

# encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

INTERVIEW  
Giulia Molteni  
lebt Möbel

UHREN  
10 Museen,  
die anders  
ticken

WEIN  
Ein Chasselas,  
wie es ihn  
noch nie gab

# DESIGN

Sehen so gut aus, wie sie tönen:  
Die neuen Audiogadgets

OKTOBER 2020  
Sonntagszeitung

# NO TIME TO <sup>007</sup> DIE

NUR IM KINO



JAMES BOND'S  
CHOICE



SEAMASTER DIVER 300M  
007 EDITION

  
**OMEGA**

OMEGA Boutiquen:

Zürich • Genf • Luzern • Interlaken • Bern • Biel  
Crans-Montana • Zermatt • Bürgenstock



# TUDOR

## #BORN TODARE

Was treibt einen Menschen dazu an, Großartiges zu leisten. Es mit dem Unbekannten aufzunehmen, etwas Neues zu wagen und vor nichts zurückzuschrecken? Es ist die Willenskraft, die auch TUDOR hervorbrachte.

Es ist die Energie, für die jede Armbanduhr von TUDOR steht. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen.



**„Snowflake“-Zeiger**  
Ein Markenzeichen von TUDOR Taucheruhren seit 1969



**Manufakturkaliber**  
MT5402 mit 70-stündiger „wochenendsicherer“ Gangreserve, Siliziumfeder und COSC-Zertifizierung



**39-Millimeter-Gehäuse**  
in Edelstahl 316L



**Fünffährige, übertragbare Garantie** ohne Registrierung oder vorgeschriebene regelmäßige Wartung

**BLACK BAY FIFTY-EIGHT**



Möbeldesign der dritten Generation: Giulia Molteni im Interview **S. 14**



Der perfekte Durchmesser? 40 mm! **S. 30**



10 Uhrenmuseen, die eine Reise wert sind **S. 26**

# Design | Oktober 2020

**HIGHLIGHTS**

**12 Trend**

Die Leggings sind zurück? Eigentlich waren sie nie weg...

**13 Swiss Made**

Der Lichtschalter, den sogar Max Bill schön fand

**14 Interview**

In Giulia Moltenis Leben dreht sich (fast) alles um Möbel

**25 Wein**

Mit dem Chasselas wird die meistangepflanzte Weissweitraube der Schweiz endlich wissenschaftlich erforscht

**26 Reisen**

Es muss nicht immer Kunst sein: 10 grossartige Uhrenmuseen

**AUSSERDEM**

**6 Lieblinge: von knochenförmigem Schmuck bis zu Parfum vom Genfersee** **17 Entschlüsselt: die T-Touch Connect Solar von Tissot** **18 Schönheit trifft auf Technik** **24 40mm-Uhren** **30 La Prairie spannt mit der Fondation Beyeler zusammen** **31 Die Welt des Westschweizer Designers Adrien Rovero**



Lacklederjacke, Top, **Chanel**. Kabelloses Gaming-Headset Pro X Lightspeed, **Logitech**. Lippenstift Joli Rouge Crayon 742 C, Lidschatten Ombre 4 Couleurs 05, **Clarins**. **S. 18**



**COVER**

Figurbetonter Mantel aus genarbttem Ziegenleder, **Hermès**. Ohrumschliessender Kopfhörer Beoplay H95 mit Active Noise Cancelling, **Bang & Olufson**. Lippenstift Joli Rouge Laquer 754 L, Lidschatten Ombre 4 Couleurs 04, **Clarins**.

**FOTOS**

Philippe Biancotto

**STYLING**

Simon Pyllyser

## Erfreulich diskret

**S**EIT KURZEM tönt es bei mir zuhause besser denn je: Wir haben ein neues Sound System, um es in Tech-Sprech zu sagen. Schwarze Boxen, strategisch im ganzen Haus verteilt, beschallen mich mit hochqualitativen Klängen, egal, ob ich mich nun in der Küche, im Badezimmer oder in der Waschküche aufhalte. Mehr noch als die Tatsache, dass ich nun zur E-Gitarre mitsingen kann, während ich mir einen Kaffee mache, mir die Zähne putze oder Wäsche aufhänge, freut mich allerdings das Erscheinungsbild. Endlich ein Lautsprecher-Design, das diesen Namen auch verdient hat (*unsere Favoriten finden Sie ab S. 18*). Und vor allem:



Renata Libal, Chefredaktorin

Keine Kabel weit und breit, die sich wie schwarze Spaghetti irgendwo in einer Ecke kringeln und Staub ansetzen. Der ganze technische Schnickschnack hat sich diskret ins Geräte-Innere zurückgezogen. Was bleibt, ist pure Formschönheit. So sollten überhaupt alle Möbel sein, findet Giulia Molteni von der gleichnamigen italienischen Traditionsfirma (*Interview ab S. 14*). Beistelltische, die auch gleich das Smartphone aufladen, Kleiderschränke, die ihren Inhalt hygienisch frisch halten, Backöfen, die mitdenken: Mir gefällt das Konzept von Effizienz, die sich optisch zurückhält. So wie jetzt bei mir daheim. Noch ein Grund, warum ich in letzter Zeit vermehrt Lust habe, ein bisschen durchs Haus zu tanzen...



Die neueste Capsule Collection von Mosaert. Man beachte die Logo-Wolke im Hintergrund.

## MODE

# Klappe, die sechste

Der Elektro-Hiphopper Stromae («Alors on danse») steigt zwar nicht mehr in zarte Farben gehüllt auf die Bühne. Doch an Kleidern, die etwas zu sagen haben, ist er trotz dieser fünfjährigen Absenz nach wie vor interessiert: Das Label Mosaert – ein Anagramm von Stromae, was wiederum ein Anagramm von Maestro ist –, das Paul Van Haver (so sein bürgerlicher Name) mit seiner Frau, der Stylistin Coralie Barbier, und seinem Bruder Luc Junior Tam gegründet hat, lanciert dieser Tage bereits die sechste Capsule Collection. Wie alle vorangegangenen ist sie limitiert – und erscheint dann, wann sie eben fertig ist. Die Saison spielt keine Rolle. Diesmal hat sich das Trio Zeit gelassen: ganze zwei Jahre. «Wir legten davor schon grossen Wert darauf, in Europa zu fabrizieren», sagt Coralie, «doch diesmal wollten wir so richtig nachhaltig sein, bis hin zu den Etiketten.

Das hat den ganzen Produktionsprozess auf den Kopf gestellt.» Konkret mussten erst schöne Recyclingstoffe und Bio-Baumwolle gefunden werden, bevor man sich überlegen konnte, was man damit anstellt. Das Resultat? Ein gutes Dutzend sportlich-verträumte Unisex-Teile in Khaki-, Blaugrau- und Pudertönen, weit weg von den Blümchen und Waxprints früherer Kollektionen. Zum Zehnjährigen hat sich das Label, das neben Mode auch Musik und Filme produziert, ein neues Logo gegönnt: ein wolkenartig aufgeblasenes M. «In den Farben, aus denen Träume gemacht sind», meint Luc schmunzelnd. Was den von der Nachhaltigkeit betrifft, so ist er Realität geworden. «Wenn man macht, was man kann, erreicht man manchmal mehr, als man für möglich gehalten hätte», freut sich Coralie. *Renata Libal*

Erhältlich via [store.mosaert.com](http://store.mosaert.com)

## ZUM WOHL!

## Saft für Sieger



VON  
**PIERRE THOMAS**

Hier kommt ein Gewinner! Im Rahmen der «Sélection des Vins de Genève» gewann er den Preis der Presse-Jury, ausgewählt aus vier Sauvignons mit Goldmedaille; eingereicht worden waren insgesamt 28 Abfüllungen der Sorte. «Alle wichtigen Genfer Kellereien haben teilgenommen – das ist wahrhaftig ein Ausnahmewein!», bestätigt der Kantons-Önologe Florian Favre. Und wer nahm den Preis entgegen? Ein gewisser Dorian Plajic.

Der junge Önologe, der früher Rugby mit dem Sohn von Didier Fischer (dem Mitbesitzer der Domaine des Trois-Étoiles in Peissy) gespielt hat, ist sich Erfolg gewohnt. Mit einer Matura-Bestnote in der Tasche reiste er durch die südamerikanischen Weinregionen. Später, 2016, gewann er zusammen mit seinen Kollegen von der Weinbaufachschule in Changins, wo er sein Diplom machte, den angesehenen Degustationswettbewerb der Hotelfachschule Lausanne.

Als Didier Fischer – Präsident des FC Servette 2015-20 und Präsident der Cave de Genève 2008-19 – vor zwei Jahren die Domaine des Trois-Étoiles übernahm (was er übrigens tat, weil er es 30 Jahre zuvor seinem Co-Investor Michel Tuor versprochen hatte, bei der Heimfahrt von einem Spiel Milan gegen Barça), erinnerte er sich an den Kollegen seines Sohnes. So kam eins zum andern.

Mit seinen munteren Anklängen von Grapefruit und Ingwer, seiner Kraft, die von einer tragenden Säure ausgeglichen wird, streift dieser Sauvignon Blanc 2019 die Perfektion. Er kommt von einem zehn Hektar grossen Weingut in der Umstellung zur Biodynamik, das zeigt, dass die Genfer Weinberge «wahrhaftig Potenzial haben, lebendige Weine mit weniger Alkohol und Zucker zu keltern», so Didier Fischer. Die 3000 Flaschen Sauvignon haben alles, um einer urbanen, internationalen Kundschaft zu gefallen – die zwar besagte Sorte kennt, aber noch nicht weiss, dass sie auch im Genfer Umland wächst.



**Sauvignon Blanc 3 Étoiles, 2019**  
18 Fr./7.5 dl, [www.trois-etoiles.ch](http://www.trois-etoiles.ch)

## SCHMUCK

## Beinhardter Klassiker

Als Elsa Peretti 1970 für Tiffany & Co. einen Armreif entwarf, dessen Form von einem menschlichen Knochen inspiriert war, fielen die Reaktionen, nun ja, gemischt aus. So was Organisches hatte man im Blingbling-Universum noch nie gesehen! Tatsächlich war der Designerin die Idee nach dem Besuch einer Krypta in Rom gekommen, und so konzipierte sie *Bone*, wie das Ding sinnigerweise heisst, als Duo, das man – eins rechts, eins links – an beiden Handgelenken trägt. In den letzten fünfzig Jahren wurde das gute Stück schon auf zig roten Teppichen spazieren geführt, von Catherine Deneuve über Sophia Loren bis zu Margot Robbie, und immer schwang da ein Hauch von Unangepasstheit mit. Nun, zum runden Geburtstag, gibts eine Sonderedition mit Edelsteinen. Als wäre dem Knochen ein Auge gewachsen... *R.L.*

**Manschetten-Armreif *Bone*, Elsa Peretti for Tiffany. Silber/schwarze Jade, 3050 Fr. Silber/Türkis, 8800 Fr., Gelbgold/grüne Jade, 20 000 Fr.**





Schau mir ins Äugchen! Im Bild die Ausführung in Ocean Green; es gibt den kleinen Flitzer aber auch in Celestial Blue und in Mineral Grey.

## AUTO

# Vier Räder für ein Halleluja

«Ikonen sind Kult- und Heiligenbilder, die von orthodoxen Christen verehrt werden», erklärt Wikipedia. «Heilig» mag zwar ein bisschen hoch gegriffen sein, doch in Anbetracht der Tatsache, dass beispielsweise in der Schweiz auch heute noch fast 70 Prozent der Fiat-Verkäufe auf das Konto des Cinquecento gehen, gab es gute Gründe für die Italiener, ihre Ikone fit für die Zukunft zu machen. Und die ist – so glaubt man zumindest heute – elektrisch. Also hat man bei Fiat seinen Bestseller unter Strom gesetzt und ihn schlicht *500 La Prima* genannt.

Weil man mit Ikonen behutsam umgeht, wurde bei der Entwicklung des kleinen Stromers auf Design-Experimente verzichtet. So ist das modernste Auto des Konzerns



Sieht süss aus und macht wenig Dreck: Der Fiat 500 La Prima. Als Cabrio oder Limousine mit Panorama-Glasdach und in drei Farben erhältlich. Ab 36 990 Franken.

zumindest optisch ein alter Bekannter. «Es war wichtig für den Wiedererkennungswert, die traditionelle Silhouette beizubehalten», erklärt Chefdesigner Klaus Busse.

Er und sein Team haben sich vom ersten Cinquecento von 1957 sowie der Zweitaufgabe von 2007 inspirieren lassen, aber trotzdem ein komplett neues Auto erschaffen. Eines, das mit 118 PS und einer Reichweite von 320 Kilometern wie geschaffen ist für die Stadt – und, wenn gewünscht, auch mitdenkt: Im intelligenten Sherpa-Modus übernimmt es die Kontrolle und spart Energie, indem es diverse Parameter (mobiles Ladegerät, Klimaanlage, Höchstgeschwindigkeit, Beschleunigung) optimiert. Alleluia! *Dieter Liechti*

## DESIGN

# Prego, nimm Platz



Falls bei Ihnen keiner in der Stube steht, dann ziemlich sicher beim Nachbarn drüben: Der Vanity Fair, 1930 vom italienischen Möbelhaus Poltrona Frau ins Leben gerufen, ist eins dieser Stücke, die jeder haben will (und drum auch eins der meistkopierten). Diese Art-déco-Rundungen! Diese Üppigkeit! Bequem und schön zugleich – wann gibts das schon? –, ist dieser Sessel Ding gewordene Aufzählung der Tugenden seines Mutterhauses: zeitlose Eleganz und Meisterschaft in Lederverarbeitung. Nicht ohne Grund war Renzo Frau Anfang des 20. Jahrhunderts Polsterer des Hauses Savoyen! Der Vanity Fair stammt von einer Skizze, die man nach Renzos Tod fand, und es war seine Witwe, die das gute Stück zu produzieren begann (unter dem Namen Modello 904; Vanity Fair wurde es erst 1984 getauft). Zum Neunzigsten der Ikone nun hat Poltrona Frau den Designer Roberto Lazzaroni aus Pisa um eine kleine Auffrischung gebeten. Ecco: der Vanity Fair XC. Noch gemütlicher, mit einer vergrösserten Sitzfläche. Aufstehen? Nö, lieber sitzen bleiben. *R.L.* Vanity Fair XC, Poltrona Frau, ab 5511 Fr.



