

# encore!



STIL UND MEHR | SEPTEMBER 2012

PILOTENUHREN  
DIE NEUEN  
ÜBERFLIEGER

RESTAURANTS  
10 Favoriten von  
Trendsettern

DESSOUS  
Chantal  
Thomass  
über Spitze,  
Sex und  
Sinnlichkeit

Mode  
Heisses Leder  
für kühle Tage

SonntagsZeitung

Darf nicht separat verkauft werden



Hermès in Basel, Bern,  
Crans-sur-Sierre, Genf,  
Gstaad, Lausanne, Luzern,  
Lugano, St.Moritz, Zürich.  
Hermes.com



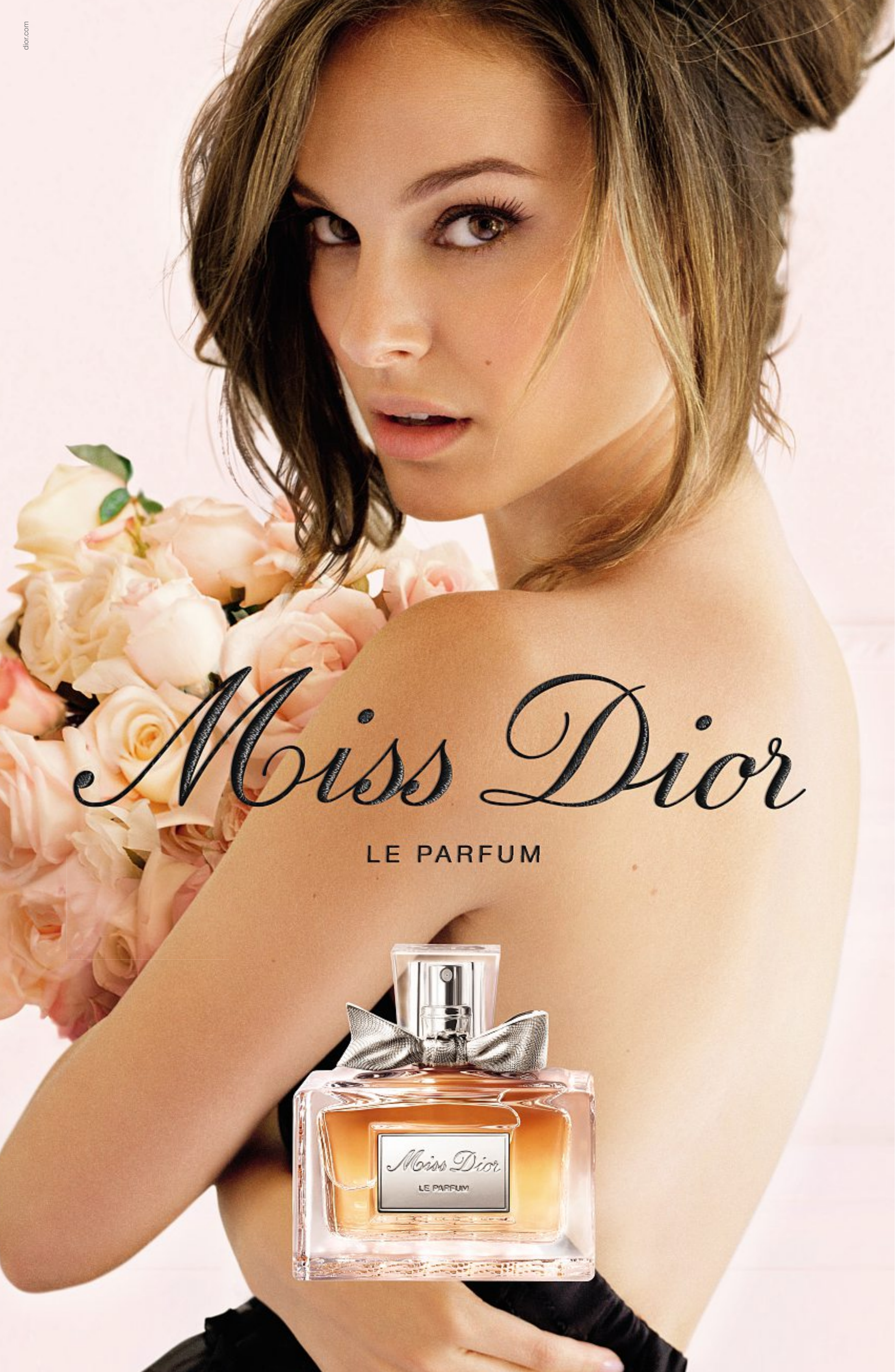




**HERMÈS**  
PARIS

*DIE ZEIT FÜR SICH*





# Miss Dior

LE PARFUM







Dessous-Königin  
Chantal Thomass  
Seite 16



Pilotenuhren am  
Handgelenk Seite 37



10 Styles  
für den  
Herbst  
Seite 20

# Mode | September 2012

INHALT

**8 Insekten beflügeln  
Schmuckdesigner**

*Käfer und Schmetterlinge in der Modewelt*

**16 Italienische Eleganz**

*Südländische Männer als Stilvorbild*

**26 Shopping: Boys-Stil**

*Mann und Frau teilen sich die Garderobe*

**34 Lieblingsrestaurants  
der Mode-Profis**

*Paris, New York, Zürich, London – Lokale mit Stil*

**46 Dorothee Vogel**

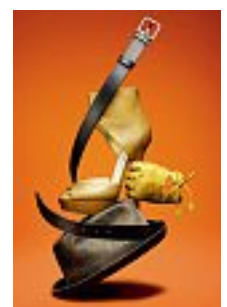
*Die Modemacherin verrät ihre liebsten Reiseziele*

RUBRIKEN

- 6 Favoriten 10 **Swissmade: Wein aus Amphoren**
- 15 **Design: Antonio Citterio's Bulgari Hotel**
- 38 **Shopping: Designmöbel in Stoffen**
- 40 **Make-up: Ideen für den Herbst** 39 **Wellness: Kuren im Lanserhof** 44 **Bezugsquellen**



Leder in allen  
Facetten  
Seite 28



TITELBILD

High-Heels-Sandalen, aus Leder, **Jimmy Choo**. Männergürtel aus Leder, **Louis Vuitton**. Halbhandschuh aus Leder, **Hermès**. Hut aus Leder, **Stetson**.

LINKS

Natalia: Lederkleid, **Bally**. Armreif, **Poggi**. Alexandre: Blazer mit Lederärmel, Weste und Hose, **Gucci**.

## Die richtige Mischung macht Spass

VON DER MODE HER SIND WIR UNS DEN STILMIX JA GEWOHNT. Besonders bei den neuen Herbst- und Winterkollektionen 2012/13 ist die Mischung der verschiedensten Materialien, Farben und Formen sicht- und spürbar. Viele Designer wissen, dass es oft die Brüche sind, die einen speziellen Stil ausmachen, und spielen mit diesen Gegensätzen. Wir nehmen ihre Ideen auf und kreieren damit unseren eigenen, individuellen Look, der sich nicht akribisch nach Vorgaben richtet. Und so kann es sein, dass wir diesen Herbst zu einem streng geschnittenen Lederjupe ein luftiges Pailletten-Shirt tragen, eine zarte Seidenbluse mit einer Männerhose aus Wollstoff kombinieren.



**Renata Libal** (links),  
Chefredaktorin,  
verantwortlich, und  
**Silvia Aeschbach**,  
Chefredaktorin  
deutschsprachige  
Ausgabe

Einen hoffentlich gelungenen Mix präsentieren wir in der ersten nationalen Ausgabe des neuen Lifestyle-Magazins encore!. Warum nicht Sprachgrenzen und kulturelle Unterschiede überwinden, um gemeinsam Ideen zu finden und Geschichten auszuhecken? Und so haben wir zusammen mit unseren Kollegen von «Le Matin Dimanche» aus Lausanne das erste Lifestyle-Magazin kreiert, das sowohl Deutschschweizer wie auch Westschweizer Leser unterhalten soll. Von nun an präsentieren wir Ihnen neunmal jährlich eine Mischung aus Mode, Design, Genuss, Reisen und Kultur. Wir finden: So gross, wie man immer sagt, sind die Unterschiede nicht. Uns verbindet mehr, als uns trennt. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen spannendes Lesevergnügen!

Das Papier dieses Magazins wurde umwelt-schonend produziert.

encore! ist die monatlich erscheinende Beilage von Le Matin Dimanche und Sonntagszeitung. Adressen: Tamedia Publications romandes, encore!, Avenue de la Gare 39, Case postale 615, 1001 Lausanne, Tamedia AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich  
Herausgeberin: Tamedia Publications romandes SA, 33, av. de la Gare, 1001 Lausanne **Leiter Tamedia Publications romandes:** Serge Reymond **Publizistischer Leiter:** Eric Hoesli **Verlagsleitung:** Diego Quintarelli **Chefredaktion:** Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) **Redaktion:** Semaja Fulpius, Anouk Schumacher, Olivia Sedlak **Layout:** Géraldine Dura (Art Direction), Andrea Müller **Ständige Mitarbeiter:** Rachel Barbezat, Katie Breen, Cristina D'Agostino, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Sarah Jollien-Fardel, Catharina Fingerhuth, Brice Lechevalier, Katja Richard, Eva-Maria Schleiffenbaum, Pierre Thomas **Bild:** Susanne Borchert, Joëlle Keran, Cendrine Pouzet **Fotos:** Christian Dietrich, Catherine Gailloud, Magali Girardin, Leny Guetta, Charles Negre, Caroline Smyrliadis **Bildbearbeitung:** Raymond Dubuis **Illustration:** Clémence Monot, André Gottschalk **Grafisches Konzept:** Ariel Cepeda **Produktion:** www.duktus.ch, Hélène Béziat **Übersetzung und Überarbeitung:** Semaja Fulpius, Loyse Pahud, Olivia Sedlak **Styling:** Irma Birka, Eva-Maria Schleiffenbaum, Anouk Schumacher, Richard Voignet **Druck:** FOT Imprimerie, Pusignan, Meyzieu. **Werbung Romandie:** Tamedia Publications romandes SA, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Telefon 021 349 50 50, Fax 021 349 50 22, publicite.lausanne@sr.tamedia.ch; **Werbung Deutschschweiz:** Tamedia AG, Mühlebachstrasse 43, 8032 Zurich, Telefon 044 251 35 75, Fax 044 251 35 38, publicite.zuerich@sr.tamedia.ch, www.mytamedia.ch, Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen (nach Art. 322 STGB), ER Publishing SA, Terre et Nature SA, Le Temps SA, Jobup SA, Editions Le Régional SA, Comfriends SA, Homegate SA; Tous droits réservés. En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres œuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.





Die Sängerin Lea Lu ist das Gesicht des jungen Taschenlabels Mugon.

ACCESSOIRE

# Ganz schön chic

Sängerin Lea Lu als Gesicht, hochwertige Produkte, ein geheimnisvoller Name: Das Schweizer Newcomer-Taschenlabel Mugon der 25-jährigen Anna Jost, Absolventin der Hochschule für Gestaltung in Aarau, macht alles richtig. «Mich interessiert beim Entwerfen sowohl die Ästhetik als auch die Beständigkeit und Funktionalität einer Tasche», sagt die Industriedesignerin. Mugon bedeutet auf japanisch «das Schweigen», bei uns bewirkt das Wort das Gegenteil: freudiges Ausrufen! Zum Beispiel wegen Josts «Navy»-Linie. Die Shopper, Weekender oder der Seesack (Bild) bestehen aus Rindsleder und



Rindsleder und gewachste Baumwolle: Seesack aus der Navy-Linie von Mugon.

gewachstem, wasserabweisendem Baumwollstoff und haben verschiedene Innenfächer, damit die nassen Badesachen nach dem Spätsommer-Bootsausflug auch schön verstaut werden können. Neben der «Navy»-Kollektion hat Anna Jost kürzlich drei weitere Kollektionen lanciert – wie die «Classic Edition» mit klassischen Modellen aus Leder (grosses Foto mit Lea Lu). Eine «Limited Edition» kommt am 18. September in den Handel – ein Teil des Erlöses geht an eine Stiftung gegen den Frauenhandel. Seesack: 395 Franken, in diversen Läden. [www.mugon.ch](http://www.mugon.ch)  
*Olivia Sedlak*

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

## Selbstporträt im Porträt



VON LAURENT DELALOYE, Sammler

**Die Künstlerin** Sarah Burger wurde 1982 in einer Arbeiterfamilie in Glarus geboren. Sie

entwickelte schon früh Interesse für die Kunst. Davon inspiriert, entdeckte sie eine neue Welt und inszenierte bereits als 17-Jährige ihre erste Performance. Trotz ihres Talentes entschied sie sich zunächst für ein Philosophiestudium. Nachdem sie 2009 den Master in der Tasche hatte, folgte 2011 ein Abschluss in Kunst. Die Galerie der Genfer Kunsthochschule Haute Ecole d'Arts et de Design (HEAD) zeichnete ihre Arbeit mit dem ersten Preis aus. Heute lebt die Glarnerin zwischen Genf und Zürich: «Mich in ständiger Bewegung zu befinden und nicht nur einem Ort anzugehören, gibt mir eine grosse Freiheit.»

**Das Werk** Sarah Burger nutzt verschiedene Medien: Performance, Video, Skulptur und Fotografie. Durch ständig wechselnde Materialien und ihre Faszination für das Selbstporträt erfindet sie dieses immer wieder neu. Indem sie ihr eigenes Bildnis zerknittert, kreiert Burger eine neue Vision, die sie wiederum mit der Kamera festhält.

**Aktuell** 21. September bis 27. Oktober 2012, Galerie Piano Nobile, Genf; Gruppenausstellung «In Absent Places We Dwell». Ab 7. Dezember 2012, Galerie Standard de Luxe, Lausanne; mit Ulrich Vogl.

**Preis** «Self portrait as a branch», 40 x 30 cm, 2011: 650 Franken.

**Info** [www.blancpain-artcontemporain.ch](http://www.blancpain-artcontemporain.ch)



FOTOGRAFIE

## Hund über Bord



So haben wir unsere besten Freunde noch nie gesehen: Hunde, die unter Wasser einem Ball nachjagen. Dem Tierfotografen Seith Casteel aus Los Angeles sind einmalige Unterwasser-Aufnahmen gelungen. Die insgesamt 80 Bilder überzeugen nicht nur in ihrer gestochen scharfen Ästhetik, sie sind vor allem extrem witzig und zeigen, was alle Hunde gemeinsam haben: die unschuldige Freude am Spiel. Auf den Social-Media-Plattformen sind die Bilder mit 150 Millionen Klicks längst ein Renner. Mehr davon auf: [www.littlefriendsphoto.com](http://www.littlefriendsphoto.com). Mitte November kommt das Buch dazu heraus, «Underwater Dogs» von Seth Casteel, Riva Verlag.





Die Hemisphere ist der grösste Katamaran der Welt.

#### JACHT

# Ein Segelboot wie eine Villa

Gestatten: Hier ist der weltweit grösste Segelkatamaran namens Hemisphere. Im Sommer 2011 stach er nach fünf Jahren Entwicklungs- und Konstruktionsarbeit zum ersten Mal in Monte Carlo ins Meer. Dies anlässlich der «Monaco Yacht Show». Ein Jahr später kann auch die Öffentlichkeit das schwimmende Prachtstück bewundern. Das 44 Meter lange und 16 Meter breite Segelschiff ist der wahr gewordene Traum eines passionierten amerikanischen Seglers. Der pensionierte Unternehmer bat ein renommiertes Architekturbüro, einen Katamaran aus Karbon und Aluminium zu entwerfen. Die Motorleistung des Schiffes sollte genügen, um den Atlantik zu überqueren. Auf einer Fläche von 450 Quadratmetern können sich der Besitzer, seine Gäste und die Crew ungestört bewegen. Neben der persönlichen Suite des

Amerikaners, einer VIP-Kabine, drei Besucher- und vier Crewkabinen gibt es ein 72 Quadratmeter grosses Wohnzimmer. Im hinteren Teil eines Rumpfes befindet sich ein kleines Motorboot, das mit einem elektrischen Arm aufs Wasser gesetzt werden kann. In der Mitte beider Rumpfe liegt ein zweites Motorboot, das grösser und leistungsfähiger ist. Da der amerikanische Hobbysegler gerne Zeit unter Wasser verbringt, hat er für sich und seine Taucherfreunde vom Frachtraum in einem der beiden Rumpfe aus einen direkten Wasserzugang bauen lassen. Mit der Segelfläche von insgesamt 1523 Quadratmetern und starken Masten kann die Hemisphere auf allen Meeren der Welt segeln.

*Brice Lechevalier*

#### BEAUTY

## Ich Jane – du Dior

Leoparden-Look fürs Make-up: Dior lässt mit dem «Golden Jungle»-Look vergangene Zeiten aufleben. Bereits bei der Präsentation seiner ersten Kollektion 1947 bezauberte Christian Dior die Damenwelt mit dem Leoparden-Print. Zu den berühmtesten Anhängerinnen dieses Looks gehörte Marlene Dietrich. Heute ist das Raubtiermotiv ein Klassiker, der immer wieder trendy und – richtig eingesetzt – niemals unmöglich wird. Dafür bietet sich die aktuelle Make-up-Linie von Dior an: Moderne Janes verwenden die matten und schillernden Goldtöne entweder für den dezenten Tageslook oder für den dramatischen Auftritt am Abend. *Katja Richard*



Dior, Golden Jungle Palette, 110 Franken



#### DESIGN

## Cyborg

Das neue Modell von Marcel Wanders für Magis macht seinem Namen «Cyborg» alle Ehre. Die Rückenlehne des Stuhls ist aus Korbweide, die Sitzfläche aus Kunststoff. Eine verblüffende Kombination – wie die beim Mischwesen Cyborg.





Farbe bekennen mit Crochetstrümpfen.

