

encore!

STIL UND MEHR | SEPTEMBER 2013

STIL
Akris, das
Schweizer
Modehaus

UNTERWEGS
10 KÜNSTLER-
GÄRTEN

THALASSO
Männer lassen
sich verwöhnen

ACCESSOIRES
Mit Ketten
besetzte
Taschen

Mode
Der Herbst
überzeugt mit
Gegensätzen

SonntagsZeitung



ELEGANZ IN BEWEGUNG



Miss Dior

LE PARFUM





Albert Kriemler über seine Mutter und sein Modelabel Akris Seite 18



Kettentaschen sind Accessoires und Schmuck zugleich Seite 32



Die wichtigsten Trends der Saison Seite 28

Mode | September 2013

THEMEN

14 Modische Hosenröcke

Geschichte eines Kleidungsstücks, das für Beinfreiheit sorgt

16 Verführerische Lingerie

Dessous im Bondagestil zieren den weiblichen Körper

34 10 Couture-Gärten

Traumhafte Grünanlagen renommierter Künstlerinnen und Künstler

38 Männer gehen baden

Thalasso- und Wellnessbehandlungen einmal nur für ihn

40 Militäruhren auf Siegeszug

Hersteller haben die militärisch inspirierte Uhr wieder entdeckt

RUBRIKEN

06 Favoriten 10 Swissmade: Schweizer Safran aus Mund 12 Luxus: Das Krokodil feiert seinen 80. Geburtstag 42 Für sie & ihn: Hahnentrittmuster von Kopf bis Fuss 44 Adressen 46 Meine Welt: Guido Brivio



Modischer Mix für einen lässigen Herbstlook Seite 22



TITELBILD

Jeansshorts, **Paige**. Rot-schwarzes Strickoberteil, **Bimba & Lola**. Ledermantel, **Hermès**. Boots, **Rupert Sanderson**.

BILD LINKS

Pullover, **Bally**. Mantel, **Hermès**. Hemd, privat. Jeans, **Joos**. Boots, **Mami**.

Fotos: Anoush Abrar Styling: Sorrel Kinder

Von Müttern und tretenden Hähnen

MEINE MUTTER besass einen schwarz-weiss karierten knielangen Jupe, den sie besonders liebte und den sie nur zu besonderen Gelegenheiten in Kombination mit ihren hochhackigen Pumps trug. Mein Vater zog sie immer mit den Worten auf: «Wann trägst du wieder mal deinen Hahnentrittjupe?» Später erzählte sie mir, dass ich jedesmal, wenn sie den Jupe angezogen habe, zu weinen begonnen hätte. Als sie mich fragte, warum, soll ich geantwortet haben: «Ich will nicht, dass dir der Hahn wehtut.» Mehr zu den «tretenden Hähnen», die im Moment wieder sehr en vogue sind, ab Seite 42. Ich weiss nicht, ob Albert Kriemlers Mutter auch Hahnen-



Silvia Aeschbach, Chefredaktorin deutschsprachige Ausgabe encore!

trittjupes trug. Was jedoch meine Kollegin Renata Libal und mich beim Interview mit dem St. Galler Designer berührte, war die Verehrung, mit der er über seine kürzlich verstorbene Mutter sprach. Ute Kriemler hat ihren Sohn in vielen Lebensbereichen inspiriert. Vor allem in seiner Arbeit war ihr Einfluss omnipräsent: Sie war die treibende Kraft im Familienunternehmen Akris. Wenn es etwas zu tun gegeben habe, habe sie das mit grosser Selbstverständlichkeit erledigt. So wie Ute Kriemler, so war auch meine Mutter der Fels in der familiären Brandung und bis zum Ende ihres Lebens eine moderne und toll gekleidete Frau. Solche Frauen prägen ihre Lieben und ihr Umfeld auch noch lange nach ihrer Zeit. Und wenn ich mir heute meine Mutter im Hahnentrittjupe vorstelle, weine ich nicht, sondern lächle

Dieses Magazin ist auf umwelt-schonend produziertes Papier gedruckt.

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 Hoessi Verlagsleitung: Diego Quintarelli Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich), Silvia Aeschbach (deutschsprachige Ausgabe) Redaktion: Semaja Fulpius, Olivia Goricanec, Isabelle Mercier, Isabelle Stüssi Layout: Géraldine Dura (Art Direction) Mitarbeiter dieser Ausgabe: Mathilde Binetruy, Laurent Delaloye, Hanspeter Eggenberger, Emmanuel Favre, Catharina Fingerhuth, Ewa Hess, Sarah Jollien-Fardel, Karoline Menge, Pierre Thomas Bild: Joëlle Kercau, Sophie Perraudin Fotos: Anoush Abrar, Oliver Bartschlagler, Christian Dietrich, Daniela & Tonatiuh, Franco P. Tettamanti Styling: Carla Kiefer, Sorrel Kinder Bildbearbeitung: Raymond Dubuis Illustration: André Gottschalk, Isabelle Oziol de Pignol, Nicolas Tavitian Grafisches Konzept: Ariel Cepeda Produktion: Hanspeter Eggenberger, Olivia Goricanec Übersetzung und Überarbeitung: Béatrice Aklin, Hanspeter Eggenberger, Olivia Goricanec, Isabelle Stüssi, Ursula Zenger 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 Zürich, 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; Alle Rechte vorbehalten. Gemäss den geltenden Bestimmungen des Urheberrechts sowie dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist ohne die schriftliche Genehmigung des Verfassers jegliche Art von Nachdruck, Reproduktion oder Vervielfältigung der Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamthafte oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinediensten.



Grandios: Azzedine Alaïa mit Model in einer Bustierrobe aus der Couture-Herbst/Winterkollektion 2003.

MODE

Perfektion in Person

Gespannt darf man Ende September auf das frisch renovierte Pariser Modemuseum sein, das Palais Galliera. Am 26. September öffnet es wieder seine Türen und widmet seine erste Retrospektive dem Modedesigner Azzedine Alaïa – der Modewelt liebster Enfant terrible. Dafür bekannt, sich keinem Fashiondiktat zu unterwerfen, kümmert sich Alaïa nicht um Trends. Mit seinen Kollektionen setzt der Designer vielmehr einen Kontrapunkt: Einst liess er seine Models mit geschmeidig eng anliegenden Kleidern über den Laufsteg defilieren, als im Rest der Modewelt breite Epauletten dominierten. Unbestritten gehört der gebürtige Tunesier zu den talentiertesten



Traum in Weiss: Drapiertes Seidenkleid aus der Frühling/Sommerkollektion 1991.

Couturiers seiner Generation. Nun zeigt das Museum 70 ausgewählte Modelle, welche die Geschichte seines einzigartigen Stils erzählen. Mit der Präzision eines Architekten widmet er sich seit den 1980er-Jahren der Verfeinerung der weiblichen Silhouette. Seine skulpturale Arbeit unterstreicht nicht nur weibliche Kurven, sondern überhört diese gar kunstvoll. Mit seiner steten Recherche nach edelsten Materialien macht er seine Obsession, stets Perfektion zu erreichen, offensichtlich. Seine Kundinnen wissen: Ein von Alaïa entworfenes Kleid hält für die Ewigkeit. *Semaja Fulpius*

«Alaïa», vom 28. September 2013 bis 26. Januar 2014 im Pariser Modemuseum Galliera.

KUNST UNTER 1000 FRANKEN

Konstruiertes Zerkleinern



VON LAURENT DELALOYE

Der Künstler David Curchod wurde im März 1971 in Lausanne geboren. Als jüngster Spross einer vierköpfi-

gen Familie besuchte er mit seinem Vater früh die Museen in Europa: «Dies tat ich zwar ohne Überzeugung, aber geprägt hat es mich trotzdem», sagt er ironisch. Der frühen Prägung folgte die Ausbildung in der Schweiz und Deutschland. Curchod zeichnet, seit er denken kann. Seine Einflüsse? Sie reichen vom Holländer Jérôme Bosch, der ihn mit seinen wahn sinnigen Visionen inspiriert, über die legendäre Verrücktheit des Deutschen Jonathan Meese bis hin zum Universum des Franzosen Gilles Barbier.

Das Werk Die Beziehung zwischen Mensch und Natur ist in Curchods Arbeit offensichtlich. Minutiös untersucht er den Menschen und seinen Charakter, indem er passende Bildwelten assoziiert. Hier sind es Tätowierungen, die fast kriegerisch die Seelenwelt widerspiegeln. Entstanden ist ein Körper, der mit der Découpage-Technik bearbeitet, durchlässig und fragil scheint. Und umgarnt von einem filigranen Blätter-Kranz dreidimensional wirkt. Der symmetrische Aufbau erinnert an Luftaufnahmen, wirken beim Künstler jedoch viel wilder.

Aktuell Im März 2014 sind Curchods Arbeiten in einer Einzelausstellung in der Galerie C in Neuenburg zu sehen.

Preis 999 Franken, Unikat

Info vid@gmx.ch



DESIGN

Verzierte Crêpes

Eine Pfanne, die ihre Crêpe in fein ziselierendem Muster prägen kann, gibt es nicht? – Gibts doch! Mit einem Augenzwinkern hat der holländische Designer Marcel Wanders für Alessi eine nicht ganz gewöhnliche Grillpfanne entwickelt: Arabesque Motive zaubert sie auf Zucchetti, Aubergine und Co. und kleidet Pfannkuchen wie Steak in ein originelles Mustermeer. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Wie oft bei Wanders' Entwürfen verdient Alltägliches, sei es auch noch so ein banaler Alltagsgegenstand, festliche Überhöhung. Das selbst gemachte Abendessen schmeckt in so gewandeter Couture gar noch besser. *R.L.*

Kollektion «Dressed» von Alessi, antihafbeschichtete Grillpfanne aus Aluminium, 31x37 cm. Töpfe sind ebenfalls erhältlich.





Der VW Käfer «Gelb-Schwarzer Renner» von 1973 (rechts) bekommt nach 40 Jahren einen Nachfolger: Den neuen Volkswagen Beetle GSR.

AUTO

Flotter Käfer

Ein VW Käfer in Knallgelb mit Dach und Fronthaube in Mattschwarz – vor 40 Jahren war der «Gelb-Schwarze Renner», kurz GSR, so aufregend, dass im deutschen Bundestag die Befürchtung geäussert wurde, dieser flotte Käfer könnte die Käufer dazu animieren, ihr Auto als Rennwagen und die Strasse als Rennpiste zu sehen. Dabei hatte der GSR den gleichen Motor mit bescheidenen 50 PS wie der ganz normale VW Käfer 1303. Gegen den neuen Volkswagen Beetle GSR, der jetzt wie der Klassiker in einer auf 3500 Stück limitierten Serie auf den Markt kommt, werden keine Politiker auf die Barrikaden steigen, auch wenn er mit 210 PS gut viermal so stark und mit 229 km/h Spitze rund 85 km/h schneller ist. In den 1970er-Jahren war der VW Käfer das populärste Auto der Welt – insgesamt rollte er 21,5 Millionen Mal vom Band; der neue Beetle ist ein Nischenprodukt für Liebhaber. 1973 hatte der Käfer viel von seiner Popularität eingebüsst, weil die Konkurrenz technisch weiter

war. Sondermodelle blieben erfolgreich, und für diese wird heute auch bedeutend mehr bezahlt als für den normalen Käfer. Vom GSR soll es nur noch rund 100 Stück geben; entsprechend gesucht und teuer ist er. Ob der Beetle GSR von 2013 in 40 Jahren auch so begehrt sein wird? Der neue Gelb-Schwarze unterscheidet sich nicht wie damals der Käfer nur im Design vom normalen Beetle-Modell, sondern auch technisch. Ein Zweiliter-Turbomotor treibt ihn in 7,3 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Auch sonst ist er ganz auf der Höhe der zeitgemässen Automobiltechnik – wie man es bei einem Preis von gegen 40 000 Franken erwarten darf. Da die Beetle GSR auf einer «Limited Edition»-Plakette von 1 bis 3500 nummeriert sind, ist der Echtheitsnachweis dereinst einfacher als beim Käfer, von dem sogar Fälschungen auf dem Markt sind. Beim neuen GSR kann das G übrigens auch Grau bedeuten: Wer den «Biene Maja»-Look nicht mag, kann das Modell auch in Grauschwarz ordern. *Hanspeter Eggenberger*

SCHMUCK

125 Jahre Bucherer



Handgefertigte Blüte für das Collier «Natur en Eveil» aus der Jubiläumskollektion zum Thema Frühling.

