

# encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

DESIGN

Die gewebte  
Farbenwelt von  
Hella Jongerius

IKONE

Wenn ein  
Kaffeekocher  
Kult wird

## TECHNIK

Feldstecher, Kompass,  
GPS – und Seide: die  
neue Bergausrüstung

10 FABRIKEN  
Sehen, wie Schweizer  
Produkte entstehen

OKTOBER 2019

SonntagsZeitung



TUDOR

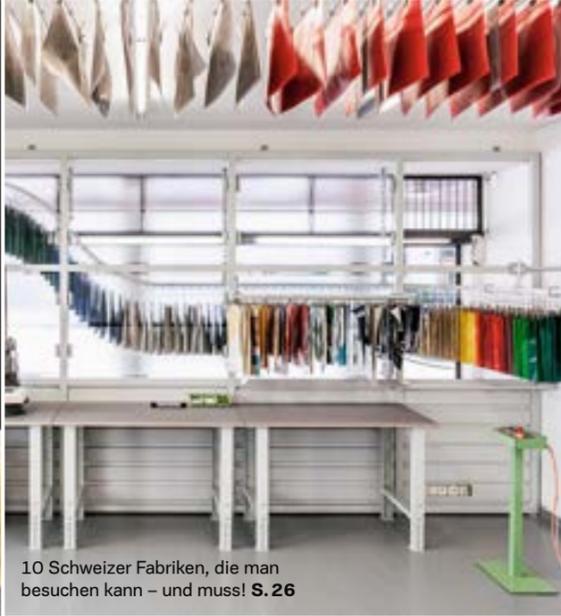
**#BORN  
TODARE**

LADY GAGA  
BLACK BAY  
36 S&G





Hella Jongerius,  
Meisterin der Farben  
S. 12



10 Schweizer Fabriken, die man  
besuchen kann – und muss! S. 26



Edles Bad,  
dunkles Bad S. 8

# Technik | Oktober 2019

THEMEN

10 Ikone

Viva l'Italia! Wie die Moka Express Kult wurde

24 Uhren

Nichts verströmt so zuverlässig Industrieflair wie... Stahl

29 Beauty

Wer hat Angst vorm blauen Licht? Wir nicht mehr!

30 Audio

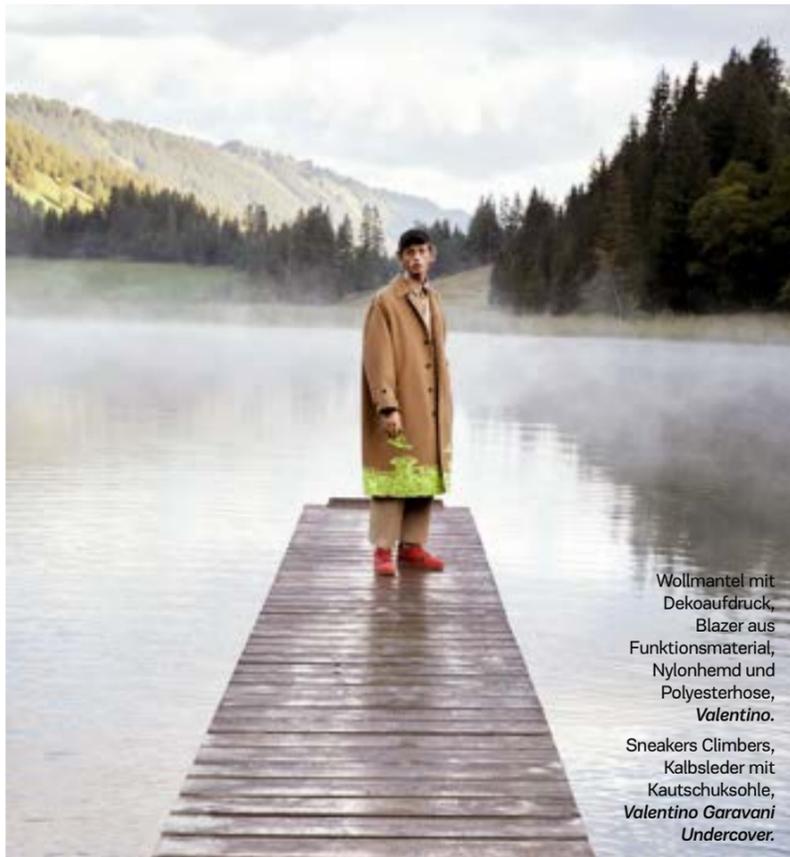
Endlich Geräte, die kabellos sind UND Top-Tonqualität abliefern

31 Meine Welt

Abenteuerlust und Umweltschutz gehen zusammen,  
findet David de Rothschild

RUBRIKEN

- 4 Favoriten: Von kunstvoll angerichteten Speisen bis zum Koffer, der auf dem Gepäckband leuchtet
- 22 Backstage: Wie ein Adler dank einer Minikamera spektakuläre Alpenbilder lieferte – und was das mit Chopard zu tun hat



Wollmantel mit Dekoaufdruck, Blazer aus Funktionsmaterial, Nylonhemd und Polyesterhose, Valentino.  
Sneakers Climbers, Kalbsleder mit Kautschuksohle, Valentino Garavani Undercover.



COVER

Gilet mit Reissverschlussaschen, Bundfaltenhose, Dior Men's Collection. Baumwollrolli, Hermès. Sonnenbrille aus Azetat, Acne Studios. Uhr Alpine Eagle Large, 41 mm, aus Stahl (Lucent Steel A223), Automatikuhrwerk, mit schiefergrauem Zifferblatt, Chopard.

FOTOS  
Arthur Delloye  
STYLING  
Simon Pyllyser

## An der Wiege von Objekten

SCHON PLÄNE fürs nächste Wochenende? Klar, ein Lesetag auf dem Sofa, ein Waldspaziergang oder Kino gehen immer. Aber wie wärs mal mit etwas... Industrietourismus? Geführte Fabrikbesuche stehen grade ganz hoch im Kurs (unsere Lieblingsdestinationen in der Schweiz verraten wir auf S. 30). So hoch, dass sie anderen regionalen Attraktionen langsam den Rang ablaufen. Statt in der Natur herumzukraxeln oder im Museum Kultur aufzusaugen, drängen sich die Leute vor Maschinen und Fließbändern. Seltsam? Nicht doch. Angesichts der tausendundeins Dinge, die uns im alltäglichen Leben umgeben, ist die einzige Möglichkeit, den Überblick



Renata Libal,  
Chefredaktorin

zu behalten, jene, dass wir zumindest wissen, wo jedes dieser Dinge eigentlich herkommt. Und wie es entstanden ist. Erst wenn man hinter die Kulissen der Produktion geblickt hat, kann man sich doch wirklich und aufrichtig in eine Uhr, eine Tasche oder gar eine Tafel Schokolade verlieben. Jedenfalls solls schon Uhrenliebhaber gegeben haben, die, während sie einem Uhrmacher über die Schulter blickten, ein ähnliches Gefühl überkam wie vor einer Wiege: Jesses, dieses Rädchen kenne ich seit seiner Geburt! Noch etwas Gutes hat der neue Trend. Wetten, dass Sie beim nächsten Ausmisten des Hausrats (auch das ist ja sehr en vogue) so manches Stück mit ganz anderen Augen ansehen und fragen werden: Na, woher kommst du? Wollen wir uns nicht mal etwas näher kennenlernen?



Möglich, dass diese Technik selbst Naturwissenschaftsmuffel überzeugt.

## SCHMUCK

# Es werde Botschaft

Wer hat sich nicht schon im Anblick der Muster verloren, die ein Sonnenstrahl in einem Glas oder ins Wasser zeichnet? Pure Magie, voller Poesie – aber im Grunde einfach ein physikalisches Phänomen. Das Start-up Rayform, ein Sprössling der ETH Lausanne, hat es entschlüsselt (was nicht so leicht war!), um es gezielt zu erzeugen. So entstanden die Marke The Ray – und ihre Fingerringe aus 18-karätigem Rosé-, Gelb-, oder Weissgold. Das Design ist puristisch, die Technik, die darin zum Zug kommt, dafür hoch entwickelt: In jedem Ring schlummert eine Botschaft, zum Beispiel ein Datum oder eine Widmung. Sichtbar



Was darfs denn sein? Gold oder Silber aus der Kollektion DOT?

wird sie aber nur, wenn ein Lichtstrahl (künstlich oder natürlich) darauf trifft. Die Oberfläche jedes Stücks wurde mit höchster Präzision so bearbeitet, dass das Licht zurückgeworfen wird und dabei die jeweilige Botschaft enthüllt – während auf dem Metall absolut nichts davon zu sehen ist. Drei Kollektionen für Damen und Herren sind derzeit erhältlich, entworfen von der Westschweizer Designerin Noémie Arrigo. Besonders spektakulär ist übrigens das Modell Solitaire, denn sein Diamant trägt zur Beleuchtung seiner eigenen Lichtreflexe bei. *Estelle Lucien*  
Ab 2850 Fr., erhältlich auf [www.theray.com](http://www.theray.com)

## ZUM WOHL

# Kreuzung mit Zukunft



VON  
**PIERRE THOMAS**

Wenn ich Ihnen diesen Wein beschreibe: Dunkle rote Farbe, violette Reflexe; das Bouquet komplex, der Antrunk würzig; wohlschmeckend, durch die 14,5 % Alkohol mundfüllend und warm, mit einem Finale, das an Kaffee und Pfeffer erinnert, dazu Noten von gebratenem Fleisch und Wildbret – wo würden Sie ihn auf der Weinweltkarte positionieren? Wenn ich Ihnen ausserdem sage, dass dem Wein die Traubensorte Nerolo, einer Kreuzung von Gamaret und Nebbiolo, zugrunde liegt, was würden Sie dann antworten, ausser, dass sie ihn (noch) nie getrunken haben?

Es ist der neueste Tropfen von Christian Dugon. Ich halte den Winzer aus Bofflens für einen der talentiertesten im ganzen Kanton Waadt. Einer der anerkanntesten ist er sowieso: Gemäss «Gault-Millau» gehört er zu den 125 besten der Schweiz, und er darf sich zum erlauchten Kreis von Arte Vitis zählen, der Vereinigung, welche die 15 besten Waadtländer Winzer versammelt. Nicht zuletzt wird Dugon, dies zum ersten Mal übrigens, zu den 16 Weinmachern gehören, die am zweiten Salon des Côtes-de-l'Orbe teilnehmen, der am 1./2. November in Daillens stattfindet. Ich selbst werde dort eine Master Class moderieren (Freitag, 17 Uhr), bei der es um Nerolo und weitere neue Rebsorten der Forschungsanstalt in Changins gehen wird. Ich glaube an diese Sorten: wegen ihrer Anpassungsfähigkeit an unter-

schiedliche Böden – und wegen der Klimaerwärmung (14,5 % Alkohol, ganz ohne Zugabe von Zucker, sind doch beachtlich!). Hinzu kommt: Diese Varietäten reifen wunderbar im Eichenfass, ohne danach pompös zu wirken.

Für skeptische Geniesser hat Dugon auch einen der beherztesten Chardonnays der Schweiz auf Lager; dazu einen Pinot Noir aus den subtilsten Klonen des französischen Jura sowie einen Gamay aus der französischen Gemeinde Arcenant an der Côte d'Or.



**Gamaret x Nebbiolo 2017**  
35 Fr./7,5 dl, [www.dugon.ch](http://www.dugon.ch),  
[www.lesalondescotesdelorbe.ch](http://www.lesalondescotesdelorbe.ch)

## PAPETERIE

# Rot tut not



Montblanc engagiert sich und erneuert die Zusammenarbeit mit (RED), um Mittel für den Kampf gegen Aids zu sammeln. Wie schon letztes Jahr experimentiert die sonst auf Schwarzweiss getrimmte Marke mit der Farbe Rot und bietet Schreibzeug unter dem Label (MONTBLANC M) RED an. Von jedem verkauften Stück gehen fünf Euro – was der Versorgung eines Menschen mit lebenswichtigen Medikamenten für 25 Tage entspricht – an den Weltfonds zur Finanzierung von Anti-Aids-Programmen. «Montblanc macht es sich zur Aufgabe, Produkte für Menschen zu schaffen, die Bleibendes schaffen wollen, sei es bei der Verfolgung ihrer eigenen Ziele oder indem sie etwas Gutes für ihre Gemeinschaft und für die Welt machen», erläutert Montblanc-CEO Nicolas Baretzki. *E. L.*

Die neue Kollektion (MONTBLANC M) RED umfasst Tintenroller und Füller aus vernickeltem, gebürstetem Palladium mit rot lackierten Details. Ab 1170 Fr.



Sieht aus wie ein zugefrorener Seerosenteich... Fast zu schön, um mit der Gabel reinzusteichen!

## BUCH

## Kunst auf dem Teller

Der Entscheid, wie angerichtet oder welches Geschirr gewählt wurde, hat entscheidenden Einfluss darauf, wie wir ein Gericht wahrnehmen. Ein neues Buch widmet sich nun ausschliesslich der Kunst des «Platings». Da gibt es Seidentofu, so zugeschnitten, dass er wie eine Chrysanthemenblüte aussieht; um Federn gewickelten Rauchsinken, Oreo-ähnliche, auf Holzkohle servierte Guetsli, deren dunkle Farbe vom Tintenfisch stammt; und Spargeln, die mit Streifen aus dehydriertem Spargel verziert sind. Auffallend oft im Spiel: Rauch, Eis, kräftige Farbkombis – und Heu. Die Beispiele stammen aus Avantgarde-Restaurants



Warum nicht mal Häppchen auf Kohlblättern servieren? Sieht knackig aus – und erspart erst noch den Abwasch.

mehrheitlich aus den USA, Australien und Dänemark, wobei das Kopenhagener Lokal Noma mit Abstand das bekannteste ist. Es lohnt sich deshalb, sich die Namen der hier vorgestellten, teils noch unentdeckten Restaurants zu merken.