MODE

## Beinfreiheit

Ob korallenrot, mimosagelb, royalblau oder lindengrün. Ob gepunktet, grafisch gemustert oder gestreift. Die Zeiten, in welchen die Frauen bei der ersten, steifen Brise zu den praktischen, blickdichten, schwarzen Strumpfhosen gegriffen haben, sind vorbei. Unter Röcken, Kleidern und neu auch unter Shorts, wirds jetzt bunt. Frei nach dem Motto: Je auffälliger, je besser. Fogal präsentiert in der Herbst- und Winterkollektion 2012/2013 Exemplare in 70 verschiedenen Farben und aus diversen Materialien (Baumwolle, Viscose, Kaschmir,

Merinowolle, Seide, Nylon). Eine schwierige Wahl. Unser Tipp: Crochetstrümpfe (siehe Bild), Nahtstrumpfhosen oder verführerischen Abendstrümpfen wählen – und damit eine gute Figur machen. Das 1921 gegründete Schweizer Unternehmen arbeitete erneut mit dem renommierten Fotografen Walter Pfeiffer zusammen. Der 66-jährige Schweizer, der schon für Zeitschriften wie «i-D» und «Vogue» fotografierte, hat nun schon zum vierten Mal die neuen Fogal-Modelle in Szene gesetzt. *Olivia Sedlak*



ACCESSOIRE

## Bag für die Stadtschamanin

Leder, Fell und bunte Perlen: Für die Winterkollektion liess sich Navyboot von der sibirischen Tundra inspirieren. Der Ethno-Look ist durchaus tauglich für die City: In der grossformatige Coucous-Bag passt ohne weiteres ein Laptop. Dank einem zusätzlichen längeren Riemen lässt sich die Tasche auch über die Schulter tragen. Wem die Tasche zu bunt ist, für den gibt es dezentere Modelle. *K. R. Coucous-Bag, 1500 Franken. www.navyboot.ch*



WOHNEN

## Juwelen an der Decke

Am liebsten möchte man sie sich an den Hals oder die Ohren hängen: Dafür sind sie jedoch zu gross und auch viel zu schwer. Hunderte von transparenten Kristallsteinen glitzern an den modern interpretierten Kronleuchtern des italienischen Designer-Duos Ivan Lolli und Matio Memmoli. Die beiden schaffen wahre Schmuckstücke für den Wohnbereich, und dies im grandiosen Format. Das Lichtspiel der unzähligen Kristalle soll möglichst ohne störende Strukturen und Aufhängungen zur Geltung kommen. So scheint es beinahe, als ob die Kristalle schwerelos im Raum schweben. *Katja Richard*  
[www.lollimemmoli.it](http://www.lollimemmoli.it)

## Ein Auto zeigt Muskeln

### TOYS FOR BOYS



VON HANSPETER EGGENBERGER

Kowalski gibt Gas. In 15 Stunden will er von Denver nach San Francisco fahren. Das schafft er nicht, wenn er sich an die Geschwindigkeitslimiten hält. Der schnelle Wagen fällt den Cops auf; sie nehmen die Verfolgung auf. Kowalski gibt noch mehr Gas. Das war 1971 im Film «Vanishing Point». Rebellen fuhren damals schnelle Autos oder schwere Motorräder («Easy Rider»), und Regeln waren etwas für Spiesser. Kowalski fuhr einen Dodge Challenger R/T 440, Jahrgang 1970. Ein Kultauto. Ein Muscle Car, wie es im Buche steht. Ein riesiges

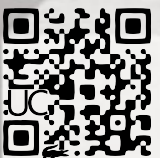


Dodge Challenger SRT8 392, rund 60 000 Fr., auf Autoportalen im Internet.

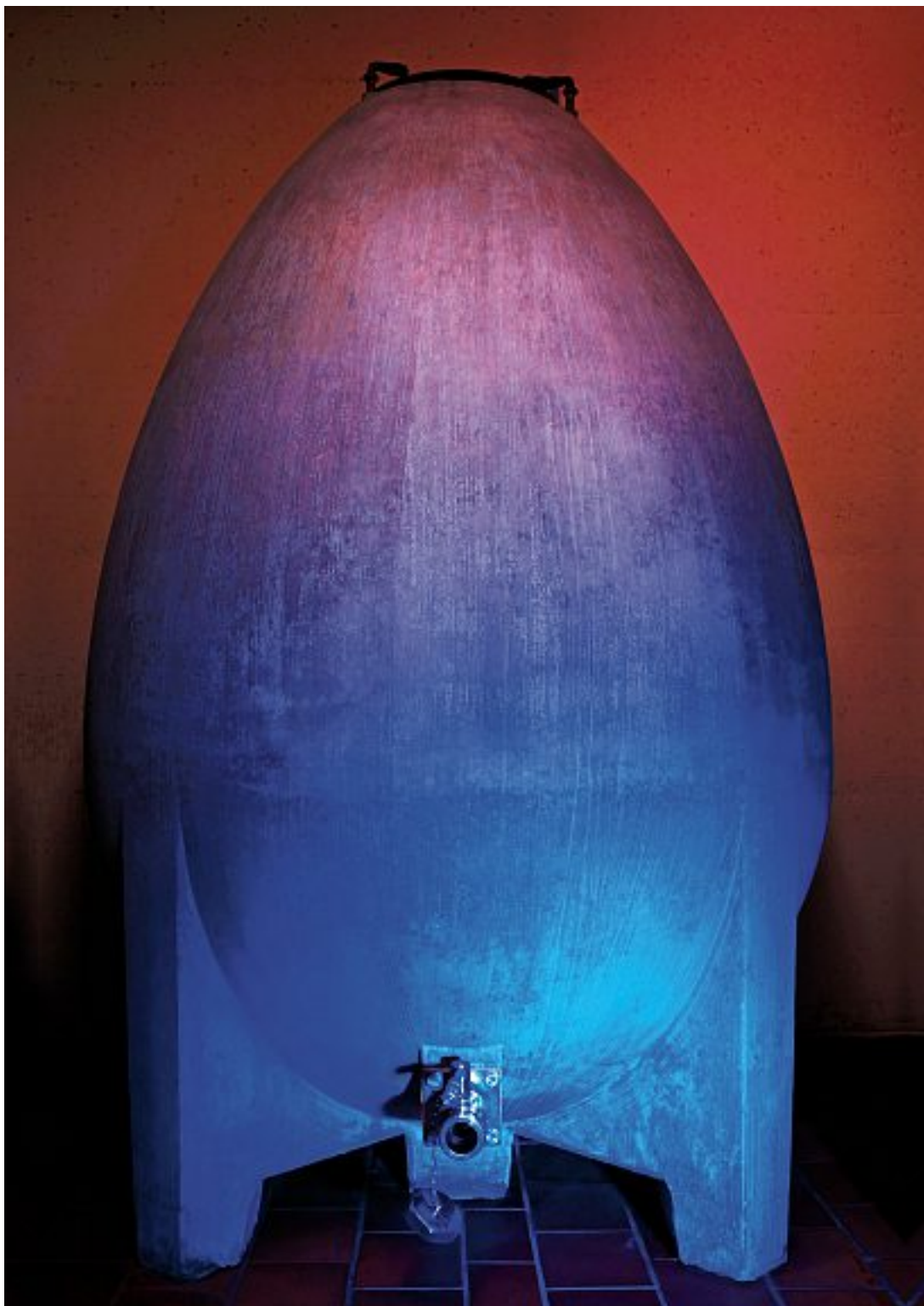
Amischlittencoupé mit tief brummendem Motor: 8 Zylinder, 7,2 Liter Hubraum. Seit 2008 baut Chrysler einen neuen Dodge Challenger, der sich am legendären 1970er Modell orientiert: ein Zweitürer, gute fünf Meter lang, knapp zwei Meter breit, zwei Tonnen schwer, unter der Haube ein V8-Motor mit 6,1 Litern – Hubraum, nicht Verbrauch. 431 PS, 280 km/h Spitze. Seit diesem Jahr leistet beim Topmodell SRT8 392 gar ein 6,4-Liter-Block 480 PS. Muscle-Car-Liebhaber bekommen glänzende Augen und feuchte Hände angesichts dieses Boliden, obwohl da der ökologische Zeitgeist unter die 20-Zoll-Räder gerät. Da der Challenger in Europa nicht offiziell im Handel ist, ist er eine Rarität auf unseren Strassen – rund 250 Exemplare gibt es in der Schweiz. Kowalskis Fahrt endete übrigens in einem Flammeninferno. Weil sie den schönen Dodge nicht opfern mochten, schickten die Filmemacher aber einen ähnlich aussehenden Chevrolet Camaro ins Feuer.



UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE** 







**URSPRUNG**

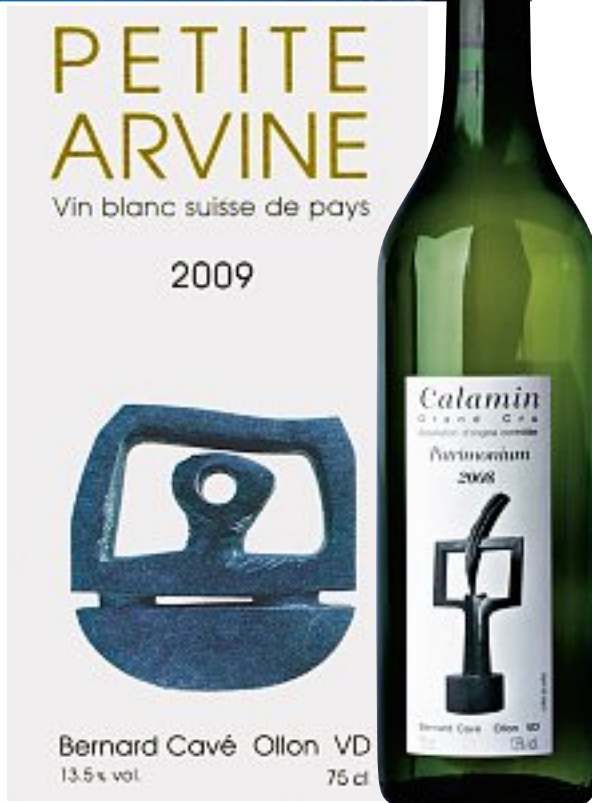
In Georgien wurde vor 6000 Jahren Wein in Amphoren hergestellt, die tief in der Erde lagerten. Vor ein paar Jahren begannen Winzer in Europa, diese eierförmigen Gefässe anstelle von Holzfässern zu verwenden.

**GESCHMACK**

Im Weinkeller von Bernard Cavé stehen sechs Amphoren als magische Kochkessel im Einsatz, um einen einzigartigen Geschmack zu erzeugen. Die Amphorenlagerung ergibt knackige, mineralische Weine.

**PRODUKTE**

Gegenwärtig werden in der Schweiz nur Weissweine in Amphoren hergestellt, vor allem aus den Sorten Chasselas, Pinot blanc, Pinot gris und Petite Arvine.



# Vom Weinfass zur Amphore

TECHNISCHE INNOVATION ODER NUR EINE MODEERSCHENUNG? SCHWEIZER WINZER SETZEN BEI DER WEINHERSTELLUNG AMPHOREN AUS BETON ODER AUS TON EIN.

**S**IE IST NICHT ZU ÜBERSEHEN: IM WEINKELLER von Cave des Coteaux im neuenburgischen Cortaillod thront eine grosse Amphore aus Beton hinter dem Inoxbottich. Die Kellermeisterin Janine Schauer aus Neuenburg lagert hier ihren Chardonnay, den sie später mit Wein aus dem Fass mischt. Zahlreiche Westschweizer Topwinzer wie der Genfer Biopionier Jean-Daniel Schlaepfer oder die Walliserin Marie-Thérèse Chappaz setzen bei der Weinherstellung auf Amphoren. In einem Burgunder Weinfassatelier wirkte Schlaepfer 2004 selbst bei der Entwicklung der Amphoren mit, die inzwischen auf seinen Weingütern Balisiers in Peney GE und Lauzières in Südfrankreich stehen.

Sein Freund, der Önologe Bernard Cavé, ein Anwender des Concentrateurs – einer Maschine, die Wasserpartikel eliminiert und dadurch dem Wein einen kraftvollen Körper verleiht – hat schnell gemerkt, dass die bauchigen Gefässe Vorteile bringen. Seit 2006 hat er zwei Dutzend Amphoren in Betrieb: «Die Amphoren kommen für Pinot blanc, Marsanne, Riesling und sogar für Petite Arvine infrage. Aber am besten eignen sie sich für Chasselas», erklärt Cavé. Tatsächlich brillierten zwei solcher Chasselas während einer Degustation von «Mémoire des Vins Suisse» vor wenigen Wochen in Zürich: der

«Amphore» vom Duo Bernard Cavé und Philippe Gex, den Inhabern des Weinbergs Clos du Crosex Grillé in Aigle sowie der Fendant «Clos Mangold Vieilles Vignes» der Domaine Cornulus in Savièse im Wallis. Beides Weine, die zu 100 Prozent in Amphoren gegärt wurden. Der klar strukturierte Waadtländer, Jahrgang 2010, überzeugte mit seinem kräftigen Geschmack und mit exotischen Aromen. Das Walliser Pendant, Jahrgang 2011, explodiert geradezu in der Nase wie auch im Mund, ist sehr lebhaft und mineralisch. Weder die Sommeliers noch die Önologen und Journalisten sind sich über den Ursprung seiner salzigen Note einig. Stammt sie aus dem Boden, vom Klima oder von der Anbaumethode des Winzers? Der Einsatz von Amphoren entfacht einmal mehr eine grosse Diskussion. Die Anhänger der Biodynamik verzichten beim Einsatz ihrer Lehmamphoren übrigens auf jegliche metallische Armaturen.

**Eine uralte Methode**

«Biodynamik oder Amphoren sind nur einige von vielen Möglichkeiten, um einen hervorragenden Wein herzustellen», sagt der pragmatische Waadtländer Raymond Paccot. «Bei uns wird dieser Aspekt nicht mal auf den Etiketten erwähnt. Amphoren sind wie Fässer, jedoch ohne die Nachteile von Holz: Ein neues Barrique verleiht dem Wein eine Eichennote, nach einigen Jahren trocknet es den Wein oft aus.»

Was dem Wein nach Ansicht der Amphoren-Verfechter eine neue Dimension verleiht, ist die Eiform. Sie entspricht dem Goldenen Schnitt, hat keine Ecken und Kanten, keine toten Winkel. Darin bewegt sich der Wein während der Gärphase und der Lagerung fließend, dem thermodynamischen Gesetz der Brownschen Bewegung entsprechend. Da diese Bewegung ein spontanes Durchmischen gewährleistet und sich dadurch die Hefe am Grund absetzt, entfällt das Rühren und Umfüllen.

Der Winzer Paccot aus Féchy verwendet seit 2009 sechs Amphoren für seine Weisswein-Assemblage (Pinot blanc, Pinot gris, Riesling, Savagnin) «Les Curzilles». Nach der Anwendung beim Fendant und Johannisberg möchte Dany Varone von der Domaine Cornulus im Wallis die Technik auch an seinem Rotwein versuchen. Bernard Cavé hat das bereits mit einem Gamay und einem Cabernet franc ausprobiert: «Amphoren verstärken die grossartig frischen, knackigen und fruchtigen Aromen der Rotweine», sagt er.

Neu ist die Weinherstellung in Amphoren übrigens nicht. In Georgien wurde schon vor 6000 Jahren Wein in Amphoren hergestellt, die in der Erde vergraben wurden. Der renommierte Walliser Weinbaubetrieb Albert Mathier et Fils baut seit 2009 Wein in traditionellen Amphoren aus Ton aus, die aus Georgien importiert wurden und im Wallis im Boden vergraben werden. ☉



**Bernard Cavé**

Der 40-Jährige aus Ollon im Waadtländer Chablais erforscht seit 25 Jahren alle modernen Methoden der Önologie. Gemeinsam mit dem Winzer Philippe Gex aus Yverne hat er den Weinberg Clos du Crosex Grillé zwischen Ivorne und Aigle übernommen und auf 20 Hektaren vergrössert. Amphoren verwendet Bernard Cavé ausschliesslich für die Herstellung von Weisswein.



Clarins definiert  
straffe Haut neu.

## *Multi-Régénérante Jour*

Auf der Grundlage der neuesten Erkenntnisse der Clarins Forschung entwickelt, ist die Tagespflege Lift Anti-Rides Jour die einzige Clarins Creme, deren hochwirksame Pflanzenextrakte alle Komponenten\* beeinflussen, die für die Festigkeit Ihrer Haut verantwortlich sind. Der Lifting-Effekt ist sofort sichtbar, die Gesichtszüge sind wieder straffer, Falten werden gemildert. Alle 8 Sekunden wird weltweit eine Creme verkauft\*\*! Clarins, Europas Nr. 1 in pflegender Luxuskosmetik\*\*.

\*Ex-vivo Test. \*\*Alle Produkte der Linie Multi-Régénérante – Verkauf an Vertriebspartner. \*\*\*Quelle: European Forecasts.

*Mehr Informationen unter:  
[www.clarins.com](http://www.clarins.com)*



AUCH ALS NACHTCREME ERHÄTLICH

# CLARINS





VON LINKS OBEN NACH RECHTS UNTEN  
 Broschen, **Fear Factor Jewellery**, Ohrstecker, **Marie-Hélène de Taillac**, Ohrstecker «Baby Boom», **Morganne Bello**, Ohrringe, Haute Joaillerie Adler. Clips, **Van Cleef & Arpels**, Ohrstecker «Lune De Miel» und «Bee My Love», **Chaumet**, Ohrstecker «Liberty», **Pasquale Bruni**, Anhänger «Mimosa», **Gilbert Albert**, Anhänger, **Bucherer**, Schmetterlings-Brosche, Kollektion Haute Joaillerie **Chopard**.

# Es krecht und glitzert

OB KÄFER, FLIEGE ODER SCHMETTERLINGE: INSEKTEN BEFLÜGELN DIE SCHMUCKDESIGNER. DIE KLEINEN TIERE SIND ABER NICHT NUR SUJETS, SIE WERDEN AUCH IN DEN SCHMUCK INTEGRIERT

TEXT KATJA RICHARD

**D**IE FLÜGEL DES SKARABÄUS WERDEN KONSERVIERT, DER KÖRPER AUSGEHÖHLT und mit Harz aufgefüllt, dann wird ein Goldblatt unterlegt. So verwandelt sich ein Käfer zum Mittelpunkt eines wertvollen Schmuckstücks. Der Genfer Juwelier Gilbert Albert setzt seit 30 Jahren echte Insekten in seiner Kollektion ein. Und auch die schwedische Goldschmiedin Märta Mattsson entdeckt Schönheit dort, wo sich manche auf den ersten Blick vielleicht ein bisschen ekeln. Fasziniert von der Welt der Insekten, Larven und Fossilien bewegt sie sich mit der Wahl der Materialien für ihre Schmuckstücke an der Grenze zwischen Schönheit und Ekel. So entstehen aus den Fossilien von Faltern, Käfern und Spinnen

Ketten und Broschen, dabei verwendet Mattsson in Bernstein eingeschlossene Insekten.

Diese sogenannten Inkluden wurden bereits 1800 v. Chr. als Schmuck verwendet. Die zarten und feingliedrigen Tiere geben im fossilen Harz eingeschlossen nicht nur Aufschluss über Millionen Jahre alte Lebensformen, sondern sind jedes in sich von einer ganz eigenen Schönheit. Der römische Dichter Martial (85–103 n. Chr) schrieb: «Während ein Ameislein in Phaetons Schatten umherschweift, hüllte das zarte Wild harziger Tropfen ein. Seht es, wie gewesen bisher verachtet im Leben. Jetzt erst durch seinen Tod ward es ein köstlicher Schatz.»

Ob köstlich oder gruselig: Geflügelte und vielbeinige Tierchen beflügeln die aktuellen Schmuckkollektionen, jedenfalls jene der



1345 V. CHR.



1670



VON LINKS

Im alten Ägypten waren Insekten wichtige Bedeutungsträger, der **Skarabäus** stand für die göttliche Schöpferkraft. Anhänger aus dem Grab von Tutanchamun (1345 v. Chr.).

Wegen seiner Vorliebe für farbenprächtige Insekten und Reptilien nannte man ihn **Schnüffler**: Stillleben des Malers Otto Marseus van Schrieck, «Schmetterlinge und Schlangen in einer Waldlandschaft» (17. Jahrhundert).