Bucherer übt seit je grosse Anziehungskraft aus. Dies ganz besonders auf Frauen, die oft wie angewurzelt vor den Schaufenstern stehen bleiben. An Faszination hat das renommierte Haus auch 125 Jahre nach seiner Gründung nichts eingebüsst. Bucherer ist zum grössten Uhren- und Schmuckanbieter im deutschsprachigen Europa avanciert. Der Besuch der Luzerner Filiale hat für viele Touristen dieselbe Priorität wie Kapellbrücke und Matterhorn. 1888 eröffnete Kaufmann Carl-Friedrich Bucherer zusammen mit seiner Frau Luise das erste Geschäft in Luzern. Qualität, Innovation, ein besonderer Service und starke Partnerschaften gehörten von Anfang an zu den wichtigsten Prämissen des Hauses. Der Pioniergeist der Gründerjahre zeigt sich besonders in der Kollaboration mit Rolex: 1924 war die Uhrenmarke kaum etabliert, als Bucherer diese in sein Sortiment aufnimmt. Heute zählt die Uhrenmarke zu den wichtigsten Partnern. Zur Feier lanciert das Haus mit «La Magie des Saisons» eine Jubiläumskollektion mit Schmuckstücken passend zu jeder Jahreszeit. Für den Herbst liess sich Bucherer von der heimischen Tierwelt inspirieren und kreierte unter anderem eine Kette mit einer Eule als Anhänger; blaue Spinelle, leuchtend orange Mandariningranate und Brillanten empfinden das Federkleid nach. Der frisch gefallene Schnee diente als Inspirationsquelle für das brillantenbesetzte Perlencollier und -bracelet der Winterkollektion. *I.S.*



BEAUTY

Strahlende Augen

Puder oder Creme? – Die Textur der neuen Kollektion des seidig-schimmernden Lidschattens von Sisley hat beides. Tragen Sie die Farbe mit dem Finger auf und kombinieren Sie die vier Nuancen: Der Wow-Effekt ist Ihnen garantiert. *R.L.*

«Phyto-Ombre Glow» von Sisley in Silver, Pearl, Gold und Amber, 45 Fr.



Kunstwerk: Das «Felsenbad» (1997) vom japanischen Künstler Tadashi Kawamata in Zuoz.

DESIGN

Höhe mit Tiefe

Man sagt, die Felsplattform, auf der die eben gerade 100 Jahre alt gewordene Trutzburg des Hotels Castell steht, sei ein Kraftort. Bestimmt! In der erhebenden Engadiner Berglandschaft ist das stilvolle Haus gleichzeitig der Sitz einer der wundersamsten privaten Kunstsammlungen des Landes. Nicht nur hat Pipilotti Rist die sinnliche rote Bar des Hotels erdacht, nicht nur gestaltete der japanische Künstler Tadashi Kawamata einen wunderbaren Weg zum geheimnisvollen Felsenbad, man kann auch in einem Sky Space des grossen amerikanischen Licht-Magiers James Turrell gleich neben dem Hoteleingang den Himmel tanken. Während man entspannt, etwa im wunderschönen Hamam des Amsterdamer UN-Studios, erlebt man zudem hautnah die allerneuesten Tendenzen der zeitgenössischen Kunst. Der Besitzer Ruedi Bechtler, selbst Künstler, kuratiert sein Hotel wie

eine Ausstellung. So begegnet man den Skulpturen der Schweizer Künstlerin Mai-Thu Perret oder einer Installation des deutschen Kunststars Carsten Höller in den Fluren des Hotels. Dem Pferdchen vor dem Hotel hat Roman Signer ein Paar Gummistiefel verpasst, und der Speisesaal überrascht mit einer brandneuen Installation des jungen Künstlers Nicolas Party. «Die Werke müssen eine Energie ausströmen, sie müssen aus einer Tiefe kommen und einen Sinn ergeben», beschreibt Bechtler sein Sammlungsprinzip. Eine Beschreibung, die auf den Aufenthalt in seinem Hotel genauso passt wie auf die darin gezeigte Kunst. *Ewa Hess*

Art Weekend im Castell, 13. – 15.09. «Wie Kunst uns weiterbringt». Ein Vortrags- und Aktionsweekend der Extraklasse. Kuratiert von Dorothea Strauss. Special Guest: Olaf Nicolai. www.hotelcastell.ch

BEAUTY

Ein «Ja» von Armani



Armanis zeitloser Stil setzt sich auch bei seinen Duftkreationen durch. Nach «Acqua di Gioia», «Armani Code» oder der «Ligne Privé» folgt nun «Si». Schlicht und affirmativ wie der Name zeigt sich auch der Flacon; nüchtern, dennoch in virtuoser Eleganz. Der moderne Chypre-Duft überzeugt mit unverwechselbarer Cassis-Note. *R.B.*

Parfüm «Si» von Giorgio Armani ab 85 Franken für 30 ml



GASTRONOMIE

Fliegende Küche

Die Fluggesellschaft Swiss verwöhnt ihre Passagiere in der First und Business Class auf Langstreckenflügen mit Menüs renommierter Schweizer Köche. Nach zwei anderen Romands ist nun der aus Neuenburg stammende Chefkoch Eric Mazéas vom Beau-Rivage (15 Gault-Millau-Punkte) für drei Monate an der Reihe. Einen köstlichen Kartoffel-Lauch-Risotto oder eine Absinth-Glace erwarten die fliegenden Gäste. *S.F.*

Ein klassischer Rasierpinsel hat Charme & Stil

TOYS FOR BOYS



VON HANSPETER EGGENBERGER

Tsssschhhhh ... Ein Druck auf den Knopf, und der Schaum zischt aus der Dose. Rasierschaum in dieser Form ist praktisch und darum populär. Doch er verdrängte eines der schönsten Accessoires für Männer aus dem Badezimmer: den Rasierpinsel. Zugegeben, etwas altmodisch wirkt er schon. Aber wie so viele Sachen aus der guten alten Zeit hat der einen gewissen Charme. Und Stil. Mich freut der Anblick des dicken Pinsels in meinem Bad jeden Tag. Es ist ein schönes Exemplar: der Griff aus Büffelhorn, die Borsten aus feinstem Dachshaar mit sogenannter Silberspitze



Schöner Anblick: Der Rasierpinsel aus Büffelhorn und Dachshaar.

(solche Pinsel gibt es zum Beispiel bei Manufactum). Das feinste Dachshaar erzeugt den sahnigsten Schaum, ist angenehm auf der Haut und langlebig. Wer aus tierschützerischen Gründen Bedenken hat, muss nicht auf einen hübschen Pinsel verzichten: Es gibt auch solche mit synthetischen Borsten und mit Holz- oder Kunststoffgriff (zum Beispiel bei Occitane). Abgesehen davon, dass ich mich frühmorgens nicht gerne hetzen lasse, beeinträchtigt das klassische Aufschäumen der Rasierseife mit dem Pinsel meinen Tagesablauf nicht: In rund 30 Sekunden ist der Schaum bereit. Und ihn dann mit dem weichen Pinsel im Gesicht aufzutragen, fühlt sich sehr angenehm an. Und schliesslich verwende ich in der Küche auch nicht Schlagrahm aus der Spraydose. An ein anderes klassisches Rasiergerät, das hübsch anzuschauen ist, habe ich mich noch nicht gewagt: an das Rasiermesser. Ich befürchte, damit eines Tages noch im Halbschlaf ein Massaker im Morgengrauen anzurichten.



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 den Abteilungen Mode, Heimtextilien, Sport und online auf manor.ch in den Bereichen Damen-, Herren- und Kindermode. Die Aktion ist mit anderen Rabatten, Bons oder weiteren Promotionen nicht kumulierbar. Aktionsdauer vom 30.8. bis 21.9.2013



maddison
Lederjupe
129.-

ONLINE
SHOPPING
manor.ch

MANOR 

* Die Style Card kann ab dem Tag nach der Ausstellung in den erwählten Abteilungen von Manor (exkl. Dienstleistungen und Geschenkkarten) bis zum 26.10.2013 zur Zahlung gegeben werden. Weitere Informationen dazu in Ihrer Manor oder auf manor.ch. Gültig für Einkäufe in den Abteilungen Mode, Heimtextilien, Sport und online auf manor.ch in den Bereichen Damen-, Herren- und Kindermode.



ROTES GOLD

LINKS Jede Blüte enthält drei Narben. Um ein Gramm des begehrten Gewürzes zu erhalten, werden 180 Blüten benötigt.

OBEN LINKS Besucher können auf dem Lehrpfad wandern und das Safran-Museum besuchen.

OBEN Der Safran wird mit der Unterstützung der ganzen Familie im Oktober von Hand geerntet.

RECHTS Safran wird in der Küche nicht nur für salzige Speisen, wie beim Risotto oder bei der Bouillabaisse, verwendet, sondern auch bei süssen Speisen.



Ein Gold, das mundet

DAS KOSTBARSTE ALLER GEWÜRZE WIRD IN DEN WALLISER BERGEN ANGEBAUT. DIE EINZIGARTIGE ANBAUTRADITION MACHT DEN SAFRAN AUS DEM DORF MUND AUSSERGEWÖHNLICH

TEXT SEMAJA FULPIUS

SAFRAN WIRD nicht nur wegen seiner Farbe, die er unter anderem dem Risotto verleiht, mit Gold verglichen. Das teuerste Gewürz der Welt wird tatsächlich in Gold aufgewogen: Ein Kilogramm kann bis zu 14 000 Franken einbringen. Seit dem Mittelalter wird Safran in der Schweiz angebaut, sein unverwechselbares Aroma assoziiert man aber noch immer mit dem Orient.

Mund. In diesem Oberwalliser Bergdorf, am sonnigen Südhang des Löttschbergs hoch über Brig, würde man nicht erwarten, auf den exotischen Safran zu stossen. Und doch gedeiht hier auf 17 000 Quadratmetern kargen Bodens der *Crocus sativus* L., dessen violette Blüten die kostbaren roten Narbenfäden enthalten. Es braucht Kondition, um Daniel Jeitziner, dem Meister der Munder Safranzunft, durchs hohe Gras an steilen Hängen auf rund 1200 Meter über Meer zu folgen. Das «rote Gold» gedeiht so gut, weil Safran eine empfindliche Pflanze sei und spezielle Bedingungen brauche. «Wir haben hier einen Wechsel von Trockenheit und Feuchtigkeit, der für das Keimen der Krokuszwiebeln sehr günstig ist. Ein Grund, weshalb Anbauversuche anderswo in der Schweiz gescheitert sind», sagt der Walliser.

Auf Munder Boden wächst Safran in Mischkultur mit Roggen, dem wichtigsten Grundnahrungsmittel von damals. «Man be-

wahrte das Roggenbrot bis zu sechs Wochen auf. Es werde niemals zu hart, sagte man.»

Hart war das Leben der Leute in Mund. Bis 1951 war das Dorf praktisch von der Welt abgeschnitten. «Man lebte äusserst einfach, zehn bis zwölf Personen drängten sich in zwei Kammern», sagt Jeitziner. «Die ganze Familie musste mitarbeiten, und so wurde das Wissen über Safran weitergegeben.» In der Dorfchronik wird Safran erst ab 1870 erwähnt. Doch es gibt Hinweise, dass die Pflanze bereits im 15. Jahrhundert wuchs. Walliser Söldner sollen die wertvollen Krokuszwiebeln aus Spanien mitgebracht und dabei ihr Leben riskiert haben. Die Ausfuhr war strengstens verboten, da Safran als Zahlungsmittel diente.

Geduld ist die wichtigste Tugend

Geduld ist die wichtigste Tugend für einen Safranbauer. «Zwei Jahre dauert es, bis eine Krokuszwiebel blüht und die begehrten Narben entwickelt. Aber erst nach sieben Jahren lässt sich sagen, ob eine Pflanzung gut kommt.» Die Vorbereitung des Bodens und das Pflücken und Trocknen der Blüten ist Handarbeit. Nicht alle sind Bauern, aber sie bearbeiten Parzellen, die von Generation zu Generation vererbt wurden. Von Jeitziners drei Kindern interessieren sich zwei für den Anbau und hegen ihre Parzellen, obwohl sie nicht mehr in Mund wohnen.

Bei aller Treue zur Tradition wird doch auch experimentiert. «Wir haben Krokus-

zwiebeln aus Kashmir gesteckt, sie scheinen sich gut anzupassen», sagt der Zunftmeister. «Auch aus Frankreich und Spanien beziehen wir welche, nur mit solchen aus Marokko haben wir schlechte Erfahrungen gemacht. Es könnte sich um Fälschungen handeln.» Man wartet die Ergebnisse einer Laboranalyse ab.

Geerntet wird im Oktober. Dann sind 140 Personen im Einsatz – für eine Ernte von drei Kilogramm. 180 der violetten Blüten braucht es für ein einziges Gramm Safran. Jede Blüte enthält drei Narben, die vorsichtig herausgezupft werden. Die Art, wie die Fäden getrocknet werden, garantiert die Reinheit des Munder Safrans. «In anderen Ländern wird der Safran über dem Feuer getrocknet. Bei uns lässt man ihn monatelang an der Luft trocknen, in einem dunklen Raum, der weniger als 25 Prozent Luftfeuchtigkeit enthält und gegen Staub geschützt ist. Das ergibt ein kräftigeres Aroma.» Danach wird er in Gläser abgefüllt und dunkel gelagert «wie ein guter alter Wein». Der Munder Safran gelangt nicht in den Einzelverkauf, sondern wird von den «Safranfamilien» gehütet oder an ausgewählte Küchenchefs verkauft. Touristen können ihn vor Ort kosten, auf dem Lehrpfad wandern und das Museum besuchen. Seit auch junge Menschen sich der Zunft angeschlossen haben, scheint die Zukunft des Munder Safrans gesichert zu sein. «Mann kann aber nie wissen», sagt Jeitziner. ☉



Daniel Jeitziner

Der 63-jährige Daniel Jeitziner ist von Beruf Maurer. Der passionierte Safranbauer ist Zunftmeister der Walliser Safranzunft von Mund. Der Familienvater ist von Beruf Maurer und widmet einen grossen Teil seines Lebens dem «roten Gold». Das begehrte und vor allem knappe Gut wächst auf dem 1 800 Quadratmeter grosse Anbau-gebiet der Familie.