## UHR

# Zeit ist abstrakt

Kein Wunder, gehts mit dieser Marke aufwärts: Raketa aus St. Petersburg setzt auf Kult – und holt z. B. Kasimir Malewitschs «Schwarzes Quadrat» (1915) auf eins seiner Zifferblätter. *R.L.*

Raketa Big Zero, 38.8 mm, Automatik, Stahl, Leder, Zifferblatt aus Jade und Violan, limit. auf 300 St., ca. 1600 Fr., [www.raketa.com](http://www.raketa.com)



Ein Model, die Treppe herabsteigend an der rue Cambon 31 in Paris: Foto von François Kollar, erschienen in «Harper's Bazaar» 1937.

## BEAUTY

### Unter der Maske



Seit uns die Hygienemaske durch den Alltag begleitet, suchen die Kosmetikmarken fieberhaft nach einer magischen Formel, die dem Gesichtsteil, der nun zu wenig Luft bekommt, Linderung verschaffen könnte. Dior scheint sie gefunden zu haben – und zwar schon lang, wie die Jahreszahl auf der Tube suggeriert: Der neu lancierte Reparaturbalsam setzt auf eine sanfte Formulierung und die Wirkstoffe der Kamille, die seit jeher eine gute Freundin empfindlicher Haut ist. Heilt, erfrischt, beruhigt – ohne Parfum, dafür mit 91 Prozent natürlichen Inhaltsstoffen. Wirkt wie eine Streicheleinheit... *R.L.*

**Baume Cica-Réparateur** für Gesicht und Körper, Dior, ca. 65 Fr./ 75 ml

## AUSSTELLUNG

# Coco, die Legende

Seine erste Ausstellung nach dem Um- und Ausbau widmet das Modemuseum im Palais Galliera in Paris einer Persönlichkeit, die wie keine andere die Mode des 20. Jahrhunderts geprägt hat: Gabrielle «Coco» Chanel. In diesem «Manifest der Mode», so der Untertitel der Schau, geht es nicht nur darum, historische Kleidungsstücke zu zeigen und Madame Chanel (zugegeben hochgradig interessantes!) Leben nachzuerzählen. Vielmehr wird aufgezeigt, woraus die Pionierleistungen der am 19. August 1883 in Saumur geborenen Designerin und Unternehmerin bestanden.

Von den Anfängen über das legendäre Parfum N°5 bis hin zu ihren letzten Kollektionen der 60er- und 70er-Jahre war ihr Werdegang einem Serienfeuer kleiner Revolutionen – stilistischer, aber auch sozialer und technischer Natur, die kleine wie grosse Errungenschaften der weiblichen Hälfte der Gesellschaft begleiteten.

Schon früh bediente sich Coco in der Herrengarderobe, um eigene Outfits zu ergänzen: hier ein Regenmantel, da eine Hose, dort das Streifenshirt, mit dem sie 1916 unsere heute omniprésente Sportswear vorwegnahm. Ihr Erbe, das immer wieder durch seine unerhörte Modernität verblüfft, wird in der Ausstellung anhand legendärer Stücke – der Tweed-Jacke, der zweifarbigen Pumps, der 2.55 (der Tasche mit den Steppnähten) – aufgedrösel.

Insgesamt sind 350 Exponate versammelt. Und doch: Noch immer sind da blinde Flecken in ihrer Biografie, kleine Mysterien, die sie selbst gestreut und kultiviert hat, bis zu ihrem Tod am 10. Januar 1971 in einer Suite des Hotels Ritz in Paris. Ihre letzte Ruhestätte fand sie indes in der Schweiz: auf dem Bois-de-Vaux-Friedhof in Lausanne.

*Estelle Lucien*

**Gabrielle Chanel: Manifest der Mode.**  
Bis 14. März 2021. [www.palaisgalliera.paris.fr](http://www.palaisgalliera.paris.fr)



## ACCESSOIRE

### Sorge tragen

Als der New Yorker Designer Telfar Clemens 2005 das Label, das seinen Vornamen trägt, gründete, tat er das mit einer Vision. Und mit dem Slogan «Not for You – for Everyone». Will heissen: Hier kommt Mode, die inkludierend und unisex ist. Wer weiss, dass der Amerikaner mit liberianischen Wurzeln Wert darauf legt, dass seine Firma von A bis Z in schwarzen Händen ist, trägt mehr als eine Tasche durch die Gegend: nämlich ein Zeichen der Solidarität. *R.L.*

**Shoppingbag in 3 Grössen und 17 Farben, ab 150 Dollar, Telfar. Fast ausverkauft!**

# Ein gut integrierter Chinese

## TOYS FOR BOYS



### VON CHARLES-ANDRÉ AYMON

Ich will alles, und ich will es jetzt. Ganz kann das MateBook X Pro von Huawei diesen ewigen menschlichen Wunsch zwar nicht erfüllen. Aber es kommt doch nah dran heran, das muss man ihm lassen. Zumindest, wenn es darum geht, möglichst viel Technologie in ein einziges System zu pferchen. Womit es, keine Frage, Apple als grosses Vorbild hatte. Der Touchscreen und der Prozessor – vor allem, wenn man die Version wählt, die mit einem Intel-i7 der 10. Generation ausgestattet ist – sind einfach einen Tick weiter als fast alles, was sonst grad auf dem Markt ist.



Clever: Die Kamera des Huawei MateBook X Pro ist in der Tastatur versteckt.

Das Tollste an diesem superdünnen Teil ist aber, dass sich das Smartphone – sofern es ebenfalls eines von Huawei ist – direkt in den Computer integrieren lässt. Die Share-Funktion lädt den Smartphone-Bildschirm einfach auf jenen des Laptops, sodass man darauf sämtliche Apps bedienen, Nachrichten verschicken, Fotos bearbeiten kann. Alles ganz easy mit der Maus. Super! Ausserdem wiegt das Gerät gerade mal 1,3 Kilo und hat eine Akkulaufzeit von 15 Stunden. Ach ja, noch etwas: Die Kamera ist nicht mehr am oberen Bildschirmrand platziert, sondern in der Tastatur versteckt. Das heisst, sie ist nur dann da, wenn man sie auch wirklich braucht. Ein cleveres Detail.

Um es kurz zu machen: Hier, liebe Digital Nomads, ist er, der ernst zu nehmende Konkurrent des HP EliteBook mit Windows.

**Huawei MateBook X Pro, 13.9"-Bildschirm, Intel-i7-Prozessor der 10. Generation, 1To SSD, ca. 2400 Fr.**



SITZSYSTEM CONNERY | DESIGN RODOLFO DORDONI  
SESSSEL TORII | DESIGN NENDO  
COUCHTISCH BOTECO | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27  
ENTDECKEN SIE MEHR BEI [MINOTTI.COM/CONNERY](http://MINOTTI.COM/CONNERY)

AGENTUR HENRIK MAASZ  
T. 091 7911008 - [INFO@PMOBILE.CH](mailto:INFO@PMOBILE.CH)  
HÄNDLERNACHWEIS: [WWW.MAASZ.CH](http://WWW.MAASZ.CH)

Minotti



## REISEN

Wer einmal hier eincheckt, will so schnell nicht wieder weg.

# Besser schlafen

Einfach mal ein paar Tage abtauchen, dem Alltag, dem Virus und dem Herbstgrau entfliehen? Und sich dabei doch mal wieder über die Grenze trauen? Bitte schön: Christophe Aribert hat mit seiner Maison Aribert im Park von Uriage-Les-Bains, nur wenige Minuten von Grenoble entfernt, einen wunderbaren kleinen Kraftort geschaffen. Einmal eingecheckt, will man am liebsten gar nicht mehr weg, denn für alles, was wirklich zählt, ist bestens gesorgt. Auf den Tisch kommt nur, was saisonal und im Umkreis von 150 Kilometern produziert wurde; Früchte, Gemüse und Kräuter stammen aus dem hauseigenen Permakultur-Garten.

Über gerade mal fünf Gästezimmer verfügt der hübsche Hotelbau aus dem 19. Jahrhundert. Und die sind, nachdem

der Chef sie einem auf Geobiologie spezialisierten Architekten anvertraut hat, gewissermassen auf das Maximum reduziert: Holz, Stein, Glas, viel mehr braucht's nicht. Doch, eins natürlich noch: ein richtig gutes Bett. Da setzt der Hausherr auf jahrhundertertealtes Know-how aus Schweden: die Marke Hästens, die nur auf Mass und von Hand produziert und dabei auf allerbeste Materialien – Kiefernholz, Leinen, Wolle, Rosshaar – setzt. Alles rezyklierbar, wie sich das in der Maison Aribert gehört.

Hinfahren, Energie tanken... und wiederkommen wollen. *Jennifer Segui*

Maison Aribert, Saint-Martin-d'Uriage, Frankreich. [www.maisonaribert.com](http://www.maisonaribert.com)

So gut geschlafen, dass ein Hästens für zuhause her muss? Hästens hat Läden in Zürich, Bern, Gstaad und Genf. [www.hastens.com](http://www.hastens.com)

## TOP 5

Cooler Museen, die sich von der Couch aus besuchen lassen



**1** Sechs Etagen voll koreanischer Kunst gibt es im **National Museum of Modern and Contemporary Art Seoul**. [Via artsandculture.google.com](http://via.artsandculture.google.com)

**2** Blaue Wände, grüne Türen? Das **Museo Frida Kahlo** ist so bunt wie die Gemälde der Grande Dame der mexikanischen Kunst. [Via artsandculture.google.com](http://via.artsandculture.google.com)

**3** Einmal quer durch die Kunstgeschichte! Die **Sammlung des Tokyo Fuji Art Museum** umfasst rund 30 000 Werke. [Via artsandculture.google.com](http://via.artsandculture.google.com)

**4** Das **American Museum of Photography** existiert nur virtuell. Führungen gibts trotzdem – natürlich online! [photographymuseum.org](http://photographymuseum.org)

**5** Wir sind very amused: Die **Ausstellungen im British Museum** sind auch über den Bildschirm zugänglich. [britishmuseum.withgoogle.com](http://britishmuseum.withgoogle.com)



## SCHMUCK

## Superkäfer

Glück ist kostbar. Das weiss man auch bei Bucherer – und präsentiert mit dem Ring *Lady Bird* einen Marienkäfer aus 89 schwarzen Diamanten (1.22 ct), 114 gelben Saphiren (2.84 ct) und einem tropfenförmigen Zitrin (2.75 ct). Und was kostet das reizende Tierchen? 29 000 Franken. *E.L.*

## PARFUM

## Junge Nasen braucht das Land



Das Label \*196 ist die Frucht einer langjährigen Freund- und gemeinsamen Leidenschaft: jener, geliebte Gerüche aus der Kindheit wieder herbeizubauern. Tennessee MacDougall und Théodora Menthonnex, beide ECAL-Absolventinnen, verzichten dabei allerdings auf Zaubersprüche und stellen stattdessen in einem kleinen Atelier in Lutry am Genfersee feste Parfums auf der Basis von Jojobaöl, Sojawachs und ätherischen Ölen her. Nach dem Duft-Trio Tripytique, dem Bestseller der jungen Marke, folgt nun ein Duo aus Weihrauch, Patschuli und schwarzem Pfeffer. Indien einfach, bitte! Wer sich daran satt schnuppern will, muss freilich schnell zugreifen, denn die Produkte der beiden 22-jährigen Supernasen sind limitiert. Zu kaufen gibt es sie nur online (via Website oder auf Instagram). Bis jetzt. Denn bald sollen die edlen Düftchen auch in ausgesuchten Boutiquen stehen. Ach ja, noch ein wichtiges Detail: Weil das Ganze nachhaltig sein soll, sind alle \*196-Produkte nachfüllbar und in Recycling-Papier verpackt. *Nina Seddik*  
Erhältlich über [196olfactory.com](http://196olfactory.com), ab 15 Fr.

**FLEXFORM**

MADE IN ITALY





Doch, doch, Leggings können auch chic! Diese hier hat Anthony Vaccarello für Saint Laurent Paris entworfen, Herbst/Winter-Kollektion 2020/2021.

## Die ewigen Flexiblen

**N**ACH DER VIDEOKONFERENZ nimmt man den Laptop vom Esstisch und macht es sich damit auf dem Sofa bequem – Netflix-Zeit! –, zuvor hat man zwischen zwei Businesssterminen rasch eine Runde Yoga eingelegt, und all das natürlich im heimischen Wohnzimmer. Kommt Ihnen bekannt vor? Wir lehnen uns wohl nicht zu sehr aus dem Fenster, wenn wir hier für Sie antworten: Ja. Und, nächste Frage: Welches Kleidungsstück ist flexibel genug, um die Lotus-Position ebenso gut mitzumachen wie den Abstecher zum Lebensmittelladen oder den Zoom-Apéro mit den Freundinnen? Bingo: die Leggings. Und hier sind wir nun im Dilemma. Denn es wäre schlicht gelogen, vom grossen Comeback einer Klamotte zu sprechen, die seit der Erfindung des Elastans 1958 nie wirklich aus unseren Schränken verschwunden war. Und dabei, zugegeben, ein paar legendäre Momente erlebte, wir den-

ken an Olivia Newton-John in «Grease» in den 70ern und, in den 80ern, an Aerobic-Queen Jane Fonda. Bloss: Wenn man überlegt, wo diese Sternstunden sich abspielten, nämlich im Fitnessstudio respektive an einer doch recht schäbigen Chilbi, dann gebietet der gute Stil eigentlich schon, dass sich das Leggings-Territorium bitte auf die eigenen vier Wände und das Gym beschränken möge. Aber das ist viel verlangt, das ist uns klar, zumal in Zeiten, wo wir alle Entspannung dringend nötig haben. Und so erobern die Leggings die Strassen, sei es aus Leder, Latex oder in einer der zig Varianten der Athleisure. Nun denn, es muss halt sein. Da loben wir uns die Designer, die empfehlen, das Teil zumindest mit einem schicken Stilbruch aufzuwerten, sei es mithilfe eines eleganten Oversize-Blazers, eines weiten Mantels oder eines edlen Wollpullis mit Strukturstrick. Merci, Saint Laurent. ☺

TEXT RENATA LIBAL



SO ENTSTEHT EIN SCHALTER

**LINKS** Das Modell Standard ist ein echtes Stück Designgeschichte. Der ursprüngliche Wippenschalter wurde 1968 durch einen Drücker ersetzt.