Model **Heidi Klum** zeigt sich am diesjährigen Filmfestival in Cannes mit einem Schmetterlingsarmband von De Grisogono. Es besteht aus 628 Diamanten, 220 Emeralden und 980 Amethysten.

2012



Jugendstil: Die **Schmetterlingsbrosche** des Pariser Juweliers Boucheron war im Besitz von Elizabeth Taylor.

Ein Meisterwerk von René Lalique: **Hutnadel** Wespen und Skabiose, aus Gold, Diamanten und Opal.

1905



1900



**Beetle Juice** heisst die Brosche der schwedischen Goldschmiedin Märta Mattsson. Sie verwandelt echte Käfer in Schmuckstücke.

2012

Haute Joaillerie und die von innovativen Goldschmiedern. Meist dienen die Insekten dabei jedoch lediglich als Vorlage. Unzählige Edelsteine schmücken bunte Flügel, eingefasst von Weiss-, Gelb- oder Roségold und verwandeln sich so in zauberhafte Schmetterlinge, Libellen, Larven oder Käfer.

Während der Schmuck heute eher ein rein dekoratives Element ist, war er früher ein Bedeutungsträger. So galt der Skarabäus, der zur Gattung der Mistkäfer gehört, bei den alten Ägyptern als ein Symbol der Schöpferkraft. Weil sich der glänzende Käfer im Nilschlamm so rasch vermehrte, dachten sie, dass er ohne Fortpflanzung entstehe. Dank seiner runden Gestalt und den goldschimmernden Flügelchen wurde er auch mit der Sonne, also dem Gott Re in Verbindung gebracht. Und weil der Skarabäus Dungkugeln vor sich herrollte, galt dies als Abbild von Re und seiner Fahrt mit der Sonnenbarke über den Himmel.

#### Wiedergeburt als Libelle

In der stark von der Natur geprägten Mythologie der nordamerikanischen Zuni-Indianer spielte die Libelle eine wichtige Rolle. Sie galt als Botschafterin von Fruchtbarkeit und wurde von den Zuni-Häuptlingen verehrt. Sie glaubten, dass sie nach ihrem Tod als Libelle wiedergeboren würden. Durch den Kontakt mit den europäischen Einwanderern, deuteten die Zuni das christliche Kreuz ebenfalls als Libelle. Der Schmetterling galt als Botschafter des Frühlings und des Sommers, sein Auftauchen war das Zeichen dafür, dass man einen weiteren harten Winter überstanden hatte.

Die von der Natur inspirierte Darstellung von Insekten erlebte in der Geschichte immer wieder starke Perioden, so etwa im Manierismus; der schwülstige Stil gilt als Übergang vom Barock in die Renaissance. Oder in Waldstillleben des 17. Jahrhunderts, bei denen ganze Biotope mit Eidechsen, Fröschen und Insekten gemalt wurden. Im 18. Jahrhundert wurden unzählige neue Tiere und Pflanzen entdeckt, und diese faszinierten die Menschen mit ihrer Einzigartigkeit. Als Schmuckstücke tauchten die Insekten zu den blühenden Zeiten von Queen Victoria (Regierungszeit 1837–1901) auf. Motive wie Schmetterlinge und Libellen kamen in den Zeiten des Kolonialismus in Mode. Die fernen Länder inspirierten nicht nur zu exotischen Sujets, auch die Diamanten und Edelsteine für die prächtigen Schmuckstücke kamen aus Indien und Afrika.

Ihre Hochblüte erlebten die geflügelten Tierchen jedoch im Jugendstil (1896–1914). Nicht nur die Architektur, sondern auch der Schmuck war geprägt von blütenartigen Ornamenten, Wellen, Blüten, Pflanzen und Insekten. Im Vordergrund stand die künstlerische Gestaltung und die dekorative Wirkung. Die handwerkliche Perfektion war oft wichtiger als der materielle Wert. Vor allem die zarten und transparenten Flügel von Libellen und Schmetterlingen regten die Kunsthandwerker an, ihre Meisterschaft unter Beweis zu stellen. Einer der wichtigsten Schmuck- und Glaskünstler dieser Zeit war René Jules Lalique. Er belieferte Cartier und Vever et Boucheron. 1884 gründete er mit einem Juwelier seine eigene Firma Lalique & Varenne. Später fertigte er den Bühnenschmuck der Schauspielerin Sarah Bernhardt. ©



Der italienische Modeunternehmer Guglielmo Miani (Larusmiani), fotografiert im Januar 2012 in seinem Haus.



## Che bello!

**S**IE IST DIE GESCHICHTE EINES UNVERKENNBAREN STILS, EINER TRADITIONSREICHEN KULTUR, die Geschichte eines ganzen Landes: die Italianità. Sie ist in manchen Bereichen – etwa in der Mode und beim Genuss – wegweisend für eine elegant-lässige Lebensart, für Tradition, Qualität und Kompetenz. Selbstbewusste Männer lassen sich gerne davon inspirieren. Ein Blick auf die diesjährigen Herbst- und Winterkollektionen zeigt, dass in der Männermode der Trend zum klassischen Stil dominiert. Auf den Laufstegen wurden cognacfarbene Mokassins zu marineblauer Hose oder hellblaue Karohemden unter roten Kaschmirpullovern

getragen. Der italienische Mann gefällt – einem edlen Principe gleich – mit aristokratischer Schlichtheit und einer adretten Erscheinung. Der neue Fotoband «Italian Portraits» (Text Donatella Sartorio; in einer italienischen und einer englischen Ausgabe bei Skira/Rizzoli) ist eine Ode an den Modestil «Made in Italy». Fotograf Lorenzo Bringheli porträtiert italienische Stilvorbilder unterschiedlichen Alters. Elegante Signori wie der Schriftsteller Alfredo Tocchi, der Juwelier Attilio Codognato, der Modeunternehmer Guglielmo Miani oder der Journalist Carlo Rossella repräsentieren guten italienischen Geschmack und luxuriöses Dolce Vita. ☺

TEXT SEMAJA FULPIUS





Augenweide  
in gehämmertem  
Edelmetall:  
II Bar.



Silbernes  
Lichtspiel der  
imposanten  
Treppe.

# Edle Ambiance in Silber

DAS NEUE BULGARI HOTEL IN LONDON SETZT EDELMETALL UND DESSEN LICHTSPIEL RAFFINIERT IN SZENE. DAS DESIGNKONZEPT STAMMT VOM ITALIENER ANTONIO CITTERIO. DER ARCHITEKT UND DESIGNER ÜBER ZEITGENÖSSISCHE PALÄSTE UND AUSSERGEWÖHNLICHE RÄUME

TEXT RENATA LIBAL

**D**AS IST KEINE BAR, sondern ein Schiff aus Silber. Wie ein Ding aus einer fremden Welt steht der theatralisch anmutende Dampfer in Form einer länglichen Untertasse inmitten von Bar-tischen. «Und für Sie: Ein Gin auf Eis?» Antonio Citterio ist sichtlich amüsiert: «Beeindruckend? Ohne Zweifel. An der Entstehung dieses monumentalen Möbelstücks habe ich allerdings nicht allein mitgewirkt: Unzählige Hände mussten das Metall mit dem Hammer bearbeiten, um der Bar diese Patina zu verleihen. Echtes Handwerk nach alter Manier!» Citterio ist begeistert. Und nicht nur von der II Bar des Bulgari Hotel, das diesen Sommer in London seine Türen öffnete. Seit 40 Jahren entwirft Citterio raffinierte Alltagsobjekte, die verschiedenste Räume schmücken: Wasserhähne und Liegestühle ebenso wie Trainingsgeräte. Im neuen Luxushotel sieht er eine Ode an die Perfektion: dank kostbarsten Materialien, unglaublichem Raumkomfort, hohem Wohlfühlfaktor und viel Liebe zum Detail. Und dann der Spa-Bereich! Ein 25-Meter-Schwimmbad, ganz und gar mit grünen und goldenen Mosaiksteinen verziert und mit Wasserfällen über dem Jacuzzi.

Nobelhotels schießen auf der ganzen Welt aus dem Boden, doch wenn ein italienischer Juwelier einen modernen Palast in London eröffnet (in Knightsbridge, in der Nähe von Harrods), entsteht etwas Besonderes. Die Mission ist gelungen: Das harmonische Ambiente setzt das Kunsthandwerk meisterhaft in Szene und erinnert an die Wurzeln von Sotirio Bulgari, der als griechischer Silberschmied nach Italien einwanderte und das Haus 1884 gründete.

Beim Bulgari Hotel wurde alles bis ins kleinste Detail von Antonio Citterio und seiner Geschäftspartnerin Patricia Viel entworfen: von der Konstruktion (das vorherige Gebäude wurde abgerissen, zehn Etagen über und sechs unter der Erde wurden neu gebaut) über die Türklinken, die Beleuchtung, den Kinosaal, die Regenduschen bis hin zu den Nachttischlampen, die von den silbernen Kerzenleuchtern der Bulgari-Kollektion inspiriert wurden.

**Wenn Sie ein Gebäude für einen Brand realisieren, wird daraus dann eine Art Abbild von dessen Lifestyle?**

**Antonio Citterio:** Definitiv! Der Ursprung der Marke Bulgari liegt ja nicht in der Hotellerie. Aufgrund der eigenen Anforderungen an ihre Luxusartikel strebte Bulgari bei diesem Hotelprojekt ein sehr hohes Niveau an. Für einen Designer wie mich ist es eine einzigartige und nicht alltägliche Gelegenheit, mit einem solchen Partner zusammenzuarbeiten, der perfekte Qualität erwartet und auch bereit ist, dafür zu bezahlen. Auf eine Art ist dieses Gebäude die

zeitgenössische Ausführung des Schlosses Versailles in Frankreich. Unser Auftraggeber ist sicher nicht den leichtesten Weg gegangen.

**Ein Beispiel?**

Nehmen Sie die Textilien, die wir für das Interieur verwendet haben: Für die Motive ließen wir uns von den ersten Skizzen für Broschen inspirieren, die Sotirio Bulgari in den 1880er-Jahren selbst entworfen hatte. Das Flechtwerk der Blumen haben wir modernisiert und mit metallisierenden Materialien umgesetzt. Die Stoffe hat ein Betrieb im süditalienischen Brienza extra für uns hergestellt.

**Seit Sie 2004 das erste Hotel für Bulgari in Mailand realisierten, haben Sie zehn weitere Hotels eröffnet. Inwiefern ist für Sie die Entstehung eines Hotels etwas Besonderes?**

Bei der Planung von Häusern, Büros oder Firmengebäuden – und davon habe ich etliche realisiert – handelt es sich um Orte, die nur eine einzige, genau definierte Atmosphäre vermitteln. Ein Hotel hingegen verlangt mindestens zwei unterschiedliche Szenarien: die Bühne und die Intimsphäre. Die Bereiche, in denen man im Mittelpunkt steht, wie bei der grossen Treppe in London, wo man als «Star» hinabschreitet, und jene, in denen man mit sich selbst allein ist und sich in einen Kokon absoluten Komforts zurückzieht. Die Welt der Hotellerie ist ebenso spannend wie kontrastreich.

**Lange Zeit verkörperten noble Hotels stets ihren eigenen Stil – unabhängig vom Standort. Heute versucht man Hotels in Harmonie zu ihrer Umgebung zu bauen.**

In der Tat! Die Gäste möchten ihren Aufenthaltsort auf eine stilvolle Art und Weise erleben. Das neue Hotel in Knightsbridge beispielsweise ist sehr typisch für London: Seine luxuriöse Ausstattung lädt zum eleganten Dresscode ein, und das Lichtspiel des Silbers widerspiegelt den Finanzplatz London. Dagegen erweckt das Bulgari Hotel in Mailand mit seinem Garten und seinen Ockerfarben ein sommerliches und gelassenes Gefühl und versprüht italienische Dolce Vita. Die Hotels der neuen Generation bieten ihren Gästen ein Stadterlebnis auf höchstem Qualitätsniveau.

**Woran arbeiten Sie zurzeit?**

Momentan arbeite ich in Hongkong, und ich bin fasziniert von der ästhetischen Tradition Chinas. Die Energie in dieser Stadt und die Vielzahl an talentierten Menschen sind unglaublich! Der Ort inspiriert mich, und einige meiner Möbelkreationen tragen bereits eine exotische Patina.



**Antonio Citterio**

In seinem Büro – Antonio Citterio, Patricia Viel and partners – in Mailand entstehen Designs für zahlreiche Produkte: Möbel für Vitra, B&B und Hermès, Armaturen für Axor und Muskel-aufbaumaschinen für Technogym. In den letzten Jahren entwarf Citterio auch Hotels, darunter die drei Bulgari in Mailand, auf Bali und in London, das W in Sankt Petersburg und das Eden in Bormio.









# Chantal Thomass

Die exklusiven  
Dessous  
der Französin  
sind aktueller  
denn je. Sie  
**begeistern die  
Frauen, und  
sie verführen  
die Männer**

TEXT SEMAJA FULPIUS





**E**RFUNDEN HAT SIE DIE DAMENUNTERWÄSCHE ZWAR NICHT. Trotzdem hat Chantal Thomass Pionierarbeit geleistet, die auch Männer zu schätzen wissen. Sie hat die Frauen in den 1970er-Jahren dazu animiert, ihre bequeme und funktionale Wäsche gegen Dessous aus Samt, Satin und Spitze einzutauschen. Die Französin, die dieser Tage 65 wird, ist für ihren unverkennbaren Stil weltweit bekannt – ihre Kreationen werden von den Frauen geliebt und von der Konkurrenz kopiert.

**Wird die Reizwäsche von Chantal Thomass zärtlich ausgezogen oder stürmisch vom Leib gerissen?**

Oh, es gibt bei meiner Kundschaft sicher beides. Solche Details gehören aber zur Privatsphäre. Wobei ich natürlich nichts dagegen habe, wenn eine Kundin wiederkommt, um ihre zerrissene Unterwäsche zu ersetzen.

**Was hat Sie zu Ihrem speziellen Stil inspiriert?**

Ich kreierte Dessous, die mir auch selber gefallen. Was meine Arbeit vielleicht von anderen unterscheidet, ist der Humor und die spielerische Art, mit der Verführung umzugehen. Dabei lasse ich mich von anderen Welten inspirieren, zum Beispiel von den Pin-up-Girls der amerikanischen Fliegerei, dem französischen Cancan oder von rosa Boudoires.

**Geschnürte Balconnet-BHs, bedruckte Strümpfe und Samtunterhöschen sollen doch vor allem das männliche Geschlecht verführen.**

Natürlich sollen sie das. Aber immer aus der Sicht einer Frau, die sich selber so mag, wie sie ist und die etwas wagt. Ich versuche, Sinnlichkeit mit Humor zu verbinden. Ein Augenzwinkern gehört bei mir immer dazu.

**Trotz erotischer Kleidung, sind Sie niemals dem Porno-Chic verfallen.**

Oh nein, Porno-Chic ist überhaupt nicht mein Ding! Dafür bin ich nämlich viel zu prüde (lacht). Sobald jemand mit mir über Sex sprechen will, blockiert mich das. Bei meiner Arbeit interessiert mich die Sexualität nicht, viel mehr geht es mir um das Sinnliche. Es ist doch viel schöner, etwas nur anzudeuten, als es gleich offenzulegen.

**Pudrige Töne, zarte Spitzen – der sogenannte Boudoir-Stil war ursprünglich für elegante Damenwäsche gedacht. Heute wird Ihr Stil von grossen Labels kopiert und von jungen Mädchen getragen. Erstaunt Sie das?**

Es amüsiert mich vielmehr. Ich stelle fest, dass exquisite Lingerie die junge Generation begeistert. Das ist ein neues Phänomen. Als Jugendliche trug ich Baumwollslips, in den 1960er-Jahren war

Spitzenwäsche überhaupt nicht gefragt. Im Trend lagen eher flachbrüstige Frauen wie Jane Birkin. Oft trug man gar keinen BH. Die Zeiten haben sich geändert. Heute schenken Jungs ihren Freundinnen Reizwäsche. Ich erinnere mich, wie mein damals 18-jähriger Sohn seiner Freundin Unterwäsche schenken wollte und mich nach Rabatt fragte.

**Dank Ihnen sind verschiedene Korsett-Techniken nicht in Vergessenheit geraten.**

Ich habe die Corsage weiterentwickelt, indem ich Formbügel versteckt einbaute. Denn ich war auf der Suche nach einer Technik, die das Korsett optisch eher nach einem Top statt nach einem BH aussehen liess. Mit Lycra erfüllte sich später mein Traum von unsichtbaren technischen Lösungen.

**Sie sind auch eine Expertin für Spitze.**

Ich benutze ausschliesslich Spitze aus Calais, sogenannte Leaverspitze. Es ist der raffinierteste und schönste Spitzenstoff. 40 Prozent meiner Lingerie lasse ich in Frankreich produzieren und pflege damit wertvolles Fachwissen und Handwerk.

**Woher beziehen Sie die Stickereien?**

Selbstverständlich decke ich mich mit Stickereien aus St. Gallen ein. Die Manufaktur von Jakob Schlaepfer ist hervorragend. Mit ihr und weiteren Firmen aus der Region arbeite ich seit vielen Jahren zusammen.

**Was ist das Herzstück Ihrer Lingerie?**

Keine Frage, der BH. In keinem Teil stecken mehr Details, mehr Materialien und mehr Raffinesse. Im Gegensatz zum Rest der Unterwäsche kann ihn die Frau auch sichtbar tragen.

**Der Boudoir-Stil scheint Sie bei Ihrer neuen Kreation besonders inspiriert zu haben.**

Wir haben die Kollektion «Casanova» genannt. Ich liebe das Freigeistige, Sinnliche und Geheimnisvolle des 18. Jahrhunderts. Die Décolletées der Frauen waren in dieser Zeit einfach atemberaubend. Niemals sonst wurde der Busen auf diese Weise gewürdigt.

**Mit der Rückkehr der Femme fatale tauchten Miederhosen wieder auf. Ist diese figurformende Wäsche nun sexy oder nicht?**

Dieser Trend hat sich von den 1950er-Jahren inspirieren lassen und nennt sich «Shape Wear». Sie wird unter Kleidern getragen, um der Figur zu schmeicheln – ähnlich wie bei den Hollywoodstars der goldenen Zeiten. Das kommt auch bei den Frauen heute sehr gut an.

**Und wie gefällt den Männern die sogenannte Shape Wear?**

(lacht) Männer stehen eher auf kleine Höschen, Strapse und Strings – obwohl der String meiner Meinung nach passé ist.

**TYPISCH**

Der **Soubrette-Stil** lässt Männerherzen höher schlagen. Dieses Bild stammt aus der Herbst-Winter-Kollektion 1993/1994.

Zarte Töne und sexy Corsage für die Frühling-Sommer-Kollektion 2004.

Zwei Dessous-Stile der Herbst-Winter-Kollektion 2011/2012: Die **Pin-up-Frau** in starken Farben mit Miederhose und Balconnet-BH.

