Kennedy – nicht nur zu Martini, Cosmopolitan und Co., sondern gern auch schon zum Zmorge-Kafi: Ein Blick aufs aufgehübschte Handgelenk – schon ist Frau wach!

Nun muss man ehrlicherweise sagen, dass nicht jede die Modelärmchen einer Gigi Hadid besitzt, um etwa die (zugegeben entzückende) Hermès Faubourg mit gerade mal 15,5 mm Durchmesser zu tragen. Da ist man glatt froh um die mit 26,5 x 38 mm fast schon üppig

ausgefallene Alacria Queen von Bucherer. Aber für beide Modelle und generell für die Gewichtsklasse Cocktail gilt, dass sie die typischen Charakteristika bekannter «Kolleginnen» transportieren – einfach in mini.

Vollwertige Accessoires sind sie natürlich dennoch, aber hallo! L'Heure du Diamant von Chopard hat mit ihrem Malachitzifferblatt etwas talismanartiges, während die Piaget Possession mit dem sattblauen Armband auf Sixties macht. Darfs etwas Ikonisches sein? Dann empfehlen wir die Bulgari Serpenti (die schlichte, ohne Diamanten), die streng-elegante Chanel Code Coco aus schwarzer Keramik oder die glamouröse Neuauflage der Cartier Baignoire Allongée (deren Original von 1958 stammt). Und beim super-, superschicken Anlass kommt Harry Winston zum Zug: Seine Avenue Classic 20th Anniversary Moon Phase ist reinste, eingekochte Eleganz. ☺

Von links im Uhrzeigersinn: Serpenti, Roségold; Quarz, **Bulgari.** Possession, Roségold mit Diamanten; Quarz, **Piaget.** Avenue Classic 20th Anniversary Moon Phase, Weissgold; Quarz, **Harry Winston.** Alacria Queen, Stahl und Roségold; Quarz, **Bucherer.** Faubourg, Roségold mit Diamant; Quarz, **Hermès.** Baignoire Allongée, Roségold mit Diamanten; mechanisches Uhrwerk, **Cartier.** Code Coco, Stahl und Keramik mit Diamanten; Quarz, **Chanel.** L'Heure du Diamant, Weissgold mit Diamanten, Automatik-uhrwerk, **Chopard.**



35 STUNDEN PRO SATTEL

LINKS Springreiter bestellen meist dunkelbraune Sättel, Dressurreiter schwarze. Warum? Helle Leder sind pflegeintensiv.

VON OBEN IM UHRZEIGERSINN Klopfer, Ahle, Falzzange: Ohne gutes Werkzeug geht nichts. Kern eines jeden Sattels ist der hölzerne Baum, der gespannt, verschraubt und schliesslich verkleidet wird. Maschinell genäht werden nur Einzelteile; ansonsten ist Handarbeit gefragt. Zum Schutz des Leders werden Stiche mit Wolle unterlegt.



Sitzt perfekt

SEIT 55 JAHREN BAUT DIE FIRMA RÖÖSLI IM ENTLERBUCH SÄTTEL, DIE REITER WIE PFERDE GLEICHERMANNEN GLÜCKLICH MACHEN. DAS SCHÄTZEN SELBST OLYMPIONIKEN.

TEXT PAULINA SZCZESNIAK FOTOS LEA MEIENBERG

AUCH ein Pferd kann zunehmen. Das ist nicht schlimm, bloss: Will man dieses Pferd reiten, passt sich ein 08/15-Sattel der Veränderung des Tierkörpers nicht an. «Unsere Sättel schon», erklärt Urs Rööslis. «Bei uns sind die Polster nämlich nicht aus Gummi oder Latex, sondern mit stark komprimierter Wolle gefüllt.» Und die kann sich, anders als Kunststoff, ausdehnen und verdichten – und sich so der Oberlinie eines Pferds anpassen.

Das gibts nur bei Rööslis. Die 1965 gegründete, jetzt in zweiter Generation geführte Sattlerei im luzernischen Schachen entwickelte die Methode in den 90ern, als immer mehr Bestellungen aus den USA eingingen. «Westersättel können sie in den Staaten selbst», sagt Urs Rööslis, «aber Dressursättel beziehen sie lieber von da, wo das Dressurreiten herkommt: aus Europa.» Liefert man einen Sattel nach Amerika und etwas stimmt mit der Polsterung nicht, kann man ihn nicht ständig hin- und zurückschicken. Also musste eine clevere Lösung her.

Das zweite, was bei Rööslis anders ist als bei der Konkurrenz: der Service, für den der Chef persönlich ansteht. Ein Glück, ist Urs Rööslis von Natur aus ein Frühaufsteher. An den drei Tagen die Woche, an denen Kundenbesuche anstehen, fährt er um 5.30 Uhr los; 14-Stunden-Schichten sind keine Seltenheit. Am Ziel werden Reiter und Pferd vermessen, Bedürfnisse abgeklärt,

Spezialwünsche notiert. So ein Sattel ist eine Anschaffung für 10, 15 Jahre, da muss alles sitzen. Erst recht, wenn Profis zur Kundschaft gehören wie Olympia-Springreiter Paul Estermann oder Birgit Wientzek Plägi, die diesen Sommer ihren zweiten Schweizer Meistertitel im Dressurreiten geholt hat.

«Unsere Werkstatt ist bekannt für das Austüfteln von Trickli, wo andere nicht mehr weiterkommen, etwa bei einem extrem steilen Pferderist», meint Bruno Egli schmunzelnd. Der Sattlermeister, der fast den gleichen Jahrgang hat wie die Firma, stiess 1987 noch unter Urs Rööslis Vater Fredi dazu. Beides steht auf dem A4-Blatt, das in der kleinen Kaffeeküche an der Wand hängt und Jubiläen und Geburtstage aller zehn Mitarbeiter auflistet. Und Mitarbeiterinnen: Die sind in der Überzahl. Anders als in vielen Handwerksberufen hat man im Sattelbau kein Problem mit der Frauenquote. Liegt an den Pferden, Herr Rööslis? «Bestimmt. Auch unsere Kunden sind zu 90 Prozent Frauen.»

Der Faden kommt von oben

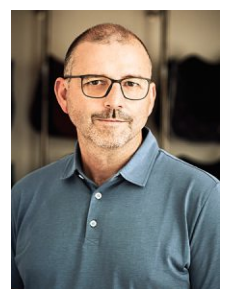
Vielleicht hats auch damit zu tun, dass der Beruf ein ausgeprägtes ästhetisches Empfinden erfordert. Mit der Zeit entwickelte man ein «Gschpür» für Symmetrie und sehe einem Sattel an, obs «verhebet», meint Egli. Kraft braucht es aber auch: Nur einzelne Teile werden mit der Maschine genäht, der grosse Rest von Hand. Beim Festzurren ist ein Knöchelschutz Pflicht; ohne ihn würde der robuste Nylonfaden ins Fleisch schneiden. Aus grossen Spulen baumeln die Fäden von

der Decke, an der Wand stecken dicke Nadeln in Kissen und hängt allerlei Werkzeug: Falzbeine, Halbmondmesser, Zangen, Ahlen, mit denen man Löcher ins Leder sticht. Und wie heisst das pilzförmige Holzding, das man braucht, um Nähte flachzuklopfen? «Klopfer», gibt Bruno Egli amüsiert Auskunft.

Die Sattlerinnen und Sattler stehen entlang der Fensterfront, schneiden Leder zu, fertigen Steigbügelriemen, kleben Pauschen (die Polster vorn an der Satteltasche, die die Knie des Reiters fixieren), tackern Leder am Sattelbaum fest. Dieses hölzerne Skelett eines jeden Sattels ist einer der wenigen Teile, die Rööslis aus dem Ausland bezieht: Die nächste spezialisierte Manufaktur steht in Frankreich. Mittels Polyestergerurten wird das Holz gespannt, dann vorn ein Kopfeisen eingenieter. Die Form von beidem gibt die Anatomie des Pferds vor. Erst, wenn da alles stimmt, kommen die Polster drauf.

All diese Arbeiten laufen parallel ab, konzentriert, aber entspannt; der Sound von Radio DRS3 wird bisweilen vom Sirren der für Sattlerbedürfnisse umfunktionierten elektrischen Mostpresse unterbrochen. Es riecht nach Leder und Leim. 35 Stunden braucht ein erfahrener Handwerker für einen Sattel; ganz am Schluss, im letzten Arbeitsschritt, wird das Firmenlogo mit der kleinen Rose – dem Rööslis – aufgestanzt.

Was ist das Beste am Sattlerberuf? «Wenn ein Tier wieder Freude hat, geritten zu werden», sagt Bruno Egli, während er einen Sattel auf den Holzbock wuchtet. «Weil endlich ein Sattel da ist, der wirklich passt.»



Urs Rööslis

Seit er denken kann, drehte sich in seinem Elternhaus alles «um Rösser, Sättel und ums Geschäft». Trotzdem kam Urs Rööslis, dessen Vater Fredi den Betrieb 1965 gründete, erst über einen Umweg zur Sattlerei: Er lernte Konstruktionsschlosser und baute für den Vater «gelegentlich Sonderanfertigungen, wenn er auf dem Markt nichts Passendes fand». Dann lernte Urs beim Reitsport seine Frau Jasmin kennen, holte mit 25 Jahren doch noch die Sattlerlehre nach – und übernahm den Betrieb. Seither gibts genau eine einzige Woche im Jahr, in der sich bei Rööslis nicht alles um Pferde dreht: «Die Skiferien im Frühling!»