**VON OBEN IM UHRZEIGERSINN** Ohne die Befestigungsplatte (o.) hält kein Schalter in der Wand. Bis es so weit ist, muss aber erst Kunststoff in Form gespritzt (o.r.) und das Innenleben eines Schalters Stück für Stück zusammengesetzt werden (r.). Fast alles geschieht maschinell – ganz ohne Handarbeit gehts aber nicht (u.r.).



# Klick, klack, Kult

SEIT ÜBER 100 JAHREN BAUT DIE FELLER AG IN HORGEN AM ZÜRICHSEE LICHTSCHALTER, DIE SELBST MAX BILL SCHÖN FAND. SOGAR DIE FABRIK STEHT UNTER DENKMALSCHUTZ!

TEXT PAULINA SZCZESNIAK FOTOS LEA MEIENBERG

**E**S GIBT DINGE, die können uns ein bisschen verzaubern. Ein Blick drauf oder kurz zur Hand genommen, schon fühlen wir uns getröstet, beglückt, zuhause. Eins dieser Zauberdinge heisst Standard – und ist der Inbegriff des Schweizer Lichtschalters: ein Druckknopf in einem Ring in einer quadratischen Duroplast-Platte. Manchmal mit Steckdose. Das Original von 1968 wurde 2016 einem kleinen Facelifting unterzogen; doch es braucht schon ein sehr geübtes Auge, um die Unterschiede (z.B. den ganz leicht grösseren Radius des Rings) zu entdecken. Gut so. Schliesslich gehts hier um eine Ikone, deren Urform (mit Wippenschalter) als Beispiel gelungenen Designs in Max Bills Wanderausstellung «Die gute Form» ab 1949 durch den deutschsprachigen Raum tourte.

Überhaupt war die Homebase des Schalters, die Firma Feller AG in Horgen am Zürichsee, Hotspot der Schweizer Gestaltungspioniere. Richard Paul Lohse entwarf Werbung, Hans Fischli (wie Bill Bauhaus-Schüler und später Vater von Peter Fischli von Fischli/Weiss) erbaute 1953 die heute denkmalgeschützte Fabrik, deren markante Zickzack-Fensterfront sie wie eine stilvolle Dame auf Horgen hinabblicken lässt.

Das passt ganz gut. Denn es war ebenfalls eine Dame, die den Betrieb über 40 Jahre lang (1931-1973) geleitet und massgeblich geprägt hat. Mit gerade mal 21 Jahren musste Elisabeth Feller (siehe rechts) in die Fussstapfen ihres

plötzlich verstorbenen Vaters treten, der die Firma 1909 begründet hatte.

Vor genau 111 Jahren, also. «Wir hatten jede Menge Pläne für das Jubiläum, aber eben: Corona», seufzt Kommunikations-Chef Cello Duff, während er durch den Showroom führt, wo sämtliche Feller-Produkte (Steckdosen, Licht-, Storen-, Schlüsselschalter, Klingelknöpfe), aber auch historische Stücke wie Drehschalter aus Porzellan nicht nur zu sehen, sondern auch zu befühlen sind. Ein Schalter muss schliesslich der Hand ebenso wie dem Auge schmeicheln. Und, optimalerweise, auch dem Ohr: «Hören Sie mal.» Duff drückt – klick, klack – auf Max Bills Wippenschalter. «Ist das nicht schön? Der Sound meiner Kindheit!»

**Man spürt es in den Beinen**

Vis-à-vis in der Fabrik schnauben derweil die Stanzmaschinen und sirren die Hydrauliken. Der Herzschlag eines fleissigen Ungetüms, das pro Jahr 800 Tonnen Kunststoffgranulat verschlingt, um es verflüssigt bei 300°C in Form zu spritzen. Dazu kommen 600 Tonnen Metall für Befestigungsplatten und Kleinteile. Die 40 Meter lange Produktionsstrasse wurde in-house entwickelt; «ich würde lügen, wenn ich behauptete, wir seien nicht stolz drauf», meint Duff schmunzelnd. Von Maschine zu Maschine schlendernd kann man nachverfolgen, wie ein Einsatz, also das Innenleben eines Druckschalters, entsteht: Erst werden die verschiedenen Metallteile ins Basisgehäuse eingesetzt, dann kommt der Gehäusedeckel drauf und schliesslich die

Löser, bunte Kunststoffkerlchen, welche die Anschlusspole kennzeichnen. Dass all das keine drei Minuten dauert, ist nur möglich, weil alle Kleinteile zuvor maschinell sortiert und so ausgerichtet wurden, dass sie von den Greifarmen ratzfatz verarbeitet werden können. Die Sortiermaschinen mit ihren unermüdlich ruckelnden Einfülltrichtern erfüllen die Halle mit sanftem Geratter; wer sich unmittelbar daneben stellt, spürt ihre Vibration in den Beinen. Der Trichter, in dem Hunderte der fingernagelgrossen Einzelteile im Kreis wandern, hat etwas Hypnotisches. «Man könnte den ganzen Tag hineinschauen», lacht der Mitarbeiter, der die Maschine regelmässig «füttert». Er ist einer von 220 Personen, die überall da anpacken, wo man maschinell nicht weiterkommt. Und Arbeiterinnen: Fotos im Feller-Archiv zeigen, wie die weibliche Belegschaft an der Saffa, der Schweizerischen Ausstellung für Frauenarbeit 1958 in Zürich, vor Ort Schalter zusammenbaute.

In den Siebzigern wiederholte sich die Firmengeschichte ein Stück weit: Elisabeth Feller starb, wie ihr Vater, früh und unerwartet. Weil kein Nachfolger bereit stand, ging die Feller AG schliesslich an die französische Konkurrentin Merlin Gerin, die ihrerseits 1994 von der Schneider Electric übernommen wurde. So ist die kleine Feller AG heute Teil eines Konzerns, der in über 100 Ländern fast 140 000 Menschen beschäftigt.

Und morgen? «Da wollen wir noch stärker auf den Bereich Connected Home setzen», sagt Cello Duff. Ein bisschen verzaubern: Das wird Feller wohl aber auch dann noch. ☺



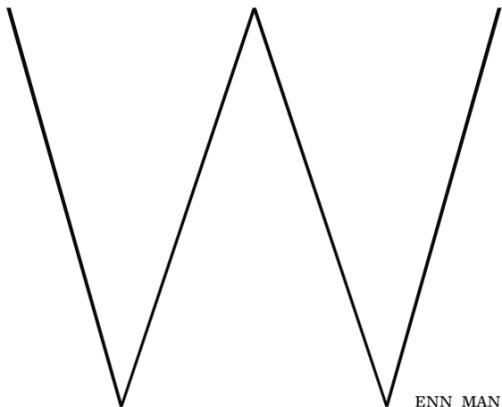
**Elisabeth Feller**

Ihre Unterschrift ist bis heute das Firmenlogo. Zu Recht. Denn auch posthum ist Elisabeth († 1973) für Feller, was die Queen für England ist: Fundament, Kompass – und personifizier-te Disziplin. Gerade mal 21, als ihr Vater Adolf 1931 stirbt, brach sie ihr Geografiestudium ab und sass fortan jeden Morgen um 7 Uhr am Direktoren-pult. (Funfact: In Elisabeths Büro hing Hodlers «Holzfäller».) Von dort aus leitete sie Feller mit Leidenschaft und einer klaren Vorstellung davon, was eine erfolgreiche Firma ausmacht: erstklassige Produkte – und zufriedene Mitarbeiter. So war Feller eine der ersten Firmen mit Pensionskasse und Kinderkrippe.



Ist in den Ateliers der Familienfirma gross geworden und kennt jedes Produkt bis zur kleinsten Schraube: Giulia Molteni.

# DESIGN IN DEN ADERN



ENN MAN den Möbelhersteller Molteni mit einem Gefühl umschreiben müsste, dann wäre es zweifellos diese fließende Sanftheit, die man erfährt, wenn man die Fronttür eines Möbelstücks öffnet. Luftig leicht geht das vonstatten, fast so, wie wenn sich eine Wolke teilt – und etwas betrübt denkt man an die quietschenden Scharniere der eigenen Stücke zuhause, an ihre doch etwas schweren Fronten, an die Kraft, die es braucht, um sie aufzubekommen. Genau darin liegt die Kunst von Molteni: in der Meisterschaft selbst im verborgendsten Detail. In der absoluten Perfektion. Natürlich sieht man den Sofas, Tischen und Regalen der Prestige-Marke von weitem an, dass sie guter Geschmack in Reinform sind. Doch den ihnen innewohnenden Luxus begreift man erst, wenn man sieht, mit welcher Sorgfalt ein Stück Holz bearbeitet, ein Marmor ausgesucht, ein Sessel genäht wurde.

Wie es sich gehört mit einer «Mascherina» ausgestattet und auf einem Sofa der neuen Octave-Kollektion sitzend, erzählt Giulia Molteni mit Leidenschaft von der Mission des Familienunternehmens. Giulia leitet Marketing und Kommunikation; vor allem aber verkörpert sie perfekt diese dritte Generation, die aktuell am Ruder und ebenso kosmopolitisch wie tief verankert in der italienischen Eleganz ist: ungezwungen, aber bitte von allererster Güte. Gegründet hat die Firma 1934 Angelo Molteni, der Grossvater von Giulia, in Giussano in der lombardischen Provinz Monza und Brianza, die als die Wiege des italienischen Möbeldesigns gilt. Sehr bald setzte Angelo auf Entwürfe, die von der puristischen Tradition Skandinaviens beeinflusst waren. 1961 war er Mitbegründer des berühmten Salone del Mobile, der dieses Jahr zum allerersten Mal ausfallen musste; im Lauf seiner Karriere arbeitete er mit den grössten Talenten seiner Epoche zusammen: Afra und Tobia Scarpa, Aldo Rossi, später auch Jean Nouvel und Patricia Urquiola.

Heute umfasst die Molteni Group vier Marken, alle hochluxuriös: Molteni für Möbel, DADA für Küchen, UniFor und Citterio im Bürobereich. Mit einem konsolidierten Jahresumsatz von 365 Millionen Euro (Schätzung 2019), 52 Verkaufsstellen rund um den Globus und fast 1000 Angestellten ist Molteni zwar kein Gigant. Doch das Know-how der Firma in Sachen Handwerk, ihre eigenständige Produktion und ihr Flair für den Zeitgeist haben in den letzten Jahren für konstanten Aufwind gesorgt. Giulia Molteni ist zudem Feuer und Flamme für die wohl grösste Revolution derzeit: jene der Digitalisierung. Ob Verkauf, Kundenkontakt oder – vor allem – die digitale Verbindung eines Schrank mit seinem Besitzer: Die Zukunft gehört den kommunizierenden Möbeln.

#### **Wie erging es Ihnen und der Firma während des Lockdowns?**

Wir haben noch nie so viel gearbeitet! Schnell war die Entscheidung gefällt, die Lancierung unserer Neuheiten 2020 auf digitalem Weg durchzuführen und einen virtuellen Besuch unserer Verkaufsräume anzubieten, bei dem man sich so lang bei einem Möbel aufhalten kann, wie man möchte, und wirklich jedes Detail studieren kann. Das bedeutete allerdings einen ungeheuren Aufwand, vor allem, weil dazu eine technische Expertise nötig war, über die wir selbst nicht verfügen. Wir wandten uns an externe Firmen, haben uns weitergebildet – und im Juni waren wir startklar. Momentan kann man das Angebot nur bei unseren Einzelhändlern nutzen, da diese Technik natürlich auch für Kopisten interessant ist. Aber ich bin sicher, dass diese Art einzukaufen künftig zum Standard gehören wird. Zudem lancieren wir nun auch den Onlineverkauf: in den USA im November, in Europa Anfang des kommenden Jahres.

#### **Kann das im Möbelbereich funktionieren? Gerade da will man doch das Material anfassen, das Sofa probesitzen, das Bett probeliegen...**

Die beiden Arten, Möbel zu erleben, ergänzen sich. Ich glaube auch nicht, dass künftig jemand ein Sofa kaufen wird, ohne wirklich darauf gesessen zu haben. Andererseits: Beim Möbelkauf sind oft mehrere Leute beteiligt, Familienmitglieder, manchmal Freunde, ein Inneneinrichter... Ein erster virtueller Blick dank

MÖBEL, DIE MIT UNS  
KOMMUNIZIEREN?  
DAS IST DIE ZUKUNFT,  
IST **GIULIA MOLTENI**  
ÜBERZEUGT. SIE MUSS  
ES WISSEN: IN DER  
DRITTEN GENERATION  
LEITET SIE DIE FIRMA MIT,  
DIE EINST IHR GROSS-  
VATER GEGRÜNDET HAT.

eines Konfigurationsprogramms ist eine gute Vorbereitung für den Besuch im Showroom. Bald werden wir den Kunden auch Stoffproben nachhause schicken können, wo sie diese dann neben den schon vorhandenen Teppich halten und im Licht ihrer eigenen Leuchte betrachten können. Unsere Möbel sind kostspielig; die verschiedenen Wege, sich mit ihnen vertraut zu machen, werden künftig dabei helfen, die richtige Wahl zu treffen.

#### **Aber die Produktion hat doch gewiss gelitten.**

Nicht wirklich. Wir produzieren zu 90 Prozent in-house, das Gros der Möbel wird in den Ateliers hergestellt, die sie hier durchs Fenster sehen. Wir haben sehr schnell die Abstandsregeln in der Produktion angepasst, so dass wir kaum einen Fabrikationsunterbruch hatten. Zudem sind wir nicht von Zwischenhändlern abhängig.