Im Boudoir-Stil, **die Libertine des 18. Jahrhunderts**. «In dieser Epoche wagten die Frauen mehr, die Leichtigkeit der Liebe gehörte zur Normalität», sagt Thomass.





## Bei meiner Arbeit geht es mir nicht um Sexualität, vielmehr geht es mir um das Sinnliche.

### Wie sehr hat sich der Männergeschmack bei Unterwäsche in den letzten 35 Jahren verändert?

Als ich in den 1970ern begann, kamen Männer eher leicht verschämt in meine Boutiquen. Heute besuchen uns höchst interessierte 30-jährige Männer samt Kind und Kinderwagen. Geblieben ist die Vorliebe der Männer für schwarze Dessous.

### Was halten Sie von der aktuellen Unterwäsche für Männer?

Die Männerwelt scheint zunehmend enge Schnitte und anliegende Materialien zu schätzen. Was die Farben angeht, bleiben das klassische Schwarz, Grau und Weiss meine persönlichen Favoriten.

### Kürzlich haben Sie das Interieur für das Pariser Hotel Vice Versa kreiert. Brauchen Sie neue Herausforderungen?

Ich bin eine neugierige Person und mag es, Neues zu erkunden und Aussergewöhnliches zu entdecken. Ich lerne so viel über verschiedene Bedürfnisse. So mussten bei diesem Hotelprojekt aufgrund der hohen Frequenz der Gäste die Teppiche waschbar sein.

### Ziehen Sie in naher Zukunft weitere solcher Projekte in Betracht?

Ich habe gerade für die italienische Marke Rometti eine Keramikkollektion entworfen. Ich habe dieses Vorhaben mit meinen Sommerferien verbunden. Der Gedanke, in die Toskana zu fahren, um mich von dieser wunderschönen Gegend für die Kreation von Vasen oder Kerzenleuchtern inspirieren zu lassen, gefiel mir sehr. Zurzeit arbeite ich an einer neuen Bettwäsche Kollektion für das Pariser Label Treca.

### Die Person Chantal Thomass ist – wie ein Karl Lagerfeld oder eine Sonia Rykiel – zu einer unverwechselbaren Marke geworden.

Ich glaube, wir haben alle drei einen eigenen Stil entwickelt, ohne uns darüber Gedanken zu machen. Karl band sein Haar stets im Nacken zusammen, Sonja trug ihr Haar immer rot. Was mich betrifft,

so schminke ich meine Lippen seit meinem 20. Lebensjahr rot, obwohl damals alle Frauen Perlmutter trugen.

### Haben sich Ihr geometrischer Haarschnitt und Ihre schwarze Garderobe nicht überlebt?

Meine schwarze Kleidung ergab sich nach und nach. Vielleicht hat mich die japanische Kultur beeinflusst. Anfangs trug ich viel Farbe, als ich Mutter wurde, hat das Schwarztragen meine Garderobe vereinfacht. Was meinen Haarschnitt betrifft, hatte 1981 ein PR-Berater die Idee, ihn zu meinem Markenzeichen zu machen. Glücklicherweise fühle ich mich damit wohl und habe seitdem nichts verändert.

### Was ist das Besondere am Pariser Chic?

Ich denke, die Pariser leben Mode auf eine sehr intellektuelle Art. Es ist ein Teil unserer Kultur, Dinge zu vermischen. Wir haben keine Hemmungen, eine Chanel-Jacke zu einer Jeans zu tragen. Diese Kombinationen verleihen unserem Kleidungsstil Persönlichkeit. ☺

## Einrichtung: Die sieben Todsünden

Typisch für ihren Humor hat Chantal Thomass für ein siebenstöckiges Hotel ihr Dekorationsthema gewählt: die sieben Todsünden. Das Dreisternehotel Vice Versa in Paris öffnete seine Türen im Juni. Einblick in das etwas andere Interieur.

**Wollust:** XXL-Bilder der Fotografin Ellen von Unwerth und Pin-up-Wandtattoos zieren die rosa-schwarzen Wände des Zimmers.

**Neid:** Die Tapete ist ein offener Kleiderschrank mit traumhaften Schuhen, Taschen und Accessoires: allem, was das Frauenherz begehrt.

**Hochmut/Stolz:** Ein in Gold getünchtes Zimmer mit Säulen, einer Statue und einem Spannteppich im Marmor-Look.

**Völlerei:** Das Frühstückszimmer in Form eines grossen Kuchens.

**Faulheit:** Wände voller Blumen und Schmetterlinge bieten das perfekte Ambiente, um sich dem Nichtstun hinzugeben.

**Zorn:** Roter und schwarzer Spannteppich, mit Graffiti besprühte Wandgemälde: Dieses Hotelzimmer zeigt sich von der rebellischen Seite.

**Geiz/Habgier:** Sparsames und ungeschliffenes Interieur: Wände aus Backstein, der alte Parkettboden ist abgewetzt.



Das Zimmer «Habgier».



# STILL IM HERBST

SINNLICHE FRAUEN UND ECHTE MÄNNER. DIESEN HERBST BESINNT SICH DIE MODE AUF IHRE ESSENZ: ELEGANZ IST ANGESAGT

TEXT SARAH JOLLIEN-FARDEL

## Schön warm

**Catwalk** Dieser Winter wird tierisch: Ziege, mongolisches Schaf, Bison und Yak waren auf dem Laufsteg zu sehen. Neu werden zu den klassischen Schwarz-, Braun- und Grautönen bunte Farben und Leder zum Fell kombiniert (wie die Lederärmel der Kollektion von Céline). Das Pelz-Revival wird von Tierschützern – mit guten Gründen – sehr kritisch beobachtet. Lässt man den moralischen Aspekt beiseite, ist Pelz eines der Highlights dieses Winters. «Mode ist weder moralisch noch unmoralisch, sondern dazu da, die Stimmung zu heben», sagt Modezar Lagerfeld. Dem stimmen McQueen, Akris, Marni, Gaultier, Missoni und Givenchy zu: Pelz bereichert ihre aktuellen Kreationen. Den Entscheid für oder gegen Pelz muss die Käuferin mit sich ausmachen.

**Streetstyle** Während einige den Persianer-Pelzmantel der Grossmutter aus dem Keller holen, klappern andere Secondhand-Boutiquen ab, um aussergewöhnliche Teile aus Fell zu finden. Parkas und Mäntel aus echtem Pelz sind immer elegant. Tierfreunde bevorzugen falschen Pelz und setzen mit Rosa oder Grün ironische Farbtupfer. Kurze Capes, Schulterwärmer und Kragen aus Pelz lassen jeden Mantel edler aussehen. Und ganz egal ob weich, zottig, struppig oder seidig: Pelz hält auch schön warm.

## Starke Schultern

**Catwalk** Die Schultern sitzen tief, die Ärmel sind gerade geschnitten: Auch in diesem Winter zeigt der Mantel Ecken und Kanten. Während Phoebe Philo ihre Mäntel mit ledernen Riemen verziert, verdecken weit geschnittene Ärmel bei Gilles Deacon Daks und bei Haider Ackermann die Hände. Bei Isabel Marant, der Päpstin der Fashionistas, marschierten die Models im Offiziers-Look über den Laufsteg. Paul Smith setzt seinen knabenhaften Stil fort. So viel ist klar: Die starken Schultern bringen uns sicher durch die kalte Jahreszeit und werden uns bestimmt auch nächste Saison noch begleiten.

**Streetstyle** Der Mantel kaschiert ausgeprägte Rundungen, während er zierlichen Körpern etwas Volumen verleiht. Für kleine und rundliche Frauen empfehlen sich kurze Modelle im strengeren Offiziers-Look. Wer feminin durch den Winter gehen möchte, schwingt ein Cape über die Schultern.

## Eine Taille wie Sophia Loren

**Catwalk** Grosse Gürtel betonen die Weiblichkeit. Manche sind fast korsettähnlich oder erinnern gar an Keuschheitsgürtel (Hervé Léger by Max Azria). Ob aus Stoff (Fendi), Metall



GUT IN FORM

NEUES DUO

DRIES VAN NOTEN

CHLOE

FOTOS: CATWALK PICTURES, CELINE, DR



HAIDER ACKERMANN

EINE TAILLE  
WIE SOPHIA  
LORENFRISCH  
GEPRESSTSTARKE  
SCHULTERNSCHÖN  
WARMSCHÜTZENDER  
KOKON

(Acne), Leder (AF Vandervorst und Haider Ackermann), feinst verarbeitet (Alexander McQueen) oder filigran (Christian Dior): Gürtel strukturieren und veredeln die Silhouette jeder Frau. Der Trend zur betonten Taille kommt gut an. Dieser Look macht eine gute Figur, und Frauen betonen damit ihre Weiblichkeit.

**Streetstyle** Wenn es ein Accessoire gibt, das uns modisch gekonnt in Szene setzt, dann ist es der Gürtel. Die Schwierigkeit liegt darin, den perfekten zu finden: einen Gürtel, der nicht verrutscht, straff sitzt und breit genug ist, um ein allfälliges Bäuchlein ein bisschen zu kaschieren. Trägt man ein besticktes, bedrucktes oder fein gearbeitetes Outfit, sollte der Gürtel schlicht sein. Wem die betonte Taille zu markant ist, darf den Gurt auch tiefer tragen und so seine Hüften betonen. Ein Hoch auf die weiblichen Kurven!

## Frisch gepresst

**Catwalk** Orange setzt in die eher düsteren Kollektionen – und in die Wintermonate – einen markanten Farbakzent: Acne, Haider Ackermann, Paul & Joe sowie Sonia Rykiel inszenieren den frischen Farbton bei Kleidern, Balenciaga bei Schuhen, Givenchy, Miu Miu und Marni bei Taschen. Bei Prada kommen die Vitaminfarben im peppigen Retro-Look der 1970er-Jahre daher – ein bisschen vintagemässig, aber dennoch zeitgemäss. Ein Trend, der wohl noch einige Winter überdauern wird.

**Streetstyle** Die Farbe erinnert an Strassen- und Bahnarbeiter. Modebewusste stören sich nicht daran und tragen Orange als Ausdruck ihrer positiven Lebensenergie. Weniger Experimentierfreudige kombinieren Orange mit dezenteren Tönen. Passend kombiniert, vertreibt Orange den trüb-nassen Nebel des Winters. Den frisch gepressten Orangensaft ersetzt es aber nicht.

## Neues Duo

**Catwalk** Es ist kein Sturm, sondern eine erfrischende Brise, die über den Laufsteg zieht. Bei Dries Van Noten und Marc Jacobs für Louis Vuitton wird das Kleid über der Hose getragen. Eine mit chinesischen Mustern bestickte Robe bildet bei Anversois das Gegengewicht zur strengen, schwarzen Hose. Das Beinkleid von Louis Vuitton macht beim Knöchel halt und harmoniert mit dem passenden Kleid (oder Jupe wie bei Chanel). Die gezeigten Kreationen sind opulent und mit Stickereien und Prints übersät. Gewiss keine Garderobe für den Alltag, aber bestimmt ein Versuch wert.

**Streetstyle** Ein Look, der polarisiert. Die einen finden ihn «cool», andere dagegen «völlig daneben». Es handelt sich hier tatsächlich um ein Kleid, das über eine Hose getragen wird, und nicht etwa um eine Tunika oder ein langes Hemd für einen legeren Stil. Zum neuen Duo werden am besten flache Schuhe getragen. Ein Eyecatcher sind sichtbare Knöchel, immer passend sind Boots.

## Gut in Form

**Catwalk** Damit hatte keiner gerechnet: die Jogginghose mit Knöchelbund. Nicht einmal im Fitnessclub hätte sich eine Fashionista bisher darin erwischen lassen wollen. Hermès präsentiert eine ansprechende aber dennoch nicht ganz überzeugende Version davon. Ebenso überrascht Clare Waight Keller mit ihrer glamourösen Kreation in betörendem Granatrot für Chloé: Die gekonnt gesetzten Abnäher ziehen sich perfekt bis zum Knöchel hinunter. Mit hoher Taille und Spitzenoberteil getragen, kann eine Frau darin eine gute Figur machen – aber nicht beim Sport.

**Streetstyle** Elastik und Turnschuhe sind ausserhalb der eigenen vier Wände tabu. Für die strassentaugliche Variante dieses Styles gibt es einfache Regeln, um sie auch mit über 25 Jahren tragen zu können: Die Jogginghose endet nicht als Handorgel auf den Knöcheln, und das Oberteil darf nicht zu weit sein. Der Look soll nicht kaschieren, sondern modische Freiheit bieten. Mit etwas Übung gelingt die richtige Kombination.

## Schützender Kokon

**Catwalk** Seine Interpretation des XL-Mantels ist eine Ode an die Weiblichkeit. Raf Simons zelebriert den letzten Akt bei Jil Sander mit perfektionierter Schlichtheit. Das Publikum in Mailand reagierte mit grosser Begeisterung, als Simons meisterhafte Abschlusskollektion für Jil Sander über den Laufsteg ging – zum Weinen schön, passend zu den Abschiedstränen von Raf Simons.

**Streetstyle** Er verleiht Anmut und umhüllt die Trägerin wie ein schützender Kokon: Im XL-Mantel fühlt sich jede Frau wie eine Dame von Welt. Durch den minimalistischen Stil wirkt er dennoch nicht aufdringlich. Ein einfacher Handgriff schliesst den Mantel, er bietet genug Beinfreiheit und betont die graziöse Halspartie. Ein nicht alltägliches Kleidungsstück zum Träumen.





EDLE NOTE

HOCH MIT DER HOSE

MANN MIT FACETTEN

STOLZER KAVALIER

SPIEL MIT PROPORTIONEN

PELZ SETZT AKZENTE

## Spiel mit Proportionen

**Catwalk** Zu heiss gewaschen? Blousons, Jacken, Pullover und Regenmäntel scheinen geschrumpft. Wenige Zentimeter zeigen diesen Herbst grosse Wirkung. So präsentiert Giorgio Armani verkürzte Jacken mit Reissverschluss, Kris Van Assche ärmellose Daunenjacken über Blazern. Daunenjacken von Burberry Prorsum enden auf der Taille und ziehen mit wuchtigen Kragen die Blicke auf sich. Es ist ein Spiel der Proportionen.

**Streetstyle** Man(n) traut sich: ein Pullover, länger als die Jacke, dazu ein kurzes Après-Ski-Gilet oder zwei übereinandergetragene Jacketts. Erlaubt ist vieles. Allerdings dürfen die Teile nicht zu weit geschnitten sein. Und der Look muss gepflegt wirken.

## Stolzer Kavalier

**Catwalk** Was für Männer! Straff am Körper oder wehend wie Flaggen liegen die Mäntel (von Paul Smith) an den Models auf dem Laufsteg. Der neue Offizierslook beflügelt weibliche Fantasien. Etwas zu ausgeprägt bei John Galiano. Ann Demuilemeister setzt den Look in feine Facetten um. Die Uniformen von Dior Homme sind weniger markant, dafür charmanter. Männlichkeit dominiert bei Yves Saint Laurent.

**Streetstyle** Diesen Winter stecken die Füsse des Mannes in Boots (wie bei Alberto Guardiani und Kris Van Assche) und bewegen sich zwischen Punk- und Militärlook. Der straff geschnittene Mantel lässt Männer strammstehen. Selbstsicher, aber ohne Hochmut.

## Pelz setzt Akzente

**Catwalk** Pelz ist nicht nur bei Eskimos angesagt. Man(n) trägt ihn weniger als ganzen Mantel (wie bei Giorgio Armani oder bei John Galiano), sondern er setzt Akzente, sei es als Kragen oder als Innenfutter. Die aktuelle Herrenkollektion von Muccia Prada ist ein gutes Beispiel: Schauspieler Adrien Brody präsentierte sich bei ihrer Show im eleganten Pelzkragen und läutete damit die Rückkehr des gepflegten Dandylooks ein.

**Streetstyle** Dieser Look hängt ganz und gar von Alter und Beruf ab. Auch wenn der Pelzmantel zu den Highlights der Saison gehört, es braucht Mut und die passende Gelegenheit, um darin nicht wie ein Snob, Zuhälter oder Mafioso zu wirken. Als Innenfutter oder Kragen getragen, eignet sich Pelz für Männer auch im Alltag.

## Edle Note

**Catwalk** Das angesagte Dunkelrot wirkt weder protzig noch aufdringlich. Es erinnert vielmehr an einen Bordeaux Grand Cru. Louis Vuitton verwendet den klassischen Männerfarbton für Mäntel mit Gürtel, Salvatore Ferragamo für Zweireiher und Neil Barrett für Dufflecoats. Wolle (bei Gucci) und Leder verleihen Bordeaux eine warme und edle Note. Zu knallig kann das Rot jedoch auch billig rüberkommen (wie bei Acne). Maison Martin Margiela präsentiert sogar Bikerhosen in Dunkelrot, eine willkommene Abwechslung zum typischen Schwarz.

**Streetstyle** Wer falsch kombiniert, kann mit dem klassischen Bordeaux leicht danebenliegen. Der aktuelle Trend unterstreicht den Mann in seiner ganzen Eleganz, sei es mit Wollpullover, Schal, Gilet oder Sportanzug. Um farblich auf Nummer sicher zu gehen, lässt man sich am besten von seiner Frau, einem Freund oder einem kompetenten Verkäufer beraten.

## Hoch mit der Hose

**Catwalk** Wie hoch wird eine Hose getragen? In den letzten Jahren schien der Bund immer tiefer zu rutschen (besonders bei Jugendlichen oft zu tief). Damit ist nun endgültig Schluss! Dries Van Noten färbt die Gürtellinie ein und verbindet damit das Hemd optisch mit der Hose. Der New Yorker Phillip Lim verlängert die Beinpartie und lässt damit den Oberkörper kürzer scheinen. Hoch bis zur Taille tragen Männer ihre Hosen bei Alber Elbaz, ohne dabei an unsere Grossväter zu erinnern.

**Streetstyle** Männern mit breiten Schultern und ohne Bierbauch steht die hohe Taille besonders gut. Ansonsten nur jenen, die über die nötige Portion Humor oder ausgezeichnete Modekenntnisse verfügen. Zum Massenphänomen wird dieser Trend kaum, aber einen Versuch ist er allemal wert.

## Mann mit Facetten

**Catwalk** Für Abwechslung sorgen diese Saison die Anzüge. Veston und Hose sind bei Gucci, Prada oder Lanvin zweifarbig, immer harmonisch abgestimmt. Für seine letzte Kollektion bei Yves Saint Laurent präsentierte Stefano Pilati Kragenrevers aus Leder. Auch der klassische Zweireiher ist zurück, gesehen bei Salvatore Ferragamo und bei Raf Simons für Jil Sander. Der typische Anzug ist, zumindest diesen Herbst und Winter, passé.

**Streetstyle** Die Modeschauen setzen auf Eleganz mit einem Hauch von Originalität. Um mögliche Fauxpas zu vermeiden, greifen gelegentliche Anzugträger am besten zu Schwarz. Alte Fische und Modemutige kombinieren karierte Jacketts der letzten Saisons mit einfarbigen Hosen. Ein Pullover mit Rundkragen ist der passende Ersatz fürs Hemd.