«The Art of Plating» ist ein ungeheuer inspirierendes Buch mit vielen Fotos, wenig Text und einem kurzen praktischen Teil, der beispielsweise die richtigen Pinzetten fürs Anrichten vorstellt. Am liebsten will man sich nach dem Durchblättern sofort in die Küche begeben, um die Fotos nachzustellen. *Claudia Schmid*

**Story on a Plate – The Delicate Art of Plating Dishes, Gestalten 2019, 256 S., ca. 55 Fr.**

## LUXUS

## Vorsicht, bissige Uhr!



Happening? Kunstinstallation? Fast! Diese als exklusives Einzelstück für die Uhrenmarke Hublot hergestellte skulpturale Vitrine hat das Zeug zum Rockstar. Nach der Premiere an der Messe Basel geht sie auf Tournee nach Mexiko, Singapur, Tokio. Eine ausgeklügelte Choreografie aus Film, Musik und Spezialeffekten erstreckt sich über mehrere Bildschirme – wobei die echte Uhr als Objekt der Begierde immer wieder aus der virtuellen Welt auftaucht. Die raffinierte Präsentation stammt aus einem Schweizer Familienbetrieb: Dietlin Swiss Showcases (einst eine Kunstschmiede) mit Sitz in einer unauffälligen Lausanner Industriezone. Dort erfindet der Ex-Fussballer Xavier Dietlin gerade die Kunst der Uhrenpräsentation neu. «Irgendwie muss man die Aufmerksamkeit der jungen Generationen für diese einzigartigen Stücke ja gewinnen», sagt er. Inspirieren lässt er sich für seine Vitrinen ohne Fenster vom Game-Universum: Sie verführen zum Berühren, schliessen sich aber sofort mit einem drohenden Raubtierknurren, wenn eine Hand ihnen zu nah kommt. Roarr! *Renata Libal*



## REISEN

## Leuchttransporter

Das Fluoreszieren ist vorgetäuscht, die Wirkung echt cool bei dieser Kreuzung aus Streetwear und Koffer (Rucksack und USB-Anschluss inkl.). Übersehen auf dem Gepäckband? Unmöglich. *R. L.*

Neopulse Samsonite x Diesel. Im Handel ab dem 20. Oktober. Vier Grössen, ab 350 Fr. Auch als Sporttasche Paradiver Light erhältlich.

# FAVORITEN



Ein Sessel aus dem Kapitäl von Chandigarh, entworfen von Pierre Jeanneret.

## DESIGN

# Zurück in Chandigarh

Meist geht es nur um Le Corbusier, denn wir wissen ja, dass der grosse Architekt die Ästhetik des 20. Jahrhunderts geprägt hat. Seit Jahren durchforstet das italienische Möbelhaus Cassina die Archive des Modernismus, um weitere Entwürfe des Meisters neu zu realisieren, möglichst originalgetreu, aber mit den technischen Schikanen unserer Zeit ausgestattet. Bei diesem genauen Hinschauen wird endlich auch die ästhetische Handschrift von Le Corbusiers engsten Mitarbeitern erkannt und gewürdigt. So legte Cassina in der Kollektion I Maestri zahlreiche Stücke neu auf, die von Charlotte Perriand stammen (oder ihr zugeschrieben werden). Erst spät erfuhr die französische Designerin gebührende Anerkennung, die 2011 in einer prächtigen Ausstellung in Paris gipfelte.

Im Zuge dieser Rehabilitierung holt Cassina dieses Jahr vier Möbelstücke aus

der Versenkung, die Pierre Jeanneret, Cousin und enger Gefährte des Meisters, in den 50ern im Rahmen des monumentalen Projekts Chandigarh schuf. Damals beauftragte Premierminister Nehru Le Corbusier, die Stadt neu zu erfinden: zu Ehren der Unabhängigkeit Indiens und dessen Eintritts in die Moderne. Chandigarh wurde zum gelungensten Werk des Architekten. Er sah die Stadt als Körper, über dem als Haupt das Kapitäl mit Justizpalast und Parlamentsgebäude thront.

Das Mobiliar des Kapitols wird nun neu herausgebracht: ein Arbeitstisch aus Teak und Glas, ein Ledersessel und zwei Stuhlmodelle aus Holz und Rattan, alles entworfen von Pierre Jeanneret. Der Schweizer arbeitete am Bau von Chandigarh mit, bis er 1967 mit 71 Jahren starb. Geschick verband er darin europäische Ästhetik mit der lokalen Handwerkstradition. *Renata Libal*

## BEAUTY

# Doppelt zart



Es ist Morgen, der Blick nach draussen verspricht einen düsterkalten Tag. Trost spendet ein Gipfeli oder – für alle, die nach einem Trösterli suchen, das sich nicht auf den Hüften absetzt – die neuste Gesichtspflege von Clarins. Basierend auf der aromatherapeutischen Tradition des Hauses, kommt sie als regelrechter Seelenschmeichler daher. Der Dispenser gibt eine Emulsion und ein Öl von der blauen Orchidee getrennt in die Handfläche. Und was ist daran nun so erbauend? Die Duftexplosion beim genüsslichen Vermischen der beiden Substanzen! *R.L.*

Clarins Plant Gold, Nutri-revitalizing Oil-Emulsion, 100% natürlich, 79 Fr.



## UHR

# Blick in die Kristallkugel

Man kann das Modell Marine mit Perlmutterzifferblatt vorziehen. Klar. Es ist von raffinierter Eleganz, wie alle Uhren aus der Manufaktur Breguet im Vallée de Joux. Aber die neue Version mit blauem Lack ist so psychedelisch, als würden Rauchringe daraus aufsteigen – oder als blicke man in die Kristallkugel einer Wahrsagerin. *R.L.*

Breguet, Marine Dame, Automatikuhwerk, Stahl mit Leder- o. Kautschukband, 17 200 Fr.

# Fast ein bitzli britisch

## TOYS FOR BOYS



### VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Es gab eine Zeit, gar nicht mal so lang ists her, da ernteten Elektrovelos Spott und Hohn. Wer eins benutzte, galt dem echten Biker als fauler Spiesser.

Umgekehrt machten die Motorradfahrer sich lustig über die lahmen Drahtesel, die am Asphalt festzukleben schienen.

Dann kam Stromer, und alles wurde anders. Innerhalb von zehn Jahren verpasste der Schweizer Konstrukteur dem E-Velo ein Image von Tempo und Technik, das auf die ganze Branche ausstrahlte und zahlreiche Nachahmer auf den Plan rief. Jetzt, zum 10-Jahr-Jubiläum, hängt Stromer sie



In Rekordzeit von 0 auf 45 km/h: Stromer ST3 Anniversary Edition, 8490 Fr.

erneut ab, mit einem ultimativen E-Velo, das die Konkurrenz an ihre Zeichentische zurückscheucht. Das ist das Geheimnis des ST3 Anniversary Edition.

Vom Standardmodell wurde der Motor übernommen, der in Rekordzeit auf 45 km/h beschleunigt und Steigungen mühelos hinaufklettert. Natürlich ist das Jubiläumsmodell perfekt vernetzt, das ist Stromer wichtig: Das Velo wird via Smartphone abgeschlossen, unter Alarm gestellt und lokalisiert. Und bei der kleinsten Störung kann ein Techniker eine Ferndiagnose stellen und Lösungen vorschlagen. Neu ist die erhöhte Kapazität der Batterie, die nun für volle 180 Kilometer ausreicht, bevor sie neu geladen werden muss. Farblich ist das neue E-Bike ganz in Bordeaux gehalten, was es britisch und very classy aussehen lässt – zumal der Sattel und die Lenkergriffe von Brooks sind und die wasserdichten Satteltaschen vom deutschen Ausstatter Ortlieb.

[www.stromerbike.com](http://www.stromerbike.com)



SITZSYSTEM ALEXANDER | DESIGN RODOLFO DORDONI  
ENTDECKEN SIE MEHR BEI [MINOTTI.COM/ALEXANDER](http://MINOTTI.COM/ALEXANDER)



Viriles Schmuckstück:  
Wasserhahn der Linie Edge,  
My Edition Black, von Axor.

## Black Beauty

**W**ER SAGT, dass Badezimmer weiss sein müssen? Klar: Ursprünglich, gegen Ende des 19. Jahrhunderts, blitzten die Wannen und Becken europäischer Haushalte in blütenweissem Email und spiegelten die neue Lust an der Hygiene. Nur um in den folgenden Jahrzehnten in allen Farben des Regenbogens durchdekliniert und immer mehr zum Spielfeld für Designer zu werden. In jüngster Zeit hat sich das heimische Bad zu einem kleinen privaten Spa gewandelt, vorzugsweise mit einem grosszügigen Jacuzzi ausgestattet, wo man gern und viel Zeit verbringt. Was die Ästhetik betrifft, hat man sich von den Wellnessbereichen in Luxushotels anregen lassen. Etwa unter Einsatz von Naturstein, um eine Art Felsgrotte zu simulieren, in die man sich zurückziehen und zu sich selbst finden kann. Und beim neuesten Trend? Trifft Schwarz auf Schwarz. Nur die Armatur darf allenfalls aus Chromstahl sein und

das Dunkel ringsum mit kühlen Reflexen ergänzen. Very sophisticated. Beim spanischen Hersteller Noken, wo man gern mit Topdesignern zusammenspannt, gibts die Stücke der Linien Urban und Round nun auch in Mattschwarz; dass sie in Sachen Technik state-of-the-art sind und auf minimalen Wasserverbrauch abzielen, versteht sich von selbst. Auch die Schweizer Firma KWC bietet ihre organisch geschwungene Armatur Zoé neu in Schwarz an. Axor, die Luxusmarke von Hansgrohe, lanciert derzeit die von Jean-Marie Massaud entworfene Linie Edge: schwarz, kantig-reduziert und viril. Die Mischbatterie sieht aus, als würden mehrere diamantgefräste Quader nebeneinander in der Luft schweben, oder, um den Designer zu zitieren, «eher wie ein Schmuckstück als wie ein Wasserhahn.» Eins, das das Wasser wieder zu dem macht, was es immer hätte sein sollen: ein kostbarer Rohstoff, den man zu schätzen weiss. Tropfen für Tropfen. ☉

TEXT RENATA LIBAL



Piaget Possession Bucherer BLUE

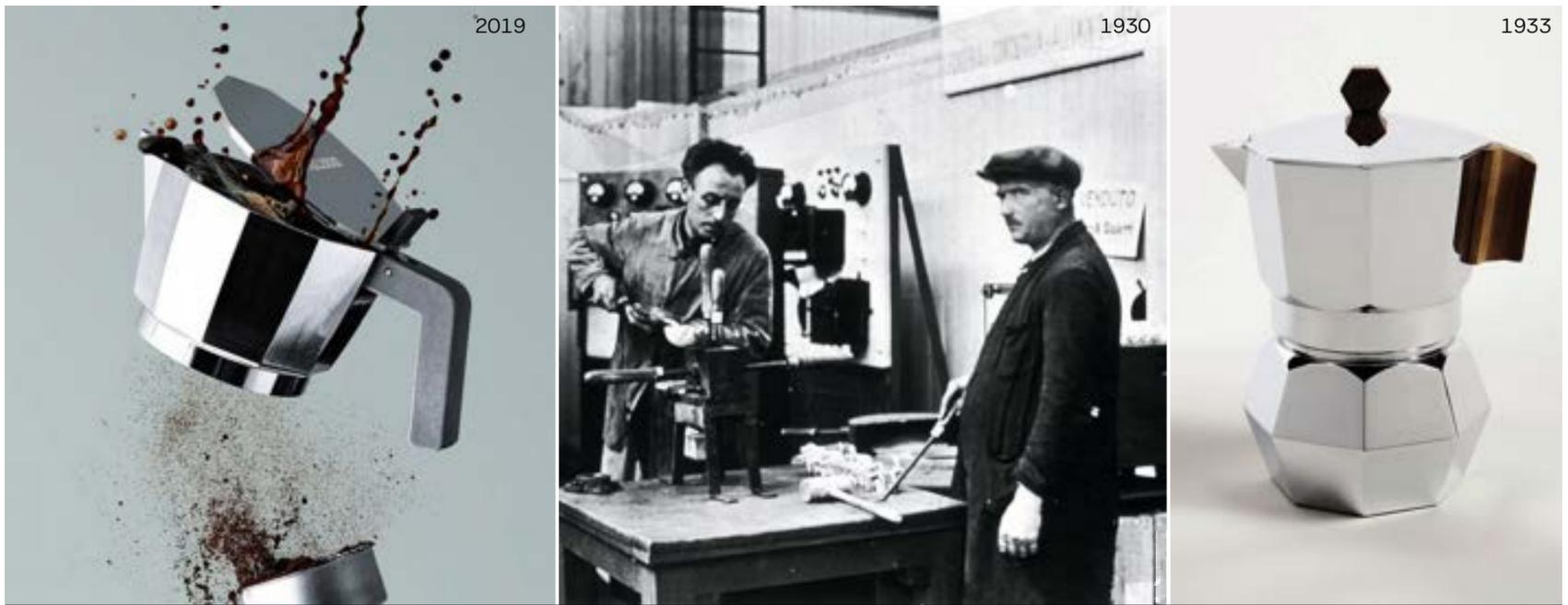


“I MAKE INFINITY VISIBLE.”  
**WHAT’S YOUR  
EXCEPTIONAL?**

Claudia Moseley, Conceptual Artist

**BUCHERER**  
**BLUE**

Inspired by Innovation • Driven by Passion • Exclusively for Bucherer  
[bucherer.com](http://bucherer.com)



DIE NEUESTE MACCHINETTA STAMMT AUS DER FEDER VON DAVID CHIPPERFIELD. ABER DIE GESCHICHTE DER



ACHTECKIGEN KANNE BEGINNT BEI BIALETTI – WO MAN IM LAUF DER JAHRE VIEL IN WERBUNG INVESTIERTE.