#### **Noch nie haben wir so viel Zeit in unseren vier Wänden verbracht wie 2020. Was bedeutet das für die Möbelbranche?**

Ich glaube, nun hat eine neue Ära begonnen: Eine, in der man Möbel wirklich für sich selbst kauft, und nicht, weil man damit Gäste beeindrucken will. Wir alle brauchen Schönheit in unserem Leben. Aber die muss zwingend auch funktional sein. Komfort wird nun zum Qualitätskriterium Nummer eins. Für Molteni sind das gute Neuigkeiten: Wir sind schon immer auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden eingegangen. Und nun werden wir sogar noch einen Schritt weitergehen.

#### **Geben Sie uns ein Beispiel aus der aktuellen Kollektion?**

Hector ist eine modulare Bibliothek, die unser Chefdesigner Vincent Van Duysen entworfen hat. Sie besteht aus Regalen und Schrankelementen, die sich beliebig kombinieren lassen. Während des Lockdowns hat Vincent festgestellt, dass viele Leute zuhause nach einem Platz suchten, wo sie ihr Home-Office einrichten können. Also hat er sich hingesetzt und hat ein zusätzliches Modul entworfen, dessen Front heruntergeklappt als Schreibtisch dient. Klappt man es hoch, sind Arbeitsutensilien und Laptop elegant versorgt. Dieses Gefühl von Komfort, bei dem, wenn nötig, alles in Griffweite ist: Das macht unsere Vision von Möbeln im Kern aus.

#### **Bei Ihren Küchen ist es ganz ähnlich.**

Natürlich! Viele Leute haben begonnen, gemeinsam zu kochen. Also braucht es entsprechende Küchen, zum Beispiel mit geräumigeren Kühlschränken.

#### **Wie wird sich das Wohnen künftig sonst noch verändern?**

Wir umgeben uns gern mit natürlichen Materialien: mit Leder, Wolle, Stein, Holz... In diesem Zusammenhang kommt mir spontan der Marmortisch von Michael Anastassiades in den Sinn. Naturmaterialien berührt man gern, und mir scheint, die Leute sehnen sich nach mehr sinnlichen Erfahrungen im Alltag. Darüber hinaus sind diese Werkstoffe langlebig. Sie halten viele Jahre lang und lassen sich, wenn nötig, danach recyceln oder anderweitig verwenden. Möbel, die nur aus einem einzigen Material bestehen, werden deshalb für uns immer wichtiger.

#### **Wie steht es mit technischen Spielereien?**

Die sind extrem wichtig! Wir haben vor zwei Jahren den AirCub auf den Markt gebracht, eine Vorrichtung, die die Luft in Schränken frisch hält und parfümiert. Mithilfe von Ionisation bleiben die Kleider hygienisch frisch. Die Nachfrage nach solchen intelligenten Einrichtungsgegenständen, vor allem, wenns um Hygiene geht, ist dieses Jahr regelrecht explodiert. Als Nächstes wollen wir ein System für die Küche entwickeln, das etwa Geschirr sterilisieren kann.

#### **Und bei den traditionelleren Möbeln?**

Da haben wir immer Techniken im Blick, wie man sein Smartphone aufladen kann, indem man es auf den Tisch legt... Generell ist es unser Ziel, Kabel aus Innenräumen zu verbannen. Alles, was Licht und Ton erzeugt, soll möglichst via Smartphone bedient werden.



## TRADITION & ZEITGEIST

### VON OBEN NACH UNTEN

**RATIO**  
Kann eine Küche ikonisch sein? Diese ist es. DADA heisst die Marke der Molteni Group, die die Ästhetik des Kochens neu definiert.

**AIRCUB**  
Die Luft im Kleiderschrank via Fernsteuerung frisch halten und parfümieren? Hiermit gehts.

**HECTOR**  
Während des Lockdowns – und wegen ihm – ergänzte Vincent Van Duysen seine modulare Bibliothek um ein Schreibtischelement.

**FARO DI BRUCOLI**  
Gio Ponti im Leuchtturm? Funktioniert! Im Bild der Sessel D.151.4 und der Couchtisch D.552.2.

### Die Designindustrie von Brianza wurzelt in Familienunternehmen wie Ihrem. Was sind die Stärken solcher Betriebe? Und was ihre Schwächen?

Ich kann nur für uns sprechen, aber die Tatsache, dass das Unternehmen von Generation zu Generation weitergegeben wurde, hat mir, meinen Geschwistern und Cousins sicher einen tiefen Respekt für das Savoir-faire eingeimpft. Wir sind in den Ateliers gross geworden, kennen jedes Stück bis zur kleinsten Schraube, haben die DNA des Unternehmens verinnerlicht. Das macht es leichter, Entscheidungen zu fällen. Auch schnell, wenn es sein muss.

### Und die Schwächen?

Man neigt dazu, das Familien- mit dem Geschäftsleben zu vermischen... Wir sind sieben Personen, die die Geschicke der Firma in der dritten Generation lenken. Zum Glück arbeiten alle in anderen Abteilungen, ohne direkte Konkurrenz.

### Haben Sie da noch Lust, gemeinsam Weihnachten zu feiern?

Und wie! Das würde nie jemand ausfallen lassen. Wir sind etwas dreissig Leute, die sich jeweils bei meiner Grossmutter treffen.

### Wie wohnen Sie selbst?

In Mailand, in einem komplett renovierten Gebäude aus den 1970er-Jahren. Der Geschmack meines Mannes ist klassischer als meiner, also treffen wir uns in der Mitte. Zum Glück liebt er zeitgenössische

## Künftig wird man Möbel für sich selbst kaufen. Und nicht mehr, um Eindruck zu schinden

Kunst, so sind wir uns wenigstens einig darüber, was an die Wände kommt. Ansonsten ist die Einrichtung recht zusammengewürfelt, mit vielen Souvenirs von unseren Reisen. Dazu das übliche Chaos, das drei Kinder halt so anrichten. Sie sind jetzt 8, 6 und anderthalb.

### War Ihre Laufbahn innerhalb der Firma eigentlich von Anfang an entschiedene Sache?

Nicht wirklich... Auch wenn ich, wie alle in der Familie, mit einem grossen Bezug zur Schönheit und zur Kunst aufgewachsen bin. Mit meinen Eltern habe ich als Kind in einem Haus gelebt – ganz in der Nähe von hier, übrigens –, das ein Entwurf vom Architektenpaar Afra und Tobia Scarpa war. Sehr hohe Fenster, offener Grundriss... und Designermöbel überall. Schwer, in einer solchen Umgebung nicht einen Sinn für Ästhetik zu entwickeln... Bevor ich in die Firma eintrat, arbeitete ich für das italienische Modehaus Loro Piana in New York. Dort hab ich viel über Luxus gelernt. Doch obwohl ich New York fantastisch fand, ist das in meinen Augen keine Stadt, in der man sein Leben verbringen will. Also bin ich 2007 nach Italien zurück, um für Molteni zu arbeiten. Ein recht spontaner Entschluss, übrigens.

### Design und Mode gehen in Italien oft Hand in Hand. Welche Marke ist Ihnen nah?

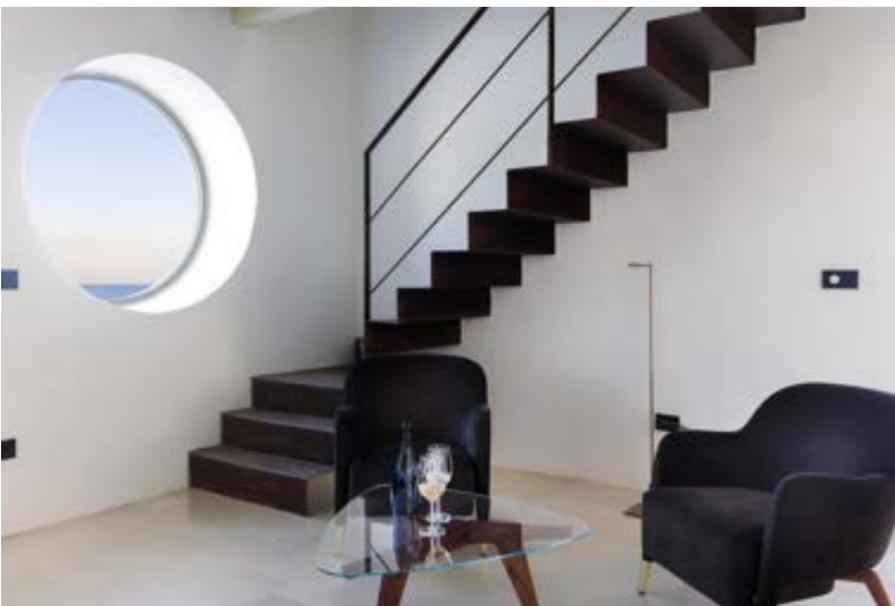
Was den Chic und die Qualität angeht, haben diese beiden Metiers wirklich viel gemeinsam. Trotzdem bin ich kein Mode-Junkie. Ich kaufe lieber Vintage, wenn ich auf Reisen bin. Einzelstücke. Aber ich halte viel von Prada, zum Beispiel; die Marke ist so italienisch, so familiär. Und ich mag auch die Designs von Marta Ferri sehr. Sie ist eine Freundin der Familie und kreiert viele unserer Stoffe. Sie ist auch so eine, die als Kind in den Topf mit Schönheit gefallen ist: Ihre Mutter war Innenarchitektin, ihr Vater Modefotograf. Sie ist irrsinnig talentiert.

### Letzten Sommer wurde der 1911 erbaute Leuchtturm von Brucoli auf Sizilien restauriert, der heute als Unterkunft für touristische und kulturelle Zwecke dient. Molteni wurde mit der Inneneinrichtung beauftragt.

Wir haben den Leuchtturm mit Designs von Gio Ponti bestückt, dem Grossmeister der italienischen Architektur. Das schien uns eine schöne Gelegenheit, seinem Erbe Reverenz zu erweisen.

### Apropos Erbe: Anfang 2021 eröffnet Ihr Museum auf der Firmen-Website. Man wird dort die Geschichte von Molteni in einem virtuellem Glaskubus erleben können, die Szenografie stammt vom israelischen Designer Ron Gilad. Täuscht es, oder möchte heute jedes Traditionsunternehmen sein eigenes Museum haben?

Nun ja, das ist verständlich. Denn erstens pflegt man so die eigene Geschichte, zweitens setzt man die aktuellen Kollektionen in einen historischen Kontext, verankert sie in ein Wertesystem. Für uns kam nicht infrage, im klassischen Sinn über unsere Firmengeschichte zu dozieren, stattdessen schicken wir unsere Besucher in einem Parcours auf die Spuren unserer Designer. Talente, die das Haus teils über lange Zeit begleitet haben und es einzigartig gemacht haben. Man darf die Vergangenheit nie vergessen. ☺



# Schweizer Sonnenuhr

IHRE TECHNOLOGIE IST SWISS MADE VON A BIS Z, SIE SETZT AUF SONNEN-ENERGIE UND IST AUCH SONST EIN INNOVATIONSBÜNDEL: DIE NEUE T-TOUCH CONNECT SOLAR VON TISSOT.

TEXT DIE REDAKTION

## ENERGIEQUELLE

Das äusserst energieeffiziente Betriebssystem, das gemeinsam mit dem CSEM (Centre Suisse d'Électronique et de Microtechnique) in Neuenburg entwickelt wurde, ist kompatibel mit iOS, Android und Harmony OS und kann mit den meisten Smartphones verbunden werden. So lassen sich jederzeit Nachrichten checken und diverse Apps verwenden. Regelmässige Updates halten das Betriebssystem auf dem aktuellsten Stand.

## FUNKTIONEN

Die T-Touch Connect Solar weist sämtliche Grundfunktionen einer T-Touch Solar Expert auf: ewiger Kalender, Countdown, Chronometrie, Alarmer, Wetterbericht und Höhenmesser. Neu kommen Aktivitätstracker sowie Benachrichtigungen zu Mitteilungen und Anrufen hinzu.

## BEDIENUNG

Der Drücker auf zwei Uhr aktiviert das taktile Saphirglas. Mit jenem auf vier Uhr geht man zurück im Menü und kehrt zum Startbildschirm zurück.

## FABRIKATION

Hier ist das Label Swiss Made wirklich verdient: Sowohl das Betriebssystem Sw ALPS wie auch die Solarzellen wurden in der Schweiz entwickelt.

## GEHÄUSE

Endlich eine Smartwatch, die nicht wie ein Computer am Handgelenk aussieht, sondern wie eine echte Uhr! Das 47 mm-Gehäuse (ja, das ist gross!) mit kratzfester Keramiklunette ist extrem leicht, da aus Titan gefertigt, und wahlweise satiniert, mit schwarzer oder roségoldener PVD-Beschichtung erhältlich. Materialien also, die halten und halten und halten... Schliesslich will man das schöne Stück dereinst an seine Kinder weitergeben.

## ZIFFERBLATT

Es besteht aus modernsten, eigens entwickelten Solarzellen, welche die Batterie frei und dauerhaft wieder aufladen. So ist die Autonomie der T-Touch Connect Solar im nicht verbundenen Zustand quasi unbegrenzt, während sie im verbundenen Modus bis zu sechs Monate erreicht.

## BILDSCHIRM

Im verbundenen Modus werden im unteren Teil des Zifferblatts z.B. Benachrichtigungen zu Mitteilungen und Anrufen angezeigt. Der MIP-Bildschirm (Memory in Pixel) ist auch draussen perfekt ablesbar.

## ARMBAND

Das Kautschukarmband verleiht der T-Touch Solar Connect eine sportliche Note, vor allem in der knallroten Variante. Wer es etwas gediegener mag, wählt das Titan-Gliederarmband (und bezahlt ein bisschen mehr, nämlich 1125 statt 995 Franken). Herrlich, wie leicht sie sich ans Handgelenk schmiegt!