Eine perfekte Haut, bis zum feinsten Pixel-Level.

SkinPerfection

POREN ■ HAUTTEXTUR ■ HAUTTON



NEU

Eine neue Hautpflege-Generation, welche die Qualität der Haut verändert.

Angereichert mit Perline-P und LR2412*, patentierter Wirkstoff.

- Verkleinert die Poren. ■ Verfeinert die Hauttextur.
- Vereinheitlicht den Hautton.

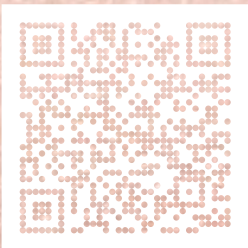
84% der Frauen stellten eine verbesserte Hautqualität fest**. Für alle Hauttypen.

Erhältlich bei Coop und Manor, in Apotheken und Drogerien und bei unabhängigen Händlern.

Weil Sie es sich wert sind.

L'ORÉAL PARIS

HIER BEGINNT DER WEG ZU
PERFEKTER HAUT, BIS ZUM
FEINSTEN PIXEL-LEVEL.



www.lorealparis.ch



René Lacoste verdankt seinen Spitznamen «Le crocodile» einer Wette mit dem französischen Teamkapitän im Davis-Cup 1923. Bei einem Sieg sollte er einen Koffer aus Krokodilleder bekommen. 1933 lancierte der Tennisspieler seine Modelinie.

Das Krokodil beisst noch

ZUM 80. GEBURTSTAG VON LACOSTE HABEN FRANZÖSISCHE TRADITIONSMARKEN WIE HERMÈS UND VEUVE CLICQUOT EXKLUSIVE LUXUSARTIKEL GESCHAFFEN. DABEI LIESSEN SIE SICH VOM GRÜNEN LACOSTE-KROKODIL INSPIRIEREN

TEXT ISABELLE MERCIER

DIE GEBURTSTAGSPARTY war traumhaft. Die Feier stieg im Museum des französischen Tennisverbands FFT im legendären Stadion Roland Garros, wo schon Generationen von Tennisstars mit dem Krokodil-Logo auf der Brust um Punkte kämpften. Mitten im Raum türmten sich weiss eingeschlagene Geschenkpakete mit eleganten Schleifen fast bis zur Decke. Einige waren aus Glas und enthüllten ihren Inhalt. Ein paar ebenso traditionsreiche Zeitgenossen von Lacoste haben als Hommage an das Krokodil luxuriöse Accessoires geschaffen.

Man fühlte sich an die Jubiläumsmodeschau von Sonia Rykiel 2008 erinnert. Nathalie, die Tochter der Designerin, hatte damals 30 Couturiers gebeten, ein von Rykiels Stil inspiriertes Modell zu entwerfen. Das Ergebnis war umwerfend. Zum 80. Geburtstag von Lacoste wurde die Idee übernommen, aber auf verschiedene Branchen ausgedehnt: Goldschmied, Patissier, Sattler, Juwelier, Glasersteller, Koffer- und Taschenmacher, Keramiker, Winzer. Sie alle liessen Kreativität und handwerkliche Tradition spielen, um ihre Freundschaft mit dem Hersteller der legendären Poloshirts aus Waffelstoff zu besiegeln.

Ihre Kreationen sind auch eine Hommage an die Welt des Luxus aus vergangenen Zeiten. Als zum Beispiel Koffer und Hutschachteln noch auf lange Reisen per Eisenbahn und Schiff gingen, wurden sie für jede Etappe mit grossen Etiketten beklebt. Damit ihr Markenzeichen im bunten Durcheinander der Aufkleber nicht unterging, entwickelte Goyard das Monogramm als Muster für die Gepäckstücke. Inzwischen ist das zum Grundmuster gewordene Logo für Gepäckhersteller der Luxusklasse zum Markenzeichen geworden. Das Haus Goyard allerdings pflegt als wahren Luxus noch immer die Diskretion. Auf der zum Jubiläum entworfenen Reisetasche ist die Verbindung der Initialen mit dem Krokodil erst auf den zweiten Blick erkennbar. ●



Im Zeichen des Krokodils

Wenn traditionsreiche Luxuslabels ihre DNA mischen, können überraschend jung und verspielt wirkende Objekte entstehen. Der Gepäckhersteller Goyard nimmt auf der weissen Reisetasche das Grün des Lacoste-Krokodils auf und verbindet die beiden Firmenlogos. Die Kristallschale von Baccarat erinnert an einen halbierten Golfball oder an einen Tennispokal. Wie aus einem Lacoste-Shirt geschnitten wirkt die Glasur der Eclairs der Pariser Nobelkonditorei Fauchon. Mit Diamanten und Smaragden bildet der Juwelier Boucheron das Wahrzeichen

von Lacoste als Brosche nach: ein funkeln des Krokodil, das derart verjüngt auf den neuen Poloshirts aus Seide für den Sommer präsentiert wurde. Mit einer Tennistasche aus grünem Krokodilleder gelingt Hermès die Verbindung der beiden Traditionsmarken ohne Rückgriff auf ihre Logos. Christofle, sonst erste Adresse für edles Silberbesteck, erinnert mit einem silbernen Golfschläger an die enge Verbindung der Marke Lacoste zum Golfsport. Die Geburtstagsmodelle sind teils Unikate, teils kommen sie in limitierter Anzahl in den Verkauf.



Genießen auf französisch.

Menücreationen angesehener Chefköche, Champagner, Wein, erlesene Käsesorten, Feingebäck und mehr - Entdecken Sie mit uns das Herz der französischen Küche.

Diese Frauenhosen rocken

HOSEN ZU TRAGEN, BLIEB FRAUEN VIELE JAHRZEHNTE VERWEHRT. DER DAMALS UMSTRITTENE HOSENROCK IST HEUTE WIEDER IN

TEXT OLIVIA GORICANEC

STARS WIE JENNIFER LAWRENCE oder Rita Ora sind den Trends bekanntlich einen Schritt voraus und tragen zurzeit Hosenröcke. Modehäuser wie Chloé, Sonia Rykiel, Fendi, Miu Miu oder Acne präsentierten an den Fashionweeks «geteilte Röcke» – mit hoher Taille – aus Leder, Baumwolle und Seide, in diversen Längen und bunten Farben, stets mit hochhackigen Schuhen. Viele Frauen haben jedoch ein zwiespältiges Verhältnis zu Hosenröcken. Dabei gilt: In kurzen Modellen macht man mit schlanken Beinen eine gute Figur. Für die Maxiversion (¾-Länge) sind kräftige Waden suboptimal. «Knie-lange Hosenröcke stehen jedem Typ», sagt die Berner Modedesignerin Debora Rentsch. «Wichtig ist, dass Frauen ihre Taille betonen.»

Der Hosenrock als Freiheitssymbol

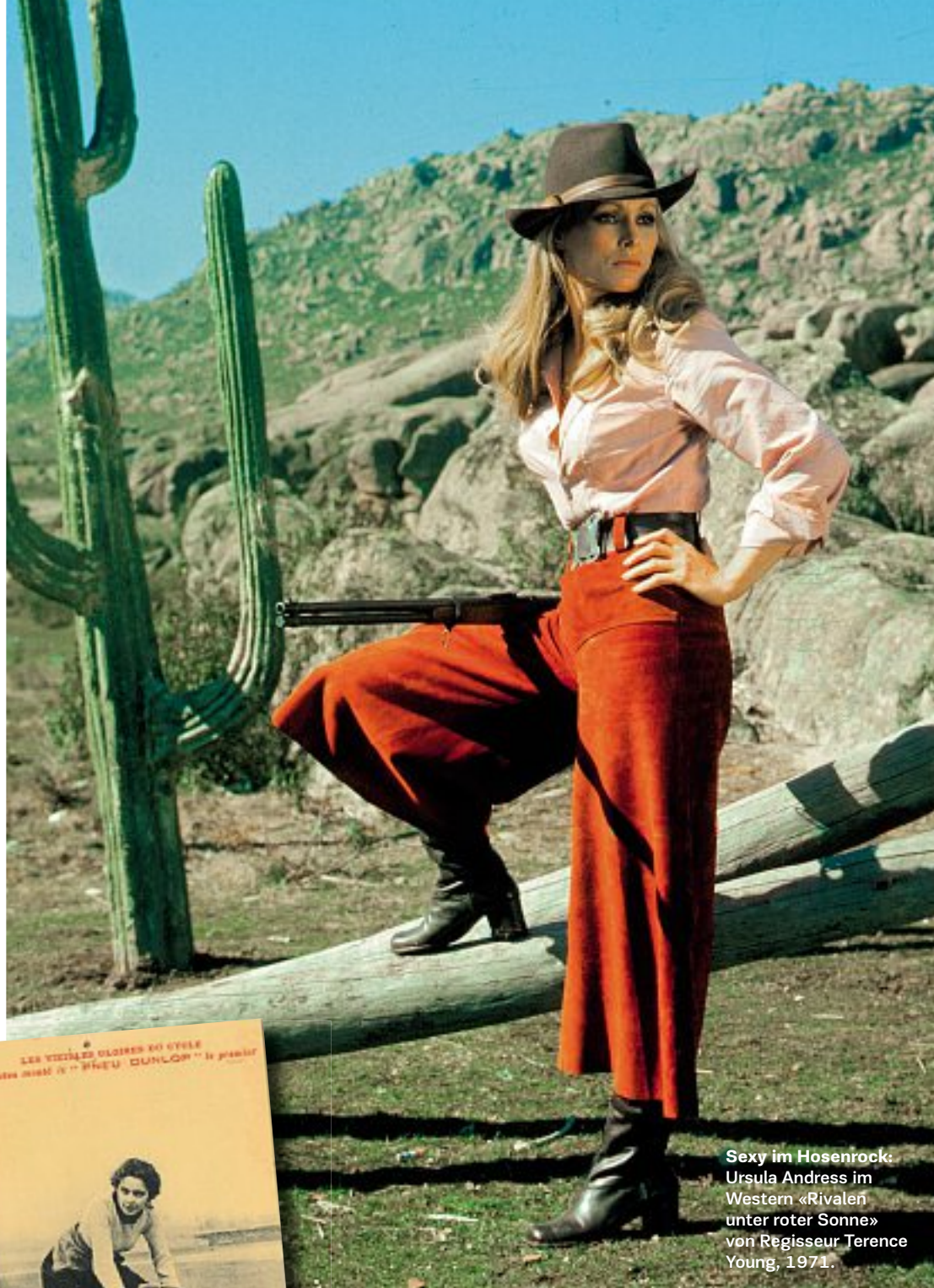
Frauen haben heute freie Wahl bei ihrer Garderobe. Was selbstverständlich scheint, war für westliche Frauen jahrhundertlang unvorstellbar. 1000 Jahre vor Christus trugen orientalische Reitervölker knöchellange Pluderhosen. Im Römischen Reich wurden sie als Barbarentracht bezeichnet und verboten.

Die französische Schriftstellerin George Sand (1804-1876) gehörte zu den ersten Frauen, die sich um 1830 in Männerkleidung in der Pariser Öffentlichkeit zeigten. Etwas später erregte Elizabeth Smith Miller, eine englische Frauenrechtlerin, die Gemüter, als sie als erste Frau die «orientalische Hose» unter einem knielangen Rock trug. Die Kombination wurde 1851 durch die US-Journalistin Amelia Bloomer (1818-1894) populär und nennt sich bis heute das «Bloomer-Kostüm». Durch die Kleiderreform sollten sich Frauen von ihrem schweren, bodenlangen Rock und einschnürenden Korsett trennen und mehr Bewegungsfreiheit geniessen können. Von der Gesellschaft nicht akzeptiert, setzte sich die Reform nicht durch.