# Kultiger Silberling

ER HAT ES ANGESICHTS DER KAPSELKONKURRENZ GRADE ETWAS SCHWER. DABEI BRINGT ER WOHLFÜHLDUFT UND RETRO-CHARME IN JEDE KÜCHE: DER ITALIENISCHE KAFFEEKOCHER.

TEXT RENATA LIBAL

**B**EI DAVID CHIPPERFIELD, pardon: *Sir* David Chipperfield gibt es jeden Morgen Kaffee. Der britische Architekt ist ein Mann von Welt, sein minimalistischer Baustil prägt Museen rund um den Globus, von der Royal Academy of Arts in London bis zum Neuen Museum in Berlin; die Kunsthaus-Erweiterung in Zürich soll 2020 fertig werden. Was er am Kaffee mag? Was die meisten Freunde der klassischen Zubereitung daran schätzen: den Duft, der durch die Küche wabert; das Glück-glück des Kochers; sogar das Quietschen des Gewindes, wenn man den oberen Teil abschraubt. Das ist der Grund, wieso die Kaffeekanne, die er dieses Jahr für Alessi designt hat, sich an das Urmodell von Bialetti anlehnt. «Ich wollte das Objekt nicht neu erfinden», sagt Chipperfield. «Eher seiner Geschichte ein weiteres Kapitel hinzufügen.»

Was dringend nötig ist. In einer Zeit, in der Kaffee meist in exakt portionierten, geschmacklich konstanten Kapseln daherkommt, mutet die Zubereitung auf dem Herd doch etwas zufallsbedingt an. Dabei spricht einiges für den guten alten Alukocher: Abgesehen von der Heimeligkeit, die er in der Küche verbreitet, ist er ökologisch, preiswert und praktisch unkaputtbar (jedenfalls, sofern man die Gummidichtung regelmässig ersetzt).

Seit 1825 kennen wir die Methode, die aromatischeren Kaffee hervorbringt als der simple Aufguss oder die Abkochung (wie

beim türkischen Kaffee). Zwei übereinander platzierte bauchige Gefässe, Hitze von unten – schon wandert das Wasser nach oben und saugt sich mit Kaffee voll, wobei der Satz im Sieb zurückbleibt. Das Gerät, das wir heute meist als italienischen Kaffeekocher bezeichnen, basiert auf eben dieser Technik. 1933 hatte Alfonso Bialetti, Besitzer einer Aluminiumgiesserei im piemontesischen Crusinallo, die genialische Idee zu seiner Macchinetta mit Kunststoffgriff. Als Designfan verpasste er ihr einen achteckigen Grundriss, wie er im Art Déco angesagt war. Allerdings eroberte seine Erfindung gerade mal die lokalen Märkte. Erst Alfonsos Sohn Renato kurbelte nach dem Zweiten Weltkrieg die Vermarktung im grossen Stil an und stellte die Produktion der Giesserei ganz auf die Caffettiera Moka Express um.

## Eine Caffettiera als Urne

In den 50er-Jahren trat auch das drollige Kerlchen mit Schnurrbart auf den Plan; die von Paul Campani gezeichnete liebevolle Karikatur von Bialetti Junior war der Held einiger Werbe-Comics. Der Rest ist Designgeschichte: Die Caffettiera fand ihren Weg in Haushalte rund um den Globus – und bald auch in die ersten Designmuseen. Heute werden jährlich zwei Millionen Stück davon verkauft. Renato Bialetti identifizierte sich gar derart stark mit seinem Produkt, dass, als er 2016 starb, seine Asche in eine Urne in Caffettiera-Form gelegt wurde. Auf seinem ausdrücklichen Wunsch hin, versteht sich.

Wie jede Ikone wurde auch die Macchinetta x-fach kopiert und ihr Design kreativ aufgegriffen. Die italienische Firma Alessi betraut seit 1979 immer wieder namhafte Designer mit neuen Variationen; der Wurf von Richard Sapper war das erste Alessi-Objekt, das es in die Sammlung des MoMA schaffte. Der jüngste ist Chipperfields Moka, die in drei Grössen erhältlich ist.

Die Kaffeekanne passt perfekt zur Alessi-Philosophie, wonach gerade in alltäglichen Gebrauchsgegenständen grosses ästhetisches Potenzial steckt. Freilich hat Alberto Alessi noch eine weitere, sentimentale Motivation, die Caffettiera immer wieder aufs Neue zu beleben: Alfonso Bialetti war sein Grossvater mütterlicherseits (*auf dem Foto oben: rechts im Bild*). Das Objekt ist also eine Hommage an die Familiengeschichte wie auch an die italienische Eigenheit, die kleinen Freuden des Lebens zu zelebrieren.

Bloss dass man bei Bialetti grade wenig in Festlaune ist. Seit 2007 börsenkotiert, tut sich die Firma schwer, trotz aller Diversifizierungsversuche, die von induktionstauglichen Modellen bis zu vollautomatischen Kaffeemaschinen in Herzform reichen. Nach der Schliessung der historischen Fabrik im Jahr 2010 und herben Verlusten im letzten Jahr sollen eine Refinanzierung und eine frische Vermarktungsstrategie die Zukunft der Macchinetta sichern. Und tatsächlich sahen die Zahlen im ersten Halbjahr 2019 wieder besser aus. Die Schlacht zwischen Retro-Charme und Perfektion aus der Kapsel ist also noch nicht entschieden. ☉

MASTER OF MATERIALS

RADO.COM



**RADO CAPTAIN COOK**  
INSPIRED BY OUR VINTAGE ORIGINAL. SERIOUSLY IRRESISTIBLE.

**RADO**  
S W I T Z E R L A N D

# CHEFIN DER STOFFE

DIE DESIGNERIN HELLA JONGERIUS  
SETZT SICH DAFÜR EIN, DASS JEDES  
EINRICHTUNGSSTÜCK DIE FARBE  
ERHÄLT, DIE WIRKLICH ZU IHM PASST.

TEXT RENATA LIBAL



# D

IESES SOFA ist mehr als ein Möbel. Es ist ein Manifest. Und ein Objekt, das etwas Sinnliches und Intimes hat. Der Stoff, der es einkleidet, kommt als Wolke aus weichem Stoff daher, mit sanften Farben und Mustern, die den Fingern, die darüberstreichen, taktile Abwechslung bieten. Kurz: Das Sofa Vlinder, das diese Tage vom Schweizer Möbelhaus Vitra lanciert wird, ist eine Haute-Couture-Spielwiese für die Sinne. Und die Art, wie es gewoben

wird, eine technische Meisterleistung: Viele Fehlversuche waren nötig, bis eine hochspezialisierte Textilfabrik im italienischen Bergamo es so hinkriegte, wie man sich das wünschte.

Hella Jongerius ist entsprechend stolz darauf. Und zu Recht, in dieser konsumsüchtigen Welt, die dazu neigt, jeweils den kürzesten, sprich einfachsten Weg zu gehen. Die niederländische Designerin betreibt ihr experimentierfreudiges Atelier – das Jongeriuslab – im Herzen Berlins, im künstlerisch angehauchten Bezirk Mitte. Schon zehn Jahre ist es her, dass sie mit ihrer Familie hierhin zog. Mit ihrem vierköpfigen Team entwickelt sie seither jene Stoffe, von denen die Möbelbranche träumt. In einem engen, alten Backsteinhaus, verteilt über vier Stockwerke (ein täglicher Treppenmarathon!), entstehen auf Webstühlen umwerfende Motive. Kleine Stoffmuster, die später von industriellen Maschinen reproduziert werden müssen – wobei es gilt, das handwerkliche Flair, die Mischung der Fasern und die Farbnuancen, die sich je nach Licht verändern, zu bewahren.

Mit 56 Jahren darf Hella Jongerius von sich behaupten, die Wertschätzung für Farbe in der Designwelt erfolgreich gefördert zu haben. Und zwar (nebst der Publikation «I don't have a favourite colour», erschienen 2016 im Gestalten-Verlag) vor allem durch ihre Arbeit, namentlich für die US-Luxusmarke für Einrichtungstextilien Maharam, für die Fluggesellschaft KLM, für den Keramikplattenhersteller Mutina (eine weitere Art, mit Oberflächentexturen zu experimentieren) und für die Möbeldesigner Kreo in Paris. Und ganz besonders als künstlerische Leiterin bei Vitra, wo sie für Farben und Stoffe verantwortlich ist.

Gleichermassen im Handwerk wie in der Industrie zuhause, hat Jongerius soeben eine experimentelle Ausstellung im grossen Stil hinter sich: In der Kreativfabrik Lafayette Anticipations in Paris konnte das Publikum den ganzen Sommer lang der Entstehung eines sich über drei Etagen erstreckenden Webstücks beiwohnen. «Interlace» war eine fast schon militante Performance im Namen des Textils als wertvollem Gut. Zurück am Arbeitstisch in Berlin spricht die Designerin, die sich an diesem Herbsttag in Rosa und Grün gehüllt hat, übers Weben, als wärs ein lieber Freund.

### Ihre Ausstellung in Paris zeigte Stoffkreation in Echtzeit. Ein wahres Happening ...

Ich bin hochofren über den Erfolg und die vielen Kunststudenten, die gekommen sind, um meinem Team bei der Arbeit zuzuschauen. Zwölf Personen haben am Stoff gearbeitet und erklärt. Mir war daran gelegen, eher ein Experiment als eine Ausstellung zu zeigen. Ich denke nämlich nicht, dass Design ins Museum gehört. Zeigt man ein Möbel ausserhalb seines natürlichen Lebensraums, verliert es seine Funktion. Plötzlich wird aus einem einfachen Ding ein Objekt. Auf einem Podest zwar, aber unbrauchbar. Das kreative Erlebnis passt da besser, weil es erlaubt, zu verstehen. Und sich von Design verführen zu lassen – ohne Kaufimpuls. Ich halte es für sehr wichtig, dass neue Generationen Webtechniken verstehen und lieben lernen.

### Warum ist es Ihnen so wichtig, die Öffentlichkeit für das Weben zu sensibilisieren?

Weil die Textilbranche in den vergangenen zehn Jahren zunehmend auf Fast Fashion gesetzt hat. Da zählt nur noch eins: immer mehr immer günstiger zu produzieren, meist ganz simple Stoffe mit Mustern, die einfacher aufzudrucken als zu weben sind. Sie wissen

so gut wie ich, was das mit sich bringt: Sklavenarbeit in Asien und soziale wie ökologische Probleme. Aber noch etwas Weiteres beschäftigt mich: der Verlust des handwerklichen Könnens. Zum Beispiel das Verschwinden der endlosen Vielfalt an Jacquardmustern. Damit geht auch ein Teil unserer Identität verloren.

### Unserer Identität? So weit würden Sie gehen?

Sie können sich gar nicht vorstellen, wie weit das geht! Jede Region der Welt hat ihre eigene textile Sprache, ihre Webtradition, ihre Motive, ihre Schussfäden... Denken Sie nur an die vielen Sprichworte zum Weben, die unseren Wortschatz bereichern! Wir sprechen hier von einem massiven, komplexen Identitätsverlust.

### Von der Wichtigkeit der Haptik ganz zu schweigen.

In unserem digitalen Zeitalter verlieren wir den Kontakt – im wahrsten Sinne des Wortes – zum Haptischen. Ich habe nichts gegen Bildschirme, aber ich denke, es braucht einen Ausgleich zu dieser glatten, abstrakten Welt. Textilien helfen uns, das Wahrnehmen über die Berührung wieder zu schärfen: dank Unebenheiten und verschieden beschaffenen Oberflächen. Etwas mit den Fingerspitzen zu erforschen, ist eine wichtige intime Erfahrung. Auch visuell gilt es, den Sinn wieder zu schärfen, der es erlaubt, sich die Textur eines Materials vorzustellen. Ein schöner, hochwertig verarbeiteter Stoff gibt Zugang zu dieser Welt.

### Ist es nicht schon zu spät, um die Textilindustrie hoher Qualität zu retten? In Europa schliessen viele Firmen.

Ich glaube an die Macht der Konsumenten. Wenn wir aufhören, minderwertige Textilien zu kaufen, hört die Industrie auf, sie zu produzieren. Das Bewusstsein dafür nimmt derzeit zu. Nehmen Sie nur den Greta-Effekt der letzten Monate: Wir begreifen, dass uns das Wasser bis zum Hals steht. Ich glaube, dies ist ein Schlüsselmoment, der mit viel positiver Energie aufgeladen ist. Uns bleiben immer noch grossartige Fabriken, etwa in Italien, Schottland, Belgien. Vor ein paar Jahren habe ich auch mit einem Schweizer Unternehmen gearbeitet, das ursprünglich auf die Herstellung von Krawatten spezialisiert war. Zusammen haben wir ein Jacquardmuster erschaffen, dessen Motiv sich alle drei Meter wiederholt. Ein ziemlicher Wurf, wenn man bedenkt, dass sich Motive normalerweise alle 30 oder gar drei Zentimeter wiederholen. Mit einem solchen Textil kann man ein ganzes Sofa einkleiden und eine Art Einzelstück mit Hand-made-Charakter schaffen, das dennoch der grossen Masse zugänglich ist. Aus diesem Grund arbeite ich viel mehr in der Industrie als in der Kunst: Zwar gibts hier Irrwege, aber auch eine aussergewöhnliche Hebelwirkung für Veränderungen.