BERAUSCHENDE UTOPIE

DAVID LACHAPELLE GLAUBT ANS
PARADIES, IM DIES- WIE IM
JENSEITS. UND INSZENIERT
BEIDES MIT DER FOTOKAMERA.

TEXT RENATA LIBAL



David LaChapelle in adäquater Umgebung: der venezianische Palazzo, in dem er im Oktober seinen zweiten Lavazza-Kalender präsentierte.

ALOHA. Unter Bäumen stellten sie sich alle im Kreis auf und hielten sich an den Händen, um auf Hawaiianisch zu beten. Dann öffneten sie die Augen – der Fotograf, die Models, die Techniker, die Stylisten – und machten sich an die Arbeit für die 2020er-Ausgabe des Lavazza-Kalenders. Jedes Jahr bietet die italienische Kaffeemarke einen anderen grossen Fotokünstler dafür auf. Heuer fiel die Wahl auf David LaChapelle, seines Zeichens Pop-Ikone – und offenbar auch bewandert in exotischen Gebetstechniken. Er zuckt mit den Schultern: «Ist es nicht normal, dass man vor einem ambitionierten Vorhaben um Segen und Schutz bittet?» Francesca Lavazza, die das Unternehmen in vierter Generation mitführt und auf Hawaii mit dabei war, hat sich bezaubernde Erinnerungen daran bewahrt. «Die Zeit, die wir dort in absoluter Harmonie und Freude verlebt haben, war schlicht einzigartig», erzählt sie. «Erst, wenn man vollständig in dieser üppigen Natur aufgegangen ist, versteht man, wie wichtig es ist, sie zu schützen.»

Nicht immer war der heute 56-jährige David LaChapelle als Öko-Apostel bekannt. Einen Grossteil seiner Karriere verbrachte er pendelnd zwischen New York und Los Angeles. Nachdem er von Andy Warhol persönlich entdeckt worden war, setzte er jahrelang in Szene, was Rang und Namen hatte, von Madonna über Hillary Clinton bis Lady Gaga; immer schön exzentrisch, versteht sich. Ikonisch ist sein Porträt von Eminem, den er – bis auf eine einzige, geschickt platzierte Dynamitstange – nackt ablichtete.

Während LaChapelle im rasenden Takt des Showbiz Werbekampagne um Modestrecke um Videoclip schoss, wurde die Creativ Community seiner Generation von Aids dezimiert. Er selbst blieb verschont, wie durch ein Wunder. Dann, auf dem Höhepunkt seines Ruhms, ging er plötzlich in den hawaiianischen Dschungel ins Exil – und änderte sich dort radikal. Seine Bilder, immer noch extrem inszeniert, sind jetzt Manifeste für die Verbindung zwischen Mensch und Natur. Der kommerziellen Fotografie hat er, mit ganz wenigen Ausnahmen, den Rücken gekehrt. Stattdessen arbeitet er an einem Gesamtwerk, das man als spirituelles Aufgebot bezeichnen könnte: Seine aktuelle Ausstellung in Turin (s. Box) trägt den doppeldeutigen Titel «Atti Divini» («Göttlich Taten/Akte»).

Gerade darum wollte Lavazza ihn haben. Die Firma setzt sich für Fairtrade und einen schonenden Umgang mit Ressourcen ein (wofür sie auch schon ausgezeichnet wurde), und so sollten die Kalenderbilder die Natur in ihrer ganzen Schönheit feiern. Das tun sie auch, oh boy! Wie auf einem Trip durch ein rauschhaftes Paradies, begegnet man juwelenbehängten Vestalinnen, lasziven Faunen, zeremoniellen Tänzen, mythologischer Vegetation... Der Kalender (im Giga-Format, natürlich) wurde im Oktober mit viel Pomp in Venedig vorgestellt – wo man dann auf Vaporettos teils heidnische Göttinnen sah, die direkt den Fotos entspringen sein könnten; nicht zuletzt LaChapelles Muse Daphne Guinness (die im Kalender den Januar ziert). Während der Launch-Party flog eine Fledermaus durchs Palazzofenster und zog zu Electro-Sound unter der Stuckdecke ihr Runden. Fast, als wäre sie bestellt worden...



Räbeliechtli sollen andere schnitzen. Der November im Lavazza-Kalender 2020 geht mehr in die Richtung «fiebrig-fantastische Zeremonie mit ordentlich Glamour»

Wie geht es Ihnen, David?

Blendend! Ich habe soeben den Kalender zum ersten Mal durchgeschaut und bin wirklich hochofren. Als ich ein Kind war, blätterte ich oft in coolen Fotobüchern und träumte davon, Fotograf zu sein. Und nun liegt da ein Objekt vor mir, das genau dieselbe Lust weckt.

Es handelt sich dabei freilich um eine Auftragsarbeit.

Schon. Aber Lavazza ist einzigartig. Seit 1993 schon machen sie diesen irren Kalender mit Leuten wie Helmut Newton, Annie Leibovitz oder Jean-Baptiste Mondino – und sie schenken einem Vertrauen. Sie sind stolz darauf, einem wirklich freie Hand zu lassen. Das ist äusserst selten. Normalerweise schlägt man sich mit einer Horde nervöser Kommunikationsverantwortlicher herum, die einem Marktstudien um die Ohren hauen und alles kontrollieren wollen. Nichts ist tödlicher für die Kreativität. Hier aber haben wir in Harmonie gearbeitet. Kaffee ist ein Produkt, zu dem ich eine starke Beziehung habe – ich trinke Unmengen davon –, und ich schätze die Art und Weise, wie Lavazza mit seinen Produzenten umgeht.

Ihre Interpretation davon ist äusserst farbig, schön kitschig und etwas durchgeknallt ausgefallen.

Ich habe dabei an die Jahreszeiten gedacht, an die Sternzeichen und vor allem an die Rituale, die unser Leben prägen. Ich wollte einen magischen Ort erschaffen, an den man entfliehen will. Das Wasser ist frei von Plastikpartikeln, die Luft frisch, die Pflanzen strotzen vor Leben. Das Paradies, so wie es war, bevor wir es verwüstet haben.

Der Kaffee kommt darin auf eher diskrete Art und Weise vor. Hier eine Tasse, da eine Bohne...

Genau das gefällt mir. Man muss die Dinge nicht wörtlich nehmen. Kaffee ist eine stimulierende Substanz, die in einer Art Ritual konsumiert wird. Dies war die Stossrichtung für meine Arbeit. Ich habe eine Ode an die Freude geschaffen, eine Einladung zum Feiern. Ich habe es sehr geschätzt, dass Lavazza mich die Aufnahmen an meinem Wohnort hat machen lassen, umgeben von Freunden, die ebenfalls auf den Bildern zu sehen sind. Dies brachte für mich grosse Verantwortung mit sich: Sie haben mir so viele Freiheiten gelassen, dass ich ihnen eine wirklich ausgezeichnete Arbeit abliefern wollte. Es war nicht einfach nur ein Job: Ich wollte sie glücklich machen!

Seit 13 Jahren leben Sie zurückgezogen auf einer Farm auf Maui. Wie macht man ein Shooting im tiefsten Dschungel?

Das war ein richtiges Abenteuer. Nur schon, um an diese unglaublichen Kostüme zu kommen! Ich lebe wirklich weit weg von allem... Meine Freunde haben auf meinem Grundstück campiert, drei von ihnen haben in meiner Bibliothek übernachtet, und wir alle haben uns inmitten des Dschungels rein vegan ernährt. Eine Woche lang haben wir in total entspannter Atmosphäre gearbeitet, ein wenig wie in einer neuartigen Hippie-Kommune. Mit dabei war auch Francesca von Lavazza, die eine aussergewöhnliche Person ist: Sie ist vergnüglich, enthusiastisch und gibt sich den Dingen voll und ganz hin. Schon sie allein ist die beste Botschafterin der Marke: «Be happy, drink coffee!»



Ihren ersten Kalender für Lavazza haben Sie 2002 gemacht. Er war voller Schönheiten in lasziven Posen, ausgesprochen erotisch. Was hat sich an Ihrer Sicht auf die Welt verändert?
 Herrje! Die Welt hat sich in den letzten 20 Jahren so unglaublich verändert. Ich habe Mühe, mich zu erinnern... Steven – mein Freund, der uns gegenüber sitzt – war damals noch ein junger Mann. Und ich... Zum Glück entwickelt man sich weiter und wiederholt sich nicht ins Unendliche! Sagen wir es mal so: Ich habe die Balance gefunden. Und gelernt, zu gewissen Dingen Nein zu sagen.

Ihr Fortgang nach Hawaii war eine Zäsur, waren Sie vorher doch ein Star...
 Das war damals ein komisches Jahr. Ich hatte wie ein Verrückter gearbeitet und gerade ein Vermögen mit einem Film verloren, der floppte (*die Doku «Rize» über den Tanzstil Krumping, Anm. d. Red.*). Plötzlich hatte ich das Gefühl, die Welt der Hochglanzmagazine, der Celebrities und der angesagten Musik gesehen zu haben. All das verlor auf einmal seinen Sinn. Da war nichts mehr, was ich noch hätte erreichen wollen, und ich sah keine Zukunft mehr in der Fotografie. Also folgte ich meinem Instinkt. Es war Zeit für etwas Anderes. Seit ich klein war, hatte ich davon geträumt, in einer Hütte im Wald zu leben. Ich erinnere mich, wie ich in jedem Alter – mit 5, mit 18, mit 30 Jahren – für einen Zufluchtsort nah bei Gott in der Natur gebetet habe. Nun habe ich ihn gefunden.