PARFUMS

# PLEATS PLEASE

ISSEY MIYAKE



THE NEW FRAGRANCE BY ISSEY MIYAKE





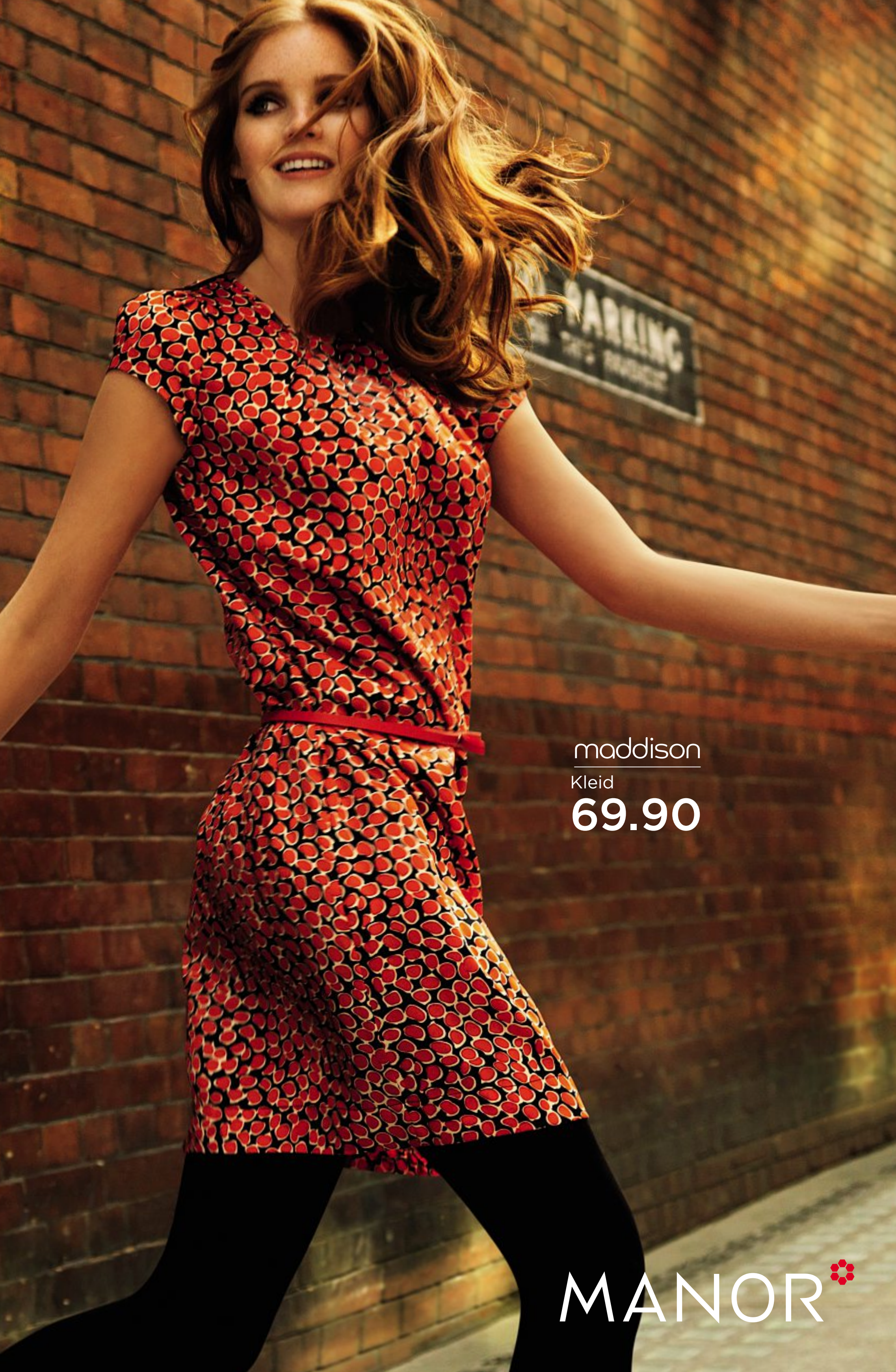
## PRO 100.- EINKAUF SCHENKEN WIR IHNEN 20.-

Manor belohnt jeden Einkauf ab CHF 100.- mit einer Style Card im Wert von CHF 20.-. Der maximale Wert der Style Card beträgt CHF 200.- bei einem Einkauf ab CHF 1000.-. Profitieren Sie von unserem Angebot in unseren Abteilungen Mode, Heimtextilien und Sport. Aktion nicht kumulierbar mit anderen Promotionen. Aktionsdauer vom 31.8.-22.9.2012.\*



Jetzt QR-Code scannen  
und die neue Herbst-  
kollektion entdecken.  
Oder direkt auf  
[www.manor.ch/herbst](http://www.manor.ch/herbst)





maddison

Kleid

69.90

MANOR 



# Pariser Kid vs.



## URBANES OUTFIT

- 1.** Jackett aus Wolle, *Scapa of Scotland*, 1150 Fr. dazugehörige Hose, 450 Fr.
- 2.** Schuhe Harum, *Robert Clergerie*, 760 Fr.
- 3.** Mütze aus Tweed, *Burberry Prorsum*, 450 Fr.
- 4.** Pullover aus Alpakawolle, *Joseph*, ca. 420 Fr. bei net-a-porter.com.
- 5.** Ledertasche Alchester, *Burberry Prorsum*, 1395 Fr.
- 6.** Seidenschal, *Marc Rozier*, 34,80 Fr.
- 7.** Seidenkrawatte, *Bongenie Grieder*, 85 Fr.
- 8.** Wangenrouge Outlaw, *Nars*, ca. 50 Fr.



# englischer Lord

IM NÄCHSTEN HERBST IST DER MASKULINE LOOK TREND.  
PARISER CHIC TRIFFT AUF ENGLISCHE COOLNESS.

STYLING ANOUK SCHUMACHER & EVA-MARIA SCHLEIFFENBAUM



## WEEKEND AUF DEM LAND

**1.** Veston aus Samt, **Jil Sander**, 990 Fr. dazugehörige Hose, 550 Fr. **2.** Mütze aus Tweed, **Ted Baker**, 59.90 Fr. **3.** Handschuhe aus Pecarry-Leder, **Piero Restelli**, 398 Fr. **4.** Uhr Maestro Petit Seconde Or Rose, **Raymond Weil**, 1850 Fr. **5.** Regenschirm, **Day**, 259 Fr. **6.** Pullover aus Merinowolle und Kaschmir, **Hackett London**, 295Fr. **7.** Karierte Krawatte, **Drykorn for Beautiful People**, 79.90 Fr. **8.** Lederschuhe, **John Lobb**, 1300Fr. **9.** Parfum Fan di Fendi, **Fendi**, 50 ml 75.90 Fr., 100 ml 104 Fr.



BURBERRY PRORSUM

ENCORE! | MODE 2012





# ALLES LEDER ODER WAS?

VOM SCHEITEL BIS ZUR SOHLE IN LEDER: DER MIX VON MATERIALIEN BRINGT SPANNENDE KONTRASTE.

FOTOS LENY GUETTA & RICHARD VOINNET (MODELS) UND CHARLES NÈGRE (STILLS)  
STYLING STILLS IRMA BIRKA





**LINKE SEITE**  
**Von links oben nach rechts unten:**  
 Beuteltasche Mini Cathy Bag aus Leder, **Lacoste**. Bowlingtasche aus Schlangenleder, **Lanvin**. Ledertasche Audrey H., **S. T. Dupont**. Ledertasche mit Pailletten, **Louis Vuitton**. Schultertasche aus Alligatorenleder, **Hermès**. Kleine Dior Granville Reisetasche aus Lammleder, **Christian Dior**. Pilotenbrille aus Leder, **Montblanc Eyewear**. Kleine Lederhandtasche, **Sarah Chofakian for Brazil Design**. Ledertasche Minimax, **Barbara Bui**. Henkeltasche aus Kalbsleder im Vintage-Stil, **Chanel**. Beuteltasche in Lederoptik, **Paul & Joe Sister**. Grosse Henkeltasche aus Alligatorenleder, **Ethan K**. Ledertasche Gloucester aus Kalbsleder in Schlangenoptik, **Kate Moss für Longchamp**.

**RECHTE SEITE**  
 Kleid aus Tweed und Leder, **Hugo by Hugo Boss**. Pumps aus Leder und Plastik, **Amaya Arzuaga**. Lederclutch, **Coach**. Armreifen, **Poggi**. Manschetten, **Longchamp**.





**LINKE SEITE**

Blazer, Hemd und Hose aus Leder, **Jitrois**. Lederboots mit leuchtfarbigen Gummisohlen, **Paul Smith**. Uhr, **Perrelet**.

**RECHTE SEITE**

Von links oben nach rechts unten:

Plateau-Sandalen aus Python- und Kalbsveloursleder, **Christian Dior**. Pumps aus zweifarbigem Leder, **Chanel**. Plateau-Pumps aus Brossé- und Schlangenleder, **Lanvin**. Pumps aus Nappaleder mit Fellabsatz in Leo-Print, **Walter Steiger**. Pumps aus Leder mit Rochenhauteffekt, **Freelance**. Männerhut aus Leder, **Agnès B**. Pumps aus zweifarbigem Krokodilleleder, **Sonia Rykiel**. Pumps aus Leder und Kalbsveloursleder, **Barbara Bui**. Pumps aus Straussenleder mit Plexiaabsatz, **Louis Vuitton**. Riemchen-Ankleboots aus Leder, **Miezko for Brazil Design**.













**LINKE SEITE**

**Von links oben nach rechts unten:**

Derby-Schuhe aus Leder (cuir brossé) mit Plateausohle, **Chevignon**. Richelieu-Schuhe aus dreifarbigem Leder und Kalbsveloursleder, **Heschung**. Stiefeletten aus Leder, **Paul & Joe**. Derby Schuhe aus dreifarbigem Leder, **Paul Smith**. Handschuhe aus Lammlleder, **Glove Story**. Derby-Schuhe aus Lammlleder, **Kenzo**. Derby-Schuhe aus zweifarbigem Nubukleder, **Jean-Baptiste Rautureau**. Derby-Schuhe aus Leder und Lackleder mit Plateausohle, **John Galliano**. Richelieu-Schuhe aus Leder und Latex, **Prada**.

**RECHTE SEITE**

Oberteil aus Chiffon und Leder, **Hugo by Hugo Boss**. Legginghose, **DNA**. Lederpumps, **Blumarine**. Kleine Henkeltasche aus Leder, **Coach**. Handschuhe aus Plongé-Lammlleder **Paul Ka**. Halskette, **S. Christiaens**.

ADRESSEN SEITE 52.  
FOTOS: LENY GUETTA.  
REALISATION: RICHARD VOINNET.  
PRODUKTION: CENDRINE POUZET.  
ART DIRECTOR: GÉRALDINE DURA.  
MODELS: NATALIA UND ALEXANDRE.  
STYLING STILLS: IRMA BIRKA.  
ASSISTENTIN STYLING: FLEUR HUYNH.  
HAARE: STÉPHANE DELAHAYE.  
MAKE-UP: LORIANE LÉGER





Paul Smith empfiehlt:  
The River Café in London.

# 10

## RESTAURANT- TIPPS VON MODE-PROFIS

EIN STILVOLLES INTERIEUR UND  
TRADITIONELLE KÜCHE AUF  
MODERNE ART – DIESE MODE-  
LEUTE HABEN GESCHMACK

TEXT SEMAJA FULPIUS, KATJA RICHARD





**Das Lieblingslokal von Designer Paul Smith**  
The River Café,  
**London**



**Warum:** «Das River Café ist mein Lieblingsrestaurant in London, weil die italienische Küche hier anders schmeckt, als man sie sonst kennt. Der Küchenchef benutzt erlesene Zutaten, die dem Essen einen besonderen Geschmack verleihen.

Obwohl es nicht billig ist, lohnt sich ein Besuch. Die Terrasse (falls in London mal schönes Wetter herrscht) ist sehr charmant. Mein Lieblingsgericht ist das gegrillte Schweinefleisch aus dem Holzofen.»

**Das Lokal:** Die zwei Gründerinnen Ruth Rogers und die inzwischen verstorbene Rose Gray haben einen Ort der Freude kreiert, an dem sich Essen auf Fantasie reimt. Mit grosser Liebe zur italienischen Küche kreieren sie nicht traditionelle Gerichte, sondern zum Beispiel gebratenes Taubenfleisch mit Chianti oder Dinkelsuppe mit Rosmarin. Der Stolz des modernen und schlicht eingerichteten Restaurants ist sein grosser Holzofen.

**Preis:** Hauptgang ab 55 Franken.

Thames Wharf, Rainville Road, London W6 9HA,  
Telefon +34 020 7386 4200, [www.rivercafe.co.uk](http://www.rivercafe.co.uk)



**Das Lieblingslokal von Make-up-Artist Tom Pecheux**  
Anahi,  
**Paris**



**Warum:** «In Paris besuche ich gerne das argentinische Restaurant Anahi. Ich liebe die Atmosphäre des heterogenen Publikums – hier trifft man Künstler, Menschen aus der Mode- und Filmbranche und natürlich Fleischliebhaber.

Die Besitzerin ist eine äusserst warmherzige und lustige Person, bei ihr fühle ich mich wie zu Hause.»

**Das Lokal:** Von aussen ist nicht erkennbar, dass sich hier die hippe Pariser Gesellschaft trifft. Die alte Metzgerei ist rustikal gehalten, mit weissen Plattenböden und originalem Steingut. Der Geruch von gegrilltem Fleisch lädt zum Geniessen ein: Entrecôte vom Babybeef, Bife de Lomo, Kalbsbries und südamerikanische Weine, die mit argentinischen Beilagen serviert werden.

**Preis:** Menü etwa 60 Franken.

49 rue Volta, 75003 Paris, Telefon + 33 1 48 87 88 24



**Das Lieblingslokal von Model Werner Schreyer**  
Zum Schwarzen Kameel,  
**Wien**



**Warum:** «Im Jugendstil-Ambiente fühle ich mich mehr wie in einem Wohnzimmer als in einem Restaurant. Das Essen ist sehr gut, österreichisch, aber modern. Für mich das hippe Lokal in Wien.»

**Warum:** Ein Besuch im Schwarzen Kameel versetzt in vergangene Zeiten. Das Interieur mit seinen Holztäfelungen, der Anrichte und dem Mobiliar ist original Jugendstil. Die Küche ist traditionell wienerisch und kreativ. Auf der Weinkarte werden über 800 Weine von nationalen und internationalen Topgütern geführt. Unbedingt zu empfehlen ist ein Schmankerl an der Bar; sie ist das Herz des Kameels. Das Stelldichein am Samstag-nachmittag hat Kultstatus: Hier trifft sich, wer sehen und gesehen werden will, auf ein Glas Veltliner. Dazu gehören kleine Sandwichs mit scharfem Fleischsalat, zartrosa Roastbeef oder Lachskaviar.

**Preis:** Menü (4 Gänge) 95 Franken

Bognergasse 5, 1010 Wien, 1. Bezirk,  
Telefon +43 (0)1 533 81 25, [www.kameel.at](http://www.kameel.at)



**Das Lieblingslokal von Model Elettra Rossellini**  
Whitehall,  
**New York**



**Warum:** «Mein Verlobter Chris Rendell hat soeben das Whitehall eröffnet, ein tolles Restaurant mit unglaublichen Cocktails. Das Lokal ist so gefragt, dass selbst ich an manchen Abend keinen Platz finde. Bei einem Besuch sollte man auf jeden Fall den Kürbissalat mit Feta kosten. Und natürlich die Desserts des Hauses; das Whitehall hat einen eigenen Patisseur.»

**Das Lokal:** Selbst die kritische «New York Times» ist vom neuen Restaurant begeistert. Der Einrichtungsmix (ländliche schottische Akzente und moderne Chill-out-Lounge), die Cocktails und das Essen überzeugen. Auf der Speisekarte von Küchenchef Chris Rendell findet man klassische Rezepte aber auch Sardellenbutter und mit Speck gefüllte Austern. Dank dem britischen Flair und den Holzbänken fühlt man sich im Whitehall fast wie im Hyde Park.

**Preis:** Hauptgang ab 20 Franken.

19 Greenwich Avenue, West Village, New York, NY 10014,  
Telefon +1 212 675-7261, [www.whitehall-nyc.com](http://www.whitehall-nyc.com)

**Das Lieblingslokal von Pierre Brunschwig, Chef von Bon Genie Grieder**  
Auberge des Vieux-Chênes,  
**Presinge GE**



**Warum:** «Ich liebe diese Auberge für ihre schmackhafte Küche, die Sommerterrasse, das nette Personal und die authentische Atmosphäre. Zu meinen Liebesspeisen gehören sogenannte «Halunkengerichte» wie Nieren oder Kalbsbries, der Hecht in weisser Butter, der Siedfleischsalat, die farcierten Champignons, oder die mit Limetten aromatisierten Œufs à la neige.»

**Das Lokal:** Die Auberge des Vieux-Chênes ist ein typischer Landgasthof: Saftiges Efeu rankt an den Hauswänden, rustikale Tischdeckchen und Vorhänge im Inneren schaffen Gemütlichkeit. Es ist der perfekte Ort, um sich an einem Sonntag im Grünen zu entspannen, die regionale Küche zu geniessen und ohne schlechtes Gewissen ein grosses Rindssteak zu verzehren.

**Preis:** Hauptgang ab 25 Franken.

121 Route de Presinge, 1243 Presinge GE,  
Telefon 022 759 12 07

**Das Lieblingslokal von Gildo Zegna, CEO Zegna**  
Al Porto,  
**Mailand**



**Warum:** «Das Al Porto ist das beste Fischrestaurant, das ich kenne. Hier bin ich oft zu Gast, da das Essen hervorragend schmeckt und die Atmosphäre stets ausgezeichnet ist. An diesem Ort fühle ich mich wie zu Hause.»

**Das Lokal:** Das seit 1966 existierende Fischrestaurant befindet sich in einem ehemaligen Zollhaus und gehört zu den wichtigsten Restaurants Mailands. Die Küche zaubert typische Gerichte aus der toskanischen Versilia-Region. Wären da nicht die weissen Tischtücher und das edle Silberbesteck, man würde seinen Teller zum Schluss am liebsten ablecken – so hervorragend schmecken die Fischsaucen und der Tintenfisch mit Kartoffeln, eine Hausspezialität des Al Porto. Die Köstlichkeiten werden mit Gemüse und frischer Pasta serviert.

**Preis:** Hauptgang ab 75 Franken.

Piazzale Generale Cantore, 20123 Mailand,  
Telefon +39 02 894 074 25,  
[www.ristorantealportomilano.it](http://www.ristorantealportomilano.it)





Das Lieblingslokal von Model Ronja Furrer

## Hudson Clearwater, New York



**Warum:** «Ich war Vegetarierin, dann habe ich habe ich hier ein Steak probiert. Seitdem esse ich wieder Fleisch. Es ist ein sensationelles Lokal mit spezieller Karte und traumhaftem Ambiente. Ich verbringe gerne meine Zeit in diesem Restaurant. Die Leute sind ein Spitzenteam und Freunde von mir.»