### Wie wichtig ist die moderne Technik für Ihre Arbeit?

Enorm wichtig! Wir stellen die Stoffmuster von Hand her, aber so, dass sie auf die Beschränkungen und Dimensionen der heutigen Webmaschinen kalibriert sind, damit unsere Motive in einen Rechner programmiert werden können. Die Idee ist stets, Hand in Hand mit Fabriken zu arbeiten, die uns kennen, und mit Menschen, die unsere Werte teilen. Zudem sind die Qualitätstests für Polstermöbel – hinsichtlich der Farbechtheit und Widerstandsfähigkeit – extrem anspruchsvoll geworden. Ohne moderne Technik könnten wir da niemals bestehen. Ausserdem: Wenn wir mit der Industrie zusammenarbeiten, treiben wir uns gegenseitig dazu an, an unsere Grenzen und darüber hinaus zu gehen.

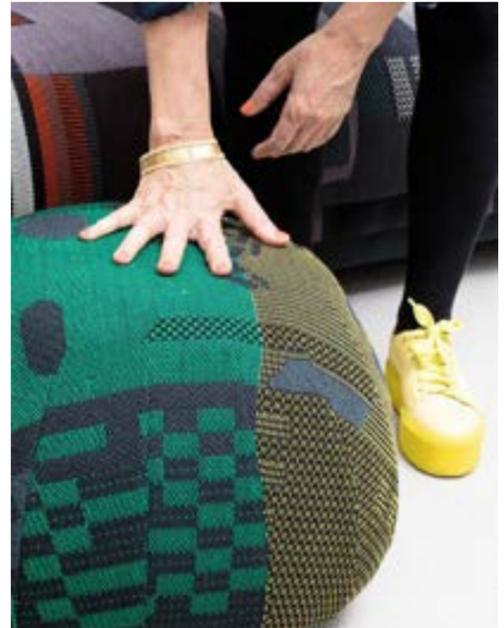
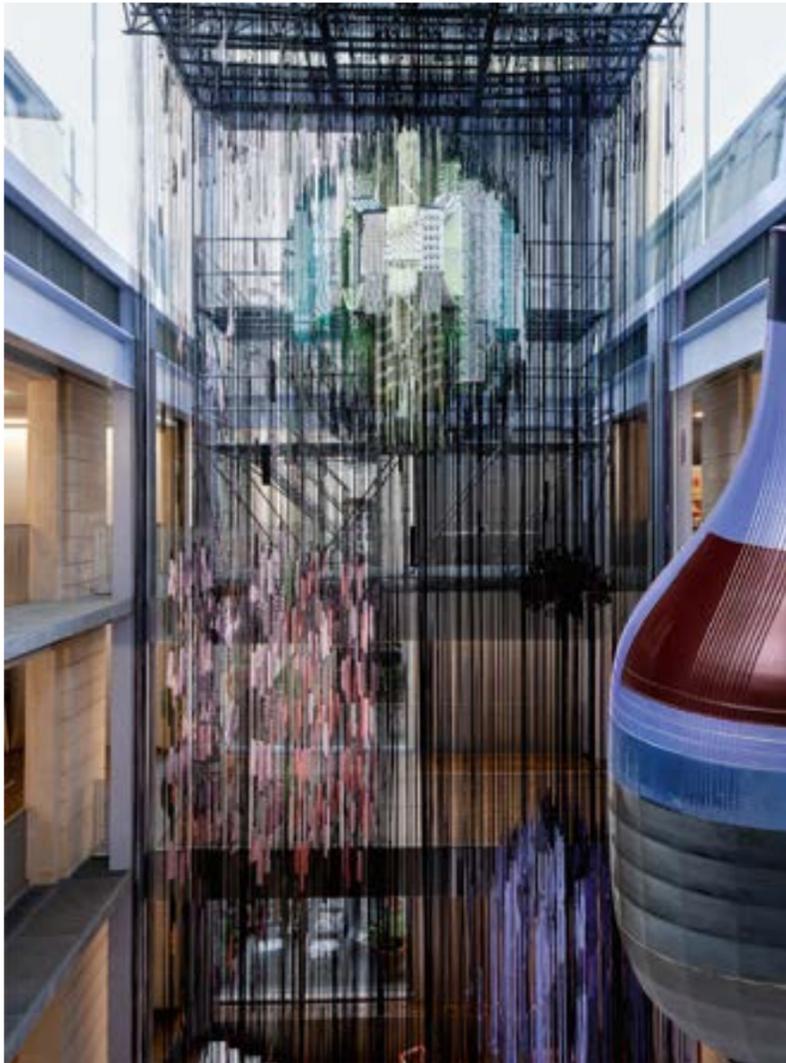
### War dies bei der Entwicklung Ihres neuen Sofas Vlinder für Vitra auch so?

Genauso. 2005 hatte ich für die Marke bereits das Sofa Polder realisiert, das zu einem Klassiker wurde. Als Vitra wegen eines weiteren Modells anfragte, habe ich lang über seine Stossrichtung nachgedacht. Es hat ganze fünf Jahre gedauert, bis ich die Eingebung hatte: Diesmal wollte ich es von aussen her angehen, von der Haut des Sofas aus. Das Textil mit acht Farben wurde zur Seele des Möbels, mit einem am Stück gewobenen Motiv, das über dem Sofa

## DAS MÖBEL

Das Sofa Vlinder von Vitra (in verschiedenen Farbkombinationen erhältlich) ist eine Art Glaubensbekenntnis zur visuellen und taktilen Macht eines Textils. Das Motiv scheint über der Struktur zu schweben.





zu schweben scheint. Es ist ausgesprochen schwierig, ein solches Textil zu realisieren, das die Form des Möbels berücksichtigt. Es handelt sich um ein Paradebeispiel der Webkunst, ein gewaltiges Stück Arbeit, für das die Ingenieure aus Bergamo und die Meister der Webkunst ihre Kräfte gebündelt haben. Ich war mir von Anfang an sicher, dass beide Seiten diese Herausforderung gern und mit Bravour meistern würden. Ich möchte zudem festhalten, dass dieses Sofa eine dicke Wolke textiler Glückseligkeit ist, insbesondere in der Horizontalen... Denn genau so wollen wir es uns darauf doch gern bequem machen.

## Farbe ist etwas Fließendes. Sie verändert sich je nach Laune und Tageszeit

### Worin besteht Ihre Arbeit bei Vitra genau? Was macht ein «Art Director for Colours & Materials»?

Es handelt sich dabei in der Tat um eine ziemlich massgeschneiderte Arbeit. Alles begann an dem Tag, als mich Rolf Fehlbaum von der immer noch stark involvierten Besitzerfamilie von Vitra fragte, ob mir der berühmte Eames-Sessel gefalle und ob er mir einen solchen schenken dürfe. Natürlich ist seine Silhouette wunderschön! Dennoch lehnte ich das Geschenk ab: Das Teil ist viel zu dunkel, um bei mir zu stehen. Dann in Weiss? Nein, auch nicht, weil zu auffällig... Diese Diskussion hat eine tiefgründige Reflexion über die Rolle der Farbwahl im Design ausgelöst – und mündete, vor 13 Jahren, in meinen aktuellen Posten. Ich fing damit an, dass ich die Stücke der verschiedenen Designer auf die Farben hin untersuchte, in denen sie erhältlich sind. Was dabei herauskam? 25 Rottöne, mehrere Grüntöne... aber null Kohärenz! Schliesslich habe ich eine recht eigentliche Farbbibliothek erschaffen: eine Palette für jeden – historischen oder gegenwärtigen – Designer mit Farben, die in seinem Universum mitschwingen und gut mit seinen Stücken funktionieren. Das Ergebnis ist viel subtiler als die ursprünglich zur Verfügung stehenden Farben. Diese Vorgehensweise wurde anschliessend auf das gesamte Vitra-Universum ausgeweitet. Gegenwärtig sind wir seit fünf Jahren an den Textilien dran, die Vitra für das eigene Einrichtungssortiment produziert.

### Wie würden Sie Ihre Farbphilosophie beschreiben?

Die Farbe ist das Erste, was man an einem Objekt wahrnimmt, lang vor der Funktionalität. Also muss sie stimmen. Vitra ist bekannt für erstklassige Möbel, deren sorgfältig ausgewählten Farben und Oberflächenbeschaffenheiten der letzte Schliff sind, der sie über den Grossteil der Branche erhebt. Für mich ist Farbe etwas Fließendes, Lebendiges. Sie verändert sich je nach Tageszeit und Laune. Eine fast fühlbare Materie. Ich habe übrigens nichts gegen Schwarz. Es muss aber richtig schwarz sein. Matt oder glänzend, aber immer intensiv und tief. Nicht eines dieser blassen Schwarz, wie man sie manchmal sieht.

**Die Einrichtung hat in den letzten Jahren viel an Farbe gewonnen, nicht? Und Textil ersetzt nun oftmals Leder.**

Leder war lang das Material erster Wahl, da es fraglos besser altert. Aber derzeit sind die Leute weniger zurückhaltend als früher. Gerade weil beispielsweise ein Sofa einen wichtigen Platz in der Einrichtung einnimmt, darf es gern auch speziell sein. Bei Vitra haben wir diesen Wandel sozusagen mitgeformt. Wir haben die Kunden dazu angeregt, ihre Welt zu bereichern und eine persönliche Beziehung zu ihren Möbeln aufzubauen. Und den Stoff auszuwechseln, wenn der alte zu sehr gelitten hat. Ich bin stolz darauf, zu dieser neuen textilen Kreativität und zur wiedergefundenen Freude an Farben beigetragen zu haben.

### Wie beurteilen Sie die Beziehung, die unsere Gesellschaft zur Farbe hat?

Da müssen Sie jemand anderen fragen. Ich bin Designerin, nicht Psychologin oder Soziologin. Ausserdem sehe ich mich nicht dabei, farbenfrohe Lollis zu verteilen, um die ganze Welt zu bekehren. Ich persönlich trage Farben... oder auch nicht. Dies ist im Grunde eine Sache des Lichts und der Kultur. Wenn ich für die Vereinigten Staaten arbeite, schlage ich immer eine breite Farbpalette vor, da ich nicht so recht weiss, was die Sonne dort für ein Licht wirft. Bewohner sehr sonniger Länder haben oft Lust auf etwas ruhigere Farben. Die europäische Palette kenne ich jedoch gut.

### Arbeiten Sie lieber in Berlin oder in den Niederlanden, wo Sie aufgewachsen sind?

Die Tage sind hier länger, was das Arbeiten angenehm macht. Berlin ist aber vor allem ein sehr entspannter Ort, sehr grün, sehr menschlich. Es ist keine Hochburg des Designs. Es gibt eine starke kreative Energie, jedoch ohne den normativen Diskurs, der sonst häufig mitschwingt. Diese Atmosphäre gibt mir grosse Freiheit. Ich kann mich von meiner Kultur distanzieren, aber auch vom Konsumwahn, der hier kaum heimisch ist.

### Und bei Ihnen zuhause? Wie sieht es da aus?

Ich lebe nicht in einem perfekten Designerhaus. Manchmal nehme ich einige Möbel mit zu mir, weil ich das Bedürfnis habe, sie im Alltag zu testen, zu schauen, wie sie zu den unterschiedlichen Tageszeiten wirken. Mit Jugendlichen im Haus lebt man jedoch immer in einem Sammelsurium...

### Projekte für die Zukunft? Nächste Schritte?

Gegenwärtig träume ich nur von einer einzigen Sache: meine Webmaschine zurückzuhaben. Die digitale Jacquardmaschine, mit der ich mich das vergangene Jahr intensiv beschäftigt habe, ist noch nicht zurück aus Paris. Mit meiner Webe-Expertin zusammen will ich Kurse für Designer anbieten. Ich habe wirklich grosse Lust, meine Welt auch für andere schöpferisch tätige Menschen zu öffnen. Ich freue mich sehr darauf, mich hinzusetzen und neue Motive auszuprobieren. ☺

### RIESIG BIS GANZ KLEIN

#### LINKS

Der riesige Webstuhl Space Loom mit einem Schussfaden von 16 Meter Länge brachte die Besucher der Ausstellung «Interlace» diesen Sommer in Paris zum Staunen.

#### MITTE

Die limitierte Porzellanvase The Facet Bottle, Night #1, die für die Galerie Kreo in Paris entstand, misst eindruckliche 110 cm.

#### RECHTS OBEN

Webmusterdetail des Sofas Vlinder – in der hellroten Variante.

#### RECHTS UNTEN

Noch nicht genug Vlinder? Zum Sofa gibts einen passenden Fusssocker...

**Miele**



DIE NEUE GENERATION 7000

**PERFEKTION NEU DEFINIERT**

[WWW.MIELE.CH/GENERATION7000](http://WWW.MIELE.CH/GENERATION7000)

*#LifeBeyondOrdinary*



# EINFACH SPITZE

ALPINE ELEGANZ?  
DIE GIBT ES!  
SIE ERFORDERT  
ALLERDINGS EINE  
TOPAUSRÜSTUNG.

FOTOS ARTHUR DELLOYE  
STYLING SIMON PYLYSER



**DIESE SEITE** Uhr Alpine Eagle Large, 41 mm, Stahl (Lucent Steel A223) und ethisches 18-Karat-Roségold, Automatikuhrwerk, bleigraues Zifferblatt, **Chopard**. Thermosflasche mit Lederfassung, **Nature & Découvertes**. Goldfarbener Velohelm, **Thousand** (bei Globus). Monokular Adventure M 8x25 active, **Eschenbach** (bei Bächli). Radio DAB+, **Sangean**. Taschenmesser, **Deejo** (bei Nature & Découvertes). Fohlenfell-Windjacke mit Reißverschluss, **Ermenegildo Zegna**. Hose, **Prada**. **LINKE SEITE** Zweireiher und Hose, Hemd aus Baumwollpopeline, Gürtel aus Nylon und Kalbsleder, **Prada**. Lederstiefeletten, **Tod's**.





