

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG



KLASSIKER
150 Jahre
Tanktop

BEAUTY
Die Augen
im Fokus

INTERVIEW
Virginie Viard
führt Chanel in
die Zukunft

MODE

Knallfarben
und Kontraste:
Jetzt erst recht!

SEPTEMBER 2020

SonntagsZeitung



ROLEX

YACHT-MASTER

Inspiriert von der Welt des Segelsports, wurde die Yacht-Master mit einer in beide Richtungen drehbaren Lünette ausgestattet. Sie wird stetig weiterentwickelt, um die Anforderungen auf hoher See zu erfüllen.

#Perpetual

BUCHERER

1888

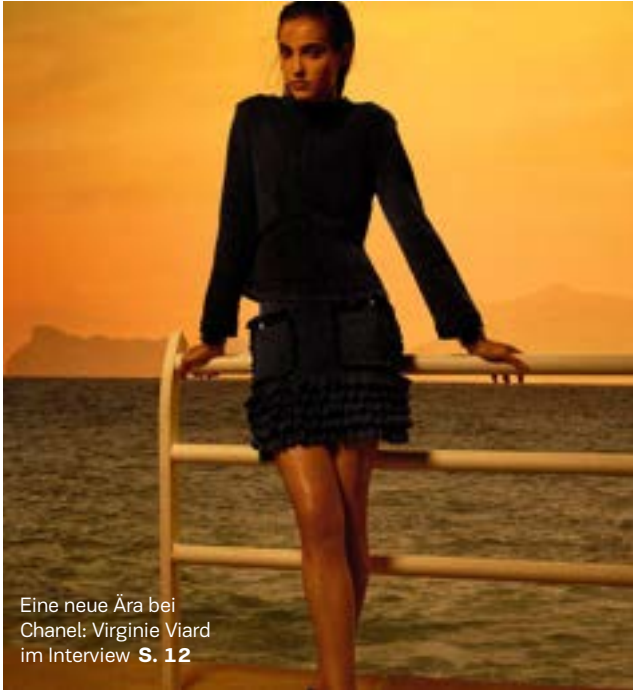
bucherer.com



OYSTER PERPETUAL YACHT-MASTER 42
IN 18 KARAT WEISSGOLD

l'esprit sellier





Eine neue Ära bei Chanel: Virginie Viard im Interview S. 12



Schmuck, der mehr Glanz in die Betonwüste bringt S. 20*



Mit der Maskenpflicht kommt ein weiteres Muss: die Augenpflege S. 8

Mode | September 2020

HIGHLIGHTS

8 Beauty

Pflegetipps für strahlende Blicke überm Maskenrand

10 Saga

Es kam aus dem Arbeitermilieu, um zum modischen Alleskönner zu werden: die bewegte Geschichte des Muskelshirts

12 Interview

Kreativchefin Virginie Viard verrät ihre Vision für Chanel

20 Schmuck

Jetzt erst recht: Blumiges für jeden Tag

23 Meine Welt

Warum Architekt Kengo Kuma ausgerechnet einen Stift design hat

AUSSERDEM

- 6 **Liebliche: Von Wein aus dem Schlosskeller bis zu einem Sessel, der auch eine Insel ist**
- 16 **Backstage: Die weibliche Seite von Audemars Piguet**
- 21 **Entschlüsselt: die Tondagraph GT von Parmigiani Fleurier**
- 22 **Sie & Er: Verliebt in Grafisches**



Mintgrüne Ledertasche Musubi mini, Acne Studios. Umhängetaschen Kelly mini in zwei Lachsnuancen, Gürtel, Hermès. S. 14



COVER

Lackleder-Trenchcoat Pagota, Balenciaga. Wollpulli mit 3/4-Ärmeln, Natan. Filzfedora mit Federdeko, Anthony Peto. Uhr Code 11.59 by Audemars Piguet, Automatikuhwerk mit integriertem Chronographen, Roségold-Gehäuse (41 mm), rauchig gefärbtes, violett lackiertes Zifferblatt mit Sonnenschiff, handgenähtes Armband aus Alligatorleder, Audemars Piguet. FOTOS Nicolas Valois

* Ringe aus der Kollektion B Dimension: Gelbgold und Diamanten mit Brillantschliff (0.23 ct); Weissgold und Diamanten mit Baguette-schliff (1.36 ct) bzw. mit Brillantschliff (0.24 ct); Roségold und Diamanten mit Baguette-schliff (1.35 ct), Bucherer.

Die positive Kraft der Farbe

MASKEN. Damit gehts nun weiter, so viel steht fest. Nach diesem seltsamen Sommer, wie es ihn noch nie gegeben hat, ist noch etwas passiert, das einer absoluten Premiere gleichkommt: Erstmals in der Geschichte dieser Publikation verspürten wir als Redaktion keine Lust, für Sie die Trends der kommenden Saison zusammenzutragen. All die kreativen Methoden auflisten, wie man sich das Gesicht verhüllen kann? Nein danke. Wenn wir uns schon so ein Ding vor die Atemwege schnallen müssen, dann werden wir nicht auch noch so tun, als ob ein Stück Stoff, mit zwei Gummibändern an den Ohren befestigt, das neueste



Renata Libal, Chefredaktorin

Habenwollen-Objekt sei. Nehmen wir uns stattdessen lieber etwas mehr Zeit für jene Gesichtspartie, die nicht von der Maske verdeckt wird: die Augen (Pflegetipps siehe S.8). Und weiter? Klar haben wir nach wie vor Spass an der Mode. Bloss machen wir bewusst einen Bogen um Kurzzeittrends. Und geben zeitlosen Stücken in kräftigen Farben den Vorzug (siehe S.14): Mäntel zum Sich-Hineinkuscheln; Taschen, die als Farblecks im Alltagsgrau funktionieren; Schuhwerk für einen beschwingten Schritt. Die Maske ist an, na gut – aber wir ziehen keinen Lätsch dahinter. Stattdessen stylen wir uns jeden Tag einen farbenfrohen Cocon zurecht, der uns fröhlich umhüllt und für gute Laune sorgt. Und dieser Good-Vibe-Virus darf dann auch gern ansteckend sein.



Als würde er sagen wollen:
Hineinkuscheln, bitte!

DESIGN

Sessel? Privatinsel!

Sie hat etwas ausgesprochen Couture-haftes an sich, die Möbelkollektion namens Torii, die das japanische Studio Nendo für Minotti entworfen hat. Liegt an den Lederpaspeln, mit denen die Polster eingefasst sind, und die einem Mantel oder einer Handtasche auch gut anstehen würden? Oder an den Lehnen, die sich geradezu an den Rücken schmiegen, sodass man sagen möchte: «Doch, sitzt gut!»? Wie dem auch sei, es ist nicht das erste Mal, dass der italienische Möbelhersteller mit Nendo zusammenspannt. Die Tokioter Designbude unter der Leitung von Oki Sato ist ohnehin enorm umtriebiger: hier ein Tisch, da eine zusammenrollbare Einkaufstasche, dort ein bonbonförmiges Schmuckstück... Eines haben all diese Kreation aber gemeinsam: eine Schlichtheit, die an eine

Handzeichnung denken lässt. Die Kollektion Torii ist da keine Ausnahme. Die Möbel bringen «eine gewisse visuelle Leichtigkeit mit sich, egal wo sie stehen», erklärt Oki Sato. Man könnte auch sagen: Sie schweben über dem Parkett – was durchaus eine spirituelle Komponente beinhaltet. Die filigranen Füße sind nämlich wie der Name der Kollektion von den roten Toren – Torii – inspiriert, welche in Japan den Eingang zu einem Shinto-Tempel markieren. Dank ihnen und der abgerundeten Lehne, die in diversen Höhen zu haben ist, wird der Sessel zu einer richtigen kleinen Privatinsel. Zum Meditieren zum Beispiel... *Renata Libal*

Die Kollektion Torii von Nendo für Minotti umfasst Sofas, Sessel, gepolsterte Fusschemel und Couchtische in verschiedenen Grössen und Höhen.

ZUM WOHL!

Was trinkt der Schlossherr?



VON
PIERRE THOMAS

Haben Sie zufällig 20 Millionen übrig? Das Château Le Rosey, welches das Dörfchen

Bursins in der Waadtländer Weinregion La Côte prägt, steht zum Verkauf. Besitzer Pierre Bouvier, Genfer Architekt und Ästhet, hat es während 20 Jahren mit viel Liebe renoviert. Nun, da er 55 geworden ist, will er sich davon trennen – einschliesslich Weinkeller, Önothek und den 4.5 ha Reben.

Sollten Ihnen dafür die Mittel fehlen, können Sie sich immerhin eine Flasche Rotwein von dort gönnen. 2018 sind nämlich gleich drei davon zu Premiers Grands Crus erkoren worden. Die Auszeichnung, die in der Schweiz nur in der Waadt vergeben wird und jedes Jahr von neuem bestätigt werden muss, war ursprünglich nur für die typischen Sorten Chasselas, Pinot noir und Gamay vorgesehen – bloss reüssierte bis 2018 nie ein Wein aus einer der beiden roten Varietäten. Erst nach der Zulassung weiterer Sorten kam Château Le Rosey gleich mit drei Roten in die Kränze; für das Recht auf die Auszeichnung war es allerdings notwendig, dass alle 15 Weine des Guts ihre Verpackung änderten, sprich auf die zuvor übliche 70-Zentiliter-Flasche verzichten mussten.