## DIE MARKE

Sie waren Vater und Sohn: Charles-Félicien und Charles-Emile Tissot gründeten 1853 gemeinsam die Uhrenmarke gleichen Namens. Bis heute steht dieser für Know-how aus den Neuenburger Bergen, und nach wie vor befindet sich der Firmensitz im heimischen Le Locle. Seit 1985 gehört Tissot zur Swatch Group; unverändert setzt die Marke auf Innovation, was sie zum offiziellen Zeitmesser diverser Sportanlässe gemacht hat. Bereits 1999 lancierte Tissot die erste taktile Armbanduhr der Welt: die T-Touch. Ein revolutionäres Modell, dank dem man immer und überall verbunden war – mit nur einem Blick aufs Handgelenk. Die neue T-Touch Connect Solar baut auf jene Pioniertat auf und verschränkt höchste Uhrmacherkunst mit Nachhaltigkeit und erstklassigem Design.

## DIE PHILOSOPHIE

Mit dem neuesten T-Touch-Modell wollte Tissot nicht einfach noch ein elektronisches Gadget auf den Markt werfen. Sondern ein Produkt entwickeln, das nachhaltig und der Schweizer Uhrmachertradition verpflichtet ist. «Und so stammt das Saphirglas nun vom Col des Roches, zwei Kilometer von Le Locle entfernt», freut sich Sylvain Dolla, CEO von Tissot, «die Zeiger wurden vier Kilometer entfernt produziert, und das Herz der Uhr entstand zwischen Neuenburg und Grenchen.» Vor allem wollte man auf kein bestehendes Betriebssystem angewiesen sein: Nur so ist die Sicherheit garantiert. Weder die Uhr noch die zugehörige App teilen Daten mit Dritten. Eine Unabhängigkeit, der eine vierjährige, von der Swatch Group finanzierte Recherche vorausging. Und die fortgesetzt wird: Aktualisierungen sind bereits in Planung.



# **MUSIC** *IN THE CITY*

HAST DU TÖNE? BEI DIESEN KOPFHÖRERN UND BOXEN  
WILL MAN NUR EINS: VERHARREN UND LAUSCHEN.

FOTOS **PHILIPPE BIANCOTTO** STYLING **SIMON PYLYSER** AUSWAHL TECHNISCHE GERÄTE **CHARLES-ANDRÉ AYMON**



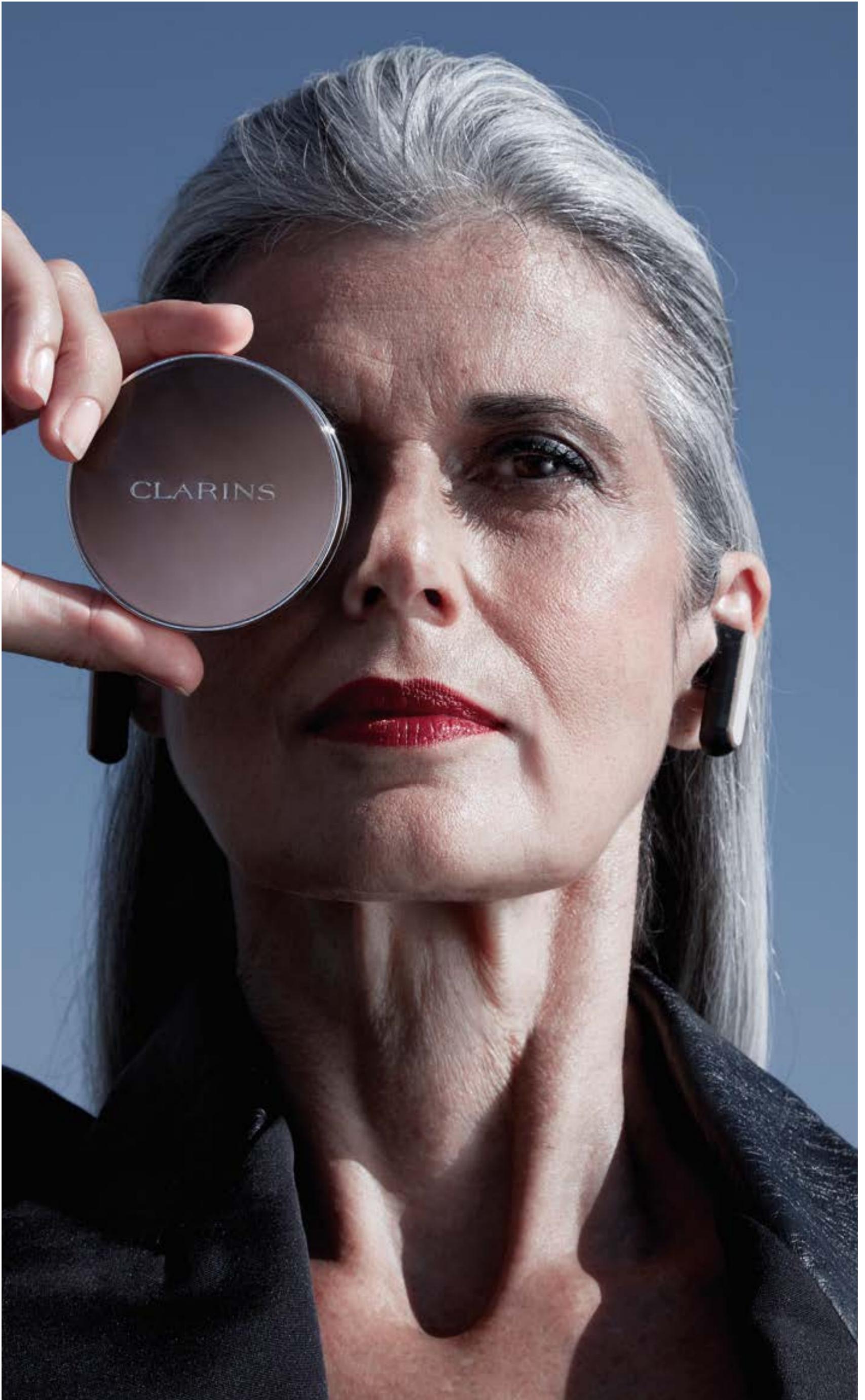
**LINKE SEITE**

Crème-farbener Anzug aus Seide und Wolle, Sonnenbrille *30 Montaigne*, **Dior**. Gemusterte Bluse, **Dries Van Noten**. Lippenstift *Joli Rouge Lacquer 754 L Deep Red*, Lidschatten *Ombre 4 Couleurs 05*, **Clarins**. Portabler Lautsprecher *Eupho E3*, weiss, Durchmesser 36 cm, Gewicht 1,5 kg, Akkulaufzeit 20 Stunden, mit Trageriemen und dreibeinigem Fuss, **UB+**.

**DIESE SEITE**

Ganzer Look, **Prada**. Lippenstift *Embellisseur Lèvres 05 Candy Shimmer*, Lidschatten *Ombre 4 Couleurs 05*, **Clarins**. Zwei Lautsprecher *Planets*, 260 x 156 x 840 mm, rundumabstrahlend, 85 dB SPL, 50 W RMS, **Duevel**. Kabelloser Lautsprecher *Phantom Reactor 600*, iconic white, mit Standfuss, ultrakompakt (unter 3 Litern), Frequenzbereich zwischen 18 Hz und 21 kHz, Gesamtleistung 900 W, **Devialet**. Lautsprecher *Bluetooth Hyperboom*, schwarz, 190 x 364 x 190 mm, 5,9 kg, kabellose Reichweite 45 m, integrierter Subwoofer, **Ultimate Ears**. Lautsprecher *Geneva DeCon*, Wifi, Bluetooth, Internetradio, Apple Airplay 2 / Google Chromecast, **Geneva**.

**TECHNIK**





**LINKE SEITE**  
Lederjacke, **Miu Miu**. Lippenstift *Joli Rouge Lacquer 754L Deep Red*,  
Lidschatten *Ombre 4 Couleurs 05 Smoky*, **Clarins**. True Wireless  
In-Ear Kopfhörer *Redemption ANC*, schwarz mit Bambusintarsie,  
Active Noise Cancelling, schweiss- und regenresistent, Akkulaufzeit  
5 Std., **House of Marley**.

**DIESE SEITE**  
Ledermantel, **Fendi**. Strumpfhose, **Falke**. Stiefeletten, **Haider Ackermann**.  
Lautsprecher *Uxbridge Voice Alexa* mit Sprachsteuerungsfunktion,  
weiss, 128 x 168 x 123 mm, 1,4 kg, **Marshall**. Lautsprecher *One SL*,  
Sonos / Apple AirPlay 2, **Sonos**. Smart Speaker *Sound X*, **Huawei**, schwarz,  
mit Dual Woofers und Push-Push! -Acoustic-Design von **Devialet**.



Blazer aus Baumwolle, Rüschenbluse *Claudine* aus Seide, Bermuda-Shorts aus Samt, **Celine**. Uhr *Black Bay Steel*, 41 mm, Manufakturwerk MT5612 (COSC), **Tudor**. Lippenstift *Joli Rouge Velvet 742 V*, Lidschatten *Ombre 4 Couleurs 04*, **Clarins**. Ohrumschließender kabelloser Kopfhörer *WH-1000XM4*, silber, Active Noise Cancelling, Akkulaufzeit 30 Std., **Sony**.

**MAKE-UP VON CLARINS AUF ALLEN FOTOS:**

**HAUTPFLEGE** Double Serum, Nutri-Lumière Lotion, Nutri-Lumière Emulsion Jour, Total Eye Lift, **TEINT** SOS Primer 00 Universal Light, Fond de teint Everlasting 112 C (erhältlich ab November), Everlasting Concealer 03 (ab November), Joli Blush 02 Cheeky Pink. **AUGEN** Mascara Wonder Perfect 4D 01 Noir, Brow 2 Go 03 Cool Brown, Graphik Ink Liner.



Blazer aus Baumwoll-Viskose-Gemisch, **Dries Van Noten**. Lippenstift Joli Rouge Lacquer 754L Deep Red, Lidschatten Ombre 4 Couleurs 04, **Clarins**.

# Grau? Grossartig!

SIE IST MODEL – UND FECHT-PROFI. CLAUDIA MARIA FERREIRA DA COSTA ZUR BOTSCHAFTERIN DER NUTRI-LUMIÈRE-LINIE ZU MACHEN, WAR EIN BRILLANTER SCHACHZUG VON CLARINS.

TEXT DIE REDAKTION

**Z**UOBERST AUF DER TOUR Bel-Air in Lausanne steht sie (siehe Foto auf der gegenüberliegenden Seite), Claudia Maria Ferreira Da Costa. Und nutzt das strahlende Wetter an diesem Spätsommertag, um die Aussicht zu fotografieren. Lauthals freut sie sich über das, was sie da sieht: «Dieser See! Diese Berge! Diese Belle-Époque-Häuser! Diese Dachterrassen! Ich hätte Lust, in eine grüne Stadt wie diese zu ziehen. Oder vielleicht Zürich? Wie ist es dort?» Derzeit lebt Claudia Maria in Paris. Wobei ihr voller Model-Kalender sie auch schon nach Rio, New York und New Mexico geführt hat. Kein Problem: Das Kosmopolitische liegt der Brasilianerin, die fünf Sprachen fließend beherrscht. Schliesslich sind schon ihre Wurzeln bunt gemischt. Sie sagt: «Wenn ich jetzt wieder modle, ergraut und mit fast 60 Jahren, dann deshalb, weil ich eine Botschaft habe. Ich möchte zeigen, dass Frauen auch dann noch voller Elan sein und sich locker Träume erfüllen können.»

Bei der Kosmetikmarke Clarins ramte sie damit offene Türen ein. Seit Beginn dieses Jahres ist Claudia Maria das Werbegesicht der Pflegelinie Nutri-Lumière, die speziell auf die Bedürfnisse reifer Haut zugeschnitten ist. «Claudia Maria verkörpert alle Werte, die Clarins heilig sind», heisst es vonseiten der Firma. «Sie ist authentisch und selbstbewusst. Und sie traut sich was. Ihre natürliche Schönheit und Lebensfreude stecken an.» Dazu kommt, dass Claudia Maria nicht «nur» Model ist: Sie ist auch Spitzensportlerin. «Auf dem Werbefoto, das mich als Fechterin zeigt, trage ich meine eigene Fechtmaske und meinen eigenen

Degen», verrät sie. «Aus dem Alter, in dem man so tut, als ob, bin ich definitiv raus.»

Die Modelkarriere von Claudia Maria Ferreira Da Costa begann in den 80ern. Auch damals lebte sie in Paris, lief für die grossen Namen über den Laufsteg, posierte für Modemagazine; Louis Féraud, den verstorbenen Meister der Eleganz, inspirierte sie zu mehreren Entwürfen. Das zweite wichtige Kapitel ihres Berufslebens begann vor fünfzehn Jahren, als ihre Zwillinge Krabbelkinder waren. «Ich suchte nach einem sportlichen Ausgleich. Also belegte ich einen Fecht-Schnupperkurs. Das war im September – und im Dezember bestritt ich mein erstes Turnier! Es war Liebe auf den ersten Blick.»

## **Scheidung, Haarschnitt, Weiterfolg**

Der Degen liegt ihr mehr als das leichtere Florett, und damit trainiert sie so ausdauernd, dass sie mittlerweile Brasilien an der WM vertritt – in der Veteranen-Kategorie. Wenn sie in Paris ist (und der Fechtssaal nicht grade corona-bedingt geschlossen), kreuzt sie gern mal die Klinge mit den Mitgliedern der französischen Nationalmannschaft. Die bereiten sich gerade – wieder – auf die Olympischen Spiele vor. «Ein Riesenprivileg, mich mit Fechtern dieses Kalibers messen zu dürfen», freut sich Claudia Maria. Und fügt lachend hinzu: «Gegen sie zu verlieren, ist eine Ehre!»