Wieso Hawaii?
 Ich hatte nur eines im Sinn: weit fortzugehen. Es gab eine Zeit, vor 25 Jahren, als ich in New York lebte, da ging ich immer nach Puerto Rico, wenn mich das Bedürfnis überkam, abzuhaufen und im tropischen Wald unterzutauchen. Als ich später nach Kalifornien zog, war der am nächsten gelegene Dschungel auf Hawaii. Also ging ich dort hin. Nur, um in der Nähe von Bäumen zu sein. Und plötzlich stand dieses Grundstück, eine stillgelegte FKK-Siedlung, zum Verkauf. Super, dachte ich mir, da gibt es sicher auch eine Hütte! So war es dann auch. Meine Gebete waren erhört worden. Ich dachte damals wirklich, mit der Fotografie abgeschlossen zu haben und mein Leben fortan als Bio-Landwirt zu verbringen.

Wirklich? Sie bewirtschaften eigenhändig Land?
 Ich habe all die Bäume gepflanzt, die nun ausgewachsen sind – was ein weiteres Wunder ist, denn normalerweise dauert dies 20 Jahre. Wir produzieren Litschis, sieben verschiedene Sorten Avocados, ausserdem halten wir Hühner und Ziegen.

Wenn Sie «wir» sagen...
 ...dann spreche ich von Steven, der diesen Ort bewirtschaftet, und von zwei weiteren Jungs, Ortsansässige, ursprünglich aus den Philippinen. Und von unseren Freunden, die kommen und gehen. Wir sind nicht gerade eine Kommune, aber so was in der Art. Eine Familie.

Am Ende konnten Sie das Fotografieren doch nicht lassen.
 Das war wirklich nicht vorgesehen. Doch dann habe ich realisiert, dass dieser wunderschöne Ort, der für meinen Frieden so wichtig ist, mir einen einzigartigen Rahmen für meine Bilder bietet. Ich habe angefangen, mit Tageslicht statt mit künstlichem Licht im Studio zu arbeiten und diese Freigiebigkeit, diese Üppigkeit in Szene zu setzen. Darauf beruht mein persönliches Schaffen heute.

Kann es sein, dass dieses Schaffen eine leicht metaphysische Richtung eingeschlagen hat?

Malerei inspiriert mich. Die **Sixtinische Kapelle** ist das ultimative Kunstwerk!

Kann man so sagen. Ich kehre zu dem zurück, was mich Anfang der 80er interessierte, bevor ich dem Hochglanzirrsinn verfiel: die Seele, der Geist, das Leben nach dem Tod, religiöse Erfahrungen. Viele meiner Freunde hatten Aids. Heute habe ich bisweilen das Gefühl, die Welt sei an Aids erkrankt. Das Unsichtbare zu fotografieren ist meine Art, dies zu thematisieren.

Ihre Bilder schüren aber nicht gerade die Verzweiflung.
 Nein. Dafür, für die nüchterne Information, gibt es Journalisten, Fotoreporter. Ich spreche eine andere Sprache: Ich nutze Schönheit, um die Aufmerksamkeit der Leute zu erlangen und sie dazu anzuregen, sich Fragen zu stellen. Meine Botschaft ist, dass es Hoffnung und Glückseligkeit gibt, wenn man es schafft, sich vom Materiellen zu lösen. Eine Handtasche kannst du nicht ins Jenseits mitnehmen, sei sie auch noch so teuer. Jetzt, da die Menschheit am Abgrund steht, ist das spirituelle Leben wichtiger denn je.

Sind Sie gläubig?
 Ja, ich war immer schon Christ, aber mein Glaube ist offen. Egal, ob man Katholik oder Buddhist ist, wichtig ist das Gefühl, zu dieser Welt zu gehören, mit der Natur eins zu sein und sich ihr gegenüber respektvoll zu verhalten. Die Botschaft der Liebe steht über allem.

Was macht Ihre Bilder unverkennbar? Wie würden Sie Ihre Bildsprache beschreiben?
 Als Mischung aus Kaffee und Pilzen! (*lacht*)

Ihre Fotos erinnern mehr und mehr an Gemälde...
 Gut möglich! Als Kind wollte ich nämlich auch Maler werden. Sicher, ich liebe die Fotografie und verehere Künstler wie Nan Goldin oder Richard Avedon, aber die klassische Malerei bleibt meine wichtigste Inspirationsquelle. Die Sixtinische Kapelle ist das ultimative Kunstwerk. In meinen Fotos findet man liturgische Kompositionen wie das Abendmahl oder die Kreuzigung Christi... Nur, dass ich beispielsweise das Blut in einen Blumenstrom verwandle. Ich bin aber nie blasphemisch.

Würden Sie sich als militanten Umweltschützer bezeichnen?
 Ich weiss nicht. Ich glaube an Gott, aber nicht wirklich an die Menschheit. Ich glaube nicht, dass wir gegenwärtig die richtigen Entscheidungen für unsere Zukunft treffen. Alles dreht sich nur ums Geld. Und sehen Sie nur den Schwall an Hass und Sarkasmus, den eine Person wie Greta Thunberg über sich ergehen lassen muss! Ich bin schockiert über die Vehemenz der Reaktionen, macht sie doch nichts anderes, als unserer Gesellschaft den Spiegel vorzuhalten. Wir brauchen dringend eine spirituelle Erleuchtung. ☉

EXPLOSIV SPIRITUELL

OBEN
 Kunstgeschichte trifft auf Religion trifft auf Zeitgeist: Wenn David LaChapelle eine «Verkündigung» entwirft (2019, aus der «A New World»-Serie, die aktuell in Turin gezeigt wird), ist Engel Gabriel hip und trägt Maria Afro.

UNTEN LINKS
 Wo zwei genialische Kindsköpfe zusammenspannen, kann ikonische Kunst entstehen: «Eminem: About to Blow» (1999, derzeit in Genf ausgestellt).



ANSEHNLICH

Atti Divini heisst die Schau in der Orangerie des Palasts von Venaria Reale, Turin, die noch bis am 6. Januar 2020 ca. 70 Grossformate von LaChapelle vereint.

Radiance, zu sehen bis am 25. Januar 2020 in der Galerie des Bains in Genf, ist LaChapelles erste Soloschau in der Schweiz. Sie zeigt einen Querschnitt durch sein langjähriges Schaffen.

BVLGARI
ROMA

BVLGARI
MAN
WOOD NEROLI
#CITIZENOFNATURE
BVLGARI.COM





UP IN THE SKY

ES GEHT STEIL
AUFWÄRTS FÜRS
SCHWEIZER MODE-
DESIGN: FÜNF
JUNGE LABELS,
DIE NACH GANZ
OBEN WOLLEN.

FOTOS MATIAS INDJIC
STYLING LÉONORE NOZ



YVY

Kaum hat sie ihr Diplom in Prêt-à-porter-Design in der Tasche, beginnt Yvonne Reichmuth, heftig mit dem Material Leder zu flirtieren. In Florenz holt sie sich das nötige Verarbeitungs-Knowhow und ruft, zurück in Zürich, 2013 das Label YVY ins Leben. Ihre handgefertigten Stücke aus feinstem italienischem Leder wurden seither schon an Monica Bellucci, Mary J Blige und Kristen Stewart gesichtet (letztere trägt das *Snake Shoulder Piece*, eine Art Brusthalter, auf dem Plakat des neuen «Charlie's-Angels»-Films). Da Reichmuth ihr Leder aus der Fleischindustrie bezieht, steht YVY nicht nur für verführerische, sondern auch für verantwortungsvolle Looks.


Cape, Hose und Manschetten aus Lammleder mit Swarovski-Kristallen, Baumwollbluse, Schlüsselanhänger aus Leder, alles **YVY**. Lederstiefeletten, **Navyboot**.



AMORPHOSE

Wenn Giancarlo Bello und sein Team zu Werk gehen, dann in einem stilechten Nähatelier und unter dem Namen Amorphose. Angelehnt an die künstlerische Methode der Anamorphose, bei der ein Bild nur aus einem ganz bestimmten Blickwinkel erkennbar wird, kommen auch die Stücke des 2007 in Lugano gegründeten Labels erst durch den Stil und die Bewegung der Frau, die sie trägt, voll zur Geltung. Der raffinierte Umgang mit Volumina und geometrischen Formen, aber auch die intelligente, weil zweckorientierte Materialauswahl sind die Schlüsselaspekte von Giancarlo Bellos ästhetischer Vision.

Wolljacke *Caryophy*, **Amorphose**.
Ohrclips *Tigris*, **Atelier Swarovski**.



COLLECTIVE SWALLOW

Anaïs Marti und Ugo Pecoraio wirken von Basel und Berlin aus. Unter einem Label, das ein Mischding zwischen Gastronomie und Mode ist: Collective Swallow. Die vom Streetwear geprägte Marke steht für zeitlose Unisexmode – mit Stücken, die witzigerweise von traditionellen Schweizer Gerichten inspiriert sind. Materialien und Volumina werden kühn, aber präzise gemischt, mit einem ordentlichen Schuss Originalität als Geheimzutat. Am Ende kommt so, wie beim Kochen, ein Produkt heraus, das visuell wie sensorisch ein Erlebnis ist. Da läuft uns doch fast das Wasser im Mund zusammen.

Zweiteiler *Meringue*, **Collective Swallow**. Ohrhinge und Oberarmreif *Fluid Azzurro*, **Atelier Swarovski**.