**DIESE SEITE** Taschenflasche 147 ml, **Stanley**. Feldstecher Sektor F 8x25 compact, **Eschenbach**. Solapanel Nomad 7+, **Goal Zero** (bei Bächli). Kompass mit integrierter LED-Beleuchtung, **Nature & Découvertes**. Outdoor-Bluetooth-Lautsprecher BeoPlay A1 Moss Green, **Bang & Olufsen** (bei Globus). Braune Stola aus Wolle, Kaschmir und Seide, **Chopard**. Jacke aus gummiertem Lammleder, **Hermès**. **LINKE SEITE** Uhr Alpine Eagle Large, 41 mm, Stahl (Lucent Steel A223), Automatikuhwerk, blaues Zifferblatt, **Chopard**. Drahtlose Kopfhörer MW07 In-Ear White Marble, **Master & Dynamic** (bei Globus). Trekking-Rucksack, **White Mountaineering x Eastpak**. Bestickte Wolljacke, Rolli aus Wolle und Elasthan, **Haider Ackermann**.



**DIESE SEITE** GPS-Outdoor-Navigationsgerät, **Garmin**. Sicherungsgerät Revo, **Wild Country**. Karabinerhaken, **Black Diamond**. Eispickel, **Black Diamond**. Campinglampe, **Black Diamond** (bei Bächli). Bluetooth-Kopfhörer, **Sennheiser**. Bluetooth-Lautsprecherbox, **Marshall** (bei Globus). Sonnenbrille mit Kautschuk- und Kohlenstofffaserfassung und polarisierenden Gläsern, **Chopard**. **RECHTE SEITE** Oversize-Wollmantel mit doppelter Knopfleiste, **Ami**. Hemd aus Baumwollpopeline, Baumwollhose und Ledergürtel, **Louis Vuitton**. Saddle Bag aus genarbtem Leder, **Dior Men's Collection**.

**Fotoassistenz** Pauline Nogue **Haare und Make-up** Camille Arnaud **Assistenz** Frédéric Bergue **Casting** Bananas Models **Model** Alexis Maçon **Produktion** Endrit Nurcaj **Art Direction** Géraldine Dura  
**DIESES FOTOSHOOTING ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT MIT CHOPARD**



Die Kamera, die Victor bei seinen Alpenflügen auf sich trug, lieferte spektakuläre Bilder.



# Im Zeichen des Adlers

DIE NEUE UHRENKOLLEKTION ALPINE EAGLE VON CHOPARD IST EINE HOMMAGE AN DIE FRAGILE SCHÖNHIT DER ALPEN – WIE AUCH UNSERE MODESTRECKE AUF DEN VORANGEHENDEN SEITEN.

TEXT DIE REDAKTION

**F**AST ZWEI METER beträgt die Flügelspannweite eines Adlers. Das macht den majestätischen Vogel zu so etwas wie der Galionsfigur der Alpenregion. Sollten Sie in den letzten Wochen ein eindruckliches Flügelpaar am Himmel entdeckt haben, irgendwo zwischen Chamonix und St. Moritz, kann es gut sein, dass es sich dabei um Victor handelte, einen zahmen, mit einer Minikamera ausgestatteten Seeadler.

Unlängst ist nämlich eine spektakuläre Operation namens Alpine Eagle Race zu Ende gegangen. Victor hat dafür die Region zwischen dem Schweizer Piz Corvatsch, der deutschen Zugspitze, dem österreichischen Dachstein, der italienischen Marmolata sowie dem französischen Mont Blanc und der Aiguille du Midi pfeilschnell durchmessen – und dabei gefilmt. Mit dem Ziel, die Alpen aus der Perspektive seiner gefiederten Einwohner erlebbar zu machen und diesen tierischen Blick (zu sehen auf [www.eaglewingsfoundation.org](http://www.eaglewingsfoundation.org)) mit jenem des Menschen – genauer: jenem der deutschen Fotografin Nomi Baumgartl – zusammenzubringen sowie mit den Bildern, die uns Satelliten liefern. Damit soll einerseits auf die fragile Schönheit der Alpen aufmerksam gemacht werden, andererseits auf die neue Stiftung Eagle Wings, die sich für deren Erhaltung einsetzt. Mitbegründet wurde sie von der Uhren- und Schmuckmarke Chopard: «Von meiner ganz persönlichen Liebe zu den Bergen abgesehen», erklärt Karl-Friedrich Scheufele, Co-Präsident von Chopard, «geht es darum, unser Engagement für die Natur aufzuzeigen.

Immerhin ist sie ja die geschickteste Handwerkskünstlerin, die wir kennen.»

Zugleich kommt ein neues Uhrenmodell in die Läden: die Alpine Eagle (zehn Varianten mit Durchmesser zwischen 36 und 41 mm). Untypischerweise für das auf Edelmetalle spezialisierte Haus Chopard ist der Hauptbestandteil der neuen Linie – Stahl. Allerdings nicht irgendeiner, sondern jener aus der einzigen Giesserei Europas, die mit Recycling-Stahl arbeitet. Was konsequent ist, wenn man bedenkt, dass Chopard letztes Jahr verkündete, fortan nur noch ethisch vertretbares Gold zu verwenden. Die Legierung, die in der neuen Linie zum Einsatz kommt, ist vergleichbar mit Chirurgenstahl, trägt die Bezeichnung Lucent A223 und zeichnet sich durch Langlebigkeit sowie ausserordentlichen Glanz aus. «Ein doppeltes Schmelzverfahren reinigt den Stahl von Verunreinigungen», erklärt Scheufele, «und macht ihn besonders hart und glänzend. Das passt perfekt zu uns, und wir verarbeiten ihn mit derselben Hingabe wie Gold.»

Die neue Linie («die wir im Grunde nicht brauchten, aber sehr wollten...») markiert auch einen Meilenstein im Familienbetrieb: drei Generation haben gemeinsam daran getüftelt (siehe Box rechts). Und was kam dabei heraus? Eine sportlich-elegante, sehr zeitgemässe Uhr. Die gerippte Oberfläche des Zifferblatts – inspiriert von der Iris des Adlers, des einzigen Tiers, das in die Sonne blicken kann, ohne geblendet zu werden – kontrastiert mit dem industriell-strengen Gehäuse, das an kühlen, harten Granit erinnert. Der Sekundenzeiger indes ist wieder leicht... wie eine Feder. ●



## WIEDER DA

Die neue Kollektion Alpine Eagle (rechts) lehnt sich an das Design des Modells St. Moritz von 1980 an (links). Auch das war aus Stahl – und wurde während 25 Jahren produziert.



## Drei Generationen, ein Ziel

Alles begann mit einer Schublade, die nichtsahnend aufgezogen wurde. Das war vor fast fünf Jahren. Karl-Fritz Scheufele (im Bild links), heute 22 und Student an der Hotelfachschule in Lausanne, soll in besagtem Möbel auf ein altes Uhrenmodell namens St. Moritz gestossen sein – das einzige Chopard-Modell aus Stahl. Es gefiel ihm auf Anhieb. Was, wenn man davon eine zeitgemässe Neuauflage machen würde? Doch Vater Karl-Friedrich Scheufele (im Bild rechts) hat andere Prioritäten. Also wendet sich Karl-Fritz diskret an Grossvater Karl (Bildmitte), der Chopard 1963 gegründet hat. Und: Bald arbeiten alle drei Generationen gemeinsam an der Neuauflage. Was insofern stimmig ist, als die berühmte St. Moritz einst das allererste Projekt von Karl-Friedrich war. Damals selbst erst 22, überzeugte er seinen Vater davon, dass das lebensfrohe Jetsetflair des Engadiner Ferienorts für ein sportliches Modell Pate stehen sollte. Die neue Alpine Eagle greift diesen Gedanken auf – und erweitert ihn um den respektvollen Blick auf die Berge. Na, stolz auf den Junior? Karl-Friedrich Scheufele schmunzelt. «Schweigen», meint er, «kommt in unserer Familie einem Kompliment gleich.»

Meine Schwester liebt Emirates und das  
**KOSTENLOSE WLAN\***



**FLY BETTER**

Posten, liken, teilen oder twittern Sie in 12'000 Metern Höhe,  
wieviel Spass Sie an Bord haben.

**IN EMIRATES ECONOMY BEKOMMEN SIE SO VIEL MEHR**

  
**Emirates**

Fliegen Sie mit Emirates zweimal täglich von Zürich zu über 150 Destinationen weltweit.

\* WLAN verfügbar in allen Emirates A380 und in ausgewählten Boeings 777. Internationale Roaminggebühren können anfallen. 20 MB Daten kostenlos im WLAN für die ersten zwei Stunden.



# Metall muss sein

ERST WAREN ARCHITEKTUR UND MÖBEL DRAN, JETZT IST DER INDUSTRIAL STYLE AUCH BEI DEN UHREN ANGEKOMMEN: WICHTIG UND KÜHL – UND SEHR, SEHR COOL.

TEXT MATHILDE BINETRUY

**R**OBUST, ROH, VIRIL. Dieses Trio, das den Industrial Style ziemlich akkurat auf den Punkt bringt, markiert den Trend der Stunde. Natürlich stammt er aus den USA, und inspiriert ist er vom klassischen Fordismus – genau, jener nach Henry Ford (1863-1947) benannten, auf Fließbandfertigung und Massenkonsumation basierenden Warenproduktion. Will heissen: Unsere gute Stube soll möglichst so aussehen wie jene zu Künstlerateliers und Lofts umfunktionierten Ex-Fabrikräume im New Yorker Meatpacking District. Logisch, dass die Möbeldesigner sofort an Bord waren bei der Idee, Stühle, Tische, Lampen und Co. aus Stahl und Rohbeton zu entwerfen. Aber jetzt ist auch die Uhrenbranche auf den Geschmack gekommen – und da haben wir sie nun: die Uhren, die vor roher Coolness strotzen. Materialmässig ist man da natürlich schnell mal beim Stahl. Als

der industrielle Werkstoff schlechthin sorgt er etwa bei der Cartier Santos Chronographe XL für das gewünschte Fabrikflair. Das Nonplusultra der aktuellen Technik indes ist konzentriertes Titan. Klingt unzerkratzenbar – und ist es auch. Da es zudem intensiv glänzt, ist es prädestiniert für Highend-Stücke wie die Omega Seamaster Aqua Terra Ultra Light, die Audemars Piguet Royal Oak Offshore Chronographe Automatique, die Oris Big Crown ProPilot X Calibre 115 oder die Parmigiani Fleurier Kalpagraphe Chronomètre. Als Kontrast zum kühlen Grau setzt die Hermès Arceau L'Heure de la Lune beim Zifferblatt auf die reizvoll unebene Oberfläche von Meteoritgestein. Und die Vacheron Constantin Traditionnelle Twin Beat Quantième Perpétuel gibt sich fast schon verspielt, wenn sie vorbei an den halbtransparenten Anzeigen ihres ewigen Kalenders in ihr ausgeklügeltes Innenleben blicken lässt. So gefällt uns der Industrial Style: funktional und teuflisch ästhetisch. ☺

**VON OBEN NACH UNTEN UND VON LINKS NACH RECHTS**

- Cartier Santos Chronographe XL**  
Automatikuhrwerk, Stahl, 43,3 mm, wasserdicht bis 100 m, 8550 Fr.
- Hermès Arceau L'Heure de la Lune**  
Automatikuhrwerk, Weissgold, 43 mm, wasserdicht bis 30 m, limitiert auf 100 Stück, 2600 Fr.
- Omega Seamaster Aqua Terra Ultra Light**  
Handaufzugswerk, Titan, 41 mm, wasserdicht bis 150 m, 48 500 Fr.
- Vacheron Constantin Traditionnelle Twin Beat Quantième Perpétuel**  
Handaufzugswerk, Platin 950, 42 mm, wasserdicht bis 30 m, 272 000 Fr.
- Oris Big Crown ProPilot X Calibre 115**  
Handaufzugswerk, Titan, 44 mm, wasserdicht bis 100 m, 7200 Fr.
- Audemars Piguet Royal Oak Offshore Chronographe Automatique**  
Automatikuhrwerk, Titan, 44 mm, wasserdicht bis 100 m, 32 200 Fr.
- Parmigiani Fleurier Kalpagraphe Chronomètre Titane**  
Automatikuhrwerk, Titan, 48,2 x 40,4 mm, wasserdicht bis 30 m, 39 500 Fr.



Die Leuchtdrohnen, die der Künstler Julian Charrière bei seiner Arktis-Expedition einsetzte, musste er erst selber austüfteln.

# FORSCHEN IST **KUNST**

DIE SCHWEIZER KOSMETIKMARKE LA PRAIRIE SPANNT MIT KUNSTSCHAFFENDEN ZUSAMMEN. ODER: WIE MAN AUF UNGEWOHNTEN WEGEN ZUR SCHÖNHEIT FINDET.

TEXT DIE REDAKTION

**E**ISBERGE schälen sich aus der Dunkelheit. Spitz und scharfkantig brechen sie das Schwarz der umliegenden Nacht auf. Das grelle Licht, das diese unwirkliche Szenerie überhaupt erst sichtbar macht, entspringt kegelförmig einem darüber schwebenden, leicht zitternden Punkt. Ein Ufo?, denkt man ganz kurz – und verwirft den kindlichen Gedanken sofort wieder. Aber etwas Fremdes ist es doch, das hier, in diesem Film mitten aus dem ewigen Eis, die Nacht zum Tag macht. Oder genauer gesagt: jemand.

Wochenlang hat der in Lausanne geborene Julian Charrière in der Arktis Drohnen durch die Nacht fliegen lassen. Manche mit Scheinwerfern bestückt, andere mit Kameras, die filmten, was im Licht zum Vorschein kam. Die Ausrüstung mussten der 32-Jährige und sein Team grösstenteils selbst bauen; für 30 Grad unter Null sind handelsübliche Gadgets nicht gemacht. Und die Menschen, die sie bedienen, schon gar nicht. Bei den Dreharbeiten trug Charrière mehrere Paar Handschuhe übereinander, abgefrorene Finger gabs trotzdem. Dazu tagelang tiefgefrorene Sandwiches und so manche Sinnkrise im Team. Und wofür das alles? Für die Kunst.