Und der Wiedereinstieg ins Modeln? Kam mit den ersten grauen Haaren, um 2012. Claudia Maria, die zu der Zeit im PR-Bereich arbeitet, steckt mitten in einer kräftezehrenden Scheidung. Und beschliesst, dies sei der richtige Moment, das Färben bleiben zu lassen. Sie tauscht ihre lange Mähne gegen einen Kurzhaarschnitt, «was ein bisschen alien-mässig aussah», trifft in Santa Fe zufällig

auf ein wunderhübsches Mädchen und bietet ihm an, es als seine Agentin gross rauszubringen. Long story short: Arizona Muse hat heute einen eigenen Wikipedia-Eintrag – und Claudia Maria zieht neben Modeljobs für ihr Protégé auch einen für sich selbst an Land. Eine Riesenüberraschung – und der Beginn eines neuen Lebensabschnitts: «Ich musste lernen, mich mit anderen Augen zu sehen. Aufhören, im Spiegel nach der Frau zu suchen, die ich mal gewesen bin. Einfach war das nicht. Aber wenn man den Dreh raus hat, denkt man plötzlich, «hey, gar nicht so übel!»»

Dass eine Marke wie Clarins eine Frau wie Claudia Maria zur Botschafterin macht, sind gute Neuigkeiten. Hoch erhobenes Silberhaupt, grossartig die Haut und die Persönlichkeit: Da freut man sich plötzlich auf die Jahre, die noch vor einem liegen. ☺

## Drei Jahre Forschung für strahlenden Teint



Für reife Haut (oder, um es hipper auszudrücken, für die «Silver Generation») hat Clarins eine Pflegelinie entwickelt, bei der es nicht nur um Faltenreduktion geht, sondern in erster Linie darum, den Teint wieder zum Strahlen zu bringen. Die vier **Nutri-Lumière**-Produkte beruhen auf drei Jahren Forschung und setzen auf die Wirkkraft der Blüten sowie der Früchte der Rosskastanie. Damit setzt die Traditionsmarke einmal mehr auf ihr Know-how im Bereich der pflanzlichen Wirkstoffe, die aus nachhaltigem Anbau stammen und Fairtrade sind. Und die Verpackung? Besteht zu 25% aus Recyclingplastik und -glas – wie sich das 2020 gehört.



Wer Mondrians Fingerabdruck im kleinen gelben Rechteck unten rechts sehen will, muss ganz nah ran: Entweder vor Ort oder online.

## GENIAL EINFACH

DIE SCHWEIZER LUXUSKOSMETIKMARKE LA PRAIRIE SPANNT MIT DER FONDATION BEYELER ZUSAMMEN, UM DIE WERKE EINES MALERPIONIERS FÜR DIE NACHWELT ZU ERHALTEN.

TEXT DIE REDAKTION

**A**ls die Fondation Beyeler anrief, habe er keine Sekunde überlegen müssen, ob er zusage, erinnert sich Greg Prodromides, Chief Marketing Officer von La Prairie, lachend. «Das Projekt passt so gut zu uns, es ist fast unheimlich.» Das Projekt: Es ist eine doppelte Premiere. Nie zuvor hat die Fondation Beyeler, das meistbesuchte Museum der Schweiz, ein solch ambitioniertes Konservierungsprojekt unternommen wie jetzt mit ihren Gemälden von Piet Mondrian. Und erstmals unterstützt La Prairie, das exklusivste Kosmetikunternehmen der Schweiz, im Rahmen seiner Kulturförderung Konservierungsarbeiten.

Was beide Partner mit Mondrian verbindet: die Bereitschaft, hartnäckig dranzubleiben. Um etwas zu erschaffen, das es so noch nicht gab. Mondrian verfolgte ein Leben lang seine Vision einer neuen Kunst; der Weg führte ihn vom Impressionismus über den Kubismus schliesslich zum von ihm definierten Neoplastizismus, bei dem ein Bild auf die Grundelemente der Malerei – Fläche, Linie und Grundfarben – heruntergebrochen wird. Maximale Reduktion, jahrzehntelange Suche. Bei La Prairie werden bei der Entwicklung eines neuen Produkts schon mal mehrere zehntausend Inhaltsstoffe geprüft, bis man das passende gefunden hat. Und jeder Kunstrestaurator weiss, dass es Monate dauern kann (Analyse von Pigmenten, Bindemitteln, Bildträgern! Infrarot, Ultraviolett, Röntgen!), bis man ein Werk so weit verstanden hat, dass man erstmals daran Hand anlegen kann.

Hier wie da geht es darum, etwas zu hinterlassen, worauf jene, die nach einem

kommen, aufbauen können. Dass dieses Etwas von einer harmonischen Leichtigkeit ist, sodass man ihm all das Herzblut, das hineinfloss, all die Gedankenarbeit und Mühsal und all die Irrwege, die es auch dazu brauchte, nicht mehr ansieht: Auch das verkörpert Mondrian wunderbar. Denn der «Heilige der Abstraktion», wie Pierre Matisse ihn mal seinem Vater Henri gegenüber beschrieb, entwickelte seine reduzierte Bildsprache – weisser Grund, schwarze Linien, Rechtecke in den Grundfarben Blau, Gelb, Rot –, um damit etwas Hochkomplexes anschaulich zu machen: sein theosophisches Weltbild, wonach hinter den Erscheinungen der uns umgebenden Welt eine weitere, ideale Wirklichkeitsebene liegt, die, formal in perfektem Gleichgewicht, nichts weniger als der Schlüssel zu einem guten Leben sei.

### Pionier mit Moustache

Verkopft? Nicht doch. Mondrian trimmte auch seinen Schnurrbart asymmetrisch, um sein Gesicht stimmig erscheinen zu lassen, so sehr glaubte er an die Kraft der millimetergenauen Komposition. Vielleicht braucht es ein Quäntchen Verrücktheit, um Aussergewöhnliches zu erschaffen. Ganz sicher aber, weiss La-Prairie-CEO Patrick Rasquinet, braucht es Lust am Pioniertum: «Was uns mit Kunstschaffenden verbindet, ist leidenschaftlicher Wagemut – und letztlich die Suche nach zeitloser Schönheit.»

Seit seiner Gründung 1978 sucht das Luxuskosmetik-Unternehmen immer wieder die Nähe zur Kunst. Die geometrischen Formen und sparsamen Farbakzente, die das Design der Verpackungen von La Prairie prägen, sind von den massgebenden Codes des Bauhaus inspiriert, seit 2017

ist man Partner der Art Basel und unterstützt junge Schweizer Kunstschaffende wie den Venedig-Biennale-Teilnehmer Julian Charrière (dessen erste Einzelausstellung in der Schweiz noch bis 3.1.2021 im Aargauer Kunsthaus zu sehen ist). Greg Prodromides packt die Idee dahinter in einen einzigen Satz: «Kunst ist das Prisma, durch das wir auf die Welt schauen.»

### PIET MONDRIAN

Eigentlich hiess er Pieter Mondriaan. Doch die Vereinfachung war nun mal das Lebenselixir des 1872 in den Niederlanden geborenen, 1944 in New York verstorbenen Malers: Unermüdlich suchte er nach einer grundlegend neuen Kunst, die nicht nur abbildet, sondern eine tiefere Wahrheit offenlegt. Als einer der ersten rigoros Abstrakten hat er u. a. das Bauhaus in Europa sowie die amerikanische Minimal Art angeregt – und natürlich Popkultur und Mode inspiriert: Saint Laurents Mondrian-Kleider von 1965 erzielten heute fünfstelligen Auktionspreise. Der Rekord für ein Mondrian-Gemälde liegt derzeit bei 50,6 Millionen Dollar (2015).



### Mondrian in der Fondation Beyeler

Sieben Gemälde – drei Früh-, vier Spätwerke – von Piet Mondrian gehören zur Sammlung der Fondation Beyeler. Im Vorfeld der grossen Mondrian-Ausstellung im Sommer 2022, wo sie neben zahlreichen Leihgaben zu sehen sein werden, sind sie nun Gegenstand eines dreijährigen Forschungs- und Konservierungsprojekts (2019-2021). Die Arbeit an den zwischen 1921 und 1938 entstandenen Spätwerken, die soeben angelaufen ist, wird von La Prairie unterstützt – und laufend online dokumentiert: [www.laprairie.com/de-ch/the-art-journal](http://www.laprairie.com/de-ch/the-art-journal). Lieber live dabei? Ab sofort kann man den Konservatoren durch eine verglaste Wand im Restaurierungsatelier bei der Arbeit zuschauen.



Sicher, sie hat eine entzückende Farbe, die Chasselas-Traube. Doch wer hätte gedacht, dass es daran so viel zu erforschen gibt?

# Chasselas 4.0

DIE MEISTANGEBAUTE WEISSWEINSORTE DER SCHWEIZ IST EIN STÜCK NATIONALKULTUR. DOCH ERST JETZT HAT MAN BEGONNEN, SIE WISSENSCHAFTLICH ZU ERFORSCHEN.

TEXT PIERRE THOMAS

**O**HNE DEN «BARON» des Waadtländer Weinbaus, Louis-Philippe Bovard, 85, hätte es das Conservatoire du Chasselas, das sich in Rivaz, der kleinsten Gemeinde der Schweiz, der Erforschung eben dieser Traubensorte verschrieben hat, nie gegeben. Zum Glück gibt es Bovard aber und damit auch besagtes Conservatoire – und das wird heuer gar schon zehn. Mit dem Jubiläum kommen erste Erfolge: Ab diesem Jahr verkauft Bovard einen Bois rouge, einen Wein aus der gleichnamigen Chasselas-Varietät, die hier unter fachkundiger Beobachtung wächst, und einer zweiten namens Giclet.

Doch damit sind wir schon viel zu sehr in der Gegenwart. Dabei lohnt sich beim Chasselas ein Blick in die Vergangenheit, denn die steckt voller Geheimnisse. Und das, obwohl man an der Uni Neuenburg der Traube sogar mittels DNA-Analyse auf die Pelle gerückt ist, um rauszufinden, welches ihre Elternsorten sind. Vermutungen, sie könnten aus dem alten Ägypten stammen, haben sich nicht bewährt. (Dabei wär das so schön gewesen! Schliesslich finden sich an den Wänden der Königsgräber von Luxor gemalte Blätter, die jenen des Chasselas gleichen...)

So bleibt es bei der goldenen Regel der Rebsortenexperten, der Ampelografen: Wo eine Sorte am stärksten verbreitet ist, da kommt sie ziemlich sicher auch her. Beim Chasselas wären das die Waadt (2267 ha Anbaufläche) und Genf (293 ha), aber auch das Wallis (825 ha), wo er unter dem Namen Fendant bekannt ist – wegen der Eigenschaft der Beerenhaut, sich bei leichtem Druck vom Fruchtfleisch zu lösen (frz. fendre). Rechnet man das Drei-Seen-Land hinzu (280 ha), kommt man auf 3665 der insgesamt 14700 Hektar der hiesigen Anbaufläche – was den Chasselas zum meistangebauten Weisswein der Schweiz macht.

Genauer: den Chasselas Haute Sélection. Mit dieser 1945 durch natürliche Kreuzung erzeugten Klonvariante (sozusagen dem Chasselas 2.0) war nach dem Frost von 1956 fast das ganze Waadtländer Weinbaugebiet neu bepflanzt worden – was die

Biodiversität praktisch zunichte machte, dafür aber eine reiche, zuverlässige Ernte garantierte. Heute ist die Situation eine komplett andere: Um wirtschaftlich zu sein, darf der Schweizer Weinbau nicht mehr produzieren, als der Markt schlucken kann (im wahren Sinne des Wortes). Schon vor Covid-19 waren die Lager voll und die Weinbauern in der Krise; die Pandemie macht die Sache auch nicht einfacher.

Und hier kommt nun das eingangs erwähnte Conservatoire ins Spiel. Nachdem in den 90ern neue, vom Bundesamt für Landwirtschaft lancierte Sorten – wir wollen sie Chasselas 3.0 nennen – nur wenig Erfolg hatten, setzt man jetzt grosse Hoffnungen auf den Chasselas 4.0. Und der wird eben in Rivaz analysiert.

## Nicht ein, sondern viele Chasselas

Um den 4.0 pflegeleichter zu machen, hat man den Chasselas mit anderen, krankheitsresistenten Sorten gekreuzt. So sind fünf biodynamische Klone entstanden, deren Entwicklung das Conservatoire in Rivaz beobachtet. Unterstützt wird es dabei von der 30-jährigen Winzerin Laura Paccot, die in Féchy eine kleine Parzelle namens Petit Clos geerbt hat. Paccot ist es, die im Herbst erste Vinifizierungsversuche mit den neuen Klonen machen wird.

Ob die Resultate uns schmecken werden? Seit 20 Jahren schrumpft der Absatz hiesiger Weisser. Und auch das will man jetzt wissenschaftlich untersuchen. Federführend bei der ersten Studie darüber, wie Schweizer Weisswein bei den Kunden ankommt, sind die Association pour la Promotion du Chasselas in Aigle (die seit neun Jahren auch die Prämierung der besten Chasselas-Weine der Welt veranstaltet, [www.mondialduchasselas.com](http://www.mondialduchasselas.com)), die Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften in Zollikofen (BE) und die Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften. Interessant dabei wird sein, dass das Terroir beim Chasselas eine wichtige Rolle spielt: Als relativ neutrale Sorte hängt ihr Geschmack stark davon ab, wo sie gewachsen ist. Gerade jetzt, da die Biodiversität wieder gefördert wird, dürfte man zum Schluss kommen, dass es *den* Chasselas so nicht gibt – sondern ganz viele verschiedene Chasselas. ☉

swissflex®

Swiss Premium Beds



DESIGN-  
NEUHEIT



swiss made



CLICK für CLICK  
zum Traumbett

Swissflex® CLICK revolutioniert das traditionelle Betten-Prinzip. Sie wählen zuerst die Unterfederung und Matratze nach Ihrem Empfinden – dann werden Sie zum Designer. Bettrahmen und Kopfteil nach Ihrer Wahl werden ganz einfach an die Unterfederung «geklickt». Kreieren Sie so Ihr Design-Bett in Holzoptik oder Stoffpolsterung und mit einer riesigen Auswahl an Kopfteilen und Farben.

Jetzt bei Ihrem Swissflex® Fachhändler  
in der Region.



Unser CLICK-System  
im Video

[swissflex.com](http://swissflex.com)



Das spiralförmige Museumsbau von Audemars Piguet verschmilzt perfekt mit der Umgebung.