MODE

JULIAN ZIGERLI

Bekannt geworden dank seiner in Kollaboration mit Künstlern entwickelten Prints, ist Julian Zigerli heute Teil der internationalen Szene: mit Shows in Paris, Mailand, New York, sogar in Peking und Seoul. Technisch und sehr modern, stehen seine Entwürfe der Welt der Kunst nah. Sie zu tragen macht gute Laune, denn sie sind humorvoll, positiv und farbenfroh; ausserdem schafft Zigerli es, jede Kollektion aufregend einzigartig zu gestalten. Sein Style, der sich nicht um Normen schert, macht vor, wie keck, ja wagemutig Schweizer Mode sein kann. Kein Wunder, ist er das Aushängeschild ihrer neuen Generation.

Grobmaschiges Netztop aus Swarovski-Kristallen auf Wildleder mit verstellbarem Verschluss am Rücken, **Julian Zigerli**.
Ohrringe *Penélope Cruz Moonsun*, **Atelier Swarovski**.

Fotoassistentz Kendra Mandini
Haare / Make-up Emmanuel Florias
Model Michela Obletter
Produktion Endrit Nurcaj
Art Direction Géraldine Dura
Grossen Dank an Téléverbier!

DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT MIT SWAROVSKI.



Style dir, Helvetia

SIE SIND JUNG, DIE NEUEN SCHWEIZER MODEMACHER, SIE WAGEN WAS – UND SIE MACHEN INTERNATIONAL KARRIERE. ZUM BEISPIEL DANK SWAROVSKI.

TEXT DIE REDAKTION

SWISS FASHION DESIGN. Es ist noch nicht lang her, da klang diese Wortkombination wie ein Widerspruch. Klein und vernünftig, wie die Schweiz ist, zudem weit weg von jeglichem Grossstadtgetöse, schien sie für innovative Mode kein fruchtbarer Boden. Doch siehe da: Plötzlich schiessen aus selbigem junge Talente. Zum Beispiel in Basel, am Institut für Mode-Design an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW), oder in Genf, an der Haute École d'art et de design (HEAD). Letztere hat es geschafft, ein internationales Partnernetzwerk aufzubauen; ihre jährliche Fashion Show wird europaweit beachtet. Gleich mehrere Alumni sind in Kreativteams grosser Häuser – Chanel, Moschino, Dior – untergekommen. Im Label Eponyme des Wallisers Kévin Germanier spaziert sogar Rihanna herum. Und seit es die Plattform Mode Suisse gibt, 2011 von Yannick Aellen gegründet, ist der hiesige Nachwuchs nochmals ein Stück sichtbarer geworden.

Es war dieser neue Elan, der den österreichischen Kristallhersteller Swarovski 2017 dazu bewegt hat, junge Schweizer Modeschöpfer zu fördern. In jenem Jahr gewann HEAD-Absolventin Vanessa Schindler den Publikumspreis des internationalen Modedefestivals von Hyères; 2018 traten Julia Seemann und Claudia Bertini am Vogue-Salon an der Berlin Fashion Week auf. Sie alle spannen heute mit Swarovski zusammen. «Es ist eine grosse Freude, mit solch enthusiastischen Persönlichkeiten zu arbeiten», sagt Nadja Swarovski, Urenkelin des Firmengründers und erste Frau im Verwaltungsrat. «Kévin Germanier zum Beispiel setzt sich aus tiefster Überzeugung für nachhaltigen Luxus ein. Indem er unsere Kristalle verarbeitet, hilft er mit, die Mode in einen geschlossenen Kreislauf umzuwandeln.»

Glamour und Nachhaltigkeit: Das sind die beiden Pfeiler, auf die das weltweit führende Unternehmen für Kristallschmuck baut. Glamour in Form von festlichen Roben (von den regenbogenfarbigen Aurora-Borealis-Kristallen, die in den 50er-Jahren Diors «New Look» zierten, über das legendäre kristallbesetzte Kleid, in dem Marilyn Monroe Präsident Kennedy ein Geburtstagsständchen sang, bis hin zu den jüngsten Würfen angesagter Designer wie Mary Katrantzou). Und Nachhaltigkeit als Garantie dafür, dass die Kristalle fair und umweltschonend hergestellt wurden.

Über 150 Designer haben schon von der Unterstützung des «Swarovski Collective» profitiert; zu den Schulen, die Kollaborationen anstreben, gehören die Parsons School of Design (NY), das Lasalle College of the Arts (Singapur) und das Central Saint Martins College of Art and Design (London). ●



JULIA SEEMAN

Einfach nur Kleidung? Nicht doch. Die Zürcherin Julia Seemann – inspiriert von den 90s, vom Hip-Hop und Pop – versteht ihre Mode als Teil der Geschichte: aktuell, aber eben auch zeitlos. So, wie Musik, Kunst und Subkultur gesellschaftliche Phänomene zugespitzt und teils kontrastreich spiegeln, gehen bei Seemann schnörkellose, elegante Formen Hand in Hand mit kräftigen Farben und Prints. Ein Lobgesang auf die Harmonie entgegengesetzter Kräfte!

Trägerkleid *Elf* aus Satin mit Schmetterlingsmotiv aus Swarovski-Kristallen. Seidenpulli, Ohrringe *Spirale* mit Swarovski-Kristallen, alles **Julia Seemann**. Sonnenbrille *Batcaver*, **VIU x Julia Seemann**. Stiefeletten aus dem Privatbesitz der Designerin.

Nachhaltigkeit? Mehr als ein Trend, sagt Nadja Swarovski

Wann erwachte Ihr persönliches Interesse für Mode?

In meinen Zwanzigern arbeitete ich in New York für Missoni. Dort hatte ich diesen Aha-Moment: Ich begriff, dass auch unser eigenes Familienunternehmen ein reiches Erbe in Sachen Mode besitzt – und dass ich einen Beitrag dazu leisten will, dieses für neue Generationen weiterzuentwickeln.

Wie wählen Sie die Designer aus, mit denen Sie zusammenarbeiten?

Unsere Marke liefert eine «Zutat» für die Luxusindustrie, seit es die Haute Couture gibt. Anfang des Jahres wurde uns gar die Ehre zuteil, zum Lieferanten Ihre Majestät Queen Elizabeth II. ernannt zu werden. Unter den aufstrebenden Talenten versuchen wir, jene zu identifizieren, die innovativ sind und den Willen zeigen, über die Grenzen der üblichen Verwendung von Kristallen hinauszugehen.

Welches ist Ihrer Ansicht nach der wichtigste Trend in der aktuellen Mode?

Die Nachhaltigkeit – wobei sie mehr als nur ein Trend ist. Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen in unserem Unternehmen begann im Jahr 1895, als mein Urgrossvater Daniel Swarovski die Firma ins Leben rief. Es ist ermutigend, dass diese Thematik auch junge Modeschöpfer umtreibt und ihnen nachhaltiges Handwerk, nachhaltige moderne Technologien am Herzen liegen.



Und wer ist Ihr Lieblingsdesigner?

Ich bleibe dem Stil von Alexander McQueen treu. Er war der erste Modemacher, mit dem ich vor 20 Jahren zusammenarbeitete, und er war ein wahrer Visionär. Ich halte die Stücke, die ich damals von ihm gekauft habe, noch heute in Ehren und bin beeindruckt davon, wie Sarah Burton sein Erbe hochhält.

Overknee-Stiefel Alex aus Leder, **Alexandre Vauthier**, 1215 Fr.



Overknee-Stiefel Olivia aus Leder, **Amina Muaddi**, 1085 Fr.



Overknee-Stiefel Elephant aus Leder, **Unravel Project**, 1.327 Fr.



Overknee-Stiefel GG Rouge aus Leinen, **Gucci**, 1.560 Fr.



Übers Knie

ES GIBT NUR EINE ANTWORT AUF KALTE BEINE: HEISSE STIEFEL. OVERKNEE, NATÜRLICH.

AUSWAHL LÉONORE NOZ

Overknee-Stiefel Kiki aus Metallic-Leder, **Saint Laurent**, 1649 Fr.



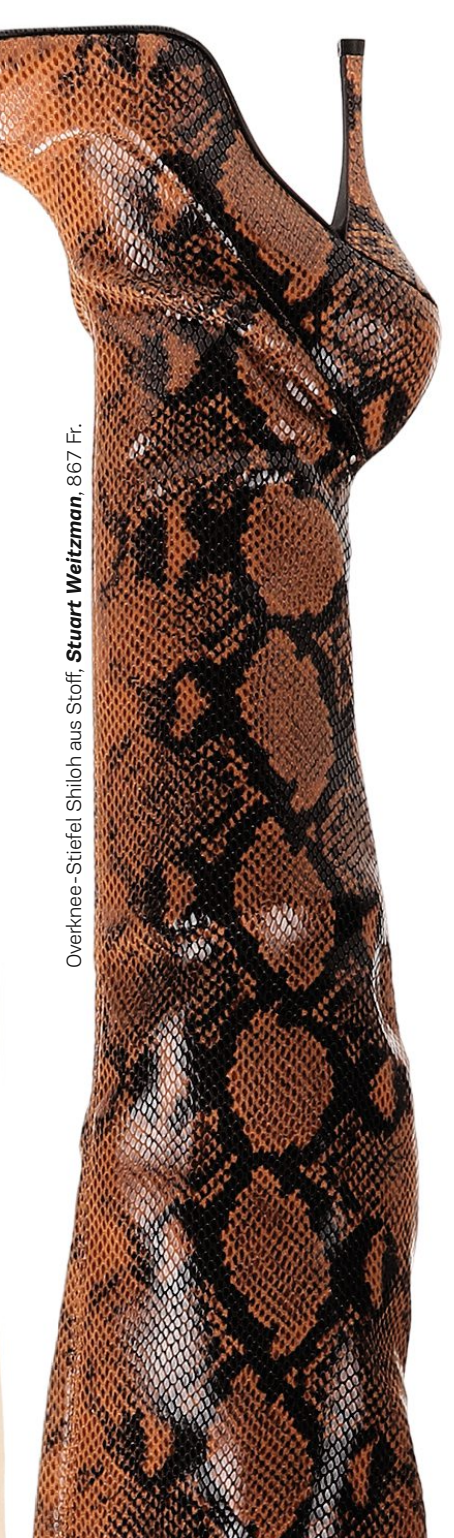
Overknee-Stiefel 85 aus Vinyl, **Gianvito Rossi**, 1.132 Fr.