**Das Lokal:** Das kleine Restaurant im West Village gilt immer noch als Geheimtipp. Leicht zu finden ist es nicht, er führt über einen begrünten Innenhof mit ein paar Tischen zu einer grünen Tür ohne Schild. Im coolen und zugleich heimeligen Ambiente am Holztisch bei Kerzenschein fühlt man sich fast wie bei einem privaten Dinner, statt in einem Restaurant. Die Barboni-Brüder und ihre Partner Matthew Hechter und Christopher Brandon sind trotz Kultstatus bodenständig und herzlich geblieben. Die typisch amerikanische Küche ist vorzüglich und noch erschwinglich.

**Preis:** Steak etwa 20 Franken.

447 Hudson Street, New York, NY 10014,

Telefon +1 212 989 32 55, [www.hudsonclearwater.com](http://www.hudsonclearwater.com)

Das Lieblingslokal von Modeunternehmerin Trudie Götz

## Fischers Fritz, Zürich



**Warum:** «Alles hier ist mit viel Liebe gemacht und es überrascht nicht nur mich, dass es solche Orte überhaupt gibt. Kürzlich war ich mit der Direktion von Balmain aus Paris zum Essen hier – sie waren ebenfalls begeistert.»

**Das Lokal:** Direkt am Zürichsee gelegen, ist aus der ehemaligen Campingbeiz ein In-Place geworden. Im Sommer drängt sich die Prominenz auf Holzbänken und geniesst den Fisch, der täglich frisch aus dem Zürichsee kommt. Die Speisekarte ist einfach, Renner sind Fischknusperli und Pouletflügel. Im ehemaligen Waschhaus hinter dem Restaurant ist ein Weinkeller mit exklusiven Trouvaillen entstanden, vom Sassicaia, Ornellaia bis zu Hundred Acre oder Château Mouton-Rotschild 1945. Hier suchen sich die Gäste edle Tropfen zum frischen Fisch aus.

**Preis:** Hauptgang ab 40 Franken.

Seestrasse 559, 8038 Zürich,

Telefon 044 482 16 12, [www.fischers-fritz.ch](http://www.fischers-fritz.ch)

Das Lieblingslokal von Modezar Karl Lagerfeld

## L'Orient Extrême, Paris



**Warum:** «Da ich Küchengerüche hasse, Süssgetränke meide, Fettiges verabscheue und Fisch dem Fleisch vorziehe, ist dieses Restaurant genau das Richtige für mich.»

**Das Lokal:** Das Interieur ist mit weissen Wänden, weissem Geschirr und Holztischen sehr nüchtern gehalten – typisch japanisch. Toyofumi Ozuru, der renommierte Chefkoch des Orient Extrême, stammt aus einer bekannten japanischen Gastro-Familie und verwöhnt seine Besucher mit Gerichten aus der traditionellen japanischen und internationalen Küche. Der Gast hat die Wahl von einem Ceviche mit japanischer Note bis zu Tempura mit Crevetten und Gemüse.

**Preis:** Hauptgang etwa 45 Franken.

21 rue Bayard, 75008 Paris,

Telefon +33 1 47 20 91 58, [www.orient-extreme.com](http://www.orient-extreme.com)



Das Lieblingslokal von Schuhdesigner Christian Louboutin

## Le Grill im Grand Hôtel Kempinski, Genéve



**Warum:** «Wenn ich in der Schweiz bin, besuche ich in Gstaad das Clubhaus des Eagle Ski Club, das nur Mitgliedern Zutritt gewährt. In Genéve esse ich gerne im Le Grill des Hotels Kempinski. Das gemütliche Ambiente des Restaurants und die wunderschöne Seesicht geniesse ich besonders.»

**Das Lokal:** Das Restaurant Le Grill Genéve 5-Sterne-Hotel Kempinski beeindruckt mit atemberaubender Aussicht auf den Mont Blanc und den See. Auf der Menükarte stehen unter anderem der klassische Beefburger (für Fleischesser, die locker 250 Gramm Steak verzehren), die Foie gras mit grünem Pfeffer, kandierte Kirschen oder Pistazien-Clafoutis. Vegetarier kommen auch nicht zu kurz – sie erfreuen sich zum Beispiel an einem Risotto mit Pfifferlingen und Spargeln.

**Preis:** Hamburger ab 48 Franken, Vorspeise und Hauptgang etwa 70 Franken.

19, Quai du Mont Blanc, 1201 Genéve, Telefon 022 908 92 20, [www.kempinski.com/geneva](http://www.kempinski.com/geneva)

Gutes Essen und **schönes Ambiente:**  
die Grossen aus der Modewelt wollen sich  
«wie zu Hause» fühlen



## Selbst ist der Designer: Modemacher mit eigenen Restaurants

**Armani Ristorante**

Im Lokal des Modeschöpfers Giorgio Armani (im Armani Hotel) wird traditionelle italienische Küche serviert. Aus dem eleganten Interieur im Art-Deco-Stil in Beige und Schwarz geht der Blick über das Panorama Mailands. Via Manzoni 31, Mailand, [milan.armanihotels.com](http://milan.armanihotels.com)

**Le Ralph's**

Das Restaurant des New Yorkers Ralph Lauren befindet sich mit dem Flagship-Store in einem 300 Jahre alten Pariser Gebäude. Im stilvollen Interieur (Teakholzmöbel, weisse Tischtücher) gibt es typisch amerikanisches Essen. 173 Boulevard Saint-Germain, Paris, [ralphlaurenstgermain.com](http://ralphlaurenstgermain.com)

**La Table du Huit**

Das Modelabel La Maison Martin Margiela hat die Einrichtung dieses Restaurants gestaltet und daraus einen Traum in Weiss kreiert. Fürs raffinierte Essen ist Küchenchef Benoit Hilaire verantwortlich. 8, rue Jean Goujon, Paris, [www.latableduhuit.fr](http://www.latableduhuit.fr)





# Himmliche Zeitmesser

SO WIE KOMPASS UND FLAGGE ZUR NAUTIK GEHÖREN, GELTEN PILOTENBRILLEN UND PILOTENUHREN ALS MARKENZEICHEN DER AVIATIK

TEXT CRISTINA D'AGOSTINO

**D**IESES JAHR wurde an den Uhrenmessen eine ganze Staffel von neuen Fliegermodellen vorgestellt, mit IWC und Zenith an der Spitze. Inspiriert von Bordinstrumenten der Jagdflugzeuge aus der Vorkriegszeit und den Hightech-Cockpits der modernen Kampfjets, sind sie Zeugnis einer jahrzehntenlangen Schweizer Uhrmacherkunst, die seit je mit dem Traum von Ikarus verbunden ist. Mit einer Taschenuhr von Zenith in der Weste wagte Pionierflieger Alberto Santos-Dumont 1906 den ersten öffentlichen Motorenflug der Welt. Drei Jahre später überquerte Louis Blériot mit einer Cartier-Uhr am Handgelenk als Erster den Ärmelkanal. Anfang des 20. Jahrhunderts jagte ein mechanisches Wunder das andere.

Als Hommage an diese abenteuerliche Zeit erweitert Zenith ihre Pilotenuhrenlinie um drei weitere Modelle, darunter die spektakuläre «Pilot Montre d'Aéronef Type 20». Bei ihrem gigantischen Durchmesser von 57,7 Millimeter liessen sich die Uhrmacher von der Borduhr «Zenith Type 20» aus dem Jahre 1939 inspirieren, mit der schon die Trainingsflugzeuge Caudron Simoun C.635 der französischen Armee ausgestattet waren. Das überarbeitete mechanische Uhrwerk 5011K mit Handaufzug ist die exakte Nachbildung der berühmten Taschenuhr

5011. Denn bis heute unterscheiden sich die Anforderungen von jenen an die grossen Abenteurer der Lüfte nicht: Genauigkeit, Luft- und Wasserdichtheit, Temperaturbeständigkeit, magnetische Unempfindlichkeit, gut lesbares Zifferblatt sowie eine Rändelkrone, um Einstellungen mit Handschuhen vornehmen zu können. Allesamt Qualitätsmerkmale, welche die Modelle von Zenith auszeichnen.

### Renaissance in luftigen Höhen

Auch IWC überfliegt derzeit die Uhrenmessen mit einem neuen Modell. Die «Big Pilot Top Gun Miramar» im militärischen Look lässt die Fliegeruhrtradition der Schaffhauser Manufaktur aufleben und ist dem bekannten kalifornischen Luftstützpunkt «Navy Fighter Weapons School» in Fallon, Nevada – unter Kennern auch «Top Gun» genannt – gewidmet.

Die Uhrenherstellerin Alpina zeigt sich ebenfalls nostalgisch und lanciert ihre über hundertjährige «Alpina Heritage Pilot» neu. Die Nachbildung kommt dem Original der 1920er-Jahre sehr nahe und bewahrt mit ihrem Scharniergehäuse, dem Index und dem grossen Durchmesser von 55 Millimetern alle ursprünglichen Charakteristika. Das schwarze Zifferblatt, die Ziffern und das Alpina-Logo versprechen einen perfekten Retro-Look.

Mit ihrer Neuinterpretation lässt Milus den «Life Barter Kit» der US-Marinepiloten

der 1940er-Jahre auferstehen. Neben der Uhr «Snow Star Instant Date» beinhaltet das Überlebenspaket eine Goldkette, zwei Goldringe sowie einen goldenen Anhänger. Die wertvollen Inhalte dienten natürlich nicht der Erscheinung des Piloten, sondern waren als Tauschwährung für den Notfall gedacht. Siebzig Jahre später bringt Milus für Sammler eine Neuauflage des Survival Kits mit 1940 Exemplaren der «Snow Star Heritage» aus Stahl und 99 Exemplaren aus Gold auf den Markt.

Uhren im quadratischen Design von Cockpitinstrumenten sind typisch für die Marke Bell & Ross. Der Hersteller erweitert seine Aviation-Kollektion um die drei neuen Modelle «2012 BR01 Horizon», «BR01 Altimeter» und «BR01 Turn Coordinator». Von drei Cockpitinstrumenten inspiriert, überzeugen sie durch perfekte Lesbarkeit und Zuverlässigkeit.

In der Kategorie der chronographischen Fluginstrumente repräsentiert die «Chronomat Blackbird» von Breitling für viele die Perfektion schlechthin. Seit über 80 Jahren ist die Marke mit den geschwungenen Flügeln unter Piloten beliebt. Dieses Jahr kreierte Breitling eine limitierte Stückzahl von 2000 Exemplaren in Stahl. Ein gut lesbares, schwarzes Zifferblatt und das digitale Zusatzmodul «Co-Pilot» für Flugzeiteinteilungen sind die Merkmale der typischen Fliegeruhr.

Dann mal ab in die Lüfte! ☺



**OBEN**  
Bell & Ross BR01 Altimeter.

**NEBENSTEHEND, VON LINKS NACH RECHTS**  
Big Pilot Top Gun, IWC, Breitling Chronomat Blackbird, Milus Snow Star Heritage, Zenith Pilot Montre d'Aéronef Type 20.



Beistelltisch «Cabaret»,  
2200 Fr., **Kenneth Cobonpue.**

Sessel «Juliet» von  
Benjamin Hubert,  
5500 Fr.,  
**Poltrona Frau.**

Sessel «Zabuton»  
von Nendo, Preis auf  
Anfrage, **Moroso.**

Sitzkissen «Slumber» von  
Aleksandra Gace, klein 890 Fr.,  
gross 1300 Fr., **Casalis.**

Sessel «La Mise» von Luca  
Nichetto, 2700 Fr., **Cassina.**

Sessel «Santa Monica  
Lounge» von Jean-Marie  
Massaud, Preis auf  
Anfrage, **Poliform.**

Hocker «Stitching  
Concrete», Preis  
auf Anfrage,  
**Florian Schmid.**

Sessel «M.a.s.a.s.»  
von Patricia Urquiola,  
1750 Fr., **Moroso.**

Sessel «Garment  
Chair» von  
Benjamin Hubert,  
2400 Fr.,  
**Cappellini.**

Stuhl «Felt» von  
Delo Lindo, 800 Fr.,  
**Ligne Roset.**

Hocker «Knitt Stools»,  
560 Fr.,  
**Claire-Anne O'Brien.**

## Raffiniert gesteppt

GESCHNITTEN, GENÄHT,  
GESÄUMT – DESIGNERMÖBEL  
SCHLÜPFEN  
IN HAUTE COUTURE

AUSWAHL ANOUK SCHUMACHER





Kuren mit Stil, aber ohne Pardon: Gesundheitszentrum Lanserhof im Tirol.

# Handfeste Kur

VITALITÄTSVERLUST? LEISTUNGSABFALL? PSYCHO-EMOTIONALE BELASTUNGEN? EINE ODER ZWEI WOCHEN IM **LANSERHOF** IN DER TIROLER BERGWELT KÖNNEN WUNDER WIRKEN

TEXT SILVIA AESCHBACH

**D**IE KRISE KOMMT AM ZWEITEN TAG. MEIN KOPF ZERSPRINGT FAST in seine Einzelteile. Während sich die anderen Gäste ihrem frugalen Nachtessen widmen oder die Aussicht auf die Tiroler Bergkulisse genießen, liege ich mit Migräne im Bett. Die «Kurkrise» wurde mir zwar von der leitenden Ärztin des Lanserhofs, Dorothea von Hahn, vorausgesagt, aber dass ich so schnell und heftig auf die Ernährungsumstellung inklusive Koffeinverzicht reagieren würde, hätte ich nicht geahnt. Zwölf Stunden später ist der Spuk vorbei. Ich fühle mich fit und dank dem morgendlichen abführenden Bittersalz angenehm leer. Jetzt kann mein Regenerationsprogramm beginnen, das neben einer individuellen Diät nach der Theorie des österreichischen Arztes Franz Xaver Mayr tägliche Arztvisiten, Massagen, viel Ruhe und ein Bewegungsprogramm umfasst. Diese Mischung aus Anregung und Entschleunigung soll Körper, Geist und Seele in Einklang bringen. Merke: Im noblen Gesundheitszentrum Lanserhof in Lans bei Innsbruck geht es nicht um Streichelwellness, sondern um handfestes Kuren.

Beim Kuren sind alle gleich. Alle Gäste sitzen im Trainer oder Badematel beim Frühstück; dass sich die Mehrheit der Klientel aus erfolgreichen Geschäftsleuten und wohlhabenden Damen zusammensetzt, sieht man nicht. Viele Gäste seien «ausgepowert», würden unter Vitalitätsverlust, Leistungsabfall und unter psycho-emotionalen Belastungen leiden, sagt Lanserhof-Geschäftsführer Andreas Wiesner. Von allfälligen Gebrechen ist bei den Mahlzeiten allerdings nichts zu spüren. Die Atmosphäre ist locker, man sitzt im Speisesaal meist zu viert an einem Holztisch. Schweizer, Deutsche, Österreicher, einige Russen. Vor sich hat jeder ein Namensschild in Schönschrift. Thomas Gottschalk soll hier schon gekurt haben,

und natürlich auch die Milliardärin Susanne Klatten, die hier ihren erpresserischen Kurschatten Helg Sgarbi kennen gelernt haben soll.

Die Unterhaltung ist eher schleppend. Denn es will eine ganze Palette von Nahrungsergänzungsmitteln geschluckt sein, bevor man als Hauptmahlzeit zwei trockene Scheiben Dinkelbrot im Zeitlupentempo verzehren darf. Gründliches Kauen ist Pflicht. Wenn beim Essen gespart wird, ist dafür das Spektrum bei den Kuranwendungen riesig: Es geht von einer Detox-Gesichtsbehandlung (119 Euro) über ein Mental Coaching (185 Euro) bis zu einer Abklärung im Schlaflabor (890 Euro).

## Erwachen im Wald

Nuad Thai ist mein persönliches Highlight: eine Art sanftes Shiatsu, eine Mischung aus Massage und Stretching. Auf die klassische Nackenmassage dagegen reagiere ich mit Schmerzenslauten. Es gebe Gäste, die um einiges empfindlicher – meint: wehleidiger – seien als ich, tröstet die Therapeutin. Am schlimmsten seien die italienischen Männer und die arabischen Frauen, die dürfe man kaum anrühren.

Ich fühle mich jeden Tag frischer. Ob es am ausgiebigen Schlafen, dem morgendlichen «Erwachen im Wald», am täglichen Yoga oder am Verzicht auf alles, was mir im Alltag schmeckt, liegt, kann ich nicht ergründen. Die Erholung hat ihren Preis. Eine Woche Lanserhof kommt gut und gerne auf 5000 Euro zu stehen. Nur mit dem Abnehmen hat es bei mir nicht geklappt: Ein gutes Kilo weniger, lautet die magere Bilanz, und eine Umfangreduktion von einem Zentimeter am Hals – ausgerechnet meiner ohnehin schlanksten Stelle. Dafür bekomme ich nach dieser Woche viele Komplimente. Ich sähe entspannt aus, «wie das blühende Leben». Ist doch immerhin etwas, oder? ●





**Reine Formsache**

Der Augenaufschlag mit ultralangen Wimpern liegt zwar immer noch im Trend, ist aber nicht mehr der einzige Blickfang beim Make-up. Betonte Brauen öffnen das Auge und lassen den Blick jeder Frau intensiver wirken.

**Francis Ases:** «Bereits in den 1960er-Jahren waren strukturierte Augenbrauen in. Heute steht diese Gesichtspartie wieder im Fokus. In der aktuellen Saison dürfen die Brauen mit Paillettenbändern geschmückt (ideal für Partys), mit Wachs modelliert, optisch verdichtet oder sogar im Frida-Kahlo-Look gestylt werden.»

# Inspirationen vom Laufsteg

DIE MODESCHAUEN FÜR DEN HERBST MACHEN LUST AUF NEUE MAKE-UP-IDEEN: BETONTE LIPPEN, ZART GERÖTETE WANGEN, KRÄFTIGE BRAUEN UND GRAFISCH GESCHMINKTE AUGEN. DIE MAKE-UP-ARTISTEN FRANCIS ASES UND NICOLA FISCHER ERKLÄREN DIE BEAUTY-TRENDS DER SAISON



**NICOLA FISCHER**

Die ehemalige Balletttänzerin hat vor 13 Jahren eine Karriere als Make-up-Artistin in Paris gestartet. Sie ist an der Fashion Week in Paris und für viele Magazine tätig. Sie wird von der Zürcher Agentur Style Council vertreten.



**FRANCIS ASES**

Der Make-up-Artist ist der Liebling der Hochglanzmagazine und zaubert mit dem Pinsel Meisterhaftes. Ases lebt in Genf, aber man trifft ihn in der ganzen Schweiz bei Fotoshootings, Modenschauen und anderen wichtigen Events.





## Kräftige Lippen

Intensiv geschminkte Lippen sind diesen Herbst ein Muss. Die Farbauswahl ist riesig – von Himbeerrot über Zinnober bis zu dunklem Violett.

**Nicola Fischer:** «Die intensiven, dunklen Lippenstifte erinnern mich an die 1990er-Jahre. Die Farben sind zwar nicht so glamourös wie die klassischen Rottöne, sie verleihen dem Gesicht aber eine gewisse Mystik und Tiefgründigkeit.»