Ein Trio kümmert sich um Reben und Keller: Der Bio-Winzer Yvan Parmelin, der junge Unruhefister Alexandre Fischer (man kennt ihn als Aktivist der Winzervereinigung Les Raisins de la Colère, zu deutsch: Die Trauben des Zorns) und der fliegende Önologe Fabio Penta.

Empfohlen sei hier der einfachste der drei Premiers Grands Crus: ein Garanoir aus dem Stahltank. Er hat eine dunkle Farbe, in der Nase sind rote und schwarze Früchte auszumachen. Der Tropfen mit 14 Volumenprozent wirkt zugleich frisch und gehaltvoll, Noten von Heidelbeere und Gewürzen klingen lange nach. Die beiden anderen mit Auszeichnung – ein Gamaret und ein Garanoir aus dem Barrique, beides Kreuzungen von Gamay und Rechsteyner – dürften von zusätzlicher Lagerung durchaus noch profitieren.



Garanoir 2018, 1^{er} Grand Cru, Château Le Rosey, Bursins VD
23 Fr./7.5 dl, www.lerosey.ch

ACCESSOIRE

Ordnung am Hals

Damen, das wissen wir, tragen ihre tausend Habseligkeiten gern in der Handtasche mit sich herum. Ob letztere «it» ist oder nicht, ist eigentlich egal, das fröhliche Chaos in ihrem Innern ist so oder so vorprogrammiert. Wobei die letzten paar Saisons auffällig viele Lösungsvorschläge aufpoppten: Bauchtaschen zum Beispiel (die man jetzt schräg vor der Brust trägt) oder diese Taschenstrukturierer mit zahllosen Fächern. Was aber derzeit besonders zieht, sind Umhängetäschchen, die für einen ganz bestimmten Inhalt – und nur für ihn – gedacht sind: für den Pass, fürs Smartphone, für die Kreditkarte... Endlich mehr Übersicht für uns – und ein neuer Tummelplatz für Luxuslederwaren-Hersteller. Die It-Pieces kommen auch noch. Garantiert. *R.L.*

Tom Ford, AirPods-Etui ab 540 Fr., Smartphone-Etui ab 560 Fr. www.tomford.com





Die neue Sportlinie von Kenzo ist grafisch, fröhlich und unisex. Genau, was wir jetzt brauchen.

MODE

Sportlich, sportlich!

In der aktuellen Ausnahmesituation steht auch die Modewelt Kopf. Da ist es nur logisch, dass sportliche Tenues gerade sehr angesagt sind. Wobei, wer Leggings und Co. trägt, keineswegs verpflichtet ist, auch für einen Marathon zu trainieren. Erfüllt sein muss lediglich ein Kriterium: die richtige Mischung aus Klasse und Komfort. Das dürften mittlerweile selbst die strengsten Verfechter einer eleganten Businessgarderobe so sehen – denn warum sollten sie sich, wenn andere mehr oder weniger den ganzen Frühling in Jogginghosen vorm Bildschirm verbracht haben, von unbequemen Gürteln und Blazern einengen lassen? Damit dürfte die Ära der Looks, die ein kurzes Stretching zwischendurch zulassen, aber in puncto Schnitt und Optik durchaus eine Falle machen, offiziell eingeleitet sein. Sportbekleidungshersteller versuchen sich schon seit einiger Zeit auf dem Gebiet; nun scheinen die grossen Fashionmarken ebenfalls auf den Geschmack gekommen zu

sein. Diesen Herbst zum Beispiel gibt sich Kenzo die Ehre. Die 1970 in Paris vom japanischen Designer Kenzo Takada gegründete Marke war schon immer für Farben und fröhliche Drucke zu haben; und jeder Designer, der dem Gründer nachgefolgt ist, gab sich Mühe, diesen relaxten Grundton der Marke zu kultivieren. Seit letztem Sommer ist Felipe Oliveira Baptista am Drücker, der davor bei Lacoste war – was sicher ein Stück weit erklärt, warum er jetzt die brandneue Linie Kenzo Sport Unisex lanciert. Die ist schön durchgemustert und wunderbar bequem, und ein neues Logo – den Firmennamen in X-Form – bringt sie auch gleich mit. Zu kaufen gibts T-Shirts, Baseballcaps, Leggings, leichte Parkas mit grossen Taschen, Hoodies, kurz: einen ganzen Schrank voll Klamotten, in denen man vielleicht nicht ans nächste Meeting mit dem Chef gehen wird, aber mit dem hohen Tempo, in dem sich grad alles verändert, zumindest mal mithalten kann.

Renata Libal

PARFUM

So riecht eiskalter Wind



Wenns um Düfte geht, denkt man bei Bulgari in Kollektionen. Jene mit dem schlichten Namen Man hat die Herren der Schöpfung olfaktorisch schon in die Nähe von aktiven Vulkanen (Man Black) sowie tief in den Wald hinein geführt (Man Wood). Nun gehts weiter – und hoch in die Gebirgslüfte. Wie Wind, Eis, Höhengewindeln riechen? Der Parfumeur Alberto Morillas findet: nach Wacholder, Ingwer und Geranie (für den Schuss Frische), abgerundet von Sandelholz, Iris und Artemisia. Dazu Moschus, natürlich, schliesslich sind wir hier bei Bulgari. Die Wirkung ist verblüffend: Man nimmt tiefe Atemzüge, schöpft Kraft und Selbstvertrauen – und plötzlich ist sie da, die verschneite Landschaft! Weil die Lancierung von Man Glacial Essence der Pandemie zum Opfer fiel, spendiert Bulgari nun stattdessen eine Portion Virtual Reality: Von der Stube aus kann Mann das Matterhorn erkunden – Gletscherspalten, Steinschlag und Adrenalinschub inklusive. *R.L.*

Bulgari Man Glacial Essence, 60 ml, ca. 100 Fr. 3D-Erlebnis verfügbar via Oculus Store



UHR

It's Denim Time

Uhrmacherskunst made in Hölstein (Oris) trifft auf handgenähte Jeans aus Kōjima (Momotaro) – und es ist Liebe! Je mehr der japanische Denim ausbleicht, desto schöner passt er zum vintagegrünen Zifferblatt. *R.L.*

Oris x Momotaro, Diver 66, ca. 2100 Fr.



Intensive Augenblicke auf dem Catwalk von Christian Dior, Frühling/Sommer 2018.

Ich sagte «in die **Augen**»

JETZT, ÜBER DEM MASKENRAND, MÜSSEN DIE AUGEN GANZ BESONDERS STRAHLEN. UMSO WICHTIGER WIRD DIE PFLEGE.

TEXT KATRIN ROTH

SIE WERDEN GERN als Fenster zur Seele bezeichnet: die Augen. In Corona-Zeiten, wo der untere Teil des Gesichts regelmässig hinter einer Maske verschwindet, stehen sie erst recht im Fokus – und geben manchmal über mehr Auskunft, als uns lieb ist: über kurze Nächte, über Stress im Alltag... und natürlich nicht zuletzt über die zunehmende Anzahl von Kerzlen auf dem Geburtstagskuchen.

Als Ursache für Fältchen, dunkle Schatten oder Schwellungen nennt Karin Marschall, Education Manager von Estée Lauder und Clinique, gleich mehrere Faktoren: «Die Haut um die Augenpartie ist nicht nur dreimal dünner als im Rest des Gesichts, sondern auch empfindlicher und trockener. Entsprechend werden die ersten Anzeichen des Alters in diesem Bereich besonders schnell sichtbar.» Ähnlich tönt es bei Dr. Jacqueline Hill, welche die Bereiche Innovation und Wissenschaft bei La Prairie leitet und die Augen als Spiegel des Alters bezeichnet: «Die Haut der Augenkantur bedeckt 22 Muskeln, die in ständiger Bewegung sind. Da wir etwa 10000-mal pro Tag blinzeln, verliert die Haut mit der Zeit ihre Vitalität. Aus diesem Grund weist die Augenkantur die deutlichsten Anzeichen des Alters auf.»

Da bereits Mitte 20 erste Ermüdungserscheinungen auftauchen können, sollte man sich rechtzeitig um die Pflege der Augenpartie kümmern. «Es ist unerlässlich, diesen empfindlichen Bereich mit genau angepassten Produkten zu versorgen», sagt Marie-Hélène Lair, wissenschaftliche Kommunikationsleiterin bei Clarins. «Unser neues Augenpflege-Konzentrat *Total Eye Lift* zum Beispiel stärkt dank verschiedener Wirkstoffe die Hautdicke der Augenkantur.» Auch Karin Marschall rät – frei nach dem Motto «Vorbeugen ist besser als Heilen» – zur frühen Integration von Spezialprodukten wie dem Estée-Lauder-Klassiker *Advanced Night Repair Eye Serum* in die tägliche Pflege-Routine: «Wer sich zum ersten Mal eine Crème oder ein Serum kauft, sollte auch unbedingt die passende Augenpflege dazu aussuchen.»

Zum gleichen Schluss kommt Jacqueline Hill: «Laut einer Studie des Marktforschungsinstituts Ipsos stören sich 72 Prozent aller Frauen an ihrem erschöpftem Aussehen und müden Augen. 71 Prozent zwischen 25 und 55 Jahren haben Falten um die Augen herum.» Kein Wunder also, dass die Augenlidstraffung der weltweit meistdurchgeführte chirurgische Eingriff im Gesicht ist. Auch die Nachfrage nach Hautpflegeprodukten für die Augenpartie nimmt

zu. Hill: «Mit *Skin Caviar Eye Lift* und *Skin Caviar Luxe Eye Cream* bietet La Prairie eine nichtinvasive Alternative zum Augenlifting.»