In den 1880er- und 1890er-Jahren entdeckte das weibliche Geschlecht den Radsport für sich. Fahrerinnen wie die Belgierin Hélène Dutrieu (1877-1961) durften in den umstrittenen Kniebundhosen an Rennen teilnehmen. Dieses Bein Kleid wurde zwar inzwischen im Sport toleriert, in vielen Etablissements galt es aber weiterhin als Verstoss gegen die öffentliche Ordnung. Zwei Jahrzehnte später entwickelte der Modeschöpfer Paul Poiret (1879-1944) die Frauenhose weiter, der klassische Hosenrock – französisch Jupé-Culotte – war geboren. Der «geteilte Rock» sah wie einer aus, hatte aber alle praktischen Vorteile einer Hose. Als der Franzose 1911 mit Models in seinen Kreationen die Pferderennen in Auteuil besuchte, reagierten die feine Gesellschaft und die Medien empört: «Wer interessierte sich an diesem denkwürdigen Sonntag eigentlich für Pferdebeine – die Beine der Damen, das war die Hauptattraktion», schrieb die NZZ am 27. Februar 1911. Die Kritik am Hosenrock verstummte erst, als 1914 der Erste Weltkrieg ausbrach. Frauen mussten ihre in den Krieg gezogenen Männer in den Fabriken ersetzen und durften, zumindest als Arbeitskleidung, Hosenröcke und Hosen tragen. Nach Kriegsende fiel man jedoch in alte Muster zurück, jegliche Form von Hosen wurde den Frauen erneut verboten.

Während Hollywoodstars wie Marlene Dietrich und Greta Garbo in Herrenanzügen und Bundfaltenhosen Anfang der 1930er-Jahre für Schlagzeilen sorgten, versetzten die Hosenröcke der Designerin Elsa Schiaparelli (1890-1973) die Tenniswelt in Aufregung. Die Spanierin Lili Álvarez bestritt 1931 das Wimbledon-Turnier in einem von Schiaparelli kreierten Modell. In den 1960er- und 1970er-Jahren erlebte das gute Stück einen regelrechten Boom. Frauen trugen das modische Bein Kleid nicht nur zum Sport, sondern im Alltag und an festlichen Anlässen. Gegen Ende des 20. Jahrhunderts liess der Hype der Jupés-Culottes dann aber langsam nach.

Skurril, aber wahr: Seit dem 1. Februar 2013 dürfen Frauen in Paris offiziell ohne polizeiliche Erlaubnis Hosen tragen. Der Polizeipräsident hatte 1800 ein entsprechendes Verbot erlassen. Nach Anpassungen um 1900 durfte sie Hosen tragen, wenn sie «einen Fahrradlenker oder Pferdezügel in der Hand» hielt. Nach 213 Jahren ist die Gleichheit nun auch beim Bein Kleid der Pariserinnen angekommen. ☺



Sexy im Hosenrock: Ursula Andress im Western «Rivalen unter roter Sonne» von Regisseur Terence Young, 1971.



CA. 1895

GRÖSSERE BEINFREIHEIT

CA. 1895 Der Reifenhersteller Dunlop wirbt mit der belgischen Radrennfahrerin und Pilotin Hélène Dutrieu.

1911 Modeschöpfer Paul Poiret mit seiner Frau Denise Boulet an einer Themenparty.

1931 Die Tennisspielerin Lili Álvarez trägt einen eigens für sie kreierten Hosenrock der Designerin Elsa Schiaparelli.



1911



1931

2013

MODERNE VERSION

2013 LINKS Schauspielerin Leelee Sobieski in einem Hosenrock aus der Resortkollektion 2014 von Dior. RECHTS Chloé's Version des Hosenrocks aus der Herbst/Winter-Kollektion 2013.

ALIEN

ESSENCE ABSOLUE



THE NEW
INTENSE FRAGRANCE

Thierry Mugler

Erfahren Sie mehr über unsere Parfums auf mugler.com

Photographer: Thierry Mugler

Dessous mit vielen dekorativen Riemchen zieren die Modelle der aktuellen Kollektionen und erinnern stark an die Sado-Maso- und Fetischszene. Hier die Inszenierung des britischen Fotografen Daniel Jackson.



Fesselnde Lingerie

DIE ERFOLGREICHE Roman-Trilogie «Fifty Shades of Grey» hat offenbar nicht nur das Sexleben vieler Leserinnen und Leser animiert, sondern auch die diesjährigen Dessous-Herbst/Winter-Kollektionen der Designer inspiriert. Hauchzarte Spitze, seidig glänzende Textilien und vor allem eins: verspielte Schnür- und Riemenkreationen am ganzen Körper. In dieser Saison ist der weibliche Körper mit Lingerie geschmückt, die stark an die Fetisch- und Bondageszene erinnert. Nichts Neues, denkt man an den verstorbenen italienischen Modeschöpfer Gianni Versace, der bereits 1992 eine – stark umstrittene – von Bondage inspirierte Winterkollektion mit den Supermodels Claudia Schiffer, Naomi Campbell und Co. präsentierte. Mit dem Thema vertraut ist ebenfalls das britische Unterwäschelabel Agent Provocateur, das diese Saison erneut seinem Namen alle Ehre macht: Mit sexy, provokanten und



Auch konservativere und klassische Unterwäschemarken (hier Aubade) liessen sich diese Saison vom Bondage-Stil inspirieren.

verführerischen Dessous mit Riemchen, die kreuz und quer Brust, Taille und Hüften zieren und die Männerfantasien zum Blühen bringen. Mit einem Hauch retro-fetisch Glamour und stark an Bondage erinnernd, ist auch der Von-Follies-BH «Madame X», die Lingeriemarke des Burlesque-Stars Dita Von Teese. «Das Dessous ist ein Symbol für Weiblichkeit und auch für ein intimes Geheimnis, das sich schön anfühlt», sagt die Amerikanerin, die regelmässig mit dem Bondage-Produzenten Jim Weathers arbeitet. Von den Fesselpraktiken und der erotischen Unterordnung haben sich unerwartet auch die klassischen Unterwäschemarken wie Aubade oder La Perla anregen lassen. Die zweite Kollektion Black Label von La Perla bezeichnet Kreativchef Giovanni Bianchi selbst als «die dunkle Seite» der Marke: «Sehr faszinierend, sehr erotisch, aber niemals vulgär.»

TEXT OLIVIA GORICANEC

Grosser Fahrspass zum kompakten Preis. Der neue Mazda CX-5.



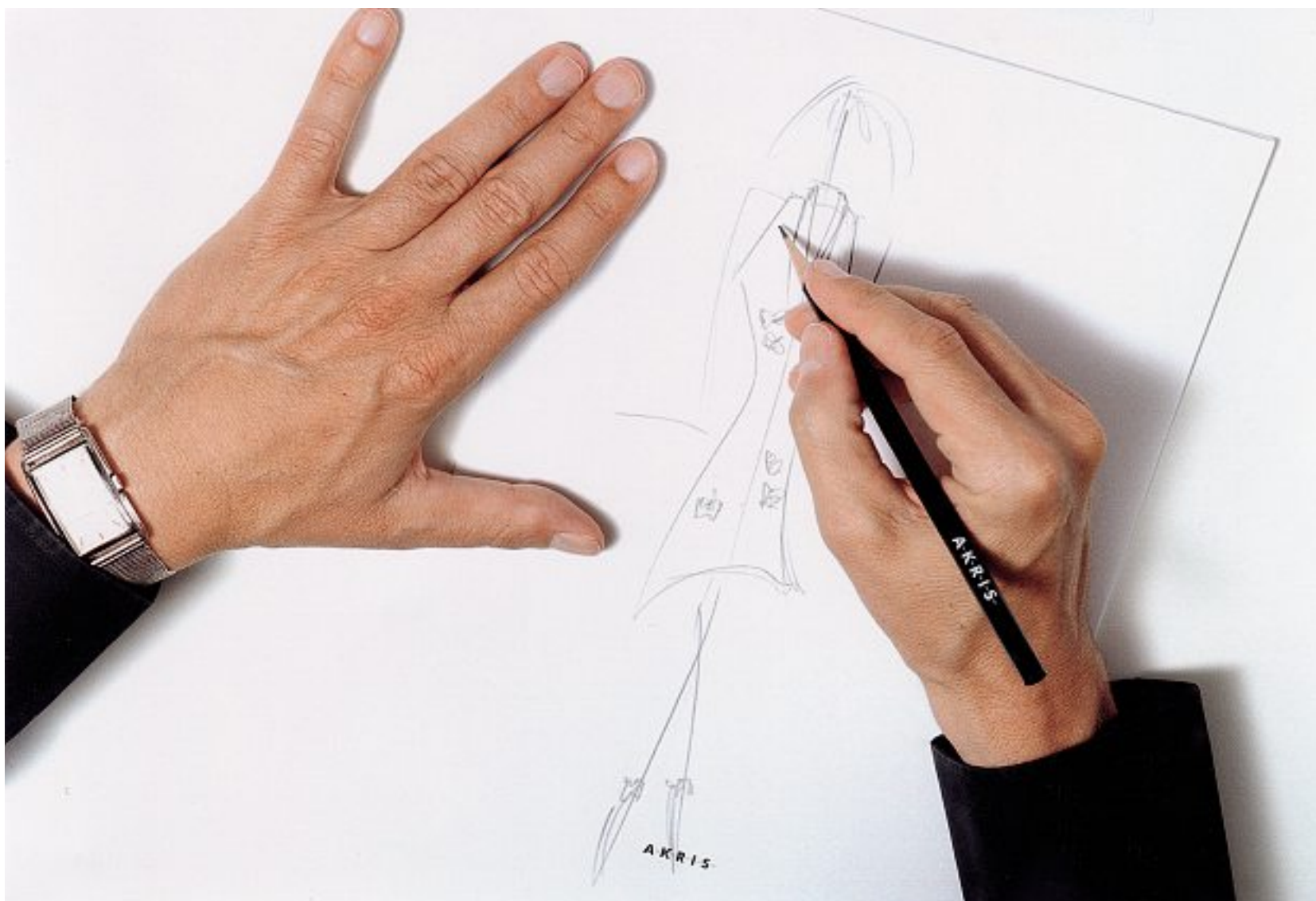
ab CHF **27600.-** oder ab CHF **275.-**/Mt.

Wenn man den perfekten SUV entwickeln will, muss man sich über alle technischen Konventionen hinwegsetzen. Mit der SKYACTIV Technologie haben wir genau das getan und den Motor, das Getriebe, die Karosserie und das Fahrwerk von Grund auf neu entwickelt. Das Resultat – der neue Mazda CX-5 – ist traumhaft: ein leichter und agiler SUV kombiniert mit ausserordentlichem Fahrspass und niedrigem Verbrauch (ab 119 g CO₂/km und 4,6 l/100 km). Fahren Sie den neuen CX-5 jetzt bei Ihrem Mazda-Händler zur Probe.

DER MAZDA CX-5. LEIDENSCHAFTLICH ANDERS.

Angebote gültig für Verkaufsverträge vom 01.07.13 bis 30.09.13. Abgebildetes Modell: Mazda CX-5 Ambition SKYACTIV-G 165 FWD, CHF 33 550.-. Leasingbeispiel: Mazda CX-5 Challenge SKYACTIV-G 165 FWD, Nettopreis CHF 27 600.-, 1. grosse Leasingrate 25 % vom Fahrzeugpreis, Laufzeit 36 Mt., Laufleistung 15 000 km/Jahr, effektiver Jahreszins 3,9 %, CHF 275.-/Mt. Ein Angebot von ALPHERA Financial Services, BMW Finanzdienstleistungen (Schweiz) AG. Alle Preise inkl. 8 % MWST. Zusätzliche Vollkaskoversicherung obligatorisch. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung führt. Energieeffizienz-Kategorie A – D, Verbrauch gemischt 4,6 – 6,6 l/100 km, CO₂-Emissionen 119 – 155 g/km (Durchschnitt aller verkauften Neuwagen: 153 g CO₂/km).





RAFFINIERTE KLASSE

SEINE HERBSTKOLLEKTION IST DIE ESSENZ DER SCHWEIZER MARKE AKRIS. DESIGNER ALBERT KRIEMLER EHRT SEINE VERSTORBENE MUTTER

ES WAR ALBERT KRIEMLERS erste Modeschau, die ohne seine Mutter, Ute Kriemler, im Frühling im Pariser Grand Palais stattfand. Sie war wenige Monate zuvor gestorben. Die neue Herbst/Winter-Kollektion, ganz in Schwarz gehalten, wurde durch ihre persönlichen Lieblingsstücke inspiriert und umfasst Rollkragenkleider, Zweiteiler aus Blusen und Hosen, Doubleface-Jacken und -Mäntel, Sportswear und erotisch-durchscheinende Abendkleider. Wie immer zeichnen sich die Entwürfe des St. Galler Designers durch Klarheit und Modernität aus. Dieses Mal aber auch durch besondere Raffinesse und Weiblichkeit, die immer diskret bleibt, auch wenn sie gewagte Einblicke gewährt.

Die Modelle aus hochwertigen Materialien wie Leder, Wolle und Kaschmir waren teils mit fotografischen Elementen versehen. Fotoprints gehören seit einigen Jahren zur unverkennbaren Handschrift von Albert Kriemler. Nach Seasons mit Fotodetails aus der Formel-1-Welt und der Architektur von Joseph Maria Olbrich verarbeitete Kriemler für die neue Kollektion Nachtaufnahmen. Dieses Mal liess er sich von dunklen Strassen inspirieren, fand aber

auch eigenwillige Wege, Licht, wie beispielsweise den Schein der Strassenlaternen, in horizontale, weisse Linien einfliessen zu lassen.