Pur Couture Vernis à Lèvres N° 9, Yves Saint Laurent, 48 Fr.



## Schillernder Blick

Das klassische Augen-Make-up treibt bunt. Smoky Eyes sind nicht nur in Schwarz oder Grau erlaubt: Bei Dries Van Noten sah man Orange, bei Ferré Türkis und bei Cavalli Regenbogenfarben.

**Francis Ases:** «Hier dürfen sich die Frauen richtig austoben und mit Farbe experimentieren; tagsüber rostiges Braun, abends grelles Orange oder Regenbogen – alles ist erlaubt. Aber Vorsicht, beim Auftragen bitte nicht übertreiben!»



Eye Shadow Trio, Smashbox, 37 Fr.



## Funky Nails

Auf Vivienne Westwoods Show zeigten die Models zweifarbige und mit Tattoos verzierte Fingernägel. Die richtige Verzierung verleiht weiblichen Händen eine einzigartige persönliche Note.

**Nicola Fischer:** «Mit Fingernägeln ist es wie mit Schuhen: Beide repräsentieren die eigene Persönlichkeit und einen eigenen Stil. Mit ausgefallenem Nagelschmuck können Frauen diesen Herbst ihre Extravaganz unterstreichen.»



Golden Jungle Nail Art Duo, Dior, 54 Fr. und Good as Gold, Essie, 19.90 Fr.



## Rosa Bäckchen

Die Laufstegmodels des US-Designers Michael Kors erinnerten diese Saison an russische Babuschkas.

**Nicola Fischer:** «Mit dem rosaroten Rouge bleiben wir im Trend der Pastellfarben des vergangenen Sommers. Mir gefällt dieses Make-up, da sich Rosa mit allen Farben gut kombinieren lässt und Frische ins Gesicht zaubert. Idealerweise kombiniert man die Babuschka-Bäckchen mit braunem Eyeliner und mit Mascara.»



Phyto-Blush Eclat – Pinky Rose, Sisley, 74 Fr.



## Neue Richtlinien

In dieser Saison ist Schluss mit dem einfachen Lidstrich – jetzt werden mehrfache Linien gezogen. Sie sorgen für einen grafischen Look.

**Francis Ases:** «Die perfekte Gelegenheit, den klassischen Rehblick aufzupeppen! Also bloss keine Hemmungen, den Eyeliner mehrfach zu ziehen. Weniger Fingerfertige setzen am besten auf einen einfachen Lidstrich in Dunkelblau oder Violett.»



Super Liner Gel Intenza, L'Oréal, 21.90 Fr.





# Der schöne Schein trügt

DER UMWELTAKTIVIST, FOTOGRAF UND REGISSEUR YANN ARTHUS-BERTRAND IST BERÜHMT FÜR SEINE NATURBILDER. ZUSAMMEN MIT MICHAEL PITIOT HAT ER JETZT DEN FILM «PLANET OCEAN» MIT FASZINIERENDEN LUFT- UND UNTERWASSERAUFNAHMEN REALISIERT.

TEXT RENATA LIBAL FOTOS YANN ARTHUS-BERTRAND/ALTITUDE

**W**AS FÜR EIN BILD! AUF DER MEERESOBERFLÄCHE SCHWIMMEN zahlreiche rote Bojen und bilden einen bunten Teppich. Das Luftbild einer Fischfarm wurde in der Nähe der südkoreanischen Wando-Insel aufgenommen. Die Exkremente der Fische verschmutzen das Wasser und gefährden den nahe gelegenen Nationalpark Dadohae Haesang. In einer anderen Sequenz (Bild oben) hat das Meer die Farbe von Blut: Das Beta-Carotin-Molekül der Algen färbt das Wasser rund um die Algenzucht rot. In einem nächsten Filmabschnitt tänzelt ein Schwarm von Quallen – graziösen Ballettinas gleich – im Wasser hin und her. Ein schöner Anblick. Doch der Schein trügt: Die durchsichtigen Nesseltiere haben sich in den letzten Jahren stark vermehrt und sind zur regelrechten Plage geworden. Die Vorgehensweise von Regisseur Yann Arthus-Bertrand ist faszinierend: Mit eindrucksvollen Bildern will er unser Interesse wecken und uns dann zum Nachdenken bringen. Der französische Umweltaktivist arbeitet seit 1994 nach diesem Prinzip, so auch bei seinem fotografischen und filmischen Projekt «Die Erde von oben» und bei seinem Film «Home» aus dem Jahr 2009. In seinem neuesten Film «Planet Ocean» setzt sich Arthus-Bertrand für den Meeresschutz ein.

Dabei ist das Wasser nicht einmal Arthus-Bertrands Lieblingselement. Obwohl er ein Haus auf der Insel Porquerolles in Südfrankreich besitzt und oft auf das offene Meer segelt. «Die Tiefen der Ozeane jagen mir Angst ein», sagt der 66-Jährige.

Während des Weltgipfels in Rio de Janeiro im letzten Juni wurde «Planet Ocean» zum ersten Mal gezeigt. Das Publikum und die Medien feierten den Umweltaktivisten wie einen Star. Für sein neues Filmprojekt arbeitete Arthus-Bertrand mit verschiedenen Meeresspezialisten zusammen. Zu ihnen gehört Co-Regisseur Michael Pitiot, der bereits eine Vielzahl von Dokumentationen über das Meer gedreht hat. «Eines Tages kam Yann zu mir und fragte mich: <Sag mal, was genau ist ein Meer?>», erzählt Pitiot lachend. «Darauf machte ich ihn mit anderen <Meeres-Profis> bekannt.» Ebenfalls

zum Filmstab gehörten die Wissenschaftler der Tara, eines Schiffs, das zu Forschungszwecken eingesetzt wird. Die Regisseure Arthus-Bertrand und Pitiot konnten die Plankton-Makrobilder der Wissenschaftler benutzen, die als Lebensindikator der Ozeane gelten.

Für die unglaublichen Unterwasseraufnahmen der Korallenriffe war der bekannte australische Taucher, David Hannan, verantwortlich. Seit 20 Jahren kämpft Hannan für eine Erhaltung der Korallenriffe, des Lebensraums eines Drittels der Meerestiere. «Für einen 40-Sekunden-Film können bis zu vier Jahre Arbeit vergehen», sagt der Taucher. «Man muss die verschiedenen Zyklen der Korallen kennen, sich mit den Mondphasen auskennen und die Strömungen stets im Auge behalten.» Zuständig für die Filmmusik war übrigens das Französische Nationalorchester. Die Musiker haben die Originalmusik von Armand Amar interpretiert.

## Ein Jahr und viele Bewilligungen

Hinter der Idee und der Finanzierung des Films steht der Uhrenhersteller Omega. «Normalerweise arbeite ich nicht auf Bestellung», sagt Arthus-Bertrand. «Für «Planet Ocean» versprach man mir jedoch totale künstlerische Freiheit. Obwohl ein solches Versprechen bei der Zusammenarbeit mit einem Aktivist ein Risiko für den Sponsor darstellen kann.» Dieses Risiko ist der Omega-Präsident Stephen Urquhart eingegangen. Vom Resultat ist er begeistert: «Das Meer ist das Herzstück unserer Uhrengeschichte. 1932 realisierten wir die erste Taucheruhr. Während des Krieges stifteten wir die britische Marine aus, woher auch das Modell Seamaster – Meister der Meere – stammt. Während damals Präzision und Leistung im Vordergrund standen, sind es heute das Verständnis und der Schutz der Meere.» Das Uhrenmodell Planet Ocean hat dem Film seinen Namen gegeben und ist das Wahrzeichen des Projekts.

Zwar haben schon vor Arthus-Bertrand Forscher Meeresfilme realisiert – wie der legendäre Jacques Cousteau –, doch «Planet Ocean» gehört zu einer neuen Gattung von Filmen. Die militante Haltung und der Appell an die Selbstverantwortung sind stärker geworden, und die intensive Beziehung zwischen Mensch und



## DER FILM

Der 90-minütige Film wurde speziell für das Fernsehen und einzelne Vorführungen produziert. Schulen und NGOs wird er gratis zur Verfügung gestellt. Ausschnitte gibt es auf [www.goodplanet.org](http://www.goodplanet.org)





Algenzucht in der westaustralischen **Shark Bay**. Das Beta-Carotin-Molekül der Algen färbt das Wasser rot.

Natur ist deutlich spürbar. «Der Ozean soll nicht mehr nur als gigantisches Aquarium und als schöne Landschaft wahrgenommen werden», sagt Molekularbiologe Chris Bowler vom Forschungsschiff Tara.

Für «Planet Ocean» wurde während eines Jahres an fast 30 verschiedenen Orten gedreht. Die Crew musste sich um die Drehbewilligungen bemühen. Besonders lange liess die chinesische Behörde auf sich warten und erlaubte schliesslich den Hafen von Shanghai – den grössten der Welt – zu überfliegen und zu filmen. «Leider erhielten wir keine Bewilligung, einen der «Fischtanker», diese Fabriken auf hoher See, zu filmen», bedauert Arthus-Bertrand. Die einzigen Fischereiszenen des Films, verfangene Robben in Fischernetzen, sind dank eines chilenischen Fischers realisiert worden. Er nahm die Filmcrew mit ins Boot und erlaubte dem Kameramann, vom Mast aus zu filmen. Die riskanten Filmaufnahmen haben sich gelohnt und «Planet Ocean» zu einem Meisterwerk gemacht. 🍫

## Fotografie Die Welt aus der Vogelperspektive



In den 1970er-Jahren flog **Yann Arthus-Bertrand** mit seiner Frau nach Kenia, um das Verhalten der Tiere zu erforschen. Während seiner Reise stieg er im Naturschutzgebiet Massai Mara zum ersten Mal in einen Heissluftballon ein. Dieses Erlebnis veränderte sein Leben und seine Weltsicht. Seither verbringt Arthus-Bertrand viel Zeit mit seiner Kamera in der Luft und macht die unglaublichsten Fotos unserer Weltkugel.

Lindt 

HAUCHDÜNN  
EXTRA FIN



So dünn.



«Lindt Hauchdünne. Das ist Leidenschaft pur, konzentriert in filigranen Chocolate-Täfelchen. In dieser einzigartigen Form können sich die vielfältigen Geschmacksnuancen der erlesenen Kakaosorten perfekt entfalten.»

**Lindt Maître Chocolatier**



## Ethische Masche beruhigt das Gewissen

### GREEN STYLE



VON CATHARINA  
FINGERHUTH

Im Supermarkt liegen leicht bräunliche Fairtrade-Bananen neben knackig-gelbem Markenobst: Welches der beiden Produkte landet im Einkaufswagen? Eben.

Genauso läuft es mit der Kleiderwahl. Was wir tragen, muss uns gefallen. Wenn es dann noch sozial, öko oder bio ist: Bitte gerne, umso besser!

Beim Kauf meiner Lieblingsjeans vor Jahren habe ich erst zuhause bemerkt, dass sie sich «organic» nennen darf – weil sie ressourcenschonend und chemiefrei hergestellt wird. Inzwischen schaue ich im Geschäft genauer hin. Nachhaltigkeits-Etiketten sind für mich mit der Zeit so anziehend geworden, wie für andere das Schildchen mit dem Schnäppchen-Preis.

Mit jedem neuen Teil in meiner Garderobe, das der Umwelt oder der Gesellschaft dient, fühle ich mich wohler. Es macht mich nicht zu einem besseren Menschen, aber früher oder später beeinflusst es mein Umfeld nachhaltig. Vorausgesetzt, ich trage, was auch anderen gefällt. Denn Grün ist bekanntlich nicht immer schön. Das gilt für Bananen wie für Blusen.

Als meine Freundin Julia mir neulich ein Kompliment für ein Shirt des dänischen Stricklabels Aiayu machte, hätte ich auch nur «Danke!» sagen können. Aber sie musste sich noch meine Erklärung anhören: «Die Lamawolle kommt aus dem bolivianischen Hochland, und sie ist ethisch unbedenklich.» Der Modeladen im Quartier hat nun eine neue Kundin – und Julia beim Shoppen ein ruhiges Gewissen.

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

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

Tipps: [www.netzwerkfairemode.com](http://www.netzwerkfairemode.com)



Nicht nur modern und zeitlos, sondern auch ethisch korrekt: Strickmode von Aiayu.

### ADRESSEN

**AGNÈS B.** Informationen unter

+33 1 40 03 58 44 und [www.europe.agnesb.com](http://www.europe.agnesb.com)

**ALPINA** [www.alpina-watches.com](http://www.alpina-watches.com)

**AMAYA ARZUAGA** Informationen und Onlineshop unter [www.amayaarzuaga.com](http://www.amayaarzuaga.com)

**BALLY** BASEL, Freie Strasse 88, 061 271 96 77 – BERN, Kramgasse 55, 031 311 54 81 – LUZERN, Grendelstrasse 8, 041 410 57 26 – ZÜRICH AIRPORT, Airside Center Level 1, 043 816 93 88 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 66, 044 224 39 39, [www.bally.com](http://www.bally.com)

**BARBARA BUI BASEL**, René Capaul, Bäumleingasse 6, 061 272 77 22 – ZÜRICH, Pure Seven, Storchengasse 7, 044 221 10 10; Bloom's, Poststrasse 10, 043 422 88 88, [www.barbarabui.com](http://www.barbarabui.com)

**BELL & ROSS** [www.bellross.com](http://www.bellross.com)

**BLUMARINE** ST. MORITZ, Trois Pommes, Via Serlas 28, 081 833 83 82, [www.blumarine.com](http://www.blumarine.com)

**BONGENIE GRIEDER** BASEL, Eisengasse 14, 061 260 27 00 – BERN, Waisenhausplatz 14, 031 310 50 60 – LUZERN, Kapellplatz 1, 044 224 35 51 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 30, 044 224 36 36; G. Point, In Gassen 20, 044 224 36 41

**BURBERRY** ZÜRICH, Bahnhofstrasse 24, 044 221 05 18, [www.burberry.com](http://www.burberry.com)

**BREITLING** [www.breitling.com](http://www.breitling.com)

**BUCHERER** [www.bucherer.com](http://www.bucherer.com)

**BURBERRY PRORSUM** ZÜRICH, Bahnhofstrasse 44, 044 221 05 18, [www.burberry.com](http://www.burberry.com)

**CAPPELLINI** Liste aller Verkaufsstellen der

Deutschschweiz unter [www.cappellini.it](http://www.cappellini.it)

**CASALIS** Informationen unter [www.casalis.be](http://www.casalis.be)

**CASSINA** Liste aller Verkaufsstellen der Deutschschweiz unter [www.cassina.com](http://www.cassina.com)

**CHANEL** ST. MORITZ, Via Serlas 22, 081 837 53 00 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 39, 044 211 17 81, [www.chanel.com](http://www.chanel.com)

**CHANTAL THOMASS** SOLOTHURN, Cristina's, Hauptgasse 4, 032 621 03 01 – ZÜRICH, Seidengasse 1, 044 220 44 11, [www.chantalthomass.fr](http://www.chantalthomass.fr)

**CHOPARD** [www.chopard.com](http://www.chopard.com)

**CHAUMET** [www.chaumet.com](http://www.chaumet.com)

**CLAIRE-ANNE O'BRIEN** Informationen und Onlineshop unter [www.claireanneobrien.com](http://www.claireanneobrien.com) oder unter [www.markersandbrothers.com](http://www.markersandbrothers.com)

**CHEVIGNON** Informationen unter [www.chevignon.com](http://www.chevignon.com)

**CHRISTIAN DIOR** ZÜRICH, Bahnhofstrasse 13, 044 215 68 80, [www.dior.com](http://www.dior.com)

**COACH** Informationen unter [www.coach.com](http://www.coach.com)

**DAY** ST. GALLEN, Latzel Mode, Neugasse 1, 071 222 36 70 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 12, 044 226 80 00, [www.day.ch](http://www.day.ch)

**DOROTHEE VOGEL** ZÜRICH, Doldertal 17, 044 261 91 23, [www.dorotheevogel.com](http://www.dorotheevogel.com)

**DODGE** [www.dodge.com](http://www.dodge.com)

**DRYKORN FOR BEAUTIFUL PEOPLE** Erhältlich bei PKZ. Andere Verkaufsstellen und Online-Shop unter [www.drykorn.com](http://www.drykorn.com)

**ESSIE** [www.essie.com](http://www.essie.com)

**ETHAN K** Informationen und Onlineshop unter [www.ethan-k.com](http://www.ethan-k.com)

**FEAR FACTOR** GENÈVE, Le Grand Magasin, bvd Saint-Georges 59, 022 321 10 21

**FENDI** Erhältlich bei Marionnaud, [www.fendi.com](http://www.fendi.com)

**FLORIAN SCHMID** Informationen unter +49 160 97 67 47 26 und [www.florian-schmid.com](http://www.florian-schmid.com)

**FOGAL** BASEL, Freie Strasse 4, 061 261 12 20 – BERN, Marktgasse 19, 031 311 21 88 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 38, 044 211 45 15; Rennweg 10, 044 211 79 28; Gottfried-Keller-Strasse 5, 044 251 33 91, [www.fogal.com](http://www.fogal.com)

**FREE LANCE** GENÈVE, Rue de la Terrassière 16, 022 840 43 80 – LAUSANNE, pl. Pépinet, Rue Petite Saint-jean 3, 021 312 11 01, [www.freelance.fr](http://www.freelance.fr)

**GILBERT ALBERT** [www.gilbertalbert.com](http://www.gilbertalbert.com)

**GLOVE STORY** Informationen unter +33 3 85 27 01 10 und [www.glove-story.com](http://www.glove-story.com)

**GUCCI** SANKT MORITZ, Via Serlas 22, 081 837 29 07 – ZÜRICH AIRPORT, Airside Center Terminal 1, 043 816 66 61 – ZÜRICH, Poststrasse 3, 044 211 46 20, [www.gucci.com](http://www.gucci.com)

**HACKETT LONDON** BASEL, Kohler, Freie Strasse 84, 061 272 71 68 – BERN, Theaterplatz 3, 031 311 10 47 – ZÜRICH, Paradeplatz 4, 044 211 00 77; Bongenie Grieder, Bahnhofstrasse 30, 044 224 36 36; Bernie's, Bahnhofstrasse 65, 044 211 91 91, [www.hackett.com](http://www.hackett.com)

**HERMES** BASEL, Freie Strasse 107, 061 283 04 90 – BERN, Theaterplatz 13, 031 312 05 40 – LUZERN, Schweizerhofquai, 041 418 60 80 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 28A, 044 211 41 77, [www.hermes.com](http://www.hermes.com)

**HESCHUNG** Informationen und Onlineshop unter [www.heschung.com](http://www.heschung.com)

**HOTEL LANSEERHOF** LANS BEI INNSBRUCK, Kochholzweg 153, +43 512 386660, [www.lanserhof.at](http://www.lanserhof.at)

**HUGO BOSS** BASEL, Gerbergasse 25, 061 263 80 80 – BERN, Globus, Spitalgasse 17-21, 058 578 40 40 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 39, 044 221 39 00, [www.hugoboss.com](http://www.hugoboss.com)