Ebenfalls einen frischen Blick verspricht das neue *Fluide Contour des Yeux à la Rose* von Sisley, das die emblematischen Wirkstoffe der beliebten *Rose-Noire*-Kollektion besonders hoch konzentriert enthält und in einem Schritt glättet, Leuchtkraft spendet und Schwellungen mindert. Bei Nuxe hingegen setzt man bei der zu 99 Prozent natürlichen Augenpflege der neuen Bio-Linie auf die Kombination von Buchweizen und Vitamin E, während die Forscher von Guerlain für die neue *Crème Yeux Correction Multi-Rides* der ikonischen *Abeille-Royale*-Linie den exklusiven markeneigenen Gelée Royale verwendet haben, um Falten bei den Augen zu reduzieren.

Frischerer Blick in nur 15 Minuten

Weil es beim ständig wachsenden Angebot von Pflegeprodukten schwierig ist, das passende für sich zu finden, empfehlen Fachleute wie Hill eine Beratung am Counter: «Nur wer weiss, welche Vorteile bestimmte Wirkstoffe und Texturen bieten, findet das Richtige.» Die Wahl der Pflege müsse unbedingt auf die persönlichen Bedürfnisse abgestimmt werden, bestätigt Marschall, die zum Auftragen sanft klopfende Bewegungen von innen nach aussen empfiehlt – mit dem Ringfinger: «Der hat etwas weniger Kraft und verletzt die zarte Haut nicht.» Und warum nicht mal zur neuen *Cellular Boost 100% Hydrogel Augenmaske* oder zur *Hydro Boost 2-in-1 Hydrogel Tuch Augenmaske* von Neutrogena greifen, die in nur 15 Minuten einen frischeren Blick zaubern?

Und nicht vergessen: Jeden Abend brav abschminken, dunkle Schatten mit Concealer kaschieren – und eine Sonnenbrille tragen. Die bietet nämlich nicht nur Schutz vor UV-Strahlen, sondern, siehe Textestieg, auch mal vor allzu prüfenden Blicken. Na dann: Brille und Schutzmaske montiert – und auf gehts ins Incognito-Zeitalter! ☺

FÜR EINEN FRISCHEN BLICK

Von rechts nach links:
Fluide Contour des Yeux à la Rose Noire, **Sisley**, 14 ml, ca. 145 Fr.
Total Eye Lift, Hautdicke stärkendes Konzentrat, **Clarins**, 100 ml, ca. 90 Fr.
Skin Caviar Eye Lift, Zwei-Formel-Serum aus Gel-Crème-Emulsion und La-Prairie-Kaviarperlen, **La Prairie**, 20 ml, ca. 530 Fr.
Advanced Night Repair Eye Serum, **Estée Lauder**, 15 ml, ca. 49 Fr.
Abeille Royale Crème Yeux, **Guerlain**, 15 ml, ca. 140 Fr.





WILLKOMMEN BEI GÜBELIN
ÜBERRASCHEND – INSPIRIEREND


PATEK PHILIPPE
GENEVE


GÜBELIN
JEWELLERY


BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830


BREITLING
1884

BVLGARI

Cartier

CHANEL

DIOR

GIRARD-PERREGAUX


Glashütte
ORIGINAL


HUBLLOT


HERMÈS
PARIS

IWC
SCHAFFHAUSEN


JAEGER-LECOULTRE


MONT
BLANC

PARMIGIANI
FLEURIER

ROGER DUBUIS


TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

ULYSSE NARDIN
SINCE 1848  LE LOCLE - SUISSE


ZENITH
THE PIONEER OF SWISS WATCHMAKING SINCE 1885



1930

Renée Perle in Juan-les-Pins, fotografiert von Jacques-Henri Lartigue.

Top, dieses **Tanktop!**

SEIT ÜBER 100 JAHREN VERTEIDIGT DAS ÄRMELLOSE SHIRT BEHARRLICH SEINEN PLATZ IM KLEIDERSCHRANK. EIN RÜCKBLICK AUF SEINE BEWEGTE GESCHICHTE.

TEXT RENATA LIBAL

SCHLICHT: Das ist wohl das Adjektiv, das im Zusammenhang mit dem Tanktop am häufigsten auftaucht. Was passt zu Jeans? Ein schlichtes Tanktop! Frau trägt Anzug? Lässt sich mit einem schlichten Tanktop kombinieren! Ein Tüllrock à la Ballerina? Kriegt durch ein schlichtes Tanktop mehr Bodenhaftung! Kein Wunder, spielt das Teil eine modische Schlüsselrolle, die mit seiner Urfunktion als Unterwäsche schon lang nichts mehr zu tun hat. Heute gehts um den Kontrast, den das bisschen Stoff zum Rest eines Tenues setzt. Mal sorgt es für eine relaxte Note, mal für Sexiness – schliesslich ist da nicht mehr viel, das den Körper drunter bedeckt. Man denke nur an die Muckis von Rapper 50 Cent: Nie stachen sie mehr ins Auge als dergestalt «betanktopt»!

Doch das ärmellose Unterhemd punktet noch in anderer Hinsicht: als Basisteil einer zeitlosen, ergo nachhaltigen Garderobe jenseits der Fast Fashion. Ein modischer Dauerbrenner, den man erfinden müsste – wenn dies Ende des 19. Jahrhunderts, als die ersten mechanischen Strickmaschinen losratterten, nicht schon passiert wäre. Erdacht als Arbeitsklamotte für die Entlader in den Häfen von London und Marseille, musste es leicht, schweissausgend und eng

anliegend sein, um sich ja nicht in irgendwelchen Räderwerken zu verfangen. Im Französischen heisst das Shirt entsprechend Débardeur (Entlader, Hafenarbeiter).

Und noch einen zweiten französischen Ausdruck muss man sich merken: Richelieu. So heisst die Maschenart, die bei Rippware zum Einsatz kommt – und die in den 1920ern zunächst Strumpfproduzenten für elastische Bündchen nutzten. Doch rasch kam Ripp auch bei Wäsche zum Einsatz, da es dehnbarer, luftiger, kurz: komfortabler als herkömmliche Ware war. Im aargauischen Aarburg war es eine gewisse Pauline Zimmerli, die den Transfer des Rippstricks vorantrieb und damit zum Aufblühen der Trikotindustrie in der Schweiz beitrug. Das Zimmerli-Feinrippshirt Richelieu, in den 30ern entwickelt und seit 2002 auch für Damen erhältlich, trägt dieses Stück Modegeschichte noch heute im Namen.

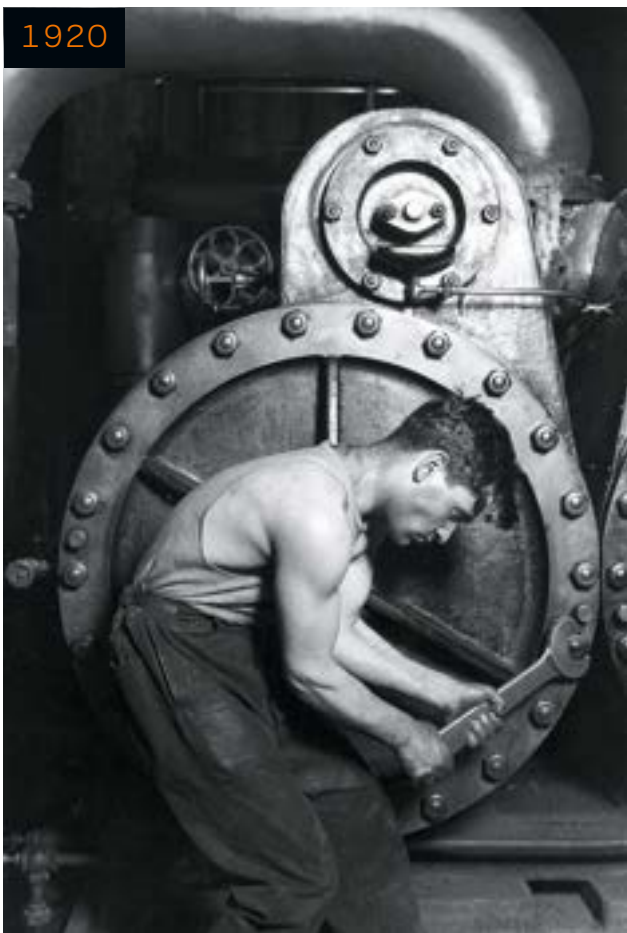
Arbeiter-Outfit im Wandel

Und wenn wir schon bei den Namen sind: In Paris, wo die Gemüsekistenschlepper in Les Halles die Ärmel ihrer Pullis kappten, war diese Kreation bald als Marcel bekannt – nach dem Strickwarenfabrikanten Marcel Eisenberg aus Roanne, der die Erfindung kommerzialisierte. Und wo kommt das englische «Tanktop» her? Von den ärmellosen Gwändli, die man zum Schwimmen im Tank – so nannte man früher einen Pool – überzog.