Ein Pelzmantel leuchtet in klarem Weiss zwischen all den dunklen Entwürfen. «Der Mantel ist das Licht, das am Ende bleibt», sagte Kriemler am Ende des Defilees. Bei dieser Präsentation ging es offensichtlich nicht nur um Vergangenes, sondern um die Zukunft. In diesem Sinne war die Schau ein Tribut an Ute Kriemler und ein optimistisches Weiterschreiten.

Ihre neue Kollektion ist fast ausschliesslich in Schwarz gehalten. Und trotzdem ist sie in keiner Weise düster.

Dieses Defilee ist die Essenz meiner bisherigen Arbeit; das ist Akris-Mode in ihrer konsequentesten Form. Die Kollektion spiegelt meine Mutter, wie ich sie in vielen ihrer Lebensabschnitte wahrgenommen habe.

Wie hat Ihre Mutter Ihre Arbeit beeinflusst?

Ihr Einfluss ist omnipräsent und wird es immer bleiben. Mich hat weniger die Vergangenheit inspiriert als eine Haltung; deswegen ist das eine sehr moderne Kollektion. Das war meine Mutter auch. Eine moderne, toll gekleidete Frau.

TEXT SILVIA AESCHBACH UND RENATA LIBAL



HOMMAGE

OBEN Zwei Modelle der Herbst-Kollektion: Schwarz, die Farbe der Eleganz und der Trauer, ist bewusst als Hommage an Ute Kriemler gewählt. Vergangenen Dezember verstarb sie.

NEBENAN Albert Kriemler und seine Mutter Ute Kriemler.

UNTEN LINKS Die Handtasche aus Neopren strahlt Futurismus aus.

UNTEN RECHTS 1922 gründete die Visionärin Alice Kriemler-Schoch, Alberts Grossmutter, das Haus Akris. Der Labelname ist ein Akronym ihres Namens.



Welche Funktion hatte Ute Kriemler in der Firma?

Sie war die treibende Kraft, die etwas bewegen konnte. Seit wir erwachsen sind, war sie für meinen Bruder und mich mehr Schwester als Mutter, denn sie war jung im Wesen, unabhängig von ihrem Alter.

Ihre Mutter kam aus Deutschland, aus einer Bergbauunternehmerfamilie. Wie wurde sie von ihrer neuen St. Galler Familie empfangen?

Mit offenen Armen. Vor allem mit meiner Grossmutter verstand sie sich bestens. Die zwei Frauen waren sich in vielem sehr ähnlich: charismatisch, pragmatisch und für ihre jeweilige Zeit sehr modern.

Welche Erinnerungen haben Sie an Ihre Mutter?

Schon als kleiner Bub habe ich ihre Eleganz wahrgenommen. Sie war sportlich und immer eine Erscheinung, nicht allein wegen ihrer Kleidung, sondern durch ihre Persönlichkeit. In den letzten fünfzehn Jahren verbrachten wir sehr viel Zeit zusammen, sind gereist und haben auch im Ausland die Marke repräsentiert. Es war für mich immer spannend, zu sehen, wie die Menschen auf ihre ganz eigene Form von Selbstgewissheit reagierten.

Selbstgewissheit?

Das beschreibt ein Selbstbewusstsein, aber in einer dezenten, vielleicht sehr schweizerischen Form. Meine Mutter war keine Frau grosser Worte, aber sie kommunizierte klar. Wenn es etwas zu erledigen gab, erledigte sie es mit grosser Selbstverständlichkeit. Da hat sie etwas vorgelebt, das heute meine Mode prägt: Mode soll selbstverständlich sein.

Selbstverständlich im Sinne von unkompliziert?

Genau. Viele Akris-Kundinnen haben anspruchsvolle Tätigkeiten und sind dauernd auf Reisen. Sie brauchen eine Garderobe, die feminin ist und die sie perfekt kombinieren können. Komplizierte Mode mag interessant sein, aber was zu viele Umstände macht, passt nicht in die heutige Welt.

Dann ist Ihre Mode ein Mittel zum Zweck?

Das ist der entscheidende Unterschied zwischen einem Künstler und einem Modedesigner oder Architekten. Unsere Kreativität dient immer einem Zweck.

Von manchen Kritikern wird das Understatement, das Sie mit Ihrer Mode anstreben, mit Langeweile gleichgesetzt. Verletzt Sie das?

Nein, überhaupt nicht. Wir dürfen uns derzeit über mehr Nachahmer denn je freuen, im Look wie in der Philosophie. Minimalismus ist die aktuellste Ästhetik in der Mode. Unsere Fotoprints, die Transparenzlooks, die Ai-Bags werden weltweit für Modemagazine fotografiert.

Ausser Alicia Keys kleiden Sie auch Prominente ein wie Charlène von Monaco oder Marissa Mayer. Total unterschiedliche Persönlichkeiten. Was verbindet sie mit Akris?

Sie stehen alle in der Öffentlichkeit und wollen als selbstsichere, modische und feminine Frauen wahrgenommen werden.

Sie kleiden Charlène zu vielen offiziellen Anlässen. Was ist hier die Herausforderung?

Die royalen Dresscodes sind teils streng. Meine Herausforderung war, Charlène auch unter diesen Voraussetzungen modern zu kleiden.

Wie würden Sie ihren Look beschreiben?

Understatement trifft auf Körperbewusstsein. Die Kleider, die sie trägt, sind feminin und ein Statement, ohne zu expressiv zu sein.

Kann man sagen, dass Sie mit Charlène befreundet sind?

Die Beziehung ist in den letzten zwei Jahren gewachsen. Sie hat damals den ersten Schritt gemacht, als sie ein Kleid in unserem Geschäft ausgesucht hat. Das hat sie übrigens ganz normal gekauft. Sie hat dann gewünscht, mich zur Endanprobe kennen zu lernen. Ich bin hingeflogen, war zu spät, aber sie hat auf mich gewartet. Sie sagte mir dann, sie müsse jetzt in den Garten zu einem Fotoshooting, aber sie wolle mich noch einmal treffen. Am nächsten Tag erfuhr ich, dass dieses Shooting das offizielle Foto ihrer Verlobung war, bei der sie unser Kleid trug. Einige Monate später sind wir dann das erste Mal lunched gegangen.

Ich nehme an, dass Charlène nicht «von der Stange» kauft.

Ich zeichne für sie eigene Kleider. Ich bekomme ein Thema für einen speziellen Anlass, und dann setzen wir dieses um. Durch ihr Auftreten in den letzten zwei Jahren wird sie nicht nur als Fürstin, sondern auch als Stilikone wahrgenommen.

Entscheidet Charlène allein, was sie tragen will?

Sie vertraut mir inzwischen und überlässt mir gewisse Entscheidungen.

Die Fürstin ist also unkompliziert?

Ja, das ist sie, aber sie weiss, was sie will. *(lacht)*

Charlène ist als Sportlerin sehr körperbewusst. Ist für Sie sportliche Betätigung auch wichtig?

Es lebt sich viel besser, wenn man Sport treibt. Ich laufe und schwimme regelmässig. In unserer Familie hatte Sport schon immer einen Stellenwert. Mein Vater ist 91 und spielt auch heute noch oft 18-Loch-Golf. Meine Mutter war eine richtig gute Tennisspielerin.

St. Gallen ist ja modisch gesehen nicht der Nabel der Welt. Wie verkauft man das gegen aussen?

Mich wundert immer wieder, wie wenig in der Schweiz die eigenen



Meine Mutter war
**keine Frau grosser
Worte**, aber sie
kommunizierte klar

Stärken bewusst sind. St. Gallen ist in der Mode nicht marginal. Wenn ich in Paris leben würde, müsste ich hierherkommen, der Stoffe wegen. So wie die Designteams von Marc Jacobs oder Miuccia Prada kommen, zu Forster Rohner, zu Schlaepfer, zu Bischoff, um Stoffe für die Kollektionen zu suchen. Ein Besuch dort im Archiv – und Sie wissen, woher so mancher Look in Paris und Mailand kommt. Natürlich ist St. Gallen auch Teil der Akris-Geschichte, weil hier 1922 alles begonnen hat. Das ist aber kein Zufall. St. Gallen ist Kompetenzzentrum. Wir haben das Buch zu unserem 90-Jahr-Jubiläum im vergangenen Jahr auch dazu genutzt, die Botschaft von der Bedeutung St. Gallens in die Welt zu tragen.

Sie verbringen jeweils ein halbes Jahr in St. Gallen und sind ein halbes Jahr auf Reisen.

Eine gute Mischung! Wenn ich in St. Gallen bin, arbeite ich konzentriert mit meinem Team. Auf Reisen nehme ich neue Eindrücke auf und treffe Leute. Ich bin kein grosser Partygänger, schätze jedoch private Zeit mit Freunden. Es gefällt mir, wenn sie etwas anderes machen als ich. Das ist inspirierend und bringt mich auf neue Gedanken.

Sie führen Akris, zusammen mit Ihrem Bruder Peter, in dritter Generation. Was ist das Besondere daran, in einem Familienunternehmen zu arbeiten?

Mein Bruder und ich sehen uns täglich und haben das Glück, viel selbst entscheiden zu können. Wir sind kein börsenkotiertes Unternehmen und können schnell, pragmatisch und dynamisch arbeiten.

Sie sind ein relativ kleiner Player in der internationalen Modewelt.

Was uns von fast allen anderen unterscheidet, ist die Tatsache, dass bei Akris alle Kundinnen in die sehr hochwertige Mode investieren. Das empfinde ich als Auszeichnung. Düfte, Make-up oder Schuhe, in der Regel Hauptumsatzbringer bei Modelabels, haben wir gar nicht. Ich will nicht verschweigen, dass der Konkurrenzkampf hart ist. Heute decken international fünf bis sechs Firmen 80 Prozent des gesamten Modemarktes ab. Und es wird nicht einfacher. Aber es gibt uns seit 90 Jahren, und wir sind immer noch da.

Sie beschäftigen momentan rund 500 Leute in der Schweiz.

Wir vergleichen uns auch nicht mit den grossen Häusern, wir sind eher in der Grössenordnung von Lanvin oder Dries Van Noten, auch ein Familienunternehmen in dritter Generation.

Ihr Stil würde sich bestens für eine Männerkollektion eignen. Planen Sie in diese Richtung?

Es ist sehr anspruchsvoll, eine solche Kollektion zu lancieren. Im Moment bin ich noch mit zehn Kollektionen pro Jahr und unseren Accessoires beschäftigt. Aber der asiatische Markt, auf dem Männer mehr als Frauen konsumieren, wäre sicher interessant.

Sie sind in den USA sehr beliebt und verfügen über 13 eigene Geschäfte weltweit.

Die Amerikanerinnen haben den Akris-Esprit sofort geliebt. Ihnen gefällt unsere Einfachheit, die «Sleekness», die ohne Chichi auskommt.

Ihre neueste Cruise-Kollektion, die ab November verkauft wird, wurde vom mexikanischen Architekten Luis Barragán inspiriert. Warum haben Sie ihn ausgewählt?

Architektur ist immer wieder eine Inspiration. Barragáns Anwesen Cuadra San Cristóbal ist ein minimalistisches und zugleich regional inspiriertes Anwesen etwas ausserhalb von Mexiko-Stadt.

Wann eröffnen Sie den ersten Shop in der Schweiz?

Wir haben gelernt, auf den richtigen Zeitpunkt zu warten. Und der ist noch nicht gekommen. ☹

MODERNE
INSPIRATION

Für die Cruise-Kollektion (ab November erhältlich) liess sich der Designer von den Fotos des berühmten Anwesens Cuadra San Cristóbal inspirieren, das der Architekt Luis Barragán 1968 in Mexiko-Stadt entwarf. Das Haus steht aktuell für 12,3 Millionen Franken bei Christie's zum Verkauf.

Stars in Akris

Gerne sehen Luxusmarken

ihre Kollektionen von Peoplemagazinen abgelichtet und buhlen vor Auftritten auf dem roten Teppich um die Gunst der Stars. Albert Kriemler hingegen darf sich des umgekehrten Falles erfreuen – die Stars klopfen bei ihm an. Fürstin Charlene von Monaco ist eine Freundin des Hauses und zeigt sich regelmässig im Schweizer Label gekleidet (rechts auf dem Cover der japanischen «Vogue»). Sängerin Alicia Keys trägt für ihre aktuelle «Girl on Fire»-Tour eine speziell von Akris entworfene Garderobe (Foto links).