Und für die Wissenschaft, muss man ergänzen. Denn wenn Charrière sich ans Werk macht, dann stets ein bisschen so wie die Romanhelden von Jules Verne. Will heissen: Auf Exkursionen an Orte, die eigentlich unbereisbar sind. Mit Hilfsmitteln, die zuvor noch keiner ausprobiert hat. Und befeuert von Abenteuerlust, Entdeckerfreude, einer unverzichtbaren Prise Blauäugigkeit – und einer Vision.

Genau dieser Mix war es, der das Schweizer Luxuskosmetik-Unternehmen La Prairie auf den Wahlberliner aufmerk-

sam machte. Seit einigen Jahren engagiert sich die Firma mit Hauptsitz in Zürich für die zeitgenössische Kunst; 2017 war sie das erste Mal an der Art Basel präsent und zeigte ihre Produkte neben Werken ausgesuchter Kunstschafter (siehe Bildbox rechts). Eine kuriose Paarung? Nur auf den ersten Blick. Denn La Prairie arbeitet ausschliesslich mit Künstlerinnen und Künstlern zusammen, die etwas Essenzielles mit der Firma gemein haben: die Lust am Pioniertum, die Bereitschaft, jahrelang auf ein Ziel hinzuarbeiten, sowie die Geduld, sich bei Rückschlägen nicht entmutigen zu lassen. Und natürlich muss am Ende ein Produkt stehen, das so viel Ausstrahlung hat, dass man ihm all die vorausgegangenen Mühen nicht mehr ansieht. Oder, um es mit den Worten von Patrick Rasquinet, CEO von La Prairie, zu sagen: «Was die Kunstschafter und uns verbindet, ist leidenschaftlicher Wagemut – und letztlich die Suche nach zeitloser Schönheit.»

## Carte blanche für Künstler

Dass sich Kunstschafter vom Kaliber eines Charrière (der schon an der Venedig-Biennale ausstellte) auf die Partnerschaft einlassen, hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass man ihnen Carte blanche für ihre Projekte gibt. An der letztjährigen Art Basel in Hongkong stellte La Prairie seine neue White Caviar Crème Extraordinaire vor, welche das hochkonzentrierte, die körpereigene Produktion von Melatonin hemmende Molekül Lumidose enthält; um es zu finden, wurden während mehreren Jahren rund 50000 Inhaltsstoffe geprüft. Charrière, der zu jener Zeit gerade dabei war, in Grönland, der Antarktis, aber auch auf Schweizer Gletschern Material für seinen Film «Towards No Earthly Pole» zu sammeln (siehe Textbox links), reagierte künstlerisch auf das «Leuchtmolekül», indem er einen Teil

des Videomaterials exklusiv für La Prairie zusammenschchnitt. Passt: Hier wie da geht es darum, Schönheit ans Licht zu bringen. Um den Willen, für dieses Ziel so lang dran-zubleiben, wie es nun mal braucht. Und um die Kraft, die in der Natur steckt. «Das ist das Verblüffende daran, wenn wir Künstler finden, deren Ästhetik uns entspricht», sagt CEO Patrick Rasquinet. «Dass ihre Werke immer auch etwas über die Werte und die Geschichte von La Prairie erzählen.»

## CHARRIÈRE IM MUSEUM

«Towards No Earthly Pole» heisst Julian Charrières neueste Filmarbeit, für die er u. a. in die Arktis reiste, um Eislanschaften auf noch nie dagewesene Art einzufangen. Den gleichen Titel trägt seine Einzelausstellung im Museo d'arte della Svizzera italiana MASI in Lugano (27. Okt. bis 15. März 2020), wo der Film erstmals in voller Länge gezeigt wird. [www.masilugano.ch](http://www.masilugano.ch)



## Was für ein Blick!

Dieser Blick! Etwas erschrocken, irritiert sogar, mit einem Hauch von Wehmut. Auge in Auge mit jemandem zu sein heisst, ihn zu lesen. Oder, in diesem Fall: sie zu lesen. Denn es waren ausschliesslich Frauen, die von drei jungen Fotokünstlerinnen im Juni im Auftrag von La Prairie vor

die Linse geholt wurden, pünktlich zur Lancierung des neuen **Skin Caviar Eye Lift** Serums an der Art Basel. Bei jedem Pumpstoss wird die innovative Gel-Crème-Emulsion mit den legendären Kaviarperlen zusammengemischt – für eine straffe Augenpartie und einen frischen Blick.

**UNTERWEGS**

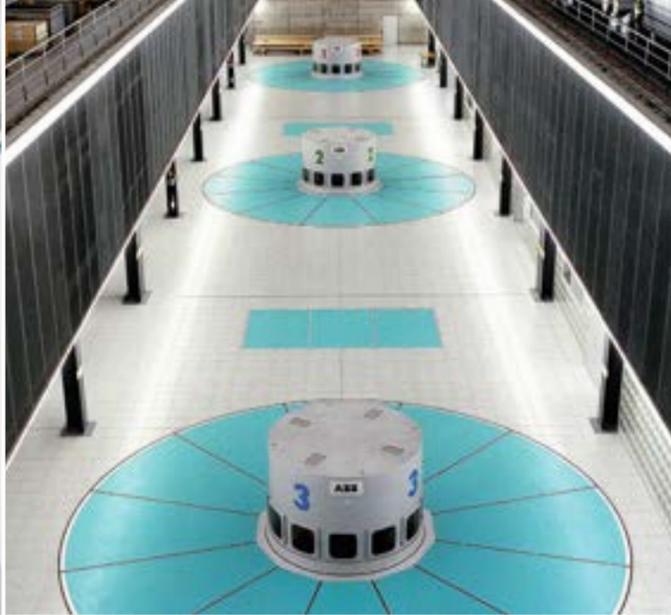


# 10

## **EINBLICKE IN SCHWEIZER FABRIKEN**

DER INDUSTRIE-TOURISMUS  
BOOMT. DENN WIR WOLLEN  
WISSEN: WO KOMMT HER, WAS  
WIR TAGTÄGLICH BRAUCHEN?

*ESTELLE LUCIEN UND LOYSE PAHUD*



# 1 Taschen

Freitag,  
Zürich-Oerlikon

**Die Fabrik** Seit 2011 macht sich die «F-fabrik» mit ihren 200 Angestellten auf 7500 Quadratmetern im Gewerbehau NERD in Zürich-Oerlikon breit. Die Nachhaltigkeitsphilosophie der 1993 gegründeten Marke beschränkt sich nicht nur aufs Upcycling ausrangierter LKW-Blachen zu Taschen und Accessoires (fast 55000 Stück pro Jahr), sondern greift auch bei der Produktion: Zum Beispiel kommt beim Waschen der Blachen Regenwasser zum Einsatz, das zudem mehrfach verwendet wird.

**Der Besuch** Was einem in Erinnerung bleibt: Hier ist alles gross. Der Tank, der das Regenwasser speichert. Die Waschmaschinen. Sogar die Fadenspulen auf den Nähmaschinen. Und natürlich die Tische, auf denen die Blachen zugeschnitten werden. Aufregend ist der Moment, wenn die Designer ihre Cutter zücken, um jene Teile auszuschneiden, die später jede Tasche und jede Handyhülle zu einem Unikat machen.

**Infos** Führungen nur für Gruppen und auf Voranmeldung. Dauer: 1.5-2 Std., Preis: 250 Fr./Gruppe.  
[www.freitag.ch](http://www.freitag.ch)

# 2 Staumauer

Grande-Dixence,  
Hérémece

**Das Kraftwerk** Eine Höhe von 285 Metern, ein Gewicht von 15 Mio. Tonnen (das sind drei Cheops-pyramiden!), 6 Mio. Kubikmeter Beton, 375 Mio. Kubikmeter gestautes Wasser: Grande-Dixence – die allein durch ihr Eigengewicht dem Wasserdruck standhält – ist die grösste Staumauer der Welt. Sie wurde nach acht Jahren Bauzeit 1961 in Betrieb genommen und ist das Herzstück eines Fassungssystems für das Schmelzwasser von 35 Gletschern. Das unterirdische Kraftwerk produziert pro Jahr zwei Milliarden kWh. Das entspricht dem Verbrauch von 500 000 Haushalten.

**Der Besuch** Erst wenn man sich ins Innere dieses Monsters begibt, wird einem seine Grösse so richtig bewusst. Zwischen der 195 Meter dicken Basis und der 15 Meter dicken Krone fühlt man die Mauer «leben»: Je nach zurückgestauter Wassermasse verändert sich ihre Dicke um bis zu 10 cm.

**Infos** Von Mitte Juni bis Ende Sept. finden täglich vier Führungen statt. Dauer: 1.5 Std., Preis: 14 Fr. inkl. Fahrt mit der Luftseilbahn. Reservation: 027 328 43 11.  
[www.grande-dixence.ch](http://www.grande-dixence.ch)

# 3 Guetsli

Kambly,  
Trubschachen

**Die Fabrik** Für ein Gebäck, das fast so fein wie die Flügel eines Schmetterlings ist, liefert das Emmental ausgezeichnete Grundzutaten: Mehl und frische Milch. Seit Anfang des 20. Jahrhunderts bis heute beliefern die Mühle und die Molkerei von Trubschachen das Familienunternehmen, das es zum Marktleader in der Schweiz gebracht hat. Da braucht's weder künstliche Aromen noch Konservierungsmittel.

**Der Besuch** Das berühmte Butterfly hat inzwischen über 100 kleine Brüder und Schwestern. Sie alle gibt es im 35 Minuten von Bern entfernten Trubschachen, dem Zentrum des Kambly-Universums, zu kosten. Zudem kann man hier den Meistern der Feinbackkunst im Labor über die Schulter blicken, einen detailreichen Film zum Herstellungsprozess und die Rekonstruktion der ersten Bäckerei sehen. Oder in einem Workshop seine eigenen Guetsli backen, einen Samichlaus giessen oder ein Lebkuchenhaus bauen.

**Infos** Mo-Fr 8.30-18.30 Uhr, Sa/So 8.30-17 Uhr, Eintritt frei. Diverse kostenpflichtige Workshops.  
[www.kambly.com](http://www.kambly.com)



# 4 Energie

Kernkraftwerk  
Gösgen, Däniken

**Das Kraftwerk** Geboren wurde das Projekt Gösgen als Reaktion auf den schweren Zwischenfall im Versuchsatomkraftwerk im waadtländischen Städtchen Lucens 1969. Zehn Jahre später nahm der Druckwasserreaktor in Gösgen seinen Betrieb auf. Es handelt sich dabei um das vierte von fünf (mit Leibstadt ab 1984) Kernkraftwerken in der Schweiz und um das erste, das die Grenze von 1000 Megawatt Bruttoleistung überstieg (1060). Rund 550 Personen arbeiten in der zwischen Olten und Aarau gelegenen Anlage, die jährlich 8 Milliarden kWh Strom produziert, was 15 Prozent des Schweizer Verbrauchs deckt.

**Der Besuch** Am Fuss des 150 Meter hohen Kühlturms zu stehen, bringt einen schon etwas ins Schwitzen. Besichtigen kann man ihn nicht, dafür aber den Kommandoraum und das Maschinenhaus mit all den grossen Turbinen und Tanks. Im Besucherzentrum erhält man Zutritt zu einer «Nebekammer», in welcher der Zerfall von Atomkernen sichtbar wird.

**Infos** Gratis Führung auf Voranmeldung (online od. Tel. 0800 844 822), Dauer: 3 Std., Mindestalter: 12 J.  
[www.kkg.ch](http://www.kkg.ch)

# 5 Kaffee

La Semeuse,  
La Chaux-de-Fonds

**Die Rösterei** Fast 25 000 Säcke mit grünem Kaffee – 90 Prozent davon Arabica und 10 Prozent Robusta – von sorgfältig ausgewählten Plantagen werden jährlich in die Semeuse geliefert. Seit ihrer Gründung im Jahr 1900 hat sich hier kaum etwas verändert. Kein Wunder, der Standort auf 1000 Meter über Meer ist ideal: Die Temperaturverhältnisse beeinträchtigen weder Duft noch Geschmack der Bohnen, ausserdem sinkt beim hier herrschenden tiefen Luftdruck der Siedepunkt, was sich positiv auf die Qualität des Kaffees auswirkt.

**Der Besuch** Nach einem kurzen einleitenden Film verfolgt man Schritt für Schritt mit, wie aus den rohen Bohnen genussfertiger Kaffee wird. Herrlich der Duft, der sich beim traditionellen, aber mit modernen Maschinen umgesetzten Trommelröstverfahren ausbreitet. Zum Schluss wird degustiert.