Das ärmellose Shirt ist also ein Kind der Industrialisierung. Und als solches mit dem sozioökonomischen Wandel verstrickt, den diese mit sich brachte: Je mehr Arbeiter ihre Jobs an Maschinen verloren, desto mehr wurde das typische Arbeiter-Outfit ein Symbol für prekäre Lebensumstände. Kein Wunder, steckte auch Hollywood rohe Mannsbilder vorzugsweise in Tanktops – allen voran Marlon Brando in «Endstation Sehnsucht» (1951) in der Rolle des prügeln- und vergewaltigenden Stanley Kowalski. (Bis heute hallt diese üble Konnotation im Tanktop-Synonym Wife Beater nach.) Dann gings weiter mit Paul Newman in «Der Clou» (1973), Robert De Niro in «Wie ein wilder Stier» (1980), Sylvester Stallone in «Rambo» (1985) und Bruce Willis in «Stirb langsam» (1988). Und auch rabiate Ladys zogen sich Tanktops über: Sarah Connor in «Terminator» (ab 1984) und natürlich Lara Croft in «Tomb Raider» (ab 2001).

Und im richtigen Leben? Da hielt das Top mit dem Ersten Weltkrieg in die Damengarderobe Einzug, wenn auch nur langsam: Weil die Männer an der Front waren, musste die Frauen zuhause deren Alltagsaufgaben übernehmen – und damit hatte das unbequeme Korsett definitiv ausgedient. Und als die Garçonnes (in Europa) und die Flappers (in den USA) sich die Haare kurz schnitten, nonchalant

1920



1951



1970



MODISCHER DAUERBRENNER MIT VIELEN GESICHTERN

- 1920** Verschwitzt: Maschinist in den USA
- 1951** Prekär: Marlon Brando in «Endstation Sehnsucht»
- 1970** Androgyn: Jane Birkin mit ihrem Serge
- 1985** Rockig: Freddie Mercury in Wembley
- 2005** Aufgepumpt: Gangster-Rapper 50 Cent
- 2021** Zeitlos: Frühling/Sommer-Kollektion von Prada

1985



2005



2021

den Jupe gegen Hosen eintauschten und genüsslich Zigaretten pafften, passte das maskuline Unterhemd gut ins Bild – theoretisch. Praktisch hatten nur ein paar wenige Bohemiennes – etwa Renée Perle, die Muse des Fotografen Jacques-Henri Lartigue – den Mumm, sich in dieses bisschen Stoff zu zwingen, das im Grunde mehr zeigte als verhüllte. Vor allem, wenn man so gut bestückt war wie Renée, deren üppiger Vorbau wohl auch heute, in der sich wieder breit machenden Prüderie, pikiertere Blicke provozieren würde.

Was für ein Unterschied zur betanktopften Jane Birkin, die in den Sixties den Androgyn-Chic mitbegründete! Überhaupt ist das Tanktop textiltgewordener Widerspruch: Es ist Unterwäsche – die man offen zur Schau trägt. Es hat etwas Unschuldiges – mit einer verwegenen Note. Es kann vor Testosteron strotzen – oder unerhört feminin wirken. Es wurde als Arbeitskleidung geboren – und macht sich prima im Ausgang. Isabelle Crampes, Kuratorin der Ausstellung «Vêtements modèles» (zu sehen bis 6. Dezember im Museum der Zivilisationen Europas und des Mittelmeers in Marseille, www.mucem.org), hat sich monatelang mit der Geschichte des Tanktops befasst. In der Schau kommt das Hemdchen zu kulturhistorischen Ehren – neben der Espadrille, dem

Kilt, dem Blaumann und der Jogginghose. «Es war eine irre spannende Recherche. Jedes historische Foto eines Tanktops, das wir fanden, war ein Puzzlesteinchen – wobei das komplette Bild uns zeigt, wie wir uns als Gesellschaft verändert haben. Dieses bisschen Baumwollstoff, das uns in praktisch unveränderter Form über 150 Jahre begleitet hat: Es sagt so viel über uns aus!»

Und heute? Steht Authentizität hoch im Kurs. Und so setzen gleich mehrere Hersteller auf eine Produktion wie – fast – anno dazumal: Das Tanktop der französischen Marke Eminence kommt ohne Seitennähte aus und schmiegt sich regelrecht an den Körper. Ausstellungsmacherin Isabelle Crampes ist im Zuge ihrer Recherche auf das Start-up Sugar gestossen, das eine Ladung historischer Unterhemden gerettet und, zeitgemäss eingefärbt, unter die Leute gebracht hat. Als der Vorrat aufgebraucht war, trieb Sugar alte Strickmaschinen auf, mit denen nun nach traditionellem Rezept Nachschub hergestellt wird.

Und bald wird man sich sogar wieder ein original Marcel zulegen können: Der Jungunternehmer Thomas Lucien Marcel Sardi hat letztes Jahr die Société Etablissement Marcel gegründet, um der altherwürdigen Firmengeschichte ein neues Kapitel hinzuzufügen – unter Verwendung von lokalen und Fairtrade-Materialien. ☺

MUSE

OF MILAN



DRAMA AT LA SCALA...

...eine von 12 neuen Farben, erhältlich als **Infinite Shine**, als **klassischer Nagellack** und bei anerkannten OPI Partnern mit Maniküre-Service-Angebot ebenfalls als **GelColor**-Anwendung.



O.P.I.

www.opiswiss.ch

www.instagram.com/OPI_SWISS

www.facebook.com/OPISWISS

AUFBRUCHHIN EINE NEUE ÄRA

ALS IM MAI PLÖTZLICH ALLES STILLSTAND, SAH MAN SICH AUCH BEI CHANEL GEZWUNGEN, DIE LANCIERUNG DER CRUISE COLLECTION AUF EIS ZU LEGEN. KREATIVCHEFIN VIRGINIE VIARD ERZÄHLT, WIE SICH DIE NEUE REALITÄT AUF DIE BRANCHE AUSWIRKT – UND WAS IHRE VISION FÜR CHANEL IST.

TEXT **HÉLÈNE GUILLAUME** © LE FIGARO

S

IE TRÄGT EINE SCHUTZMASKE, als sie uns im Juni im Atelier an der Rue Cambon in Paris empfängt, aber man kann ihr Lächeln trotzdem erkennen. Virginie Viard, die hier vor über 30 Jahren begann, an der Seite von Karl Lagerfeld zu wirken, hat ihrer Cruise Collection, die im November in die Läden kommen soll, soeben den letzten Schliff gegeben. Wie üblich werden die Entwürfe für sich sprechen: So, wie Viard ihr ganzes Herzblut

in die Marke Chanel fließen lässt, so hält sie sich als Person lieber im Hintergrund. Vor Fotoobjektiven geht sie wenn möglich in Deckung. Uns gewährt sie das erste Interview, seit sie im Februar 2019 Karl Lagerfeld als Kreativchefin beerbt hat.

Eigentlich sollte Ihre Cruise Collection Anfang Mai auf Capri gezeigt werden. Wegen Corona wurde sie erst Mitte Juni vorgestellt – online. Wann gingen Sie wieder an die Arbeit?

Am 4. Mai war ich zurück im Studio. Davor lief nicht viel, ausser der Videokonferenzen mit dem Atelier. Die Idee mit Capri kam mir vor einem Jahr, auf Grund von Fotos, die Karl von der Villa Malaparte gemacht hatte. Mir schwebte eine Ausstellung mit Entwürfen von Karl und von Chanel vor. Ein kleiner Event unter freiem Himmel auf dieser steilen, schwer zugänglichen Insel. Weniger Models als gewöhnlich, stellte ich mir vor... Und schliesslich war kein einziges da! *(lacht)*

Also das mit Capri, das ist vom Tisch?

So ist es. Capri, c'est fini: Das waren die ersten Worte, die ich von Michel [*Gaubert, langjähriger Musikarrangeur der Chanel-Modenschauen und, wie Lagerfeld, Bonmot-Liebhaber*] hörte. Interessanterweise hatte dieser Rückschlag aber nur wenig Einfluss auf die Kollektion, die ich mir ohnehin kleiner gewünscht hatte als sonst, leichter in jeglicher Hinsicht. Normalerweise zeigen wir gegen 70 Looks, nun sind es um die 50. Beim Entwickeln dieser Cruise Collection stellte ich mir immer vor, wie jemand ein paar geliebte Chanel-Teile in den Koffer wirft: eine Bluse, ein besticktes Badekleid, ein Tweedjäckchen, ein Paar Strasssandalen oder Espadrilles, alles in Schwarz, Pastell, Rosa, den typischen Chanelfarben halt. Kurz: eine elegante Feriengarderobe mit einem Schuss Capri. Chanel steht ja für diese Art von Raffinesse. Mehr Konzept als das war nicht vorhanden, ich folge bei der Arbeit lieber meinem Gefühl. Was allerdings mit sich bringt, dass ich dann ständig daran herumgrübele. Was die Sache dann doch wieder anstrengend macht. Trotzdem, es ist schwer...



Virginie Viard, diesen Juni in ihrem Atelier.

Ihre Rolle, meinen Sie?

Ja, es ist schwer, nun allein weiterzumachen. Es gibt immer wieder Momente, ich denen ich wehmütig an Karl denke. Glücklicherweise fühle ich mich Chanel stark verbunden, ich liebe den Esprit dieses Hauses. Wie wir die Krise gemeistert haben, hat mir einmal mehr gezeigt, wie grossartig dieses Unternehmen ist.