# 10

## MUSEEN, DIE ANDERS TICKEN

ES MUSS NICHT IMMER MALEREI SEIN! IN DIESEN AUSSTELLUNGSHÄUSERN DREHT SICH ALLES UM UHREN, ZEITMESSUNG & CO.

TEXT MATHILDE BINETRUY



# 1 Le Brassus

## Audemars Piguet macht die Schraube

**Das Museum** Wenn eine Firma wie **Audemars Piguet** (immerhin eine der letzten in Familienbesitz) ihre Geschichte nacherzählt, dann tut's ein 08/15-Museum natürlich nicht. Stattdessen hat der Däne Bjarke Ingels einen spiralförmigen Glasbau in den Boden gedreht – nur wenige Schritte von jenem Haus entfernt, in dem Jules Louis Audemars und Edward Auguste Piguet 1875 die erste gemeinsame Uhr austüftelten.

**Das Highlight** 150 Jahre Uhrmacherei im Vallée de Joux so vermitteln, dass es mitreisst? Doch, das geht! Der vom Stuttgarter Szenografie-Atelier Brückner entworfene, diesen Sommer eröffnete Ausstellungsparcours ist originell, abwechslungsreich, natürlich interaktiv – und ja: auch lehrreich. In der Mitte des Spiralbaus wartet, sozusagen als Krönung der Ausstellung, die *Universelle* (1899): die komplizierteste Uhr, die Audemars Piguet je hergestellt hat. Und weil nichts über ein Live-Erlebnis geht, kann man den Hausuhmachern – schön Corona-konform durch eine Glasscheibe hindurch – beim Arbeiten zusehen.

[www.museeatelier-audemarspiguet.com](http://www.museeatelier-audemarspiguet.com),  
Reservation obligatorisch

# 2 Besançon

## Ein Pendel im Schlossturm

**Das Museum** Der wunderschöne Palais Granvelle aus dem 16. Jahrhundert ist randvoll mit Sehens- und Wissenswertem – auch, aber nicht nur zum Thema Uhren. Umfassend restauriert, beherbergt der einstige Kanzlerpalast seit 2002 das **Musée du Temps**, das die Historie der Stadt mit jener der Zeitmessung verschränkt: Nebst zahllosen (Sonnen-)Uhren, Kalendern, Planetenmodellen gibts beispielsweise fantastische Tapiserien zu sehen, die aus dem Leben vom Habsburgerkaiser Karl V. erzählen. Und im Schlossturm: ein 13 Meter hohes foucaultsches Pendel, dank dem man mit eigenen Augen sieht, dass die Erde sich dreht.

**Das Highlight** Das Prunkstück der Sammlung? Klarer Fall: Die 1904 fertiggestellte *Leroy 01* ist eine der spektakulärsten Taschenuhren der Welt. Sieben Jahre Planungs- und Bauzeit, unglaubliche 26 Komplikationen, ein Gehäuse aus massivem Gold... Bestellt wurde sie einst von einem sagenhaft reichen portugiesischen Kaffeepflanzenbesitzer; 1957 kaufte sie das Musée des Beaux-Arts et d'Archéologie in Besançon von dessen Erben – für 2 Millionen Francs.

[www.mdt.besancon.fr](http://www.mdt.besancon.fr)

# 3 Genf

## Märchenstunde bei Patek Philippe

**Das Museum** Vor dem grossen Rundbogentor an der Rue des Vieux-Grenadiers 7 in Genf fällt es schwer, nicht «Sesam, öffne dich!» zu murmeln. Und wessen Herz auch nur ein bisschen für Uhren schlägt, der wird das auf vier Etagen verteilte Innenleben des grandiosen Art-déco-Blocks auch wirklich märchenhaft finden: Die 2000 Exponate umfassen Entzückendes wie Musikdosen und Emaille-Miniaturen; das älteste Stück datiert aus dem 16. Jahrhundert, das jüngste – von 2020.

**Das Highlight** Nichts gegen die zeitgenössischen Würfe (die ab Jahrgang 1839, dem Gründungsjahr der Firma, ausschliesslich von **Patek Philippe** stammen). Aber es sind halt doch die Antiquitäten, die in puncto Originalität und Unkonventionalität alles andere übertrumpfen: Vögel, Insekten, Blumen, Früchte; Schnupftabakdosen, Pistolen, Ferngläser und und und... Und wie romantisch, ja poetisch man doch früher die Zeit ablas! Von eleganten Taschenuhren, Anhängern, Broschen und sogar Fingerringen. Das hat, man muss es neidvoll eingestehen, schon etwas mehr Klasse als unser gehetzter Blick aufs Smartphone.

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



# 4 Paris

## Sogar Napoleon kaufte bei Breguet

**Das Museum** Gibt es eine exklusivere Lage als die Place Vendôme? Natürlich nicht, weshalb die Reichsten der Reichen hier gem mal einen Batzen liegen lassen. Und während im Parterre geshopp't wird, kann man sich einen Stock darüber bereichern, nämlich kulturell (auch als Nichtkunde, wohlgemerkt), denn die hier gezeigten Stücke haben effektiv Geschichte geschrieben. Zum illustren Kundenkreis der 1775 gegründeten Firma **Breguet** zählten Napoleon Bonaparte – der drei Taschenuhren sowie eine Tischuhr erwarb –, Rossini und Churchill. Ist natürlich alles verbürgt im spektakulären Archiv – das heute von einem veritablen Nachkommen von Firmengründer (und Tourbillonerfinder!) Abraham-Louis Breguet betreut wird.

**Das Highlight** Wo anfangen? Vielleicht bei der kleinen Tastuhr mit leuchtend blau emailiertem Zifferblatt und Diamanten auf den Stundenpositionen, die Madame Bonaparte 1800 erwarb? Noch ein Tipp für alle, die nicht planen, demnächst nach Paris zu reisen: Das Museum hat einen kleinen Satelliten in der Zürcher Filiale...  
[www.breguet.com/de/geschichte/breguet-museen](http://www.breguet.com/de/geschichte/breguet-museen),  
telefonische Anmeldung empfohlen

# 5 Saint-Imier

## Longines archiviert Abenteuer

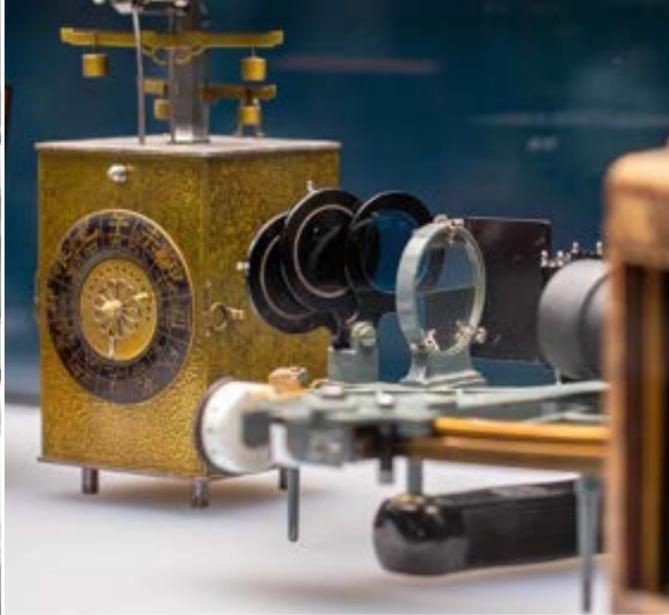
**Das Museum** Sie haben Reisebeschränkungen und Quarantänen satt und träumen davon, einfach die Koffer zu packen und in ein Abenteuer aufzubrechen? Dann ist **Longines**, die Marke mit der geflügelten Sanduhr im Logo, das Richtige für Sie bzw. ihr Museum ein wunderbares Sprungbrett für Get-away-Fantasien. Ab 1878 spezialisierte sich Longines auf die Zeitmessung im Sport und unterstützte auch diverse wissenschaftliche Expeditionen. Und so widmet sich ein Kapitel der auf zwei Etagen ausgestellten Sammlung Amelia Earhart (der ersten Frau, die den Atlantik in einem Nonstop-Flug als Passagierin überquerte), Polarforscher Paul-Emile Victor, Elinor Smith (der mit 16 Jahren jüngsten lizenzierten Pilotin der Geschichte) und weiteren unerschrockenen Longines-Kunden.

**Das Highlight** 1927 gelang Charles Lindbergh sein historischer Atlantiküberflug. Anschliessend beriet er Longines bei der Entwicklung einer Armbanduhr, die die Längengradbestimmung während eines Flugs einfach und schnell ermöglicht. Mit Erfolg: 1932 kam sie auf den Markt – selbstredend unter dem Namen Lindbergh.  
[www.longines.com/de-ch/das-unternehmen/museum](http://www.longines.com/de-ch/das-unternehmen/museum)

# 6 Chaux-de-Fonds

## Need for Speed à la TAG Heuer

**Das Museum** Es hält, was sein Name verspricht. Egal, in welche Richtung man schaut: Im runden Saal des **TAG-Heuer-360-Museums** fällt der Blick immer auf ein Stück Firmengeschichte. Der Wand entlang verläuft ein chronologischer Fries, mittig stehen (natürlich runde) Vitrinen, an der Decke läuft ein 360-Grad-Film. **Das Highlight** Wer TAGHeuer sagt, der muss auch Tempo sagen. Die seit 1999 zur französischen LVMH-Gruppe gehörende Firma hatte schon immer *need for speed*, wie es auf Denglisch so schön heisst, vom ersten Patent für einen Stoppuhrmechanismus (1882, also lang, bevor sich das 1860 von Edouard Heuer gegründete Unternehmen 1985 mit Techniques d'Avant Garde, kurz TAG, zusammantat!) bis zum mechanischen Armband-Chronografen mit Hundertstelsekunde-Messgenauigkeit (2005). Auch die Modellnamen – Carrera, Aquaracer, Formula 1 – sprechen Bände. Kein Wunder, finden sich unter den Exponaten auch ein Helm von Ayrton Senna und, als besonderes Zuckerli, das Monaco-Modell, das Steve McQueen im Rennfahrerfilm «Le Mans» (1971) trug. Tel. 032 919 80 00, Besuch nur auf Anfrage



## 7 Biel

### Eine ganze Stadt für Omega und Swatch

**Das Museum** Mit der **Cité du Temps** (Stadt der Zeit) hat Shigeru Ban 2019 die historischen Gebäude von Omega mit dem neuen Swatch-Hauptsitz verbunden: holzlastig und luftig, wie man das vom japanischen Pritzker-Preisträger erwartet. Neben Architekturfans werden hier natürlich auch Chronophile glücklich: Im ersten Stock, wo sich alles um Omega dreht (während der zweite sich Swatch widmet), wird die Geschichte der heutigen Swatch-Tochter entlang eines sich durch den Raum schlängelnden, mit Guckfenstern gespickten 50-Meter-Uhrenarmbands nacherzählt.

**Das Highlight** Ist es die riesige begehbare Speedmaster? Die Animation, die das Innenleben der legendären Co-Axial-Hemmung offenbart? Der Lunar Rover, dank dem man ein bisschen NASA-Luft schnuppert? Das Originalatelier von Omega-Urvater Louis Brandt? All die Omegas, die 007 schon in die Kamera hielt? Schwer zu sagen. Vielleicht doch die *Seamaster Planet Ocean Ultra Deep*, die letztes Jahr in exakt 10 928 Metern Wassertiefe einen Weltrekord aufstellte.

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

## 8 Le Sentier

### Ganz klassisch bis mega-interaktiv

**Das Museum** Nach anderthalb Jahren Bauzeit hat das **Espace Horloger** im waadtländischen Vallée de Joux im vergangenen Dezember wieder eröffnet. Sieht gut aus und ist vor allem auch besser gesichert, doch die Mission des Museums bleibt dieselbe: das uhrmacherische Erbe der Region zu erhalten – und Junge für das Traditions Handwerk zu begeistern.

**Das Highlight** Klassisch, unaufgeregt – aber cool: Die Dauerausstellung mit 135 Stücken. Sie mögens lieber etwas multimedialer? Dann setzen Sie sich ins Museumskino, wischen Sie auf den interaktiven Tischen zum Thema Uhrenhandel herum oder versuchen Sie am Ludotemps, dem mit der École d'Horlogerie de la Vallée de Joux entwickelten 3D-Tool, eine Uhr virtuell zusammenzubauen. Und noch ein kleiner Tipp für alle, die danach noch nicht genug haben: Nur zehn Minuten ÖV-Fahrt oder einen erfrischenden Spaziergang entfernt wartet in Le Brassus das firmeneigene Museum von Audemars Piguet (siehe S. 27)...

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

## 9 Chaux-de-Fonds

### Von Pilzvitriolen und Sekundenbruchteilen

**Das Museum** Wenn es ein Mekka der Uhrenindustrie gibt, dann ist das La Chaux-de-Fonds. Klarer Fall. Kein Wunder also, dass sich in der schachbrettartig überbauten Unesco-Kulturerbe-Stadt ein Museum findet, das sich schon seit 1902 dem entsprechenden handwerklichen Know-how annimmt. Viemal vergrößert und einmal umgezogen (1974, in ein eigens dafür erbautes Gebäude), verfügt das **Musée International d'Horlogerie** mittlerweile über eine der wichtigsten Sammlungen weltweit, deren Schätze sie in kultig sphärischen Vitriolen präsentiert, die wie Pilze aus Boden und Decke wachsen. Apropos: Es gibt so viel zu sehen, dass man etwa gleich viel Zeit für einen Besuch einplanen sollte wie für eine ausgedehnte Pilzsuche...

**Das Highlight** Seit Kurzem widmet sich ein Ausstellungskapitel der extrem präzisen Zeitmessung mittels Atomuhren, bei denen mikroskopische Phänomene wie die Schwingung von Cäsiumatomen ins Spiel kommen. Die Ungenauigkeit einer Atomuhr beträgt heute eine Femtosekunde – das ist 0.000 000 000 000 001 sek.