**Infos** Gruppenführungen für 8 bis 20 Personen auf Voranmeldung (Online-Reservation). Dauer: 2 Std., Preis: 8 Fr. p.P.  
[www.lasemeuse.ch](http://www.lasemeuse.ch)

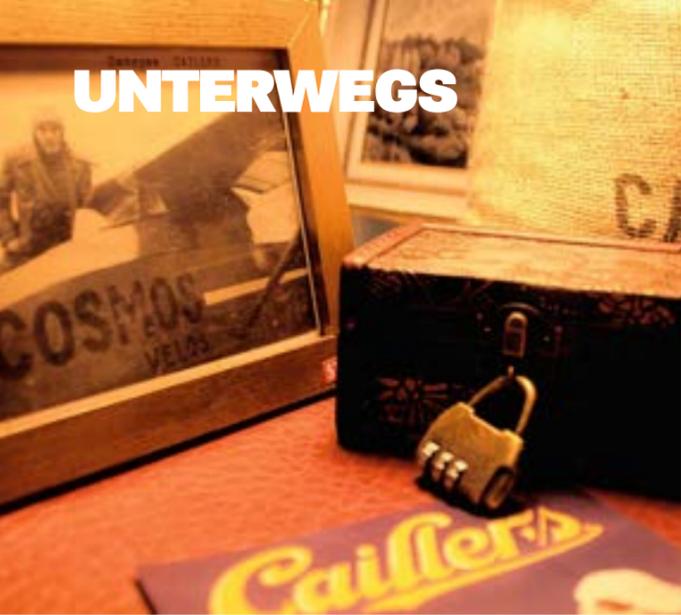
# 6 Pfannen

Kuhn Rikon,  
Rikon im Tösstal

**Die Fabrik** Ihn kennt jeder: den Schnellkochtopf Dromatic. Seit seiner Lancierung 1949 wurden 12 Mio. Stück davon verkauft. Vor ihm gabs den Duro (1926), die erste Pfanne, die sich für den Elektroherd eignete. Und noch früher wurden am Standort des Kuhn-Rikon-Firmensitzes – am Ufer der Töss, 10 km vor Winterthur – Textilien fabriziert. Heute beschäftigt das Unternehmen ein ganzes Team von Designern, deren Output an Küchenutensilien und -geschirr in allen Farben erhältlich ist. Und an allen Ecken der Welt, selbst im Shop des MoMA in New York! Der Ritterschlag war aber wohl ihr Einsatz in der Küche von Paul Bocuse.

**Der Besuch** Nach einem kurzen historischen Exkurs zu kulinarischen Traditionen und Objekten im kleinen Museum wohnt man der Herstellung einer Pfanne bei: vom Boden bis zum Stiel. Und stellt bald fest, dass es sich hierbei um ein Objekt handelt, das man eigentlich ausstellen statt im Küchenschrank verstecken sollte.

**Infos** Führungen im Museum ab 10 Pers. (45 Min., gratis, Anmeldung: 052 396 01 01). Besuch der Produktion ab 10 Pers. (2 Std., Reservation online).  
[www.kuhnriikon.com](http://www.kuhnriikon.com)



## 7 Schoggi Cailler, Broc

**Die Fabrik** 1898 eröffnet Alexandre-Louis Callier, Enkel des Firmengründers, in Broc eine Fabrik, um fortan Milchschoggi im grossen Stil herzustellen – und schon 1904 taucht das legendäre Branchli erstmals in schriftlichen Dokumenten auf. Ihm folgen unzählige Tafelschokoladen und Pralinés, die stets auf derselben Produktionsidee beruhen: der Verwendung von Kondens- statt der üblichen Pulvermilch. Heute verlassen tagtäglich ungläubliche 300 000 Produkte die Fabrik.

**Der Besuch** 2010 wurde die Maison Cailler eröffnet. Seither haben jedes Jahr mehr als 400 000 Schleckmäuler den interaktiven Rundgang zur Geschichte der Schokolade besucht, Grundzutaten kennengelernt, der manuellen Herstellung von Spezialitäten beigewohnt oder sind der Produktionslinie des Branchli gefolgt. Highlight ist natürlich die Degu zum Schluss. Wer Lust hat, kann im Atelier auch seine ganz persönliche Tafel Schoggi kreieren.

**Infos** Geöffnet tägl. 10-18 Uhr, Onlinereservation empfohlen. 15 Fr. p. P., Dauer: 1 Std.

[www.cailler.ch](http://www.cailler.ch)

## 8 Uhren Zenith, Le Locle

**Die Manufaktur** Seit über 150 Jahren gibt es die Uhrenmarke mit dem Sternchenlogo, und sie war 2018 die erste, die ihre Tore für ein interessiertes Publikum öffnete. Mit Erfolg: Letztes Jahr lockte die interaktive 360°-Tour über 1400 Besucher nach Le Locle, heuer sind es bisher schon fast ebenso viele. In Singapur fand diesen Sommer zudem die Vernissage der Wanderausstellung «A Star Through Time» statt, die 2020 unter anderem im Mittleren Osten Halt machen wird.

**Der Besuch** Der Star ist das Kaliber El Primero: der erste ultrapräzise automatische Chronograph, der unlängst 50 wurde. Der Held aber ist der kühne Uhrmacher Charles Vermot, der, als nach einem Verkauf der Firma der Neubesitzer auf Quartz umstellen wollte, die Werkzeuge zur Herstellung von El Primero auf dem Estrich der Manufaktur versteckte – was 1984 die Neulancierung der Uhrenikone ermöglichte.

**Infos** Geöffnet freitagmorgens, obligat. Reservation auf [www.explorewatch.swiss/zenith](http://www.explorewatch.swiss/zenith). Dauer: 3 Std., Preis: 40 Fr. p. P. (Audioguide in sechs Sprachen). (R.L.)

[www.zenith-watches.com](http://www.zenith-watches.com)

## 9 Fässer Küferei Thurnheer, Berneck

**Die Küferei** Martin Thurnheer hat als 10-Jähriger sein erster Fass gebaut. Und würde er behaupten, er sei in einem Fass zur Welt gekommen, man würde ihm glatt glauben. Fässer bedeuten dem St. Galler sein Leben, und so führt er in fünfter Generation das 1854 gegründete Familienunternehmen weiter. In seiner Werkstatt unweit des Rheins stellt Thurnheer rund 200 Fässer pro Jahr her, ausserdem Lagergefässe auf Mass, Jacuzzis, Blumenkästen und sogar Duschkabinen. Von der Auswahl des Holzes übers Aufspalten und Sägen bis zur Herstellung der Dauben (Längshölzer), zur Umreifung und zum Ausfeuern: Dieser Mann macht alles selbst, von A bis Z.

**Der Besuch** Umgeben von Werkzeugen, unfertigen Fässern und einem betörenden Holzduft erklärt Martin Thurnheer die Herstellung von Fässern in allen Details und demonstriert dies natürlich auch gleich. Zum Schluss gibts ein Gläschen Wein aus der Region.

**Infos** Anmeldung für Gruppenführungen unter Tel. 071 744 15 31, Dauer: 1.5 Std.

[www.kueferei.com](http://www.kueferei.com)



Die Firmen geben sich transparent, vermitteln **ein positives Bild von sich** und gewinnen neuen Kunden.

## 10 Bier Feldschlösschen, Rheinfelden

**Die Brauerei** Welches Bier darfs denn sein? Immerhin hat Feldschlösschen, die älteste Brauerei der Schweiz und ihr grösster Getränkevertrieb, mehr als 40 Sorten im Angebot. Das beliebteste bleibt die Hausmarke: Eines von vier Bieren, die hierzulande getrunken werden, trägt das Feldschlösschen-Etikett. Das 1876 gegründete Unternehmen, das seit dem Jahr 2000 zu Carlsberg gehört, ist der Nachfrage freilich gewachsen – mit 1200 Angestellten an 21 Standorten, die zusammen 340 Mio. Liter pro Jahr produzieren.

**Der Besuch** Schloss oder Fabrik? Beides! Der Brausaal mit seinen Kupferkesseln und den blauen Wandkacheln im schmucken Schloss am Rheinufer vor den Toren Basels ist eine Augenweide. Erst lernt man alles über den Brauprozess und die Geschichte des Biers, dann, bei der Degustation, werden hausgemachte Bretzeln serviert. Weitere Schätze, die es hier zu entdecken gibt: die Stallungen mit belgischen Kaltblütern, alte Fahrzeuge und das historische Museum.

**Infos** Diverse Rundgänge (ca. 20 Fr.); Anmeldung online oder Tel. 058 123 42 58.

[www.schlossbesuch.ch](http://www.schlossbesuch.ch)



Zenith ist die erste Uhrenmanufaktur, die sich von Besuchern über die Schulter schauen lässt.

## Die Menschen hinter dem Produkt zeigen

**Fabrikbesuche boomen.** In Frankreich hat der Reiseführerverlag Le Routard dem Industrietourismus eine eigene Ausgabe gewidmet (2017). Und auch bei uns schenkt Schweiz Tourismus dem Thema gross Aufmerksamkeit: «Mittlerweile kann man aus 125 Angeboten wählen», sagt Barbra Albrecht, Leiterin des Switzerland Convention & Incentive Bureau, also jener Abteilung, die die Schweiz als Reiseziel für Seminare und Kongresse promotet. «Sie sind bei privaten wie professionellen Veranstaltern beliebt und ersetzen vermehrt das klassische Team-building.» Auch die beteiligten Firmen profitieren davon, dass sie ihre Türen für Besucher öffnen: «Sie geben sich transparent, vermitteln ein positives Bild von sich und gewinnen neue Kunden dank eines konkreten Erlebnisses.» Entsprechend wächst das Angebot von

Jahr zu Jahr. «Auch die Uhren- und die Pharmaindustrie zeigen sich zunehmend interessiert», weiss Barbra Albrecht. Anwärtern vermittelt Schweiz Tourismus wichtige Grundlagen für die Umsetzung solcher Führungen; immerhin sind diese stets mit einigen Anpassungen und Investitionen verbunden. «Eine gute Führung dauert zwischen 1.5 und 2 Stunden, zeigt die Menschen hinter der Firma und ermöglicht Besuchern, Produkte anzufassen oder zu versuchen.» Der Aufwand lohnt sich, denn über das Unternehmen hinaus profitiert meist die Region. Paradebeispiele sind Kambly, wo inzwischen ganze Zugreisen zum Feingebäck angeboten werden, sowie die Cailler-Fabrik: Sie hat sich zur beliebtesten Touristenattraktion der Schweiz gemaustert – und lockt jährlich 400 000 Besucher nach Broc. (E.L.)



Öfter mal abschalten!  
Das ist nämlich nicht  
nur gut fürs Gemüt,  
sondern auch für die Haut.

# Böses Blau

DIE BEAUTYBRANCHE HAT EIN NEUES FEINDBILD:  
DAS BLAUE LICHT, DAS UNS AUS DEN BILDSCHIRMEN ENTGEGEN-  
LEUCHTET. DOCH ES GIBT MITTEL, UM SICH ZU SCHÜTZEN.

TEXT KATRIN ROTH

**S**ONNENSCHUTZ? Gehört zur Pflegeroutine wie Duschen und Zähneputzen. Bei jeder Witterung, ohne Ausnahme. Schliesslich wissen wir längst, dass die Sonnenstrahlen unsere Haut massiv beeinträchtigen. Noch kaum bekannt sind hingegen die Negativfolgen einer anderen Lichtquelle: des blauen Lichts, das sowohl im natürlichen Licht wie in jenem digitaler Bildschirme vorkommt. «Dabei ist Blue Light, auch bekannt als HEV (High Energy Visible) Light, schädlicher als die UVA- und UVB-Strahlen der Sonne zusammen», sagt die deutsche Ärztin Barbara Sturm. Sie beruft sich unter anderem auf eine Studie aus Japan, in der anhand von Mäusen nachgewiesen wurde, wie Blue Light oxidativen Stress in der Haut verursacht, der sie schneller altern lässt.

Digital Aging nennt man dieses relativ neue Phänomen, bei dem es zur Bildung von Linien und Pigmentflecken kommt. Christian Stanek, National Training Manager des französischen Traditionshauses Sisley, bestätigt: «Wenn die Haut blauem Licht ausgesetzt ist, produziert sie ein Enzym, das die Kollagenfasern zerstört.»

Seit einiger Zeit sucht die Kosmetikbranche deshalb nach Wirkstoffen, welche die Haut vor blauem Licht schützen. Fündig wurde man bisher etwa beim Schmetterlingsflieder-Extrakt, das wie ein natürliches Schutzschild gegen das gesamte Lichtspektrum wirkt; die Berliner Naturkosmetik-Marke i+m hat ihre gesamte Gesichtspflegelinie mit dem Extrakt

angereichert. Nach dem gleichen Prinzip funktionieren die im Labor entwickelten Wirkstoffe zweier Brands aus der Schweiz: InfraGuard – ein Mix aus Tanninen des Tarabaums und Sonnenblumensprossen-Extrakt – bildet das Herzstück der Produkte von Hanzz+Heidii, während der Dermatologe Felix Bertram den Aktivstoff, der in seiner Marke Viliv zum Zug kommt, Vidermative 7 nennt.

Barbara Sturm wiederum setzt in ihren Anti Pollution Drops aufkonzentrierte Antioxidantien, Hyaluron und natürliche Wirkstoffe wie Kakaobohnen-Extrakt. In Kombination sollen sie das Eindringen der HEV-Strahlen verhindern und gleichzeitig die Hautbarriere stärken. Auch bei anderen Marken spielen Aktivstoffe aus der Natur eine zentrale Rolle. Sisley verwendet für seine Anti-Aging-Pflege SisleYouth das Ginkgo-Biloba-Blattextrakt, das die Haut vor den Angriffen freier Radikale schützt. Und in den Make-up-Produkten des japanischen Kosmetikonzerns Naturaglacé schützt das in der Tagetes (Studentenblume) vorkommende Karotinoid Lutein vor Digital Aging.

Neben spezieller Pflege empfehlen Experten zur Prävention auch eine ausgewogene Ernährung. Als Beauty-Food für die Haut gelten Lebensmittel mit vielen Antioxidantien: Beeren, Zitrusfrüchte oder Kohl machen den Organismus von innen widerstandsfähig. Und schliesslich liegt es auf der Hand, dass auch Pausen vom Bildschirm eine wirkungsvolle Massnahme gegen blaues Licht bieten. Statt also alle fünf Minuten Instagram zu checken oder stundenlang Serien zu schauen, sollten wir öfter mal: abschalten. ☉

## KEINE CHANCE FÜR BLAUES LICHT

1. Anti Pollution Drops, ca. 155 Fr./ 30 ml, **Dr. Barbara Sturm** 2. Vi-lift Your Skin, 24h Unwrinkling & Urban Protecting Serum, **Viliv by Dr. Felix Bertram**, ca. 100 Fr./ 30 ml 3. Activating 24h Emulsion SNA Blend Cell Protection, ca. 100 Fr./ 50 ml, **Hanzz+Heidii** 4. SisleYouth Anti Pollution Blue Light Shield, Energizing Super Hydrating Youth Protector, ca. 190 Fr./ 40 ml, **Sisley** 5. Neotone Radiance, Intensive Protective Fluid, Blue Light Protection, ca. 30 Fr./ 30 ml, **Isis Pharma**

swissflex®

Swiss Premium Beds



WELT-  
NEUHEIT



swiss made



## Swissflex® Box – luxuriös gebettet

Die einzigartige Swissflex® Box beflügelt den Schlafkomfort der Extraklasse. Speziell für Liebhaber des Boxspring-Looks gewährt Swissflex unvergleichliche Geborgenheit – in edlen Materialien und noblem Design. Hochwertige Holzfederleisten und bis vier Motoren bieten einen einzigartigen Komfort.