Wie bringt man eigene Ideen zum Fliegen, wenn man so lang an der Vision von jemand anderem mitgearbeitet hat?

So etwas frage ich mich gar nicht. Es geht ja nicht um mich, sondern darum, das Erbe von Chanel weiterzutragen. Aber es stimmt: Meine Vision unterscheidet sich von jener von Karl. Bei mir werden Sie nie in exzentrischen Stücken spazieren gehen. *(lacht)* Karl fragte sich manchmal, ob er zu weit gegangen sei, aber weil er alles durchzog, was er machte, waren seine Stücke letztlich immer brillant. Ich bin anders, und ausserdem haben sich die Zeiten geändert. Trotzdem konnte ich im Lockdown nicht aufhören, an Karl zu denken. Und an meine Eltern, die Ärzte und Chirurgen waren. Es war schön, Zeit für diese Erinnerungen zu haben. Traurig fand ich das nicht.



Es geht nicht um mich,
sondern darum, wie
es mit Chanel weitergeht.
Aber ja: **Meine Vision
unterscheidet sich
von jener von Karl**

Wie lanciert man eine Kollektion, wenn alles – oder zumindest fast alles – auf Sparflamme läuft?

Vieles war schon länger aufgegleist. Wir waren auch mit Karl immer sehr organisiert. Erst trägt man Ideen zusammen, lässt sich etwa von Reisedestinationen inspirieren. Kim Young Seong, unsere Stoffexpertin und gleich lang bei Chanel wie ich, reist dann an diese Orte und übersetzt, was sie dort vorfindet, in Textilien. Und noch während wir eine Idee ausarbeiten, ist schon die nächste am Entstehen. Anfang Mai hatten wir die Stoffe also schon fertig. Andererseits haben wir uns jetzt erstmals dazu entschieden, all das zu verwenden, was sich in unseren Nähzubehörlagern türmte: Fäden, Knöpfe... Das Studio war eine regelrechte Mercerie geworden! Dann bin ich in die Chanel-Boutique gegangen, um mir die Sommerkollektion 2020 anzusehen, die der Krise zum Opfer gefallen ist. Als ich all die Teile dort hängen sah, die niemand kaufen, niemand tragen konnte, hab ich mir gesagt: Wir müssen dieser Kollektion eine zweite Chance geben! Deshalb wird sie im November nochmals in die Läden kommen, zusammen mit der Cruise Collection. Ich mag die Idee einer Garderobe, die Neues mit schon Vorhandenem kombiniert. Warum sollte ich das weisse Jäckchen von letzter Saison dieses Jahr nicht mehr tragen, wenn es doch mein Lieblingsstück ist?

Sie erwähnten, dass diese Kollektion auch wichtig für die Handwerker und Ausrüster sei. Hat das mit Ihrer Familiengeschichte zu tun, in der es ebenfalls Textilfabrikanten gab?

Vielleicht. Mir war es stets wichtig, dass unsere Zulieferer Arbeit haben, Karl ebenso. Nun müssen wir uns noch stärker darum kümmern, denn noch ein paar Monate wie die letzten würden für viele dieser Betriebe das sichere Aus bedeuten. Man muss die Maschine wieder zum Laufen bringen. Noch wissen wir nicht, wie der Betrieb anlaufen wird, doch wenn man nichts macht, rennt man in die Katastrophe. Diese Kollektion soll Mitte November ausgeliefert werden, die Fabriken nehmen die Produktion im August auf.

Nun sind nicht nur Fotos der neuen Cruise Collection erschienen, sondern auch ein Video. Was erzählt es uns?

Wir haben den kurzen Film um eine Anekdote herum gesponnen, die mir sehr am Herzen liegt. Ich war ja nie ein Fan von pompösen Modenschauen, auch wenn das mit Karl Spass machte. Manchmal fragte er mich: Ist es too much? Und ich sagte: Mit Ihnen ist das grossartig! Aber eben, ich träumte von einer kleineren Schau. Eines Tages erzählte er mir, dass er, als er jung war, bei Lipp defiliert hatte; ich glaube, das war in seiner Zeit bei Chloé. Er stellte einen Kleiderständer für die Models auf, und die suchten sich selbst aus, was sie tragen wollten. Die Letzte musste halt das nehmen, was noch übrig war. (*lacht*) Im Video für die aktuelle Cruise Collection ziehen sich die Mädchen auch an, wie es ihnen gefällt.

Hätte die Kollektion ohne die Krise anders ausgesehen?

Ich denke nein. Aber sie hätte sich für mich definitiv anders angefühlt. Diese Kollektion ist einzigartig, weil sie zu einem Zeitpunkt entstanden ist, in dem wir uns alle verletzlich fühlten. Ich hoffe, sie wird die Leute berühren. Sie ist schlicht, aber auf luxuriöse, charmante Art. Ohne Abendroben, darum gehts jetzt nicht. Ich wünsche mir sehr, dass wir sie im Oktober auf dem Laufsteg zeigen können, mit Models und Musik, selbst wenn nur wenige Zuschauer dabei sein können. Es wird nämlich unsere letzte Schau im Grand Palais sein, bevor er ab Januar renoviert wird. An diesem Ort haften so viele Erinnerungen! Jedes Mal, wenn ich dort bin, bin ich davon verzaubert. Ich liebe auch das Cinematografische an den Modenschauen, die wir dort machen.

Womit wir beim Kino wären. Ihre Karriere begann ja als Assistentin einer Kostümbildnerin...

Ja, das war der Weg, den ich als junge Frau einschlagen wollte. Die Zusammenarbeit mit Dominique Borg [*Kostümbildnerin u.a. für den Film La Reine Margot*] hat mich sehr geprägt. Ich sehe Dominique noch immer regelmässig, sie kommt zu allen Schauen. Meine Familie mag mir die Liebe für Stoffe mit auf den Weg gegeben haben, aber Dominique war es, die meine Begeisterung für Flohmärkte weckte. Einst hab ich sie jedes Wochenende dorthin begleitet. Heute hab ich zwar kaum noch Zeit dafür, aber wenn, bin ich immer auf der Jagd nach Geschirr! Auf die Inspiration durch Vintage-Mode bin ich nicht angewiesen, angesichts der Geschichte von Chanel und allem, was Karl hinterlassen hat.

Sie sind ein zurückhaltender Mensch. Liess der Medienrummel Sie zögern, die Nachfolge von Karl anzutreten?

Ich fühlte mich immer wohl in Karls Schatten. Daraus hervortreten zu müssen war in der Tat etwas, das mich zögern liess. Ich will alles für Chanel geben, will Karl und allen gerecht werden, habe kein Problem damit, viel zu arbeiten. Aber ich habe keine Lust, meinen Namen alle zwei Sekunden in der Presse zu lesen. Hätte ich eine Marke unter meinem Namen, wäre es etwas anderes. (*lacht*) Die Aura von Chanel ist überall auf der Welt so stark. ☺

**CRUISE
COLLECTION
2020/2021**

OBEN

Die aktuelle Cruise Collection von Chanel trägt den schönen Namen *Balade en Méditerranée* – und ist inspiriert von den Wohlgerüchen und dem Lebensgefühl auf Mittelmeerinseln wie Capri. Der Plan, die Kollektion ebendort zu präsentieren, fiel wegen der Pandemie ins Wasser; stattdessen wurden die Looks Mitte Juni online vorgestellt.

BUNT GEMISCHT

GUTE-LAUNE-BOOSTER GEFÄLLIG?
HER MIT DEN STATEMENTFARBEN!

FOTOS NICOLAS VALOIS STYLING SIMON PYLYSER





DIESE SEITE
Halbtransparentes Tüllkleid,
Fendi. Umhängetasche
Mosaïque au 24 aus genarbttem
Monsieur-Kalbsleder, **Hermès**.
Uhr *Code 11.59 by Audemars
Piguet*, Automatikuhrwerk,
Kaliber 4401 mit integriertem
Chronographen und Flyback-
Funktion, Gehäuse (41 mm)
aus 18-Karat-Roségold mit
Saphirglas und Saphirglas-
boden, rauchig blau lackiertes
Zifferblatt mit Farbverlauf und
Sonnenschliff, handgenähtes
Armband aus Alligatorleder,
Audemars Piguet.

LINKE SEITE
Oversize-Wollmantel,
Angorapulli, **Maison Margiela**.
Ledertasche *Musubi mini*,
Acne Studios. Overknee-
Stiefel aus Lycra, **Givenchy**.



DIESE SEITE

Bluse und Jupe aus Organza, Strumpfhose aus Baumwollmix, Ledersandalen mit Gummisohle, **Prada**. Uhr *Code 11.59* by Audemars Piguet, Automatikuhrwerk, Kaliber 4301 mit Schwungmasse aus 22-Karat-Gold, Gehäuse (41 mm) aus 18-Karat-Weissgold mit Saphirglas und Saphirglasboden, rauchig bordeauxrot lackiertes Zifferblatt mit Farbverlauf und Sonnenschliff, handgenähtes Armband aus Alligatorleder, **Audemars Piguet**.

LINKE SEITE

Anzugjacke und hochtaillierte Hose mit weiten, geschlitzten Hosenbeinen, **MSGM**. Wollpulli, **IKKS**. Halbhandschuhe aus Kalbsleder, **Hermès**. Sneakers *LV Archlight* aus Leder-Textil-Mix, **Louis Vuitton**.