Overknee-Stiefel aus Leder, **Proenza Schouler**, 1.352 Fr.



Overknee-Stiefel Shloh aus Stoff, **Stuart Weitzman**, 867 Fr.



FUNKELND BLAU

Kann man sich die Milchstrasse ans Handgelenk holen? Man kann! Mit einem Zifferblatt aus blauem Aventurin, der gleichsam den Sternenhimmel unterm Uhrenglas einfängt. Das funkelnde Material, das den Blick magisch anzieht und stets zu einem kleinen Tagtraum verführt, hat eine entzückende Entstehungsgeschichte, die ins Venedig des 17. Jahrhunderts zurückführt: Damals sollen, so die Legende, einem Glasbläser auf Murano aus Versehen – a l'avventura – Kupferspäne in die Schmelze gefallen sein. Ein glücklicher Unfall, darf man heute sagen, erfreut sich das Glitzerglas in der Folge doch derartiger Beliebtheit, dass sein Name irgendwann auch auf den Glimmerquarz überging. Und wie oft kommt es schon vor, dass die Kunst der Natur den Takt vorgibt?

Nun hat sich auch Audemars Piguet dieses ausserordentlichen Materials angenommen. Beim neuesten Modell der Millenary-Kollektion rahmt die ovale Lünette zwei blaue Aventurinscheiben (eine grosse für die Stunden- und Minutenanzeige, eine kleine für die Sekunden), die beide über dem sichtbaren Uhrwerk zu schweben scheinen. Die Millenary war, als sie 1995 auf den Markt kam, eigentlich als Herrenuhr konzipiert worden. Doch da die Linie nicht nur technisch, sondern auch optisch raffiniert daherkam, liess das erste Damenmodell nicht lang auf sich warten (1998). Bis heute ist die Millenary die perfekte Begleiterin jeder Frau mit Geschmack und Durchsetzungskraft. Was nicht heisst, dass die Trägerin nicht bisweilen ein wenig träumen darf: Dank der unlängst mit der Florentiner Juwelierin Carolina Bucci entwickelten Frosted-Gold-Methode, die dem «Sternenstaub» des Aventurins ein Diamantenstaubfinish verpasst, ist der Himmel schliesslich zum Greifen nah...

Uhr: Millenary Frosted mit Aventurin-Zifferblatt, Gehäuse aus 18-Karat-Weissgold mit Frosted-Gold-Finish, Weissgoldarmband in Webtechnik, **Audemars Piguet**.

Outfit: Abendkleid aus Satin, **Saloni** (bei Bongénie-Grieder).

UNTERWEGS



Innen pink, aussen Abendrot: Im Skyspace Lech im Arlberg ist auch der Blick nach draussen berausend.

10

MAL WIE ERLEUCHTET

SEIT 50 JAHREN SCHAFFT
US-KÜNSTLER JAMES TURRELL
MIT LICHT UND FARBE
EINZIGARTIGE KRAFTORTE.

TEXT **RENATA LIBAL**



1 Österreich Kapelle für Gipfelstürmer

Der Ort Auf 1780 Meter überm Meeresspiegel steht ein beinahe perfekt geformter Kegel. Bei einer Wanderung in der Region soll James Turrell dem Bergpanorama hoch über Lech am Arlberg verfallen sein: Hier ist die Luft glasklar und sind die Nächte tiefschwarz – weil die umliegenden Gipfel jegliche störenden Lichteinflüssen abschirmen.

Das Kunstwerk Wie eine Bergkapelle wurde dieser Skyspace 2014 auf einer natürlichen Anhöhe gebaut. Er verschmilzt fast mit der Landschaft, ist über einen engen, 15 Meter langen Tunnel zugänglich – und bietet bei Sonnenaufgang wie -untergang während rund 50 Minuten ein regelrechtes Lichtspektakel.

Gut zu wissen Diese Gegend flirtet gern mit der Kunst! Bereits 2010 liess das Kunsthaus Bregenz für das Projekt «Horizon Field» ganze 100 menschengrosse Eisenfiguren des britischen Bildhauers Antony Gormley auf der Anhöhe installieren. Stehen geblieben ist nur eine Einzige. Wer findet sie?

Oberlech Tannegg, Lech am Arlberg. Saisonal wechselnde Öffnungszeiten, siehe www.skyspace-lech.com

2 Norwegen In bester Gesellschaft

Der Ort Auf einem Hügel über Oslo hat Christian Ringnes, Kunstsammler und Philanthrop, 2013 einen 25 Hektaren grossen Park anlegen lassen, in dem er Werke renommierter Künstler wie Marina Abramović oder Jenny Holzer, aber auch solche von Rodin oder Maillol einbetten liess. Die Sammlung befindet sich mitten im Grünen, ist permanent zugänglich – und wird jedes Jahr um ein bis zwei Stücke erweitert.

Das Kunstwerk Turrell hat sich hier eines alten Wasserreservoirs angenommen, um uns über den Einfluss von Farbe auf unsere Raumwahrnehmung sinnieren zu lassen: Die Wände lösen sich gleichsam auf, der Raum erscheint endlos. Das Werk «Ganzfeld: Double Vision» wird von einem Skyspace namens «The Colour Beneath» ergänzt. Im Land der Nordlichter ist der Dialog zwischen Natur und Täuschung hoch faszinierend.

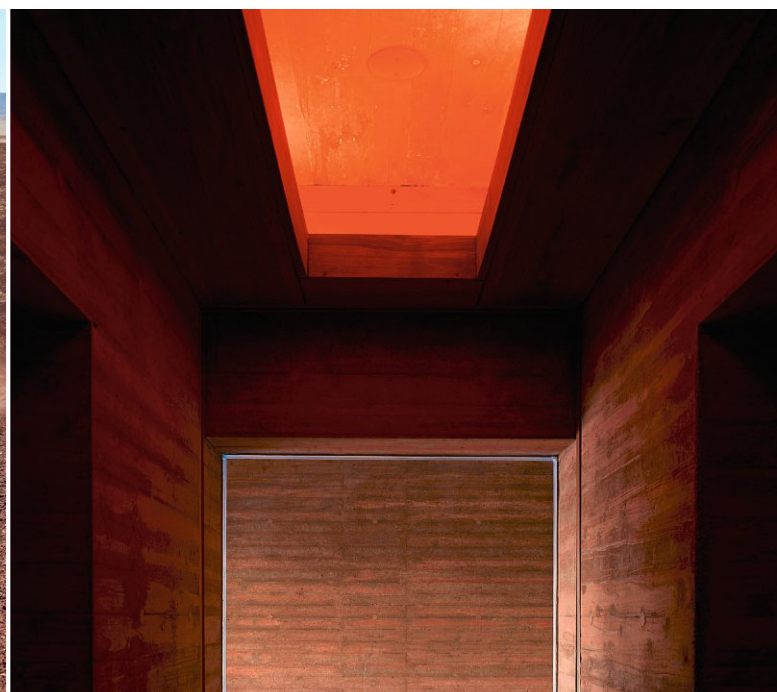
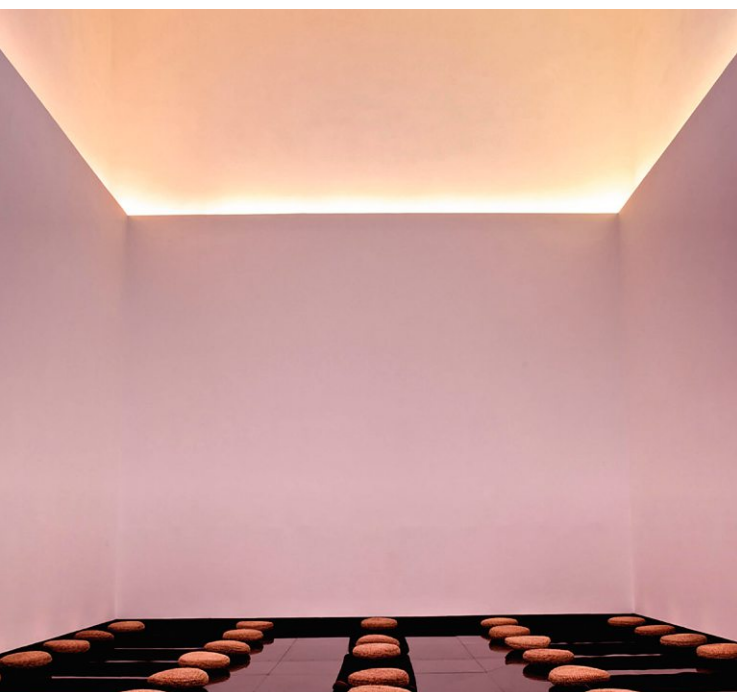
Gut zu wissen Ab Frühling 2020 wird man von hier direkt ins neue Munch-Museum gelangen: via Seilbahn! **Ekebergpark, Kongsveien 23, Oslo. Turrells Werk ist von 11 bis 16 Uhr zugänglich, Eintritt frei. ekebergparken.com**

3 Argentinien Durch den Tunnel zum Wein

Der Ort Das Weingut Colomé in der Region Cafayate, auf 2300 bis 3111 m ü. M., gehört zu den höchstgelegenen der Welt. 1831 gegründet, ist es zudem das älteste auf den Hochebenen der argentinischen Anden. 1998 hat das Schweizer Unternehmerpaar Ursula und Donald Hess das für seine hochklassigen Weine renommierte Gut übernommen; 2009 haben die beiden leidenschaftlichen Kunstsammler dort einen regelrechten James-Turrell-Tempel eröffnet.