MODISCHE HÖHENFLÜGE

STRICK, WEBMUSTER, PRINTS UND TWEED
BRINGEN FRISCHEN WIND IN DEN HERBSTLOOK

FOTOS ANOUSH ABRAR STYLING SORREL KINDER

LINKS

Sie: Mantel, **Paul Smith.** Metallisches Gilet, **Marni.** Pullover, **Margaret Howell.** Mütze, **Markus Lupfer.** Jeans, **Paige.** Boots, **Burberry.** **Er:** Pullover, **Religion** bei asos.com. Schal, **Gant.** Hose, **Christopher Kane** bei matchesfashion.com. Sneakers, **McQ by Alexander McQueen.**

RECHTS

Schottenstoff-Kragen, **Preen.** Pullover, **Christopher Kane** bei matchesfashion.com. Lederjupe, **Heohwan Simulation.** Socken, privat. Schuhe, **Hermès.**





LINKS
Mantel, **Hermès**.
Pullover, **Bally**.
Hemd, privat.
Jeans, **Joe's**.
Boots, **Marni**.

RECHTS
Sie: Pulloverkleid,
YMC. Hemd, **Topman**.
Uhr Tonda 1950,
Parmigiani.
Er: Grauer Pullover,
YMC. Schwarzer
Pullover und Jeans,
**McQ by Alexander
McQueen**.



PARMIGIANI



LINKS

Sie: Béret, **Margaret Howell.** Pullover mit Pelz, **Marni.** Wolljupe, **Chanel.** Boots, **Hermès.** Socken, privat.
Er: Schal, **PS by Paul Smith.** Pullover + Jeans, **Burberry Prorsum.** Stiefel, **Bally.**

RECHTS

Pullover, **Topman.** Schal aussen, **Bimba & Lola.** Schal innen, **Paul Smith.** Uhr Pershing 005, **Parmigiani.**

ADRESSEN SEITE 44
FOTOGRAF: ANOUSH ABRAR
STYLING: SORREL KINDER
PRODUKTION: JOËLLE
KERCAN ART DIRECTOR:
GÉRALDINE DURA MODELS:
MOLLY SMITH (NEXT
LONDON), ASAF YOUNINER
(NATHALIE) HAARE UND
MAKE-UP: FRANCIS ASES
ASSISTENT FOTOGRAF:
ARMAND YERLY ASSISTENT
STYLING: CHRIS LAKE



MARC BY MARC JACOBS

CHLOÉ

SAINT LAURENT

HERMÈS

CÉLINE

MIT EINER PRISE RETRO

VERFÜHRERISCHE NÉGLIGÉS, REBELLISCHE ROCK-ALLÜREN UND OVERSIZE-MÄNTEL FÜR DEN MANN: FÜR IHRE HERBST/WINTER-KOLLEKTIONEN HABEN DIE DESIGNER EINEN BLICK ZURÜCKGEWORFEN UND HITS VON GESTERN NEU INTERPRETIERT, ABER AUCH ZUKUNFTSWEISENDES NEUES KREIERT

Zurück zum New Look

Schmale Taille, runde Schultern – Anleihen bei der Mode der 1940er-Jahre machen viele Kollektionen diesen Winter. Bei Marc by Marc Jacobs betont ein Gürtel die Taille, die Hose wird zum Hosenrock, und die Wellenfrisur mit glattem Oberkopf nimmt den Hollywoodtrend jener Zeit auf. Raf Simons greift für Dior auf das Wahrzeichen des New Look von 1947 zurück, Christian Diors legendäres Tailleur. Seine Interpretation der schwingenden Jacke mit Wespentaille über einem weiten Plisseejupe erntete viel Lob. **So passts** Manchmal heisst es, einen starken Auftritt hinlegen und die weiblichen Reize einsetzen – ohne Überheblichkeit, aber selbstbewusst. Diese Kleider schmeicheln den Kurven und sind zeitlos elegant.

Klassiker Cape

Capes werden immer wieder auf den Laufsteg geschickt, schaffen aber selten den Sprung auf die Strasse. Das hat praktische Gründe: Ein Windstoss reisst den Umhang auf, er schützt ungenügend gegen bissige Kälte, und mit Schultertaschen liegt er im Clinch. Dabei geht seine Trägerin unwillkürlich etwas aufrechter und kann ihre langen Handschuhe ausführen. Elie Saabs Umhang und ein weisses Cape von Valentino fielen besonders auf. Amüsant ist Vera Wangs Vorschlag für eine Aufmachung à la Zorro. Für den Alltag taugt das Cape von Chloé, vorn taillenkurz, hinten in Mantellänge. **So passts** Fürs Vorstellungsgespräch

werfen Sie sich besser kein Cape über, etwas Zurückhaltung ist angebracht. Wer leicht fröstelt, zieht darunter ein Daunengilet an – bei Barbara Bui ist es eine Jacke, ein Blazer oder ein Lederblouson.

Punk Reloaded

Einmal mehr feiern Punk und Grunge modische Auferstehung. Allen voran bei Hedi Slimane für Saint Laurent. Seine Kombination Minikleider mit Lederjacken und Bikerboots weckt gegensätzliche Emotionen. Einige loben sein Genie, andere finden seine Neuauflage des Punklooks abgegriffen. Konsequenter setzt der Designer für seine Kampagne auf die Cobain-Witwe Courtney Love, den Rockmusiker Marilyn Manson und die Sängerin Kim Gordon. Auch Isabel Marant zeigt rockig viel Bein und Nieten. Junya Watanabe kombiniert geflickte Jeans mit Schottenkaros, dem Lieblingsmuster der Punks und absolutes Muss der Saison.

So passts Überlassen Sie es den Jugendlichen, sich im Ganzkörper-Punklook zu stylen. Um Grunge und Punk im Büro zu tragen, braucht es Fingerspitzengefühl. Nach bewährter Methode wählt man mit Bedacht ein oder zwei Stücke – und trägt sie nur dort, wo kein Dresscode gilt.

Lang und sexy

Die Knöchel müssen sichtbar sein, so einfach ist der Trick. Christophe Lemaire schneidert für Hermès knöchellange Jupes, unter anderem aus schwarzem Leder, die sanft den Körper umspielen. Die Taille wird nur leicht



BALENCIAGA

CARVEN

LOUIS VUITTON

LOEWE

VERSACE

betont, auf keinen Fall eingeschnürt. Diese Jupevariante galt lange Zeit als unvoreteilhaft und brav, eher etwas für die Kirche als für den Ausgang. Nun haben die Modeschöpfer sein unangestregtes Verführungspotenzial entdeckt. Miu Miu, Victoria Beckham, Jil Sander und Rochas lassen in ihren Kollektionen für die kommende Saison die Vorurteile gegen den langen Rock ins Leere laufen. **So passts** Vergessen Sie die Röcke im Hippie- oder Zigeunerstil! Ob aus Stoff oder Leder, der aktuelle lange Jupe verlangt einen aufrechten Gang ohne Hast, auch wenn seine Weite längere Schritte zulassen würde. Aber der Schnitt eignet sich nicht fürs Ausschreiten – ausser er ist hoch geschlitzt, wie Angelina Jolies Kleid an der diesjährigen Oscar-Verleihung.

Edles Grau

Grau, einst die Farbe für Sekretärinnen und Klosterschülerinnen, wagt sich auf den Laufsteg und begeistert die Modewelt. Helles Grau bringt Lichtpunkte in die Wintermode. Céline veredelt es zu raffiniert geschnittenen Kleidern mit einem Zusatzpaar loser Ärmel, die sich über die Brust schlingen. Alexander Wang spielt mit einer ganzen Palette von Grautönen, und in Haider Ackermanns Kollektion wirkt feines, schwarzweisses Fischgrat wie dieser modische Farbton. **So passts** Für eine Sitzung, wenns direkt vom Büro an einen festlichen Anlass geht, oder einfach im Alltag kann Grau das ewige Schwarz ersetzen. Ein graues Outfit wirkt eigenwillig – wenn es sich nicht um

ein klassisch strenges Tailleur handelt.

Schösschen

In den 1980er-Jahren war die Jacke mit Schösschen eine Sensation. Thierry Mugler machte sie zum Wahrzeichen einer leidenschaftlichen, fast aggressiven Weiblichkeit. Seit einiger Zeit ist es zeitgemäss interpretiert zurück. Balenciaga mildert den Look mit abgerundeten Kanten, dank überschnittenen Schultern bleiben die Hüften optisch schmal. Bei Viktor & Rolf reichen die Schösse bis tief über die Hüften. Auch Stella McCartney beweist die Tragbarkeit der Schösschen.

So passts Auf die Jackenlänge kommt es an, denn Schösschen betonen die Hüften und können Rundungen ungewollt hervorheben. Genaues Hinschauen bei der Anprobe lohnt sich. Zudem empfiehlt es sich, den Stil zu brechen: Zu Jeans oder einem Jupe, mit Pumps oder Turnschuhen getragen, wirkt das Schösschen nicht mehr melodramatisch.

Der rosa Mantel

Babyrosa ist heikel und kann schnell allzu süsslich wirken. Guillaume Henry hat für Carven den Dreh gefunden und präsentiert den rosa Mantel maskulin in Übergrösse. Das macht die Trägerin nicht zum Bonbon, sondern verleiht ihr Charakter. Miuccia Prada bannt das Süssliche mit Proportionen: Falten und ein breiter Schalkragen betonen die Schultern, aufgesetzte Pattentaschen geben unter der gegürteten Taille Volumen.

So passts Ein rosa Mantel geht jederzeit und wird in der S-Bahn, beim Betreten des Bürohauses oder eines Restaurants manch trübe Miene aufhellen. Er macht sich ebenso gut über einem Kleid wie zu Jeans oder einer Militärhose.

Pyjama im Alltag

Der Strassenpyjama – oder wie man sich im Nachtgewand auf die Strasse wagt, ohne wie eine Schlafwandlerin auszusehen. Die Idee ist nicht neu, ihre Umsetzung noch immer tückisch. Marc Jacobs hat es für Louis Vuitton mit Bravour geschafft: Nachthemden und Pyjamas aus Spitze, Seide, Satin, dazu silberbeschlagene Schuhe des japanischen Labels Toga Pulla. Dieser Stil greift raffiniert unter einem Mohairpulli oder zum Blazer. Toll sieht auch ein seidenes Hemd im Stil einer Herrenpyjamajacke aus. Es geht um eine Anspielung; die Trägerin soll nicht aussehen wie direkt aus dem Bett.

So passts Négligés nur als Einzelstück ausser Haus tragen, etwa ein Nachthemd unter einem Mohairpulli oder zum Blazer. Toll sieht auch ein seidenes Hemd im Stil einer Herrenpyjamajacke aus. Es geht um eine Anspielung; die Trägerin soll nicht aussehen wie direkt aus dem Bett.

Easy Rider

Schwarzes Leder lässt spontan an Punkrock und die Lederkluft von Motorradfahrern denken. Amazonen können diesen Herbst auch ohne schwere Maschine modisch dem Töfflook frönen. Der kurzen Lederjacke

huldigen zahlreiche Designer (Saint Laurent, Hermès, Haider Ackermann, Givenchy, Diesel Black Gold, Isabel Marant, 3.1 Phillip Lim u. a.). Ob zu langem Jupe oder T-Shirt, sie gibt noch immer jedem Outfit Würze. Loewe zeigte nicht nur eine feminine Lederkombi, sondern auch Jupes mit Jacke und ganze Kleider aus Leder.

So passts Mit einer kurzen schwarzen Lederjacke kann sich jede Frau wie ein Easy Rider fühlen. Der Klassiker ist äusserst vielseitig und passt sich jeder Aufmachung an. Gefüttert taugt das unverwüstliche Stück auch für den Winter.

Teddy zum Kuscheln

Mollige Teddypelze wärmen das Kind im Erwachsenen. Seit einigen Wintern schon tragen Fashionistas eine Horde fröhlicher Stofftiere am Leib und haben daraus einen entspannten Look kreiert. Nun sind die Eleganten an der Reihe. Der Italiener Max Mara lässt Teddypelz aus Alpaka und Mohair in Übergrösse chic und lässig zugleich wirken. Ohne den mittlerweile unentbehrlichen Mohairpulli abzuschreiben, haben Zadig & Voltaire ihm Konkurrenz geschaffen: einen lässig geschnittenen Pulli mit tiefem V-Ausschnitt aus superweichem, ganz hellem Teddystoff. Ansonsten zielt der Kunstpelz oft Kragen und Ärmel.

So passts Teddypelz wirkt zu Jeans cool und bietet alles, was ein Lieblingsstück für den Winter ausmacht: Bequemlichkeit, Wärme, Stil. Mit Leder vereint wird der brave Teddy zum Rocker.



LANVIN

BOTTEGA VENETA

NEIL BARRETT

BALENCIAGA

FENDI

HERMÈS

Diskreter Stepp

Stepp ist immer aktuell und auf bestem Weg, ein Klassiker zu werden, allerdings in feinerem Material und körpernahe Schnitt. Lucas Ossendrijver und Alber Elbaz für Lanvin zeigen, wie Steppjacken aus der Ecke für Motorradfahrer und Sportswear herauskommen. Bei Miharayasuhiro verleiht ein violett schimmerndes Steppgilet in Pythonoptik der klassischen Silhouette die begehrte Coolness. Thom Browne, der sich von der altertümlichen Kleidung der Amish-Gemeinde inspirieren liess, verwendet das Sportmaterial für eine kurze Spenserjacke.