LINKE SEITE
Kaschmir-Cardigan, **Chanel**.
Ledertasche *Antigona*
Soft Medium, **Givenchy**.
Uhr *Code 11.59* by **Audemars**
Piguet, Automatikuhwerk,
Kaliber 4302 mit Schwung-
masse aus 22-Karat-Gold,
Gehäuse (41 mm) aus
18-Karat-Rosé- und Weiss-
gold mit Saphirglas und
Saphirglasboden, rauchig
grau lackiertes Zifferblatt
mit Farbverlauf und Sonnen-
schliff, handgenähtes Arm-
band aus Alligatorleder,
Audemars Piguet.



Sie ticken anders, Madame!

DIE DAMENUHREN VON AUDEMARS PIGUET, DIE AUF DEN VORHERGEHENDEN SEITEN ZU ENTDECKEN SIND, BAUEN AUF EINE BESONDERE FIRMENTRADITION: EIN QUÄNTCHEN WAGEMUT.

TEXT DIE REDAKTION

UNERHÖRT! Und vor allem: ungesehen – zumindest bis 1972. In jenem Jahr nämlich setzte der Uhrenhersteller Audemars Piguet voll auf die Form des Oktogons – und versetzte damit die Branche in helle Aufregung. Acht Ecken hatte die Lünette, und in jeder steckte, schön prominent, eine Schraube. Das allein war schon reichlich frech. Doch die Royal Oak setzte noch einen drauf und kam, statt aus Edelmetall, mit einem Körper aus Stahl daher.

Angesichts dieses ebenso eigensinnigen wie robusten Wurfs hätte sich Audemars Piguet nun (oder spätestens 1992, mit der Lancierung des grösseren Nachfolgemodells, der Royal Oak Offshore) bequem zurücklehnen und als Herrensportuhren-Spezialist etablieren können. Wer etwas Viriles fürs Handgelenk wollte, ging zu Audemars Piguet. Oder?

Nicht doch. Oder zumindest: Nicht nur! Denn tatsächlich fertigt die Manufaktur aus dem waadtländischen Le Brassus seit rund 145 Jahren auch Damenmodelle. Und was für welche! Technisch vom Allerfeinsten, griffen sie von Beginn an die jeweiligen Trends in Sachen Mode und Design auf – und zwar mit viel Experimentierlust. Das ist bis heute so geblieben. Auch die Neuheiten der aktuellen Saison (siehe Kasten) kommen als kleine Zeitkapseln – im wahrsten Sinne des Wortes – daher, die komprimiert vor Augen führen, was ästhetisch angesagt beziehungsweise in Sachen Technik und Material möglich ist.

Eine begehbare Zeitspirale

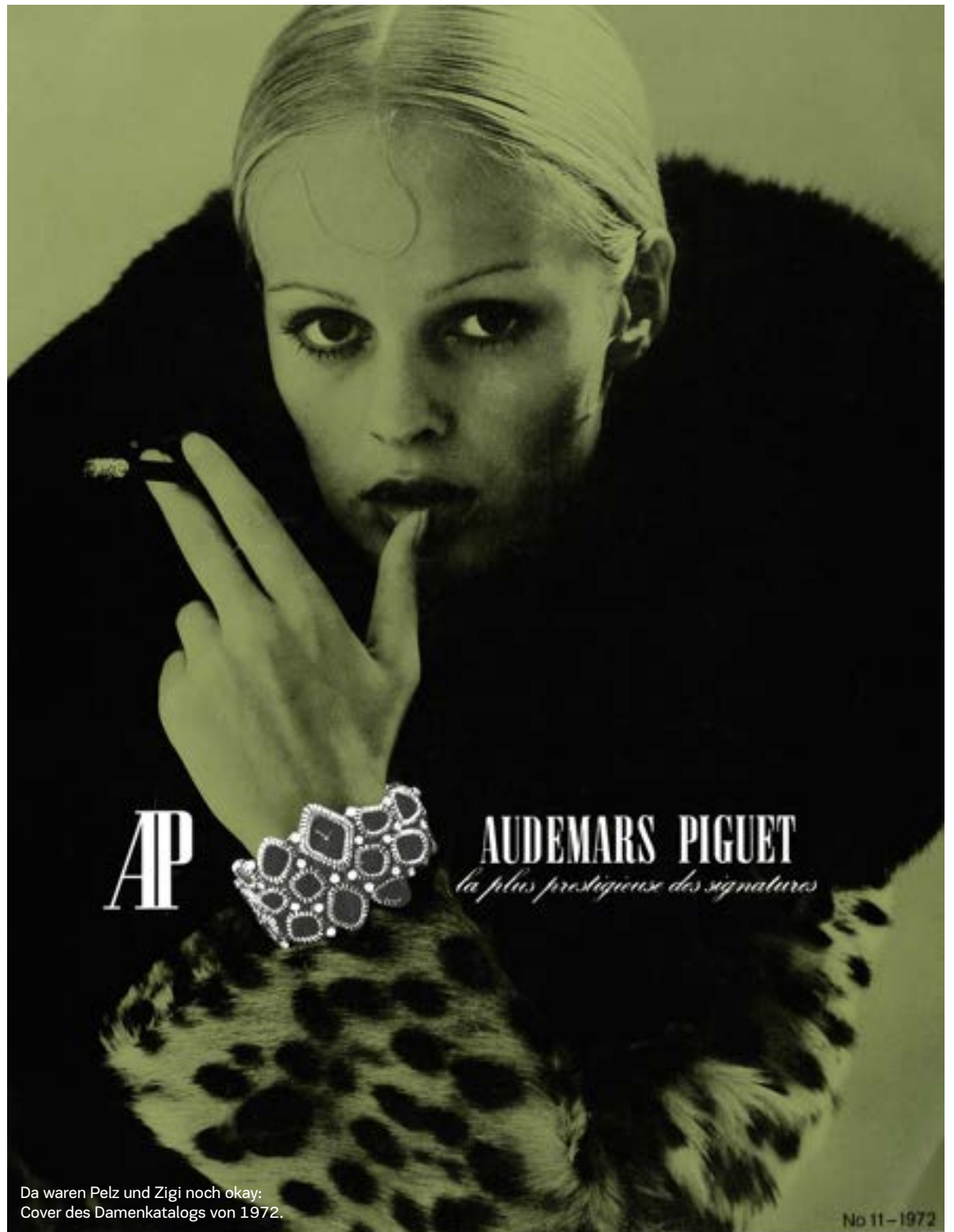
Und wenn wir schon bei Zeitgeist und Geschichte sind: Nirgends wird die Historie von Audemars Piguet so schön nacherzählt wie im letzten Juni eröffneten firmeneigenen Atelierrmuseum in Le Brassus (www.museeatelier-audemarspiguet.com). Das dänische Architekturbüro Bjarke Ingels Group hat den wunderhübschen spiralförmigen Glasbau so platziert, dass es aussieht, als versinke er halb in der Landschaft. Wenige Schritte von jenem Haus entfernt, in dem Jules Louis Audemars und Edward Auguste Piguet 1875 ihren Betrieb ins Leben riefen, beherbergt der Neubau eine Ausstellung von rund 300 Zeitmessern, welche zwei Jahrhunderte Uhrmacherkunst im Vallée de Joux resümieren.

Und gerade die Damenmodelle zeigen sehr schön, wie sich Geschmack und Gesellschaft über die Jahrzehnte gewandelt haben. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts gern noch winzig klein und reich besetzt, emanzipierten sich Damenuhren mit ihren

Trägerinnen – was man am Beispiel jenes Werbefotos aus dem Jahr 1972 sieht, auf dem eine Zigarrenraucherin (!) ein Stück am Handgelenk trägt, das schnittig designt ist wie ein Rennbolide. Tja, die Zeiten ändern sich. Wobei, eins gilt heute wie gestern: Es gibt eine begeisterte Käuferinnenschaft für exquisite Zeitmesser. Im 18. und noch im 19. Jahrhundert schlugen in manchen Armبändern, Broschen und Anhängern mechanische Herzen, die nicht minder raffiniert waren als ihre Pendants in «seriösen» Herrenmodellen; schon damals suchten Kennerinnen nach tickenden Begleitern, die einerseits Wiedererkennungswert hatten und andererseits ihre Individualität unterstrichen.

Doch obwohl man bei Audemars Piguet stets stolz darauf war, mit den besten Goldschmiedern und Emaillieuren zusammenzuarbeiten, entwickelte sich die Manufaktur aus Le Brassus je länger, je mehr zu einem Haus der Avantgarde. Die bereits erwähnte Royal Oak nahm Anfang der 1970er einen architektonischen Stil vorweg, der bald zum breiten Trend werden sollte. In den 90ern amalgamierte dann die Millenary mit ihrem elliptischen Gehäuse Popkultur und Fashion – und gab eine Richtung vor, die in so ultraluxuriösen Stücken wie der Diamond Outrage von 2017 kulminierte, deren diamantenbesetzte Nieten die darunter verborgene Uhr schützen wie Bodyguards ihren Star.