Das Kunstwerk Auf über 1700 m² erstrecken sich neun durch einen Tunnel verbundene Lichträume: Ein von Turrell selbst entworfenes Museum, das rund 50 Jahre seines Schaffens in Szene setzt – und ein Technicolor-Kaleidoskop, das einen jedes Zeit- und Raumgefühl verlieren lässt.

Gut zu wissen Das auf dem Gut gelegene Boutique-Hotel bietet neun Zimmer mit Blick in die Natur. Wer hier, mit einem Glas Altura Máxima in der Hand, einen Sonnenuntergang erlebt, vergisst das nie wieder. **Bodega Estancia Colomé, Ruta Provincial 53, km 20, Molinos, Salta. ab 200 Fr., www.bodegacolome.com**



4 China Stiller Kubus in der Millionenstadt

Der Ort Mitten in Peking, nur einen Steinwurf von der Verbotenen Stadt entfernt, steht der über 600 Jahre alte Dong-Jingyuan-Tempel. Umsichtig zum Kulturzentrum umgestaltet (auf Initiative des belgischen Unternehmers und Sammlers Juan Van Wassenhove und unterstützt von den Filmstars Li Chow und Lin Fan), verschränkt er historische Elemente mit zeitgenössischer Architektur und bietet ein dichtes Ausstellungsprogramm.

Das Kunstwerk Im «Gathered Sky» – der nüchternen Kubus ist der einzige Skyspace in China – streckt man sich auf einer Matte aus, bettet den Kopf auf ein Kissen und gibt sich eine Stunde lang dem Pekingener Himmel hin. Das Erlebnis wird musikalisch untermalt... und wer die Ohren spitzt, hört vielleicht sogar Vogelgezwitscher.

Gut zu wissen Der Komplex umfasst auch ein Teehaus, das Concept Store und Restaurant in einem ist. Man verweilt mit Blick auf ein Meer aus alten Häuserdächern... Eine Oase inmitten der Millionenstadt. **The Temple Hotel, Dongcheng District, Peking. «Gathered Sky» ist donnerstags bis sonntags zum Sonnenuntergang geöffnet, Eintritt ca. 20 Fr. www.thetemplehotel.com**

5 USA, Arizona Utopie im Vulkan

Der Ort Mitten in der Wüste von Arizona, einer Region, die auch Painted Desert genannt wird, erhebt sich der Krater eines erloschenen Vulkans. Anfangs der 1970er verbringt Turrell hier eine Nacht unter freiem Himmel – und hat eine Eingebung. Er macht sich unermüdlich daran, Land zu erwerben, und beginnt 1977 mit dem Bau einer teils unterirdischen Siedlung.

Das Kunstwerk Dies soll die Krönung von Turrells Schaffen werden: An einem Ort, wo die Nacht nicht dunkler sein könnte, will er zu Betrachtung und Selbstbetrachtung einladen. Der umgebaute Vulkanbauch beherbergt ein Tunnelnetz, das bisher nur wenigen Privilegierten zugänglich war. Dereinst – man rechnet mit einer Bauzeit von noch fünf Jahren – soll die fertige Siedlung 21 Kapseln umfassen, die es erlauben, die Veränderung des Lichts bei Tag wie bei Nacht zu verfolgen... mit der Wintersonnenwende als Höhepunkt.

Gut zu wissen Anfang Jahr spendete Kanye West 10 Millionen Dollar, damit das Projekt endlich vollendet werden kann. Zudem bringt er diese Tage einen Film heraus, der vor Ort spielt («Jesus Is King»). **Roden Crater, bei Flagstaff, Arizona. www.rodencrater.com**

6 Japan Meditation im Schneegestöber

Der Ort Der Pavillon mit seiner traditionellen Holzarchitektur ist weniger ein Hotel als vielmehr ein Ort der Meditation, den sich Turrell im Jahr 2000 als Hommage an Junichiro Tanizakis Essay «Lob des Schattens» ausgedacht hat. Entstanden im Rahmen der ersten Kunsttriennale in der Region Echigo-Tsumari, liegt das «House of Light» in der Nähe der Stadt Tokamachi, die für ihre bitterkalten, schneereichen Winter bekannt ist – was die hohe Treppe zum fast drei Meter über Boden errichteten Bau erklärt.

Das Kunstwerk Man mische die schlichte japanische Ästhetik mit Farbe, die die Sicht auf die Dinge ändert (etwa jene Glasfaser, die das Badewasser erleuchtet) – fertig ist das jeweils bei Sonnenaufgang und -untergang von einer Lichtchoreografie belebte «House of Light». Das Dach des Hauptraums kann zurückgeschoben werden, um – je nach Jahreszeit – im Sonnenlicht oder im Schneegestöber zu schwelgen.

Gut zu wissen Hier soll man die Erfahrung mit anderen teilen. Das gilt auch für die gelieferte Mahlzeit. **Hikari No Yakata, Nacht ab 230 Fr., Besuche 11.30-15 Uhr. 15 Min. Autofahrt ab Bahnhof Tokamachi. hikarinoyakata.com**



7 Schweiz Schlossturm im Lärchenwald

Der Ort An einem Sonnenhang im Engadiner Nationalpark thront seit 1913 das Hotel Castell. 2004 komplett renoviert, vereint der eigensinnige Bau heute den Charme von Stuckdecken mit zeitgenössischem Design. Zahlreiche Kunstschaffende haben am Gesamtbild mitgewirkt, etwa Pipilotti Rist mit der Roten Bar. Die Sammlung von Besitzer Ruedi Bechtler, die es zu besichtigen gibt, genießt hohes Ansehen – weltweit.

Das Kunstwerk Der Skyspace «Piz Uter» ist ein zum Himmel geöffneter, gemauerter Zylinder. Vom Hotel aus gelangt man über einen Meditationsweg zu diesem scheinbar alten Turm, wo man auf einer Betonsitzbank den Himmel sowie, durch seitliche Öffnungen, die Lärchenlandschaft ringsum bestaunt.

Gut zu wissen Liebe Romantiker: Nach dem Skifahren könnt ihr auf der schlosseigenen Eisbahn ein paar Runden in märchenhaft verschneiter Landschaft drehen. Und danach? Ein Dinner bei Kerzenschein...
Hotel Castell, Zuoz, ab 225 Fr. Eröffnung der Wintersaison am 13. Dez., geführte Kunstbesichtigungen (auch für Auswärtige, auf Reservation) jeden Do, 17 Uhr. hotelcastell.ch

8 USA, Ohio 7000 LEDs im Gewächshaus

Der Ort Auf den ersten Blick ein botanischer Garten wie viele andere auch: solide Nadelbaumsammlung, tropische Pflanzen, Gemüseanbau-Kurse. Da ist aber noch mehr! Die Stadt Columbus im US-Bundesstaat Ohio hat unlängst viel Geld investiert, um ihr grünes Juwel zu einem Begegnungsort und Kulturzentrum mit Interventionen diverser zeitgenössischer Künstler zu machen. Es hat sich gelohnt: Der 1895 angelegte Garten taucht plötzlich als Hotspot auf der Landkarte hipper Kunstliebhaber auf.

Das Kunstwerk Turrells «Light Raiment II» aus dem Jahr 2008 ist sozusagen die Galionsfigur der kulturellen Ambitionen des Franklin-Parks: Jeden Abend tanzen mehr als 7000 computergesteuerte LEDs über die viktorianische Struktur des altherwürdigen John E. Wolfe Palm House.

Gut zu wissen Die Gewächshaus-Terrasse ist ein beliebter – und gediegener – Ort für Openair-Konzerte. Franklin Park Conservatory and Botanical Gardens, Columbus, Ohio. Täglich 10-17 Uhr, Eintritt 19 Dollar. www.fpconservatory.org

9 Deutschland Kapelle mit Geschichte

Der Ort Wer über den Friedhof Dorotheenstadt in der belebten Berliner Mitte schlendert, spaziert gleichsam durch die deutsche Geschichte: Hier liegen Bertolt Brecht, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Rosa Luxemburg... Die ursprünglich von 1928 stammende Friedhofskapelle wurde nach den Bombenangriffen zum Kriegsende schlicht und hell wiederaufgebaut.

Das Kunstwerk Die biblische Idee von Gott als Quelle des Lichts wurde schon in gotischen Kirchen vermittelt, indem die Sonne durch die farbigen Fenster drang und die Steinmauern erleuchtete. In Turrells «Luther's Light» (2015) sind es elf verschiedene, aufeinander folgende Farbtonkombinationen, die den Raum fluten und die Architektur scheinbar auflösen.

Gut zu wissen In Turrells Lichtraum finden regelmässig Lesungen zum Thema «In der Farbe gehen» statt – die nächste am 7. Dezember, mit dem bildenden Künstler Nikolaus Koliussis.
Friedhof Dorotheenstadt, Chausseest. 126, Berlin.
Nur geführte Touren: Fr-Mo, jeweils eine halbe Stunde vor Sonnenuntergang, 10 Euro. Genaue Zeiten unter evfbs.de



«Meine Arbeit kennt weder Objekt noch Bild noch Fokus. **Was also sieht man sich an?** Man sieht sich selbst sehen!»