So passts Beim Stepp zeigt sich der Jahrgang 2013/14 rassig. Keine unförmigen Daunenjacken mehr, die sich von der Skispiste in den Alltag verirrt haben, sondern wärmende Winterkleidung für Stadt und Land, mal locker, mal elegant. Dank dieser Vielseitigkeit zahlt sich die Steppjacke aus. «Gfrörl» tragen sie souverän über dem Anzug oder unter dem Blazer – sie ist zur universellen Stadtjacke geworden.

Nonchalance im Anzug

Ausgefeilte Lässigkeit prägt den Casual-Business-Stil. Ein Anzug, gewiss, aber nicht mehr pingelig korrekt, sondern cool und entspannt, selbst für Geschäftsherrn. Die Krawatte ist kein Muss mehr, sie darf einem Pulli weichen (Missoni). Bei Hermès passt selbst unter den Zweireiher ein dünner Rollkragenpulli. Auch Neil Barrett sowie Dolce & Gabbana kombinieren ihre Blazer nicht mehr unbedingt mit Hemd und Krawatte. Bei Kris Van Assche schliesst die Jacke des Anzugs mit Reissverschluss statt Knöpfen. Entspannter wirken die Anzüge selbst in klassischen Männerkollektionen, aus denen

diejenige von Alessandro Sartori für Berluti hervorsticht.

So passts Offenes oder bis oben zugeknöpftes Hemd – die ewige Frage ist noch nicht gelöst. Als nur scheinbar nachlässige Formel bietet sich an, den obersten Knopf offen zu lassen. Allerdings: Wer dem Trend zum legeren Anzug zum Durchbruch verhelfen will, muss unbedingt darauf achten, dass er aus erstklassigem, möglichst knitterfreiem Material ist. Gewollte «Nachlässigkeit» erträgt keine Halbheiten.

Statements in Farbe

Von Mondrian inspiriert, hat der britische Designer Paul Smith Pullis entworfen, deren kräftige Farben dem Herbstnebel keine Chance lassen. Wie die abstrakten Bilder des niederländischen Malers erfreuen diese Pullis das Auge und bringen Fröhlichkeit in die Männermode. Auffallend geometrisch gestaltet Neil Barrett die meisten seiner Strickpullis, zu schwarzen Hosen getragen, wirken sie trotzdem nicht zu wild. Comme des Garçons zeigt riesige Sweatshirts, auf denen sich Schichten von Dreiecksmotiven überlagern.

So passts Stammt der Pulli aus der Hand eines Meisters, ist beim Rest des Outfits Zurückhaltung angesagt. Uni in möglichst dunklen Farbtönen bringt solch ein Kunstwerk am besten zur Geltung. Ein entspannter Trend, der in Zeiten der Wirtschaftskrise willkommene Farbe und gute Laune in die Männermode bringt.

Edles Camel

Die Farbpalette für den kommenden Winter ist düster: Schwarz und mehr oder weniger

helle Grautöne herrschen in allen Kollektionen vor. Da und dort aber setzt Camel auffallende Akzente und wirkt so elegant, dass kein Gedanke an Sand oder Safari aufkommt. Den überzeugenden Beweis liefert Alexander Wang für Balenciaga mit einem von Kopf bis Fuss kamelhaarfarbenen Outfit: Stiefel, Hochwasserhose und Mantel sowie ein langer Kaschmirpulli (in Zusammenarbeit mit Loro Piana), ein tannengrüner Schal setzt den einzigen Kontrast. Das edle Camel taucht auch bei Carven, Burberry Prorsum, Lanvin und Cerutti auf.

So passts Die Farbe Camel sollte nicht auf der Ersatzbank sitzen bleiben, sondern kommenden Winter als Goalgetter eingesetzt werden. Greifen Sie schleunigst und ohne Kopfzerbrechen zu und verwenden Sie Camel wie Schwarz! Tragen Sie einen Kamelhaarmantel so selbstverständlich wie den legendären Trench. Anders als in den 1970er-Jahren ist auch der Pulli in Camel nicht mehr dem Opa vorbehalten, und die kamelhaarfarbene Hose darf ab sofort mit ins Büro.

Mantel XXL

Der neue Mantel schafft eine ganz neue männliche Silhouette – robust und stämmig, aber gut proportioniert. In der von isländischen Impressionen inspirierten Show von Fendi kommt er in XXL-Grösse daher, mit breiten Schultern und viel Weite, und er reicht bis Mitte der Wade. Die Details aber sind klassisch, auf Schnickschnack wird verzichtet. Direkt den Wetterjacken der Fischer in Island abgeschaut scheint ein Mantel mit Kapuze und pelerinenartigen Ärmeln aus stahlblauem Tuch. Prada setzt mit Kontrastnähten Akzente. Auch Maison

Martin Margiela bringt mit einem klassischen, aber weit und gross geschnittenen Mantel die bisherigen Massstäbe durcheinander. Bei Burberry Prorsum werden Kragen, die mit Leder in kontrastierender Farbe oder Animalprint besetzt sind, zum Blickfang.

So passts Der übergrosse Mantel ist der Star der Saison. In einer neutralen, klassischen Farbe wird er nicht so schnell verleiden und passt zu allen Anzügen und Hosen. Mit solch einem Mantel beweisen Sie Geschmack und den Mut zum Ungewohnten. Eine Anschaffung, die sich lohnt, denn wenn sich ein Trend bei den Männern einmal durchgesetzt hat, wird er nicht so schnell aus der Mode kommen.

Eleganter Rolli

Die Kälte kann kommen, denn in vielen Kollektionen für diesen Winter, die sich an den 1970er-Jahren orientieren, stehen Rollkragenpullover im Vordergrund. Nicht unbedingt wie einst aus dickem Strick in Weiss, sondern in Weinrot, Grau oder Gelb. Weder Skipulli noch Unterziehhshirt, sondern Modelle, die sportlich und chic zugleich sind. Hermès hat eine schöne Kollektion solcher Pullover entworfen. Der belgische Designer Dries Van Noten kombiniert ihn zu einer langen Strickhose im Pyjamalook.

So passts Ihn nur am Wochenende zu tragen, wäre eine Beleidigung für den schönen Rolli. Brioni zeigt, wie gut der Pulli statt Hemd und Krawatte zu einem Anzug passt. Auch bei Gucci finden sich viele elegante Rollkragenpullis. Wer Zweifel hegt, sollte sich alte Fotos der Stilikone Steve McQueen ansehen – er hatte den eleganten Rollkragen zum Veston zu seinem Markenzeichen gemacht. ●



RE-AKTIVIERT IHRE ZELLEN
FÜR EIN SICHTBAR
JÜNGERES AUSSEHEN.

NEU



MIT MAGNOLIEN-EXTRAKT &
HYALURONSÄURE

Reduziert Falten – Strafft die Haut –
Verbessert die Zellerneuerung

LUXUS an der Kette

DIE HANDTASCHE WIRD IMMER MEHR ZUM SCHMUCKSTÜCK. MODELABEL DER LUXUSKLASSE SETZEN HEUTE AUF TASCHENKOLLEKTIONEN, DEREN UNVERKENNBARE KETTENTRÄGER AUS EDELMETALL ZUM MARKENZEICHEN DER LABEL AVANCIEREN

TEXT SEMAJA FULPIUS FOTO DANIELA & TONATIUH

FÜR KENNERINNEN bleibt das Original noch immer unerreicht: die Handtasche 2.55 mit Kettenhenkel von Chanel, die im Februar 1955 auf den Markt kam und nach diesem Datum benannt wurde. Das war damals ebenso originell wie die Tasche selbst. Chaneles Grundidee war eine praktische: An einer silbernen Kette statt am Lederhenkel, war die Handtasche auch ein Schmuckstück. Die feine Kette aus Silber oder Gold mit dem eingeflochtenen Lederriemchen wurde zum Inbegriff der Eleganz – und zum Markenzeichen der Chaneltäschchen. Lange Zeit wagte kein anderes Modehaus, sie zu kopieren. Heute aber nimmt jede Marke, die etwas auf sich hält, Taschen an die Kette und entwickelt dafür selbstbewusst eine eigene Masche. «Die grossen Modemarken wollen sich Symbole schaffen, ähnlich wie die Religionen mit dem christlichen Rosenkranz oder der <Hand von Fatima> im Islam», sagt Michaël Bonzom von der Pariser Trendforschungsagentur Nelly Rodi. «Jedes Label versucht eine individuelle Kettenform zu schaffen, die zum Erkennungszeichen und Logo wird.»

Symbol für Dauerhaftigkeit

Goldene, silberne, verdrehte oder gekreuzt, die vielfältigsten Taschenketten von Dior bis Stella McCartney machen sich in der Modewelt der Luxusklasse breit. Mit scharfem Blick erkennen Fashionistas an der Kette sofort die Marke. Beispielsweise das Modell «Happy» von Lanvin. «Das in den Kettengliedern verdrehte Ripsband ist das Markenzeichen des Hauses Lanvin, genau wie das Medaillon und das Mäschchen, woran unserem Designer Alber Elbaz sehr liegt», sagt die Verantwortliche für Accessoires bei Lanvin.

Woher die plötzliche Begeisterung der Luxuslabels für die «angeketteten» Handtaschen? «Sie wollen den Luxus von der Wegwerfmentalität fernhalten. Die Kette steht für etwas Dauerhaftes, sorgsam Gefertigtes. Sie lässt an Weitergabe und Vererben denken wie ein wertvolles Schmuckstück», sagt Experte Bonzom.

Tatsächlich sind einige dieser Ketten heute bereits Klassiker. So ist das Modell «Miss Dior» von 2011 an einer langen Kette aus Gold oder Silber zur It-Bag geworden und gehört inzwischen zur Standardkollektion. Balenciagas «Classic New Shoulder» hat eine Kette aus ineinandergelinkten Ringen. Gucci macht den Trend bei der Linie «Soho» mit und hängt die Schultertaschen an gehäkelt wirkende Ketten mit einem schulterchonenden Zwischenstück aus Leder. Im obersten Segment setzte Bulgari Ketten bei der Linie «Monete» ein, die als Wahrzeichen antike Münzen mit der Nymphe Arethusa und einer Ähre verwendet. Eine stylisierte feine Kette, die aussieht wie aus goldenen Schuppen gebildet, findet sich auch bei Bulgaris Linie «Serpenti».

Wie eine Bombeschlug vor einigen Saisons die Taschenkollektion «Falabella» von Stella McCartney ein: grosse Beutel an langen Ketten, die als Bordüre auch die Taschenkanten rundum einfassen (chain-trimmed). Die glamourös-rockige Tasche gibt es «für Vegetarierinnen» in Kunstleder, ein absolutes Novum im Luxussegment.

Schmuckstück oder Gebrauchsbeutel – mit diesem Gegensatz spielen die Kettenmodelle. «Diese Taschen erinnern ganz klar an die kostbaren Abendtäschchen der 1920er-Jahre. Aber die Schmuckfunktion hat an Bedeutung gewonnen und wird zu einem unverzichtbaren Element jeder Handtasche», sagt Claudette Joannis, Konservatorin und Spezialistin für die Geschichte des Schmucks. Auch Bonzom stellt «eine Renaissance des Schmucks» fest. «Die Mädchen schmücken sich mit diesen Taschen».

Trotzdem würde kein It-Girl eine Kettentasche mit einem eleganten Outfit kombinieren. Der totale Chanel-Look (Tailleur und 2.55) wirkte an Romy Schneider und Jackie Kennedy modern. Heute werden die Täschchen sehr locker kombiniert. Das teure Statussymbol tragen Frauen als Umhängetasche quer zu einer Lederjacke und Shorts (gesehen bei Chloë Sevigny oder Kate Moss) oder auf der Schulter zu abgewetzten Jeans (wie Rihanna). Ganz nach der Devise: Wenns nicht zusammenpasst, passt am besten. ☺



Wie die Tasche, so die Uhr

Nicht nur Handtaschen werden schmuck an die Kette gelegt, auch Armbanduhren sind mit Ketten en vogue. So überträgt die Luxusmarke Bulgari das Konzept ihrer Halsketten auf das Uhrenband. Die verschlusslosen Ketten aus Gold und Silber, mit antiken Münzen und farbigen Edelsteinen prägten das Dolce Vita der 1960er-Jahre. Elizabeth Taylor begeisterte sich dafür, ebenso Schauspielerin Anna Magnani, die geme mehrere Ketten übereinander ums Handgelenk wickelte. Ganz im Stil jener Luxusboheme kreierte Bulgari dieses Jahr die Quarzuhr «Catene» (Ketten), deren Band aus 18-karätigem Roségold (diamantenbesetzt möglich) sich zweimal umwickeln lässt. Die Firma Piaget folgt dem Trend mit der Linie «Couture Précieuse»: Aus Gold geflochtene, diamantenbesetzte breite Armbänder tragen eine kleine Uhr, gerahmt wie ein Juwel. Erschwinglichere Armbanduhren mit Ketten? An ein Stahlkettchen nimmt Ralph Lauren das neueste Modell seiner Linie «Stirup» mit der Fassung in Form eines Steigbügels. Bei «St-Tropez» von Charriol wird das Armband von einer feinen Goldkette ergänzt, und Swarovski hat seine «Aila» mit Kristallen gespickt. Ihr Vorbild ist Chaneles Uhr «Première» von 1987: Das Zifferblatt gleicht dem Verschluss des Flacons «No 5», das Armband ist der «2.55» nachgebildet, der Mutter aller Kettentaschen. RL

IM UHRZEIGERSINN

Taschen «Serpenti» aus Eidechsenleder, **Bulgari**. «Happy», **Lanvin**. «Falabella Shaggy Deer Fold Over Tote», aus Kunstleder, **Stella McCartney**. «Miss Dior Flap Sliding Chain», aus Lammleder, **Dior**. «Timeless Classic», Kette mit eingeflochtenem Lederriemchen **Chanel**.