Und der neueste Streich? Die Code 11.59 by Audemars Piguet. Das 2019 lancierte Modell hält sich nicht lang mit der Frage auf, ob es für sie oder ihn gedacht ist. Klassisch-nüchternes Zifferblatt, 41-mm-Gehäuse, das an jedes Handgelenk passt – Hauptsache, es gehört zu einer starken Persönlichkeit. Gewohnheiten sind dazu da, um hinterfragt, Horizonte, um erweitert zu werden. Wie lautet nochmal das Motto von Audemars Piguet? Born in Le Brassus, raised around the world. ☉



Da waren Pelz und Zigi noch okay: Cover des Damenkatalogs von 1972.

No 11 – 1972

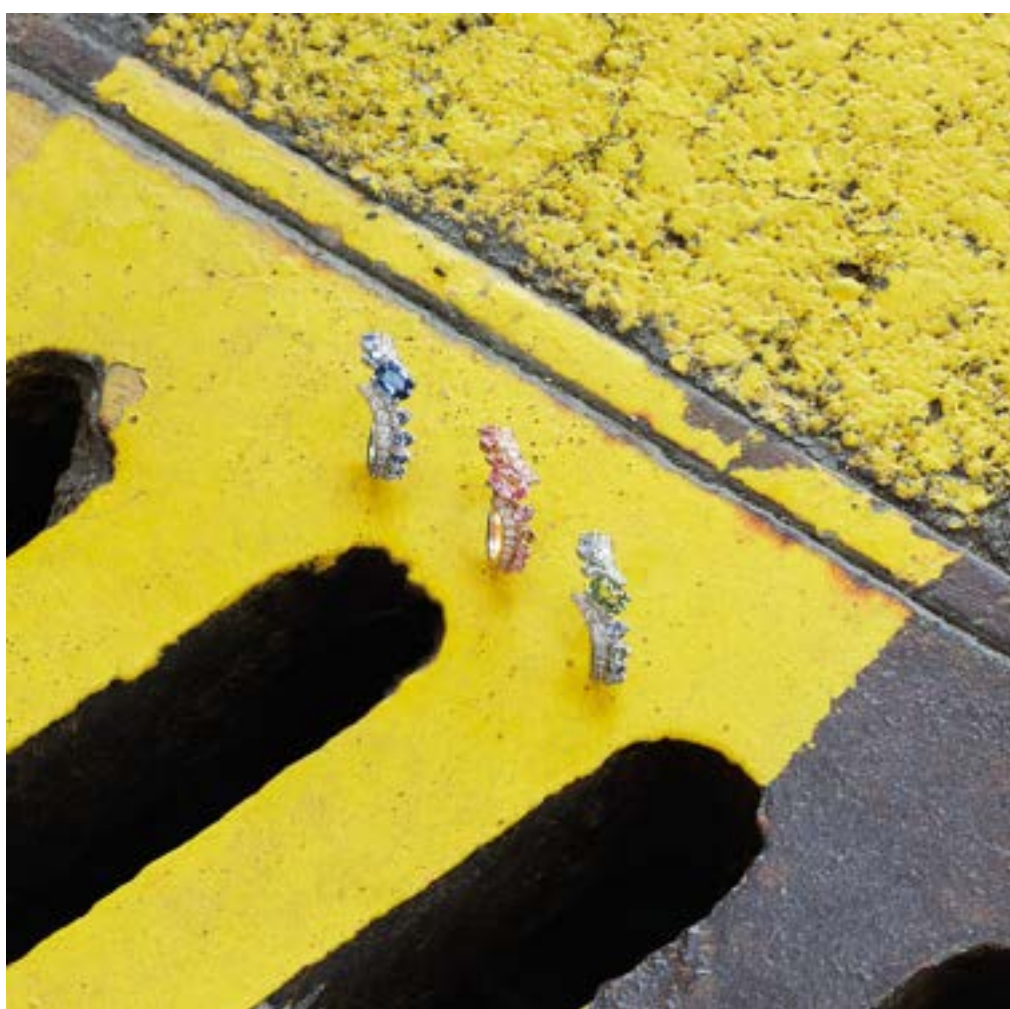


Das sind die Neuen

Ein bisschen gewagt. Avantgardistisch. Freigeistig. Das sind die Eigenschaften, die sich Audemars Piguet auf die Fahne geschrieben hat. Die aktuellen Neuheiten bestätigen das, einmal mehr, so etwa die jüngste **Royal Oak Automatik** (1) mit knackigen, aber kraftvollen 34 Millimetern im Durchmesser. Die kostbare Kleine ist in vier Ausführungen – aus Edelstahl und/oder Roségold – zu haben; für den Herzschlag sorgt ein neues Werk, das Kaliber 5800.

Die **Millenary Frosted Gold Philosophique** (2) ihrerseits hat sich ihr besonderes Merkmal bei den Einzeiger-Uhren des 17. Jahrhunderts abguckt: Ihr Automatikwerk (Kaliber 3140) macht sich nämlich nichts aus Minuten. Die Technik zur Bearbeitung ihres von Hand gefertigten, gehämmert wirkenden (aber eben nicht gehämmerten!) Zifferblatts in Blau oder Braun wurde gemeinsam mit der Florentiner Schmuckdesignerin Carolina Bucci entwickelt.

Und das schon letztes Jahr vorgestellte Modell **Code 11.59 by Audemars Piguet**? Das gibt's ab sofort in fünf zusätzlichen Farben: mit weinrot, blau, violett, silberweiss oder grauschwarz (3) lackiertem Zifferblatt, wahlweise mit oder ohne Chronograph.



BLUMEN IM ASPHALT

EDELSTEINBESETZTE BIJOUX FÜR TAGSÜBER? ABER KLAR DOCH! ZART UND DEZENT, PASSEN DIE NEUEN STÜCKE SOGAR ZU SNEAKERS.

TEXT RENATA LIBAL FOTOS DOUGLAS MANDRY

EIN SCHMUCKSTÜCK kann so viel sein. Ein Geschenk. Ein Liebesbeweis. Ein Souvenir an einen ganz besonderen Moment. Aber warum soll man sich so ein kleines, edelsteinbesetztes Bijou nicht auch mal selbst gönnen – damit es einen immer wieder aufs Neue daran erinnert, dass das Leben voller Glanz, voller Wunder ist? Dabei sind die Anzahl Karat und seine virtuose Verarbeitung im Grunde sekundär; wirklich wertvoll wird es, weil es emotional aufgeladen ist. Bloss: Wenn das so ist, dann will man sein Schätzchen am liebsten immer bei sich haben. Und überall! Im Bus, im Supermarkt, im Büro, beim Feierabend-Spritz... Glücklicherweise wissen das die Schmuckhersteller nur zu gut – und bieten Stücke an, die einen Tick diskreter daherkommen als ihre luxuriösen Brüder und Schwestern. Die man unge-

niert durch den Alltag tragen kann, mit weniger Gold, kleineren Steinen. Es muss ja nicht immer das grosse Blingbling sein. Manchmal ist das Stillere, Bescheidenere genau das, was man braucht. Und das Design? Dieses Jahr setzen gleich mehrere renommierte Marken auf Florales. Van Cleef & Arpels zum Beispiel versteht seine Kollektion *Frivole* als «poetische Hommage an die Natur»; der neue Armreif mit sieben verschiedenen grossen Blüten sorgt für ein wunderbares Lichtspiel, da es mit einer speziellen Technik von Hand poliert wurde. Das Luzerner Familienunternehmen Gübelin zeigt, wie ein Ring dank Saphiren regelrechte kleine Feuerwerke am Finger zünden kann. Und Piaget? Packt uns mit seiner *Sunlight*-Kollektion die Sonne to go ein. Das sind Bijoux, die gut tun – weil sie uns jedes Mal, wenn wir sie ansehen, ein Lächeln ins Gesicht zaubern. ☺

VON OBEN NACH UNTEN UND VON LINKS NACH RECHTS

Armreif aus der *Frivole*-Kollektion, Gelbgold, neun Diamanten (0.54 ct), **Van Cleef & Arpels**.

Anhänger aus der *Sunlight*-Kollektion, 18-Karat-Roségold, grüner Malachit (ca. 27.77 ct), 49 Diamanten mit Brillantschliff (ca. 1.65 ct), **Piaget**.

Drei Fingerringe *Splendid Feather*: Weissgold mit blauen Saphiren, Roségold mit Saphiren in Pastell-tönen, Weissgold mit grünen Saphiren, **Gübelin Jewellery**.

Ohrhring, Sonderedition der *Etoiles-filantes*-Kollektion, 18-Karat-Gelbgold, 135 Diamanten (1.13 ct), **Ole Lynggaard**.

Wie aus einem Guss

DIE NEUE TONDAGRAPH GT DER SCHWEIZER LUXUSUHRENMARKE PARMIGIANI FLEURIER IST GENAU DAS, WONACH DER MARKT ZURZEIT VERLANGT. WARUM, ERKLÄREN WIR HIER PUNKT FÜR PUNKT.

TEXT DIE REDAKTION



GEHÄUSE

42 mm breit, 13,7 mm hoch und wasserdicht bis 100 Meter, ist dieser Edelstahlkörper mit kannelierter Lünette das Resultat der Zusammenarbeit von Parmigiani Fleurier mit dem bekannten Designer Dino Modolo – und bringt die drei wichtigsten s unter einen Hut: sportlich, seriös, sexy.

ZEITMESSER

Vorn darf sich der Chronograph in zwei Hilfszifferblättern breit machen – die Minuten auf 9, die Stunden auf 6 Uhr –, hinten kann man durch den transparenten Saphirglasboden beobachten, wie das Herz der *Tondagraph GT*, das Automatikkaliber PFO43, schlägt. Die Zahlen dazu: 443 Bestandteile, 56 Rubine als Lagersteine, 45-Stunden-Gangreserve.