Seit den späten 1960ern spürt James Turrell den Empfindungen nach, die Farblichte effekte bei Menschen auslösen.

10 Griechenland Privatpool und Privathimmel

Der Ort Der exquisite Hotelkomplex gehört zur Aman-Kette – was ihn ganz oben auf so manche Luxusferien-To-do-Liste katapultiert. Auf einen Felsvorsprung des östlichsten Peloponnesfingers gebaut, unweit der Stadt Porto Heli und antiker Ruinen, bietet er eine 360-Grad-Sicht auf Olivenhaine, Meer und Nachbarsinseln.

Das Kunstwerk Es ist die Villa 31, die ein kleines grosses Geheimnis birgt! Nachdem man seinen Blick den lieben langen Tag übers kristallklare Wasser der Ägäis und den 22 Meter langen Privatpool hat schweifen lassen, kann man als glücklicher Bewohner dieser Villa die Augen auch noch gen Himmel richten: Die Installation «Sky Plain» – ein mit dunklem Marmor verkleideter, sechs auf sechs Meter grosser Pavillon mit einer grossen Öffnung im Zenit – rahmt ein hübsches Stück davon. So, dass man das Gefühl hat, mit den Sternen allein zu sein. Mehr Luxus geht nicht.

Gut zu wissen Der einzige Skyspace der Mittelmeerregion steht auch anderen Gästen des Amanzoe offen: als Krönung eines Dinners unter freiem Himmel.
Amanzoe Hotel Resort, Argolida, Griechenland. Ab 2600 Fr. für die Villa 31. www.aman.com/resorts/amanzoe

James Turrells Lichtkunst: Unfassbar spektakulär

Was ist es, das an den Werken von James Turrell so begeistert? Vielleicht – vermutlich – die Art, wie sie einen berühren. Bewegen. Egal, woher man kommt, welcher Generation man angehört oder wie gebildet man ist, wer sich in Turrells Universum aus Licht und Farbe begibt, erlebt etwas Intimes, Meditatives.

Die berühmteste Werkserie des Amerikaners – die Skyspaces, schlichte (Farb-)Räume mit einer Öffnung im Zenit – betritt man wie eine Kirche, um sich in der Tiefe eines gerahmten Stückes Himmel zu verlieren. Mal setzt Turrell auf natürliches Licht, mal – und häufiger – auf

ein Zusammenspiel farbiger LEDs, welche die Wahrnehmung schärfen oder bewusst verfälschen.

Tönt simpel, ist es aber nicht: Jede Installation ist bis ins Detail durchdacht, so, dass die Gegebenheiten ihres Standorts optimal genutzt werden. Trotzdem erlebt jeder und jede das «Eintauchen» ins Werk anders. «Meine Arbeit kennt weder Objekt noch Bild noch Fokus», sagt Turrell. «Was also sieht man sich an? Man sieht sich selbst sehen! Mir liegt daran, eine Denkerfahrung zu ermöglichen – ganz ohne Worte.»

Turrells Leidenschaft für Licht begann mit seiner Entlassung aus

der Haft, die er 1967 (für anti-militärischen Aktivismus) isoliert und im Dunkeln verbringen musste. Heute – im nächsten Mai wird Turrell 77 Jahre alt – weiss er seine Werke in namhaften Museen rund um den Globus. Aber lieber noch bettet er sie ausserhalb des institutionellen Rahmens ein, in der Natur oder im Zusammenspiel mit Architektur.

Gegenwärtig findet man rund 80 Skyspaces in 29 Ländern. Nur am Roden Crater in der Wüste von Arizona, zweifellos sein Meisterwerk Nummer 1, feilt er immer noch herum. Seit mittlerweile 40 Jahren. Gut Ding will eben Weile haben.

Schwarz malen

SMOKEY EYES KOMMEN NICHT AUS DER MODE.
ABER MAN DARF SIE JETZT ETWAS VERSPIELTER ANGEHEN.

TEXT KATRIN ROTH



STARKE Brauen, expressive Lidstriche, üppige Wimpern und Smokey Eyes in allen Variationen: Nimmt man die Beauty-Looks an den Fashion Weeks von New York, London, Mailand und Paris als Trend-Barometer, spielt Schwarz diesen Winter nicht nur in der Mode, sondern auch beim Augen-Make-up eine zentrale Rolle. «Schwarz ist die fundamentale Farbe, die zu allen Augenfarben passt», bestätigt Abdellah Zouitina, National Make-up Artist von YSL Beauty, der in diesem Zusammenhang allerdings weniger von einem Trend als vielmehr von einem wiederkehrenden Statement sprechen möchte. «Alle grossen Designer setzen auf Schwarz: Es ist der Inbegriff von Raffinesse.»

Das gilt insbesondere für das Haus Chanel, dessen legendäre Begründerin mit dem «kleinen Schwarzen» eines der berühmtesten Kleidungsstücke der Modegeschichte schuf – und so, nebenbei, Schwarz, das früher für Traueranlässe reserviert war, salonfähig machte. Der Kontrast von Schwarz und Weiss ist es denn auch, den Lucia Pica, Global Creative Make-up and Color Designer bei Chanel, als Basis für die aktuelle Winterkollektion gewählt hat, welche den Fokus auf die Augen legt. «Ich bringe nichts so stark mit Gabrielle Chanel in Verbindung wie Schwarz und Weiss. Das gegensätzliche Duo erinnert mich an ihre Epoche, denn es hatte eine Schlüsselrolle in ihren Entwürfen und in ihrer eigenen Garderobe», so Pica.

Auch bei Dior hat Schwarz Tradition. National Make-up Artist Michelle Fischer: «Christian Dior war überzeugt, dass Schwarz eine der elegantesten Farben ist.» Vor allem in Bezug auf Make-up, so Fischer, sei aber ein spielerischer Umgang damit wichtig. «Haben Sie keine Angst, dunkle Nuancen mit einem Hauch von Farbe zu kombinieren.» Smokey Eyes sehen frischer aus, wenn man die Wasserlinie mit einem hellen Kajal – z.B. in Himmelblau oder Limettengrün – betont. Wem das zu gewagt sind, dem rät Fischer zu einer reduzierten Version des Smokey-Eye-Looks: «Schon ein gut verblendeter Lidstrich kann in Kombination mit kräftig getuschten Wimpern die Augen betonen, ohne dass es gleich dramatisch aussieht.»

Diskretion, bitte!

Ein Muss bei dunkel geschminkten Augen: ein perfekter Teint. Lisa Bruin, International Make-up Artist bei Smashbox, erklärt: «Ein dunkler Lidschatten verstärkt optisch die Schatten im Gesicht.» Zum Neutralisieren empfiehlt die Expertin Primer und Concealer mit farbkorrigierenden Eigenschaften. Ausserdem – da sind sich alle Profis einig – sollte das übrige Styling diskret ausfallen. Eine natürliche Frisur sowie Lippen in Nude oder zartem Rosé bilden die ideale Ergänzung zu stark betonten Augen. Denn nur so kommt die Farbe Schwarz perfekt zur Geltung, als Basis für ein Make-up, das je nach Anlass elegant, verrückt, streng, sexy, klassisch, weiblich oder rockig aussieht – aber immer: raffiniert. ☉



V.l.n.r.: So Intense Eyeliner, **Sisley**, mit besonders weicher Filzspitze, ca. 60 Fr.; Stylo Yeux Waterproof, in den Nuancen blanc graphique und noir intense, **Chanel**, ca. 40 Fr./Stück; Waterproof Pencil, **Clarins**, mit Schwämmchen zum Verwischen und integriertem Spitzer, ca. 25 Fr.; Couture Kajal, **Yves Saint Laurent**, 3 in 1: Kajal, Eyeliner und Lidschatten, ca. 40 Fr.; horizontal: High-Pigment Longwear Eyeliner, wasserfest, cremig-weiche Textur, **Nars**, ca. 30 Fr.