**IWC** [www.iwc.com](http://www.iwc.com)

**JEAN-BAPTISTE RAUTUREAU** GENÈVE, Rue de la Terrassière 16, 022 840 43 80 – ZÜRICH, Boutique Relief, Stüssihofstatt 17, 044 252 60 35, [www.jeanbaptisterautureau.fr](http://www.jeanbaptisterautureau.fr)

**JIL SANDER** BASEL, Bäumleingasse 10, 061 273 42 05 – ST. MORITZ, Palace Arcade, Via Serlas 28, 081 833 83 82 – ZÜRICH, Storchengasse 23, 044 221 23 16; Trois Pommes Uomo, Weggengasse 1, 044 212 47 10, [www.jilsander.com](http://www.jilsander.com)

**JIMMY CHOO** ZÜRICH, Bahnhofstrasse 26, 044 210 38 00, [www.jimmychoo.com](http://www.jimmychoo.com)

**JITROIS** BASEL, Trois Pommes Uomo, Freie Strasse 74, 061 272 92 55 – GSTAAD, Trois Pommes Designer, Palace Strasse 1, 033 744 74 41 – ST. MORITZ, Trois Pommes Uomo, Via Serlas 35, 081 833 17 78 – ZÜRICH, Trois Pommes Uomo, Weggengasse 1, 044 212 47 10, weitere Verkaufsstellen unter [www.jitrois.com](http://www.jitrois.com)

**JOHN GALLIANO** Informationen und Onlineshop unter [www.johngalliano.com](http://www.johngalliano.com)

**JOHN LOBB** GSTAAD, Star Design, Chalet Lunaria, 033 748 71 52 – ZÜRICH, Trois Pommes Uomo, Weggengasse 1, 44 212 47 10, [www.johnlobb.com](http://www.johnlobb.com)

**JOSEPH** ZÜRICH, Bongenie Grieder,



Bahnhofstrasse 30, 044 224 36 36;  
Gassmann Zürich, Poststrasse 5, 044 211 08 37,  
www.joseph.co.uk

**KENNETH COBONPUE** HÖLSTEIN, Leone  
Design, Neuhausweg 3, 04161 951 22 22 –  
LUZERN, Davinci Schweiz, Hauptstrasse 40,  
041 260 51 51, www.kennethcobonpue.com

**KENZO** BASEL, Crista Bis, Schnabelgasse 3,  
061 261 00 80; Globus, Marktplatz 2,  
058 578 45 45 – BERN, Claudine et Pierre,  
Marktgasse 37, 031 311 26 95; Globus,  
Spitalgasse 17-21, 058 578 40 40 – ZÜRICH,  
Bongenie Grieder, Bahnhofstrasse 30,  
044 224 36 36; Globus, Schweizergasse 11,  
058 578 11 11, www.kenzo.com

**LACOSTE** BASEL, Freie Strasse 82,  
061 271 75 90 – BERN, Kramgasse 85,  
031 318 55 33 – LUZERN, Hertensteinstrasse 12,  
041 410 36 60 – ZÜRICH, Rennweg 28,  
043 497 37 57, weitere Verkaufsstellen unter  
www.lacoste.com

**LANVIN** BASEL, Trois Pommes Donna,  
Freie Strasse 74, 061 272 92 55 – GENÈVE, Rue du  
Rhône 78, 022 310 81 43 – ZÜRICH, Storchen-  
gasse 4, 043 497 20 60,  
www.lanvin.com

**LIGNE ROSET** Liste aller Verkaufsstellen  
der Deutschschweiz unter www.ligne-roset.ch

**LOLLI E MEMOLLI** LUZERN, Sphinx Lichttechnik,  
Bundestrasse 20, 041 220 76 76 – ZÜRICH,  
Lichtkultur, Zürichbergstrasse 205, 043 244 95  
65; Zingg-Lamprecht, Am Stampfenbachplatz,  
044 368 41 41, www.lollimemmolli.it

**LONGCHAMP** ZÜRICH, Bahnhofstrasse 58,  
044 213 10 80 – LUZERN, Leder Locher,  
Schwanenplatz 7, 041 410 40 01,  
www.longchamp.com

**L'OREAL** www.loreal-paris.ch

**LOUIS VUITTON** BASEL, Freie Strasse 88,  
061 272 07 80 – ST. MORITZ, Via Serla 22,  
081 883 78 88 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 30,  
044 221 11 00, weitere Verkaufsstellen unter  
www.louisvuitton.com

**MAGIS DESIGN** BASEL, Domizil,  
Elisabethenstrasse 19, 061 225 99 00,  
Gopf Einrichtungen, Rebasse 54,  
061 693 10 10; Tria Design, Steinentorstr. 19,  
061 283 17 17 – BERN, Meer, Weissensteinstr.  
2B, 031 385 05 05; Teo Jakob, Gerechtig-  
keitsgasse 25, 031 327 57 79; Wohnform  
Kilchenmann, Kramgasse 64, 031 311 10 21 –  
LUZERN, Sitz&Co, Kauffmannweg 22, 041 210  
82 22 – ZÜRICH, Colombo La Famiglia, Brandsch-  
enkestr. 132, 043 305 06 30; Hugo Peters, Lim-  
matquai 3, 044 265 11 00; Imaai, Bleicherweg 5,  
044 210 34 00, www.magisdesign.com

**MARC ROZIER** ZÜRICH, BERN, BASEL, LUZERN  
erhältlich bei Globus, www.marcozier.com

**MARIE-HÉLÈNE DE TAILLAC**  
www.mariehelenedetailac.com

**MILUS** www.milus.com

**MONTBLANC** BASEL, Marktplatz 34,  
061 261 06 81 – ZÜRICH, Bahnhofstrasse 25,  
044 211 48 10; Stockerstrasse 34, 818 48 10,  
www.montbanc.com

**MOUGON** BERN, Jespers Hommes,  
Gerechtigkeitsgasse 73, 031 311 60 40 –  
ZÜRICH, On y va, Zähringerplatz 15, 043 343 91  
21; Zeithalle, Im viadukt 14, 044 272 00 72;  
Aziza Zina, St.Peterhofstatt 9, 043 497 33 01,  
www.mugon.ch

**MORGANNE BELLO** www.morgannebello.fr

**MOROSO** Informationen unter 041 761 61 82  
und www.moroso.it

**NAVYBOOT** BASEL, Falknerstrasse 4,  
061 261 15 22; Freie Strasse 44,  
061 261 52 06; Aeschenvorstadt 24, 061 273 10  
20 – BERN, Kramgasse 81, 031 312 00 52;  
Marktgasse 19, 031 312 27 20;  
Schauplatzgasse 11, 031 311 66 62 –  
LUZERN, Weggisgasse 30, 041 412 15 90,  
Theaterstrasse 1, 041 210 49 20 – ZÜRICH,  
Nüscherstrasse 35, 044 220 10 90;  
Marktgasse 18, 043 268 09 83;  
Bahnhofstrasse 69, 044 211 87 57;

www.navyboot.com

**NARS** www.narscosmetics.com

**PASQUALE BRUNI** www.pasqualebruni.com

**PAUL&JOE** BASEL, Boutique Wicky,  
Brunngässlein 8, 61 271 11 20 – ZÜRICH,  
Fidelio, Nüscherstrasse 31, 043 497 24 49,  
www.paulandjoe.com

**PAUL&JOE SISTER** BASEL, Bongenie Grieder,  
Eisengasse 14, 061 260 27 00 – ZÜRICH,  
Bongenie Grieder, Bahnhofstrasse 30,  
044 224 36 36, www.paulandjoe.com

**PAULE KA** ZÜRICH, Bongenie Grieder,  
Bahnhofstrasse 30, 044 224 36 36,  
www.pauleka.com

**PAUL SMITH** BASEL, Zooloose,  
Theaterstrasse 10, 061 281 01 25; Hot Lemon,  
Gerbergässlein 22, 061 262 06 60 – BERN,  
Comme il faut, Brunngasse 70, 031 311 06 46

– ZÜRICH, Fidelio, Nüscherstrasse 31,  
043 497 24 49; Bufalini, Schiffände 16,  
044 262 47 62; GLAM.in, Weite Gasse 8,  
076 602 12 90; ALIBI Boutique, Dufourstrasse  
82, 044 382 20 90, www.paulsmith.co.uk

**PERRELET** www.perrelet.com

**PIERO RESTELLI** ZÜRICH, Bongenie Grieder,  
Bahnhofstrasse 30, 044 224 36 36,  
www.restelliguanti.it

**POGGI** Informationen unter  
www.poggiparis.com

**POLIFORM** Liste aller Verkaufsstellen der  
Deutschschweiz unter www.poliform.it

**POLTRONA FRAU** Liste aller Verkaufsstellen  
der Deutschschweiz unter  
www.poltronafrau.com

**PRADA** ZÜRICH, Bahnhofstrasse 18,  
044 211 09 43; Storchengasse 12,  
044 211 10 80 – GSTAAD, Prada Trois  
Pommes, Palacetrasse 1, 033 744 74 41 –  
ST. MORITZ, Prada Maistra, Via Maistra 25,  
081 833 00 32, www.prada.com

**PRATIMA** www.pratimaskincare.com

**RAYMOND WEIL** www.raymond-weil.com

**ROBERT CLERGERIE** GENÈVE, Rue de la Tour-  
Maîtresse 10, 022 310 50 82,  
www.robertclergerie.com

**SARAH CHOFAKIAN FOR BRAZIL**  
NEUCHÂTEL, Mathilda, Place des Halles, 8,  
032 724 74 84, www.chofakian.com.br

**SCAPA** BASEL, Ami Wieland,  
Henric Petristrasse 26, 061 271 80 40 –  
BERN, Living Garden,  
Bodenacher 7, 031 311 64 68 –  
ZÜRICH, Schipfe 4, 043 497 30 17,  
www.scapafashion.com

**S.CHRISTIAENS** Informationen unter  
www.steffiechristiaens.com

**SISLEY** www.sisley-cosmetics.com

**SMASHBOX** www.smashbox.com

**S.T. DUPONT** BASEL, Landolt-Arbenz,  
Gerbergasse 41, 044 211 97 58 – BERN, Flury,  
Bahnhofplatz 3, 031 311 37 03 – ZÜRICH,  
A.Duerr & Co., Bahnhofplatz 6, 044 211 63 23,  
www.st-dupont.com

**STETSON** Informationen unter  
www.stetsonhat.com

**SONIA RYKIEL** LUZERN, Bongenie Grieder,  
Kappelplatz 1, 044 224 35 51 – ZÜRICH,  
Bahnhofstrasse 30, 044 224 36 36,  
www.soniarykiel.fr

**TED BAKER** ZÜRICH, Globus,  
Schweizergasse 11, 058 578 11 11,  
www.tedbaker.com

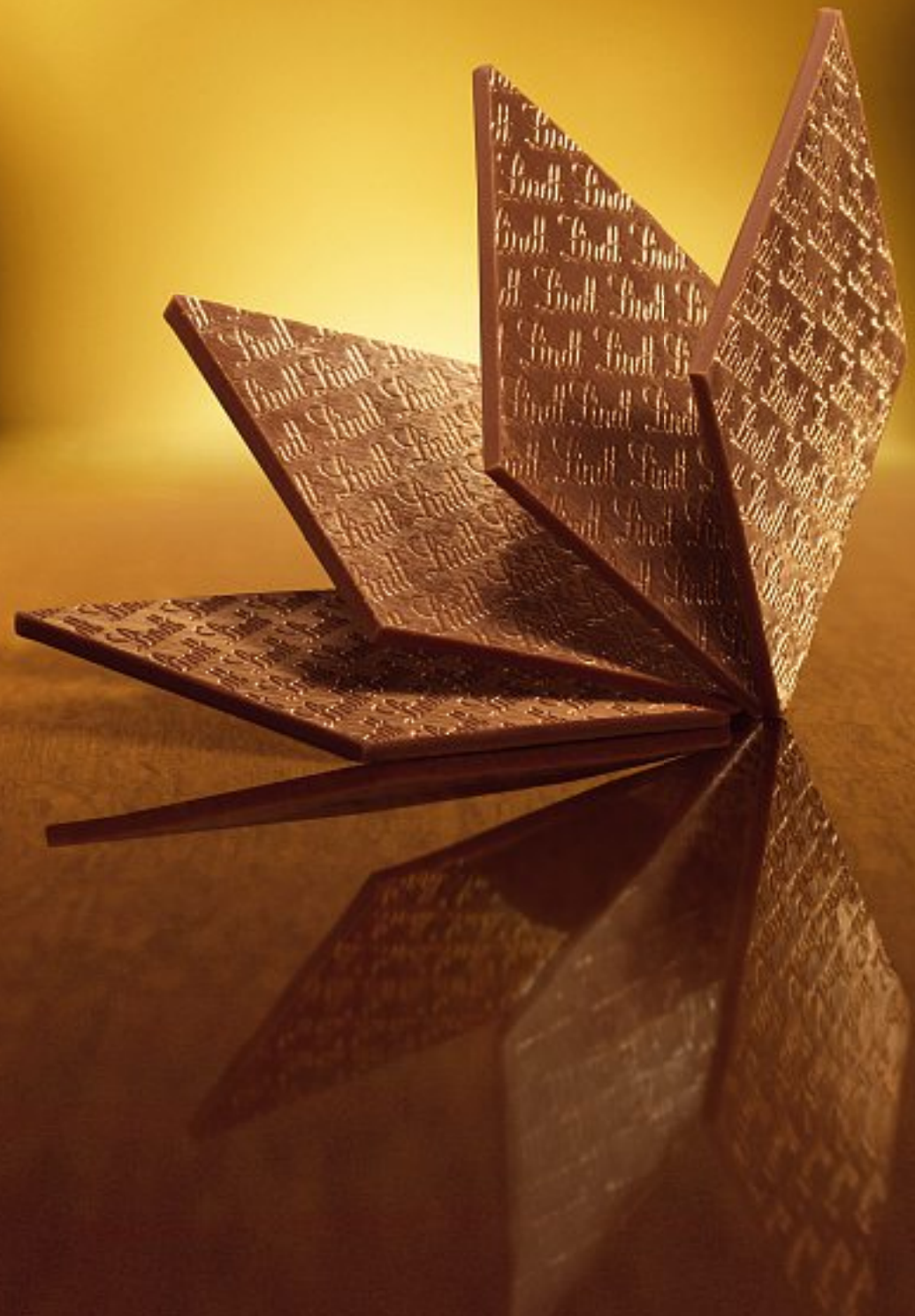
**VAN CLEEF & ARPELS**  
www.vancleefarpeles.com

**WALTER STEIGER** GENÈVE, Rue du Rhône 55,  
022 3 12 47 33 – ZÜRICH, Gassmann,  
Poststrasse 5, 044 211 08 37,  
www.waltersteiger.com

**ZENITH** www.zenith-watches.com

Lindt 

HAUCHDÜNN  
EXTRA FIN



Und so genussvoll.



www.lindt.com





# Dorothee Vogel

WOHIN DIE ZÜRCHER MODE-MACHERIN AM LIEBSTEN VERREIST UND WAS SIE DAFÜR EINPACKT

TEXT KATJA RICHARD

**S**chlicht, klar und dennoch sehr feminin: Das spiegelt sich nicht nur in den Kollektionen von Dorothee Vogel, sondern auch in ihrem ganz persönlichen Stil. Die Zürcher Modedesignerin wurde mit ihrem zurückhaltend-eleganten Label Annex international berühmt. Heute präsentiert sie ihre exquisite Kollektion unter ihrem eigenen Namen im Rahmen eines «Salon Privé», der in unterschiedlichen Lokalitäten stattfindet. Ihre Kundinnen finden dort, was die Designerin selber am liebsten trägt: unverwechselbare Unikate aus hochwertigen Materialien.

**Besteht Ihre Garderobe vor allem aus Stücken Ihrer eigenen Kollektion?**

Ja, eigentlich schon. Vor allem meine Blazer und der **Overall (1)** mit Prints von Tobias Madison sind zu meinen Lieblingsstücken geworden. Ab und zu landet auch ein Vintage-Teil dazwischen, zum Beispiel von Pucci. Mir gefallen die Stücke mit Prints.

**46 Wohin zieht es Sie in den Ferien?**

Entweder in die Berge oder ans Meer. Grundsätzlich reise ich aber in meiner Freizeit lieber nah und nicht zu fern. Vorallem wegen all des Massenreisestresses und Jetlags. Frische Luft und Berge, das sind wahre Werte und ein grosser Luxus. Deshalb ist die **Villa Flor (2)** in S-chanf im Engadin eine meiner Lieblingsadressen. Das gilt aber auch für die ligurische Küste, Apulien oder die Inseln Ponza und **Capri (3)**. Diese Orte genieße ich in vollen Zügen.

**Was darf in Ihrem Feriengepäck nicht fehlen?**

Mein weisser Baumwoll-Sonnenhut, Joggingshorts, weisse Blusen. Und was ich auch immer dabei habe, ist ein oft gewaschenes, weisses Herrenhemd meines Partners, weil es so bequem und luftig ist.

**Kommt Schmuck auch mit in die Ferien?**

Ich bin gar kein Schmucktyp, weder hier noch in den Ferien. Zwar starte ich immer wieder Versuche. Aber ich finde, Schmuck steht mir einfach nicht. Also lasse ich es lieber bleiben.

**Womit pflegen Sie sich?**

Da setze ich ganz auf indische Ayurveda-Produkte von **Pratima Spa (4)** aus New York. Die Pflegelinie ist auf die verschiedenen Typen Vata, Pitta und Kapha abgestimmt. Die Produkte sind alle aus natürlichen Essenzen und Duftstoffen. Ich mag auch die ayurvedischen Ölmassagen. Die habe ich in Südindien für mich entdeckt.

**Shoppen Sie gerne in anderen Städten?**

Ja, ich war gerade in Paris auf Schuhsuche. Ich wollte ein Paar in **silbrigem Spiegelleder (5)** für meine Herbstgarderobe. Allerdings bin ich noch nicht fündig geworden. Nächstens will ich wieder nach London, wo viel Neues am Brodeln ist. Ich lass mich gerne von diesen Städten inspirieren; New York gehört auch dazu.

**Was ist Ihr liebster Lesestoff?**

Ich mag Biografien. Momentan lese ich gerade ein Buch über die Künstlerin und Bildhauerin **Louise Bourgeois (6)**. Ausserdem die Magazine der «Süddeutschen Zeitung» und der «Zeit». ☺





# CORNÈRCARD – MEINE REFERENZ FÜR KREDIT- UND PREPAIDKARTEN.



Meine Wahl:  
Cornèrcard Classic.



Auch als **duo**  
Zwei Karten und mehr zum Preis von einer.

Cornèrcard bietet für alle und alles die passende Karte.  
0844 00 41 41 oder [www.cornercard.ch/classic](http://www.cornercard.ch/classic)

**cornèrcard**  
— [www.cornercard.ch](http://www.cornercard.ch) —



CHANEL



COCO  
MADEMOISELLE