ARMBAND

Nie sieht eine Uhr mehr wie aus einem Guss aus, als wenn sie über ein integriertes Armband verfügt. Bei jenem der *Tondagraph GT* wechseln sich satinierte und polierte Elemente ab. Wer will, kann das Edelstahlarmband allerdings auch durch eine Kautschukvariante ersetzen.

GROSSDATUM

Wer meint, das Grossdatum sei nur eine vergrösserte Version der einfachen Datumskomplika-tion, irrt gewaltig: Die beiden Ziffern des Monatstages auf zwei getrennte Anzeigeflächen zu verteilen, ist viel komplexer und erfordert höchste Geschicklichkeit bei der Montage. Völlig richtig also, dass hier das Datum Blickfang statt Nebenfunktion ist. Der Wermutstropfen: Rausreden, dass Sie den Termin beim Zahnarzt schlicht übersehen haben, liegt definitiv nicht mehr drin...

HILFSZIFFERBLATT

Die Kleine Sekunde teilt sich das Hilfszifferblatt auf 3 Uhr mit der Monatsanzeige. Und weil es oft schnell gehen muss mit dem Ablesen des Datums, ist der Monat ebenso wie der Tag im Grossdatum in orange gehalten.

ZIFFERBLATT

Den Mont Blanc erklimmen, einen Ozean überqueren – oder sich zwischen Zürich und Genf durch den Verkehr kämpfen: Der Wettlauf gegen die Uhr macht im Grossen wie im Kleinen Spass. Aber nur mit einem gut lesbaren Zifferblatt! Jenes der *Tondagraph GT*, von der Zifferblattmanufaktur Quadrance et Habillage mit computergesteuerten Werkzeugmaschinen gefertigt, erfüllt diese Anforderung locker – und bietet doch eine Fülle von Infos: Über die drei Hilfszifferblätter und das Grossdatum laufen fluoreszierende Zeiger in Deltaform, die Indexappliken sind mit Super-LumiNova-Pigmenten versehen. Gut aussehen tut das Ganze sowieso, dank dem Schwarzweiss-Lichtspiel des «Clou Triangulaire»-Guilloche-Musters.

DIE KOLLEKTION

Die *Tondagraph GT* ist der jüngste Zuwachs der Tonda-Kollektion von Parmigiani Fleurier. Ihr Name kommt vom italienischen Wort Tondo, das eine runde Leinwand bezeichnet, wie sie hauptsächlich die Maler der Renaissance verwendeten. Und malerisch sind die Stücke der Kollektion in der Tat, etwa die Anfangs Jahr präsentierte *Tonda 1950 Tourbillon Double Rainbow* mit Mondkalender, die auf exquisite Art und Weise Uhrmacher- und Juwelierskunst verschränkt. Die auf 200 Stück limitierte *Tondagraph GT* nun ist testosteronlastiger, man könnte sie sich durchaus am Professor aus der TV-Serie «La casa del papel» vorstellen. «Mit ihrem alltagstauglichen Look und ihrem attraktiven Preis (19.500 Fr.) ist diese Uhr genau das, wonach der Markt zurzeit verlangt. Trotzdem ist sie von A bis Z Parmigiani», sagt CEO Davide Traxler.

DIE MARKE

1996 gründete Michel Parmigiani in Fleurier im Val-de-Travers seine eigene Marke. Ein grosser Name im Uhrenbusiness war er allerdings schon lang davor, und zwar als Restaurator von und absoluter Experte für historische Zeitmesser. So versteht man, warum er sich für seine bahnbrechenden Entwürfe am liebsten von Meisterwerken der Kunstgeschichte inspirieren lässt. Der Anspruch an die Produkte von Parmigiani Fleurier lässt sich denn auch mit einem einzigen Wort zusammenfassen: Meisterschaft. Elegant und handwerklich auf allerhöchstem Niveau, sind die Würfe der Haute-Horlogerie-Marke im Besitz der Fondation Sandoz bei Sammlern rund um den Globus gefragt. Die *Tondagraph GT*, designt für den modernen Mann und seinen temporeichen Alltag, wird da keine Ausnahme bilden.

Grafische Spielchen

SIE MÖGEN MUSTER, OPTISCHE TÄUSCHUNGEN & CO.?
DANN WIRD DAS IHR HERBST!

AUSWAHL ENDRIT NURCAJ



1. Foulard aus Seidentwill, **Valentino Garavani**, 300 Fr.
2. Stretch-Strickkleid, **Altuzarra**, 675 Fr.
3. ColorGel Lip Balm in 105 Poppy, **Shiseido**, ca. 39 Fr.
4. Lederstiefel Loens, **Isabel Marant**, 1030 Fr.
5. Oversize-Sonnenbrille, **Celine Eyewear**, 345 Fr.
6. Handtasche aus Nappaleder, **Miu Miu**, 1760 Fr.

1. Sonnenbrille, **Kuboraum**, 305 Fr.
2. Strickgilet, **JW Anderson**, 860 Fr.
3. Ledergürtel, **Bottega Veneta**, 480 Fr.
4. Wollhose mit Bügelfalte, **The Row**, 1285 Fr.
5. Uhr *Black Bay Fifty-Eight*, mechanisches Uhrwerk mit Selbstaufzug, Gehäuse (39 mm) aus Edelstahl, **Tudor**, 3500 Fr.
6. Ledertasche mit FF-Struktur, **Fendi**, 1290 Fr.
7. Derbies aus Leder, **Jil Sander**, 1176 Fr.

OSCAR DE LA RENTA

PRADA



Kengo Kuma

WO DER JAPANISCHE ARCHITEKT BAUT, DA FÜGT SICH DAS MENSCHENGEWACHTE SUBTIL IN DIE NATUR EIN.

TEXT RENATA LIBAL



DIE OLYMPISCHEN SPIELE 2020 sind auf später verschoben, aber das neue Wahrzeichen Tokios steht schon: das 60000 Zuschauer fassende Stadion von Kengo Kuma. Heroisch? Nicht doch. Der Bau spielt mit der Horizontalen, lässt Platz für grüne Akzente, setzt auf Holz aus der Region. Die subtile, fast intime Art, wie hier Menschgemachtes und Natur aufeinandertreffen: Kein anderer Architekt beherrscht sie so virtuos wie der 65-jährige Japaner. Und zwar im Grossen wie im Kleinen, denn dieselbe Harmonie floss auch in Kumas Gastspiel bei Caran d'Ache mit ein. Das Resultat? Ein Füllli, der es in Sachen Formvollendung ungeniert mit einer ganzen Reihe öffentlicher Gebäude (Museen, Hotels, das Art Lab der EPFL) und Wohnhäuser (z.B. das Studentenwohnheim des Hochschulinstituts für internationale Studien und Entwicklung IHEID in Genf) aufnehmen kann.

Kengo Kuma, was haben ein Füllfederhalter und ein Gebäude gemeinsam?

Die Herangehensweise ist dieselbe. Der Füller, den ich für Caran d'Ache entworfen habe, **Varius Kengo Kuma (1)**, reflektiert meine architektonische Vision im Kleinen. Wie viele meiner Projekte ist er von der japanischen Ästhetik inspiriert: Material und Textur sind im Gleichgewicht.

Interessant auch, dass er aus Holz ist.

Holz ist am besten kompatibel mit der Hand, und mit der **Hinoki-Scheinzypresse (2)**, bekommt man die Seele Japans zu fassen. Es ist ein sehr spezieller Baum: Auch der Ise-Schrein ist aus seinem Holz gebaut. Mir geht es aber nicht um Nostalgie. Im Gegenteil: Ich schaue nach vorn, in die Zukunft.

Schreiben Sie gern von Hand?

Ich verstehe Architektur als eine Art Musik. Und die ist wiederum mit dem inneren Rhythmus unseres Körpers verbunden, der durchs **Schreiben (5)** am besten zum Ausdruck kommt. Schreiben bringt mich in Einklang mit dem Rhythmus der Architektur. Jede Linie ist ein Herzschlag meiner Arbeit.

Welches ist Ihr verrücktester Wurf?

Ganz klar die **Hühnerfarm (3)** in Oaxaca, Mexiko. Der erste Raum, den ich für nicht-menschliche Nutzer entworfen habe.

Welcher Bau bringt Ihre Vision am besten auf den Punkt?

Das Museum, das ich 1999 am Ufer des Kitakami gebaut habe. Es ist so in der Erde versenkt, dass es praktisch unsichtbar ist.

In Japan, aber auch in Deutschland haben Sie Orte der Meditation geschaffen.

Richtig, etwa das **Hotel Kranzbach (4)** in Bayern. Ich meditiere jeden Tag, egal wo ich bin. Sogar unterwegs, ob im Zug oder im Flieger. So komme ich inspiriert am Ziel an.

Wie laden Sie Ihre Batterien auf?

Mit einem Bad in einem **Onsen (6)**, einer natürlichen heißen Quelle.

Ihre Garderobe ist schwarzlastig...

Stimmt. Ich liebe die chinesische Luxusmarke Shang Xia, die zu Hermès gehört. ☺



CHANEL

COCO MADEMOISELLE



DAS NEUE EAU PRIVÉE, FÜR DIE NACHT

CHANEL.COM