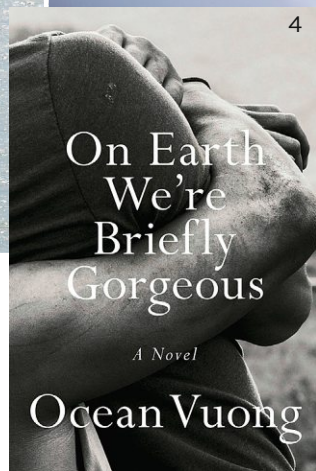
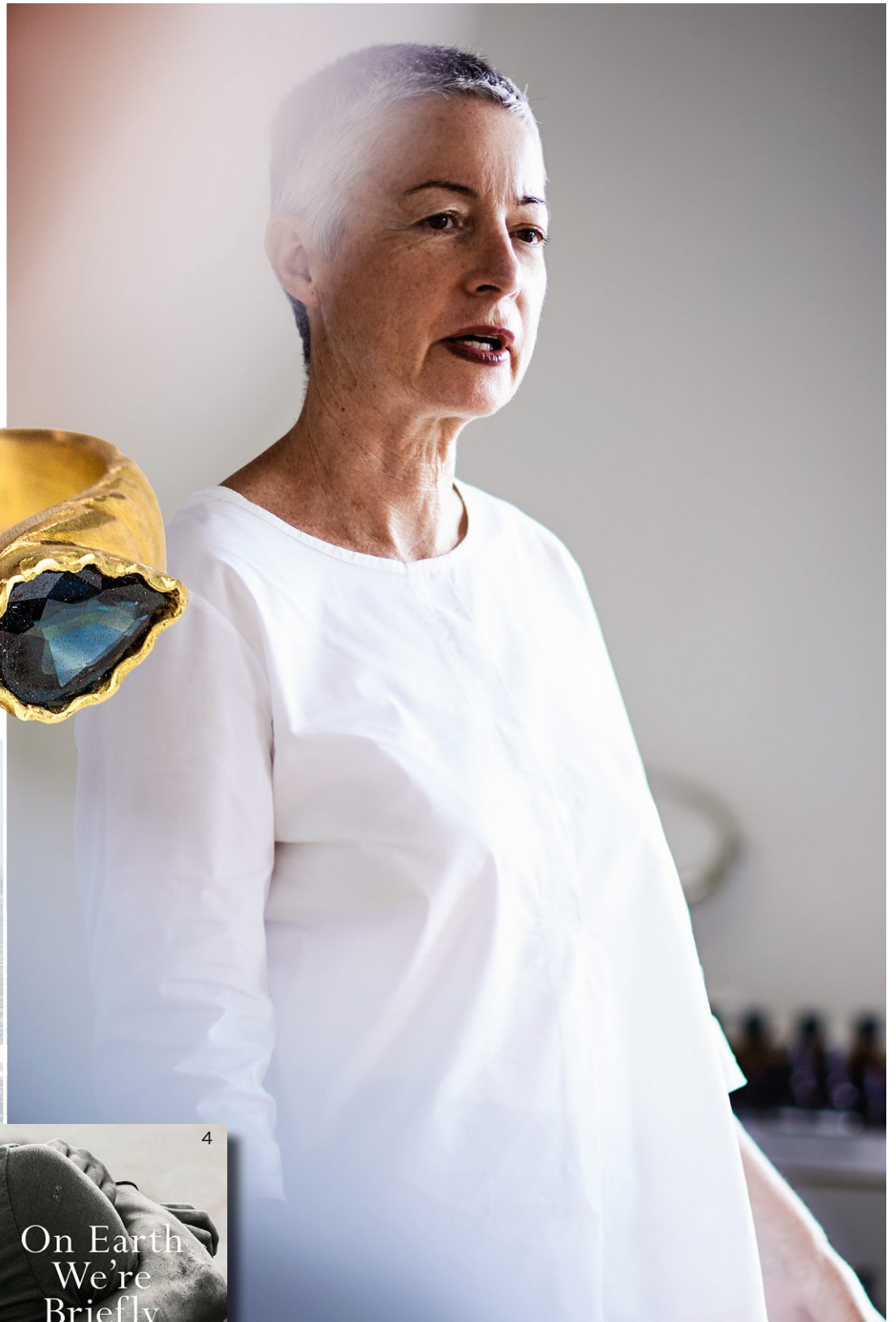
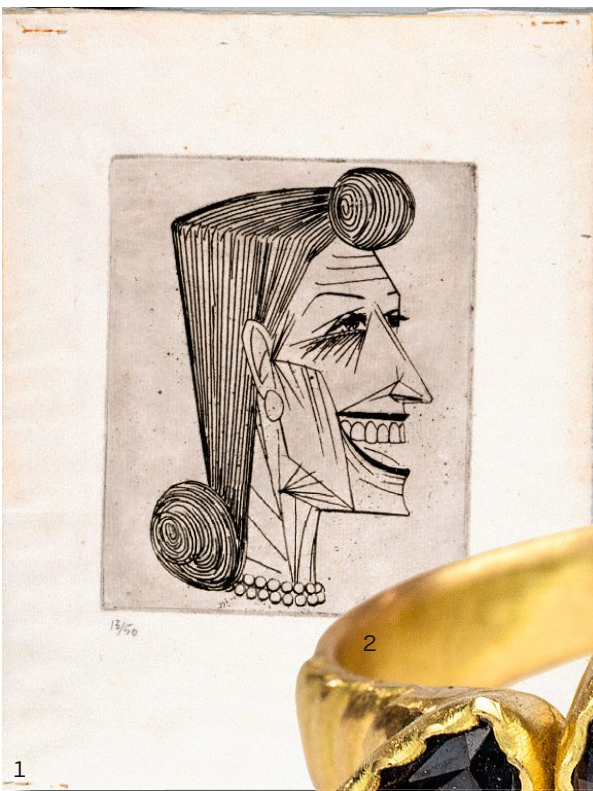
Auskarriert

DIE SCHOTTEN WISSENS SCHON LANG: KARO KOMMT GUT. JETZT SETZEN WIR VON KOPF BIS FUSS DARAUF.

AUSWAHL LÉONORE NOZ



- 1. Rollkragenpulli aus Kaschmir, **Saint Laurent**, 970 Fr.
- 2. Mantel, **Maison Margiela**, 2888 Fr.
- 3. Umhängetäschchen Devotion aus Leder, **Dolce & Gabbana**, 2125 Fr. 4. Hose Minerva aus Viskose, **Ann Demeulemeester**, 692 Fr.
- 5. Lidschattenpalette Regard Couture, fünf Nuancen, **Dior**, ca. 92 Fr.
- 6. Hemdbluse, **8PM**, 430 Fr. 7. Oversize-Haarschleife aus Samt, **Jennifer Behr**, 206 Fr.
- 8. Plateaupumps aus Leder, **Gucci**, 860 Fr.
- 1. Kapuzenjacke aus Kaschmir, **Theory**, 565 Fr.
- 2. Kreditkartenetui mit Tragriemen, **Burberry**, 215 Fr. 3. Mantel, **Daniele Alessandrini**, 599 Fr. 4. Weit geschnittene Wollhose, **Lemaire**, 611 Fr.
- 5. Stricksocken, **Prada**, 147 Fr. 6. Gürtel mit Gancini-Schnalle aus Kalbsleder, **Salvatore Ferragamo**, 335 Fr.
- 7. Rollkragenpulli aus Kaschmir, **Haider Ackermann**, 1430 Fr.
- 8. Uhr **Chronoris**, Sonderedition Movember, **Oris**, 1900 Fr.
- 9. Derbies aus Kalbsleder, **Church's**, 742 Fr.



Suzanne Santos

OHNE SIE WÄRE AESOP UNDENKBAR. DIE AUSTRALIERIN BEGLEITET DIE KOSMETIKMARKE SEIT IHREN ANFÄNGEN – GERN AUCH ZU FUSS.

TEXT TANJA URSOLEO



GLEICH ZWEI Visionäre stecken hinter der australischen Kosmetikmarke Aesop: der Gründer Dennis Paphitis und seine rechte Hand seit der ersten Stunde, Suzanne Santos. 1987 wars, dass der Coiffeur und seine damalige Receptionistin beruflich umsattelten. Mittlerweile sind ihre Produkte mit den charakteristischen schwarzweissen Etiketten Kult. Natürliche Ingredienzen, eine herfruchtige Duftpalette, aber auch ein Ladenkonzept, wonach kein Standort dem anderen gleicht sowie eine unkonventionelle – nämlich keine – Werbestrategie: All das ist Teil der Aesop-Philosophie (nachzulesen im Buch «Aesop», das soeben im Rizzoli-Verlag erschienen ist). Santos, so etwas wie das Gesicht der Firma, weil sie permanent um den Globus reist, um neue Filialen zu eröffnen, meint: «Viele in der Branche betreiben hauptsächlich Marktforschung und machen den Kunden absurde Versprechen. Das wollen wir nicht. Bescheidenheit und Aufrichtigkeit sind für uns das A und O.»

Sie sind stark eingebunden in die Entwicklung neuer Aesop-Produkte. Ihr persönlicher Favorit?

Die neue Feuchtigkeitslotion für empfindliche Haut, **Seeking Silence Facial Hydrator (8)**, an der wir lang getüftelt haben. Im Winter verwende ich auch gern unsere an Antioxidantien reiche Gesichtscrème mit Petersiliensamen.

Sie leben praktisch im Flugzeug. Was haben Sie immer dabei?

Ein Buch! Das darf auch gern dick sein. Eben habe ich den Erstlingsroman des US-Vietnamesen **Ocean Vuong (4)** fertig gelesen, der an seine eigene Familiengeschichte anlehnt.

Welche Kleider haben Sie im Gepäck?

Einen Kaschmirschal von Etro, eine Jacke von Uniqlo – und vor allem meine heissgeliebten Sneakers von **Feiyue (6)**, denn ich bin in Städten gern zu Fuss unterwegs.

Ihr Hotspot in Paris?

Ich habe eine Schwäche für die Stücke der

Schmuckdesignerin **Karen Liberman (2)**. Die gibts in Paris bei White Bird zu kaufen.

Und wenn Sie doch mal wieder in Melbourne sind, wo trifft man Sie an?

Im Heilsarmee-Laden an der Glenferrie Road im Vorort Malvern. Dort habe ich mal eine Federzeichnung von **John Brack (1)** ergattert, die mir sehr ans Herz gewachsen ist.

Ist es Ihr Lieblingskunstwerk?

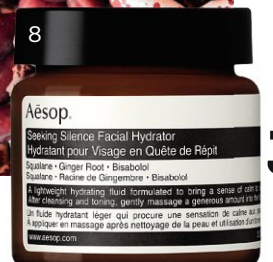
Ja. Dieses und die Spinnenskulpturen von **Louise Bourgeois (5)**. Als ich eine von ihnen vor ein paar Jahren in einer New Yorker Galerie gesehen habe, war ich baff ab der femininen Kraft, die sie ausstrahlt!

Wo waren Sie zuletzt in den Ferien?

In **Kinsale (3)**, im Süden von Irland.

Sie kochen gern. Verraten Sie uns eine Lieblingszutat.

Bei Ragouts setze ich auf **Adzukibohnen (7)**. Und ich bin ein Fan von Hirse: Sie ist leicht bekömmlich und leider komplett verkannt. ☹



Cartier