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



«Die Leute sollen berühren, verstehen und **ein bisschen verwandelt wieder nachhause gehen**»

## 10 Cluses

### Zoom auf die Drehkunst

**Das Museum** Musée de l'Horlogerie et du Décolletage. Moment, Décolletage? Nein, mit weiblichen Rundungen hat das nichts zu tun. Bei der Décolletage handelt es sich um das Handwerk des Drehens, der (Massen-)Produktion metallener Kleinteile – was für die Bauern des Arve-Tals zwischen Genf und Chamonix im 18. Jahrhundert eine willkommene Möglichkeit war, sich einen Extrabatzen dazu zu verdienen. Untergebracht in der alten Fabrik von Carpano & Pons, beleuchtet das Museum die Geschichte der Uhrmacherei von einem sehr spezifischen industriellen Blickwinkel – anhand von Drehmaschinen und Werkzeugen von Bauernuhrmachern.

**Das Highlight** Das nennen wir theatralischen Einsatz! Die Dame, die uns durchs Museum führt, verwandelt sich kurzerhand in Célestine, Facharbeiterin in einer Zahnradfabrik. Sie erzählt uns, wie das war, damals vor 200 Jahren... Am Schluss wissen wir, wie all die Maschinen funktionierten, wie viel gearbeitet wurde, wer die wichtigen Namen der Branche waren... Jobwechsel gefällig?

[www.musee.2ccam.fr](http://www.musee.2ccam.fr)



Die Universelle, die komplizierteste Uhr, die Audemars Piguet je hergestellt hat, besteht aus unglaublichen 1168 Teilen.

## Man muss es fühlen, um wirklich zu verstehen

Staubige Vitriolen, in denen Uhren traurig vor sich hin zerfallen? Das war einmal. Heute versteht sich ein Uhrenmuseum, das etwas auf sich hält, als Reiseziel. Und da müssen Verpackung und Inhalt nun mal stimmen, sprich: Gebäude, Exponate und Präsentation eine Falle machen.

Der neueste Zuwachs in dieser Sparte, das Atelierrmuseum von Audemars Piguet, macht vor, wie ein moderner Begegnungsort für Handwerker, Angestellte, Händler, Sammler und Publikum aussehen

kann. Sébastien Vivas, Heritage Director bei Audemars Piguet, erklärt: «Wir wollten einen lebendigen Ort schaffen, an dem die Leute die Energie der beiden Besitzerfamilien spüren, die immer noch sehr engagiert sind für die Marke. Die Besucher sollen berühren, verstehen und ein bisschen verwandelt nachhause gehen.»

Die Idee des immersiven Erlebnisses spiegelt sich im spiralförmigen Museumsbau, der an die Unruh in einer mechanischen Uhr erinnert. Alle Wände sind aus Glas,

so dass der Blick immer wieder auf die Landschaft ringsum fällt – und man nach und nach begreift, wie das Vallée de Joux eine Wiege der Uhrenindustrie wurde: Die Leute hier mussten sich etwas einfallen lassen, um auch im langen, kargen Winter ein Einkommen zu haben.

Und wer weiss: Vielleicht ergehts dem kleinen Le Brassus mit seinem neuen Museum ja wie vor ein paar Jahren der Stadt Bilbao, die dank dem Guggenheim-Museum plötzlich auf der Landkarte kulturell interessierter Reisender aufgetaucht ist.



VOR UNS DIE WELT

# SEIT JEHER UNSER KURS: MASSSTÄBE SETZEN.

An Bord unserer kleinen Schiffe geniessen Sie Freiraum in einem noch nie dagewesenen Mass, damit Sie noch sicherer reisen. Geniessen Sie die vertraute Symbiose aus perfektem Luxus, individueller Entspannung und inspirierenden Momenten, wenn Sie den Horizont der Welt wieder zu Ihrem machen.

Folgen Sie uns auf unserem Kurs: [www.hl-cruises.ch](http://www.hl-cruises.ch)



JETZT  
INFORMIEREN  
UND BUCHEN.



HAPAG <sup>18</sup>/<sub>91</sub> LLOYD  
CRUISES

# Vierzig gewinnt

40-MILLIMETER-GEHÄUSE MAUSERN SICH ZUM NEUEN KLASSIKER. KEIN WUNDER: SIE BRINGEN ALLES, WAS EINE ARMBANDUHR AUSMACHT, INS PERFEKTE GLEICHGEWICHT.

TEXT MATHILDE BINETRU Y



## NATURLIEBEND

Fairmined-Roségold, pflanzlich gegerbtes Leder, ein Zifferblatt mit Blattornamenten: jedes «tick!» eine Verneigung vor der Schönheit und der Kraft der Natur – und ein kleiner Reminder, ihr gut zu schauen.

**Chopard L.U.C XPS Spirit of Nature**, limitiert auf 100 Ex., ca. 18000 Fr.

## PHILOSOPHISCH

Ein Solozeiger für die Uhrzeit, ein zweiter, kleiner, fürs Datum: Dieses Design, das es lang vor den ersten Datumsfenstern gab, das man aber nur noch selten sieht, stellt jeden einzelnen Moment als Teil von etwas Grösserem, Fließendem dar.

**MeisterSinger Neo Plus mit Zeigerdatum**, Automatikuhwerk, Gehäuse aus Edelstahl, ca. 1400 Fr.

## SCHICKES ALU

Voilà: Die robustere Neuauflage eines Jetset-Modells von 1998. Der Preis ist so fair, dass man glatt überlegt, ob man das Stück auch gleich noch in Weiss kaufen soll...

**Bulgari Aluminium Cadran Noir**, Automatikuhwerk, ca. 2850 Fr.

## GRÜNER WIRDS NICHT

Die neue Streamliner-Linie hat sich ihre Rundungen von Zügen der 20er- und 30er-Jahre abgeschaut. Dazu das Zifferblatt in saftigem Grün – ein Coup.

**H. Moser & Cie, Streamliner Centre Seconds**, Matrix Green, ca. 19 900 Fr.

## RETRO GLAM

Hier weht ein Hauch von Vintage! Roségold, dazu ein zeitloses, sepia-braunes Zifferblatt und ein gelungener Mix aus diversen Stilen und Epochen: So geht Retrolook im Jahr 2020.

**Vacheron Constantin Fiftysix Automatik**, Gehäuse mit Saphirglasboden, 20000 Fr.

## RARER STAHL

Zur Feier der Fertigstellung des neuen Produktionsgebäudes in Plan-les-Quates GE wurde diese Calatrava aus poliertem Edelstahl kreiert – ein sehr seltenes Material bei Patek Philippe.

**Patek Philippe Calatrava Référence 6007A-001**, Automatikuhwerk, limitiert auf 100 Ex., 25000 Fr.

## PIONIERHAFT

Sie wollten sich schon immer mal ein wenig wie Paul-Émile Victor, Elinor Smith, Howard Hughes fühlen? Dieses Modell huldigt allen, die zu Luft, zu Wasser oder zu Land Pioniertaten erbrachten – und dabei Longines trugen.

**Longines Spirit**, Automatikuhwerk, Gehäuse aus Edelstahl, 2000 Fr.

## ENTSPANNT ELEGANT

1950 kam die erste Memovox mit Weckfunktion auf den Markt. Nun haben die Jaeger-LeCoultre-Tüftler das Kultmodell um eine neue Funktion ergänzt: den Timer. Nur Banausen ziehen Smartphone-Reminder vor.

**Jaeger-LeCoultre Minuterie Master Control Memovox**, Automatikuhwerk, Gehäuse aus Edelstahl, limitiert auf 250 Ex., 15 700 Fr.

**D**AS KALIBER? Das Design? Die Aura der Marke? Klar, all das kann eine Uhr zum Objekt unserer Begierde machen. Doch noch etwas spielt eine Rolle: die Proportionen. Werfen Sie rasch einen Blick auf Ihr Handgelenk. Tickt es da aus einem 34-, 36-, 38- oder 42mm-Gehäuse? Und, nächste Frage: Welcher Durchmesser gilt eigentlich als besonders ästhetisch?

Kommt darauf an, werden Sie nun sagen: auf die Mode, den Geschmack und die Bodymasse, die mit der Uhr kollidieren. Ballerina-Armchen gleich kleine Uhr; Schwingerarm gleich solides Modell. Und logischerweise wird man in Asien, wo die Leute im Schnitt filigraner gebaut sind, überdurchschnittlich viele Zifferblätter sehen, die weniger als 36 mm messen, während man zum Beispiel in in Russland durchaus mal 47mm-Brummer sieht.

Dann die Komplikationen: Eine Minutenrepetition in einen 36mm-Winzling zu quetschen, ist ungefähr so sinnvoll, wie Jeans eine Nummer zu klein zu kaufen. Egal, wie sehr man es sich auch wünscht – es passt einfach nicht. Und schliesslich müssen wir noch kurz das Thema Image anschneiden. Je nachdem, ob man eher den Platzhirsch markieren oder als feingeistiger

Ästhet wahrgenommen werden will, wird man zu mehr oder weniger Millimetern tendieren.

Natürlich spiegelt eine Uhr auch die Schönheitsideale der Epoche, aus der sie stammt, wider: In den 90ern, wir erinnern uns, konnte es schon passieren, dass einer ein kleines Ufo von Uhr zum Dreireiher kombinierte. 20 Jahre später mochten wir es dann schlank und rank – und so galt auch bei den Uhren das Motto «weniger ist mehr».

### Nachhaltig, weil zeitlos

Und 2020? Da regiert die goldene Mitte. Womit wir bei den 40 Millimetern angefangt wären. «Man kann behaupten, dass es sich um die archetypische Grösse handelt, in der sich Uhrmacherkunst frei von jedem Protz manifestiert», sagt Catherine Rénier, CEO von Jaeger-LeCoultre. Pascal Brandt, Kommunikationschef von Bulgari, stimmt ihr zu: «Die Leute haben das Extravagante satt. Sie wünschen sich dezentere Modelle, solche, die man über viele Jahre hinweg tragen kann.» Ein 40mm-Durchmesser wirkt elegant, nie aufdringlich, und in eine Schublade stecken lässt er sich auch nicht. Ob Boomer oder Millennial, Männlein oder Weiblein, Business oder Party: 40 Millimeter funktionieren. Zeitloser – sprich: nachhaltiger – gehts nicht. ☺



# Adrien Rovero

DER WESTSCHWEIZER DESIGNER ZAPFT FÜR EINE GUTE IDEE SCHON MAL SEINE PFADIZEIT AN. UND WO ER DAMALS GLACE ASS, WEISS ER AUCH NOCH.

TEXT ESTELLE LUCIEN



**D**ER BART ist gepflegt, das Outfit klassisch, der VW California parkiert draussen. Wir treffen den Designer Adrien Rovero in seinem Studio in Renens bei Lausanne, und schnell wird klar: Der 40-Jährige legt Wert auf Details, und es gefällt ihm, wenn das Poetische mit einem Schuss Humor gewürzt ist. Sein Handwerk hat er an der ECAL gelernt, der Kunsthochschule von Lausanne (wo er ab diesem Semester auch unterrichtet), danach hat er für diverse Museen Ausstellungsdesigns entworfen. Zudem haben es ein paar illustre Namen in seinen CV geschafft: Für Hermès hat er die Zürcher Boutique neu gestaltet, Möbel Pfister vertreibt seine Designs. Und für seinen letzten Streich hat es mit Miele zusammengespannt: Der Elektro-Riese hat eine Handvoll Künstler damit beauftragt, aufbügelbare Patches zu entwerfen. Die Idee dahinter: Flicker ist nachhaltiger als neu kaufen. Kreativer sowieso.

**Was haben Sie sich für Miele einfallen lassen?**

Ich verbinde den Begriff Reparieren immer mit diesen Gummiblätzen, die man zum Flicker von Veloschläuchen braucht. Der Patch für Miele erinnert an diese Ästhetik und greift zugleich die **Doodle Drawings (1)** auf, die ich derzeit mache. Sozusagen als Hommage an die Kritzeleien, die man früher beim Telefonieren machte, hab ich einen Stift an einer Beschneidemaschine befestigt. Manches, das dabei herauskommt, erinnert an Kunst, anderes an Teppichmuster.

**Flicken Sie selbst auch Dinge?**

Klar. Jetzt grade wartet ein Kaffeekocher drauf, repariert zu werden. Er war ein Geschenk von einem Praktikanten aus Italien, deshalb hänge ich daran. Es ist das Modell, das **Aldo Rossi für Alessi (6)** designt hat.

**Was inspiriert Sie?**

Der Alltag ganz allgemein. Oder ich zehre von Erinnerungen. Als Bub war ich zum Beispiel in der Pfadi; was wir da aus wenigen Holzstücken alles gebastelt haben, das beeindruckt mich noch heute.

**Wenn nur einer Ihrer Würfel Sie überleben könnte, welcher sollte das sein?**

Von den neueren Sachen wahrscheinlich die Leuchte **Parc (2)**. Sie erinnert mich an das Jahr, das ich in Montréal verbracht habe, Mitte 2018 bis Mitte 2019. Die Leuchte hab ich für Lambert & Fils gemacht, eine Familienfirma, die von A bis Z alles in Kanada fertigen lässt.

**Eine Person, die Sie beeindruckt?**

Der Industriedesigner Achille Castiglioni. Seine Würfel haben Witz, sind clever und, obwohl minimalistisch, so was von originell!

**Wo laden Sie Ihre Batterien auf?**

Auf **Teneriffa (3)** beim Surfen: Mir gefällt die Vorstellung, auf einem Vulkan mitten im Ozean zu sein. Zuhause mag ich **Le Pavillon Bar & Kitchen (5)** in Lausanne. Als ich klein war, war das ein Mövenpick-Lokal, dort bekam ich manchmal ein Glace.

**Immer noch Ihr Lieblingsdessert?**

Heute ziehe ich das **Carac-Törtli (4)** vor. Rund, hübsch, folkloristisch. ☺





CHANEL.COM

CLAUDIA SCHIFFER

# CHANEL

## J12

IT'S ALL ABOUT SECONDS

AUTOMATIK MANUFAKTURWERK

EXTREM WIDERSTANDSFÄHIGE KERAMIK UHR. SWISS MADE. 5 JAHRE GARANTIE.