Jetzt bei Ihrem Swissflex® Fachhändler  
in der Region.

swissflex.com

# Ton frei

EINE NEUE TECHNIK VERSPRICHT KABELLOSE KLANGÜBERMITTLUNG VON BESTER QUALITÄT. DAS FREUT MUSIKLIEBHABER WIE ÄSTHETEN.

TEXT CHARLES-ANDRÉ AYMON

**K**ABEL verkörpern die Schattenseite der Musik. Unästhetisch, staubig und tückisch (wie viele Knochenbrüche ihnen wohl zu verdanken sind?), machen sie seit je jedem Klangliebhaber das Leben schwer. Doch jetzt kommt, Technik sei Dank, endlich die Erlösung: aptxHD. Obwohl Bluetooth durchaus imstande ist, den Ton des Smartphones an ein Headset zu übertragen, bleibt die Qualität doch mangelhaft. Für ein Telefonat mag dies akzeptabel sein; handelt es sich jedoch um High-Fidelity-Sound, leiden die Ohren. AptxHD löst nun mit Top-Signalqualität sowohl das Hi-Fi- als auch das Kabelproblem. Fortan dürften also nur noch die militantesten Tonfanatiker – jene, die auf Lautsprecherkabel aus purem Gold und Röhrenverstärker schwören – weiter am Kabel festhalten. Der Wermutstropfen für alle anderen: Noch hält sich die Anzahl der Geräte, die das neue, hochwertige Bluetooth integriert haben, im Rahmen. Hier eine Auswahl. ☉

## LAUTSPRECHER

Der französische Hersteller Elipson verbindet Topdesign mit ebensolcher Verarbeitung. Diese Lautsprecher gehören denn auch zu den Besten in Sachen kabel-freies Hörvergnügen in höchster Qualität. Das Lautsprecher-Chassis aus synthetischem Gummi wirkt sich positiv auf die Klangverteilung aus; dank 2 x 150 Watt kann ein Raum von ansehnlicher Grösse beschallt werden. Die grosszügigen Steckverbinder erlauben das Einsetzen eines Vorverstärkers, um z.B. einen aptxHD-Plattenspieler (wie den Cambridge Alva TT, siehe unten) anzuschliessen. **Elipson - Prestige Facet 14F BT**, ca. 600 Fr.

## KOPFHÖRER

Immer mehr Kopfhörer mit integriertem aptxHD kommen auf den Markt. Kein Wunder, sind sie doch das Tool, das wohl am meisten von der neuen Technologie profitiert. Die ATH-DSR9BT bieten aber noch viel mehr: Nebst der unübertroffenen Tonqualität verfügen sie über eine nicht totzukriegende Batterie – für endlose Stunden Hörvergnügen. Kompakt und äusserst ansprechend designt, haben sie zudem ein violettes MicroLED, das die Verbindung zu einer HD-Quelle anzeigt. **Audio-Technica - ATH-DSR9BT**, ca. 500 Fr.

## VERSTÄRKER

Verschrotten Sie Stereoanlage, Verstärker und Festplatten! Vergessen Sie Computer und Tablets, mit denen Sie bisher Ihre Lieblingsongs auf Spotify, Qobuz und Co. gestreamt haben! Der M10 BluOS macht's besser als alles, was Sie je hatten. Mit einem beliebigen Gerät verbunden, gibt er Musik im ganzen Haus wieder, ganz einfach und vor allem in geradezu erschütternd guter Qualität. Das fortan grösste Problem? Lautsprecher zu finden, die ihm gerecht werden. **NAD-M10 BluOS Streaming**, ca. 2500 Fr.

## PLATTEN-SPIELER

Vinylplatten kauft man schon lang nicht mehr pro Kilo auf Flohmärkten: In den USA dürften die Verkaufszahlen jene von CDs bald übersteigen. Der Alva TT ist das ideale Objekt, um auf den Trend aufzuspringen. Frei zwischen zwei Lautsprechern aufgestellt, erlaubt er den Empfang eines analogen Signals in hoher Auflösung. Nicht zuletzt machen ihn seine zeitlose Eleganz und ein Tonabnehmer, der auch hohen Ansprüchen gerecht wird, zum Must-have 2020. **Cambridge Audio Alva TT**, ca. 1900 Fr.

## SMARTPHONE

LG war der erste Mobiltelefonhersteller mit einem aptxHD-kompatiblen Gerät. Das V50 ThinQ 5G ist nun also der jüngste – und unglaublich gelungene – Wurf einer langen Serie. Das hochwertige Modell mit integriertem 5G ist für das Musikhören unterwegs geradezu gemacht. Es verfügt über 32 Bit Quad DAC Sound von Meridian und leistungsstarke Stereo-Lautsprecher. Zudem ist es stossfest, absolut wasserdicht und abweisend gegen Dreck jeglicher Art. **LG - V50 ThinQ 5G**, ca. 1300 Fr.

## PLAYER

Er ist das Meisterstück des koreanischen Herstellers Astell & Kern. Lassen Sie sich von der asiatischen Herkunft nicht täuschen, wir sprechen hier von einer Spitzenleistung in Sachen portabler Musikwiedergabe. Der Analog/Digital-Umwandler, der DAC, ist von stupender Qualität und Feinheit und lässt jegliche Konkurrenz hinter sich. Der Player bietet Platz für bis zu 528 GB Musik und schafft die besten Voraussetzungen für Lautsprecher oder aptxHD-Kopfhörer. **Astell & Kern - A & Futura SE100**, ca. 1700 Fr.

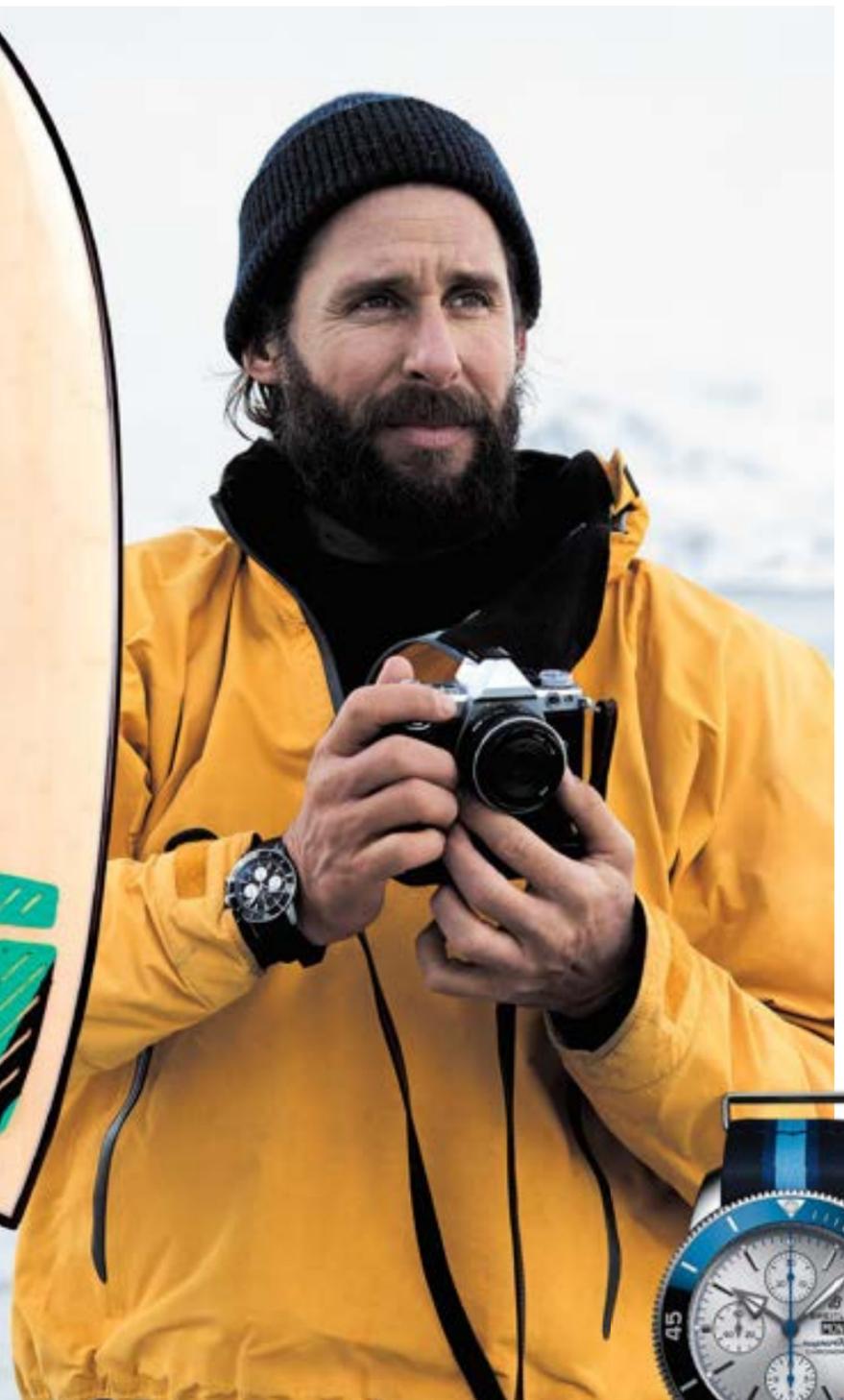


1



2

3



5

# David de Rothschild

DER BRITISCHE ABENTEURER SETZT SICH FÜR DIE UMWELT EIN. DENNOCH GIBT ES EINEN LUXUS, AUF DEN ER NICHT VERZICHTEN MAG.

TEXT MATHILDE BINETRUY

**X**L-BODY, wilde Locken und Vollbart: David Mayer de Rothschild – ja, von den Rothschilds – verkörpert den modernen Abenteurer. Klar, er hätte Banker werden können wie sein Vater, aber David ist aus einem anderen Holz geschnitzt. Nach einem Abschluss in Naturheilkunde kauft er eine Bio-Farm auf Neuseeland und nimmt an einer Polarexpedition teil. Als jüngster Brite, der je die beiden Pole bereist hat, überquert er 2010 den Pazifik an Bord eines aus 12500 Plastikflaschen gebauten Katamarans. Als Kopf der Stiftung «Sculpt the Future» redet er den Leuten in ihr ökologisches Gewissen. Kein Wunder, hat ihn Breitling zum Markenbotschafter gemacht, als Teil der Explorers Squad, der auch Bertrand Piccard und Inge Solheim angehören. David de Rothschild, der in London, New York und auf seinem Boot lebt, fühlt sich «überall auf dem Planeten zuhause». Bald kommt sein erstes Kind, da wird er wohl sesshafter werden. Oder? «Na ja, es ist ein Verankerungspunkt.»

**Wer war der Held Ihrer Kindheit?**  
Ich liebte es, im Fernsehen die Dokus von **Jacques-Yves Cousteau (4)** zu schauen. Für mich war er stets ein Held, weil er Ökothemen gesellschaftsfähig gemacht hat.

**Wer ist heute Ihre «grüne Ikone»?**  
Es gibt so viele Persönlichkeiten, die mich inspirieren! Zum Beispiel Enric Sala, der spanische Forscher von National Geographic, der sich unermüdlich für den Schutz der Ozeane einsetzt. Ein Wahnsinnstyp.

**Was kann, neben der Forschung, sonst noch für die Umwelt getan werden?**  
Man kann erschaffen, was es noch nicht gibt. **Tesla (7)** etwa geht da mit gutem Beispiel voran. Ihr Produkt, das Auto, ist ja nur eine Komponente einer ambitionierten Mission: Die Umstellung auf erneuerbare Energie.

**Wie reisen Sie selbst?**  
Am liebsten im Zug, weil man da prima die Gedanken schweifen lassen kann. Das klappt umso besser, je langsamer der Zug ist. Ich



4



6

denke da etwa an die Transsibirische oder die **Transmongolische Eisenbahn (6)**.

**Gibt es einen Luxus, auf den Sie nicht verzichten wollen?**  
Meine Uhr, die **Breitling Superocean Heritage B01 Chronograph 44 (5)**. Sich Zeit für sich, seine Familie und Freunde zu nehmen, das ist heute der wahre Luxus. Als Botschafter von Breitling wird mir jeden Tag aufs Neue bewusst, wie kostbar Zeit ist.

**Sie machen viel Sport. Was am liebsten?**  
**Surfen (2)!** Und **Tauchen (3)**. Überhaupt mag ich alle Sportarten, die mit Tieren zu tun haben, wie etwa das Reiten.

**Was tun Sie, um der Alltagshektik zu entkommen?**  
Ich höre Musik. Jazz, Blues, Rock... Ich habe wahnsinnig viel Musik auf dem Smartphone und Playlists für jede Gelegenheit. Wer bis heute meinen Geschmack beeinflusst: **David Bowie (1)**. Er war ein Genie. ☺



7

FOTOS: OLEKSIY MAKSYMENKO, UNITED ARCHIVES GMBH, DIDIER BIZET, IMAGES & STORIES, ALAMY STOCK/BREITLING



CHANEL

#HANDBAGCHANEL19