Uhren (links) «St-Tropez» aus Perlmutter, Stahl und Diamanten, **Charriol**. «Aïla», **Swarovski**. «Première» aus Stahl und Perlmutter, **Chanel**. «Catene» aus Roségold, **Bulgari**. «Stirrup» aus Stahl, **Ralph Lauren**. «Couture Précieuse» aus Roségold und 159 Diamanten, **Piaget**.





10 STILVOLLE GÄRTEN

DIESE PARADIESISCHEN GRÜNANLAGEN
BEDEUTENDER KÜNSTLER, MODESCHÖPFER,
MALER UND DICHTER SIND EINE REISE WERT

TEXT **KAROLINE MENGE**

1 Marrakesch, Marokko Saint Laurents Jardin Majorelle

Der Garten Als hätte der Maler Jacques Majorelle ein begehrtes Gemälde geschaffen: der Jardin Majorelle in Marrakesch verzaubert den Besucher mit intensiven Farben, Palmengärten, Brunnen und Kakteenfeldern. Pflanzen aus der ganzen Welt, ein blaues Atelierhaus, eine Pergola mit blauen Säulen, verschlungene, rostrote Wege, gekachelte Brunnen und Teiche zieren den Garten. 1966 entdeckten der französische Modeschöpfer Yves Saint Laurent und sein Lebensgefährte sowie Geschäftspartner Pierre Bergé den Jardin Majorelle während ihrer ersten Reise nach Marrakesch. Als das Grundstück 1980 einem Hotelprojekt hätte weichen sollen, retteten sie es. Im Blauen Haus haben die neuen Besitzer mit ihrer eigenen Sammlung ein Museum für islamische Kunst eingerichtet.

Der Künstler Jacques Majorelle, 1886 im französischen Nancy geboren, war fasziniert von der Kultur des Berbervolkes im Hohen Atlas – vor allem von dem strahlenden Blau, das überall, an Häusern, Kleidern und Kacheln, zu finden ist und das er später in seinen Garten integrierte.

Wissenswert Das strahlend blaue Atelierhaus im Jardin Majorelle ist das einzige Haus in Marrakesch, das nicht traditionell in Rotbraun gestrichen ist. www.jardinmajorelle.com



Ein **paradiesischer Garten** unweit der französischen Hauptstadt.

Giverny, Frankreich Impressionistisches Meisterwerk von Claude Monet

Der Garten Ein Garten als Inspirationsquelle: Auf seinem Grundstück in Giverny, eine Stunde von Paris entfernt, entwarf Claude Monet Beete, die vom Frühjahr bis in den Spätherbst immer wieder neu blühten. Er legte einen Seerosenteich mit einer japanischen Brücke an und schuf so seinen eigenen Paradiesgarten, in dem er die Motive für seine malerische Arbeit fand. Die Seerosen sollten sein wichtigstes Motiv werden. Rund 100 Variationen des Teiches malte Monet in immer anderen Licht- und Farbstimmungen. In seinem Haus befinden sich eine kleine Ausstellung seiner Bilder und die ursprünglichen Wohnräume der Familie Monet.

Der Künstler Der impressionistische Maler Claude Monet wurde 1840 in Paris geboren. Sein Gemälde «Impression, soleil levant», auf dem der Hafen von Le Havre zu sehen ist, gab der Stilrichtung des Impressionismus ihren Namen.

Wissenswert Der Garten ist ein wahrer Touristenmagnet. Wer ihn nicht mit Hunderten anderen Besuchern besichtigen will, sollte nicht in der Hochsaison nach Giverny gehen. www.fondation-monet.com



Die gigantischen Skulpturen von Niki de Saint Phalle ragen aus der toskanischen Landschaft.

Capalbio, Toskana, Italien

Tarot-Garten von Niki de Saint Phalle

Der Garten Die Hohepriesterin, der Tod, die Gerechtigkeit – nur einige der Tarotkarten, die in Niki de Saint Phalles Tarot-Garten als monumentale Skulpturen nachgestellt sind. Insgesamt 22 Karten wurden von der französischen Künstlerin in überlebensgrosse Figuren verwandelt. Unweit von Capalbio, eingebettet in die Hügel der Maremma, kann man bereits aus der Ferne das Glitzern der mit Mosaik besetzten, teils begehbaren Skulpturen entdecken. Wie zu einem riesigen Spielplatz gehörig wirken die Säulen, Teiche und Wasserfälle.

Die Künstlerin 1930 in Neuilly-sur-Seine, Frankreich, geboren, war sie Model und Schauspielerin, bis sie nach einem Nervenzusammenbruch die Kunst für sich entdeckte. Bei uns wurde sie vor allem durch ihre bunten Nana-Figuren und als Ehefrau von Jean Tinguely bekannt.

Wissenswert Im Körper der vollbusigen Kaiserin-Figur des Tarot-Gartens hatte sie sich ihr Zuhause eingerichtet, wo sie auch arbeitete. www.nikidesaintphalle.com

Lidingö, Schweden

Künstlerinsel des Bildhauers Carl Milles

Der Garten Vor der Stadtgrenze Stockholms auf der Insel Lidingö entstand ein Gartengelände der Extraklasse, erschaffen vom schwedischen Bildhauer Carl Milles und seiner Frau Olga. Hoch über dem See Värtan erstreckt er sich im Stil italienischer Gartenkunst der Renaissance. Terrassen und Treppen führen vorbei an Kiefern, Wasserbecken mit Fontänen und monumentalen Nachbildungen künstlerischer Werke Milles. Das Haus des Künstlerpaares ist heute ein Milles-Museum mit seiner Kunstsammlung, die Skulpturen von der Antike bis zum Mittelalter umfasst.

Der Künstler Carl Milles wurde 1875 in Knivsta, Schweden, geboren und starb 1955 auf Lidingö. Er gilt als einer der bedeutendsten schwedischen Bildhauer.

Wissenswert Im benachbarten Café des Künstlerhauses wird traditioneller schwedischer Kuchen angeboten. Zudem liegen Bücher über das Leben und die Werke von Milles aus.

www.millesgarden.se



Goethe war nicht nur Dichter, Künstler, Theaterleiter und Kunsttheoretiker, sondern auch ein leidenschaftlicher Gärtner.

Weimar, Deutschland

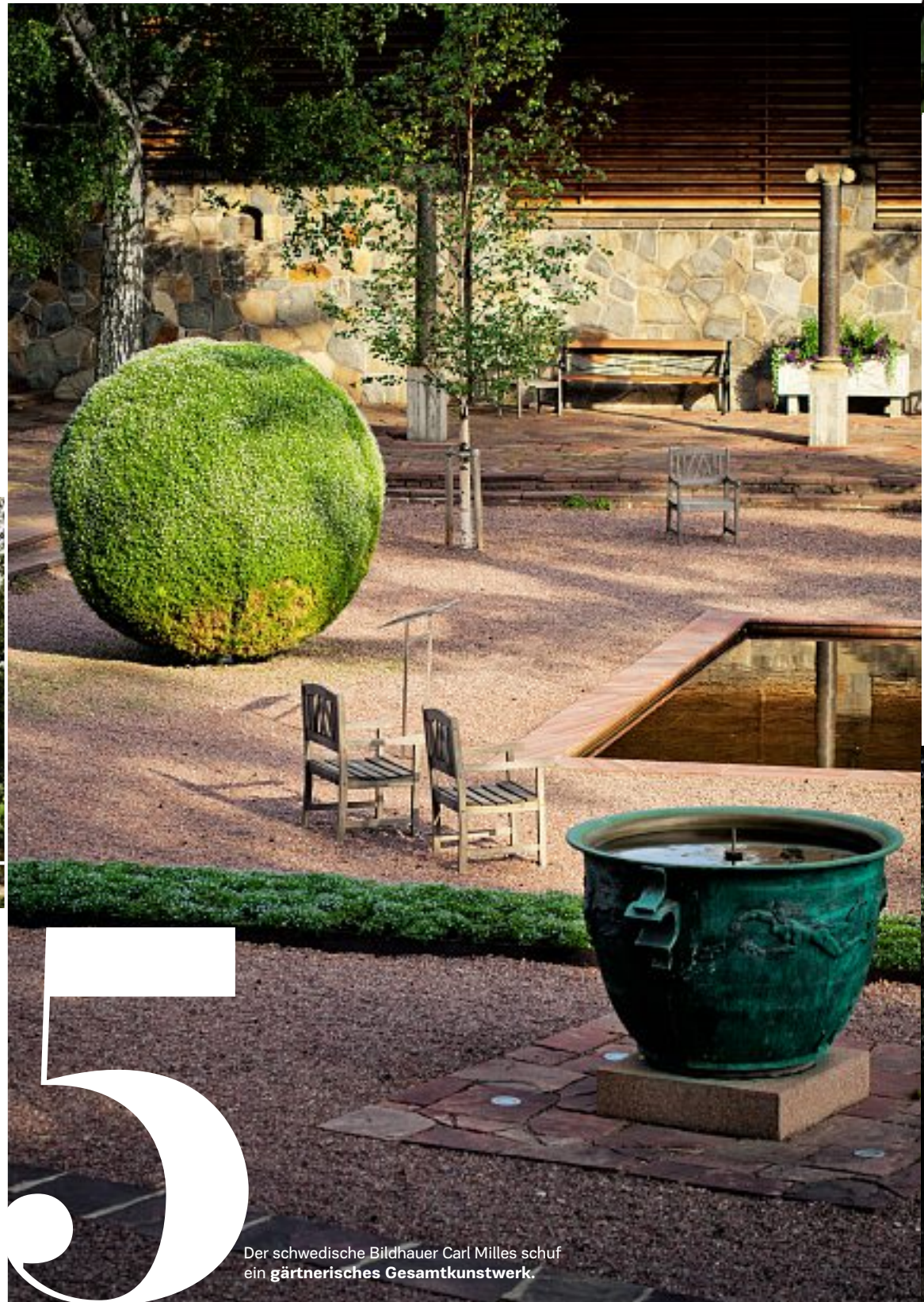
Im Garten des Weltliteraten Goethe

Der Garten Das ehemalige Weinberghaus mitsamt dem Garten im Park an der Ilm ersteigerte Johann Wolfgang von Goethe 1776, kurz nachdem er nach Weimar gekommen war. Besucher können durch den vom Dichter persönlich angelegten Garten mit parkähnlichem Hangbereich, Obstwiese und Gemüsebeeten spazieren.

Der Künstler Geboren 1749 in Frankfurt am Main. Bedeutendster Dichter Deutschlands und Vorreiter des Sturm und Drangs.

Wissenswert Im Gartenhaus sind auch Zeichnungen des Schriftstellers zu sehen, die überwiegend hier oder in der näheren Umgebung entstanden sind.

www.klassik-stiftung.de



Der schwedische Bildhauer Carl Milles schuf ein gärtnerisches Gesamtkunstwerk.



Selbstversorgung um Hermann Hesses Haus: Gemüsebeete, Obstbäume und Blumenrabatten.

Gaienhofen, Deutschland

Das Haus am See von Hermann Hesse

Der Garten Die Einzigartigkeit des Gartens des schwäbischen Dichters Hermann Hesse war für die jetzige Besitzerin Anlass, das Grundstück in seiner Ursprungsform zu erhalten und für Besucher zu öffnen. Es ist der einzige Garten, den Hesse von Grund auf konzipierte. Der Dichter legte rund um sein Haus, das man besichtigen kann, einen Selbstversorgergarten an.

Der Künstler Der Autor der Werke «Der Steppenwolf» und «Siddhartha» erblickte 1877 im württembergischen Calw das Licht der Welt und erhielt 1946 den Nobelpreis für Literatur.

Wissenswert Vom Hermann-Hesse-Haus werden auch Wildkräuterführungen in der Umgebung angeboten. Im Garten oder in der Orangerie werden die Kräuter zubereitet und verkostet.

www.hermann-hesse-haus.de



Eine **Musterkollektion von Weltgegenden**, nennt André Heller seinen Garten am Gardasee.

Gardasee, Italien

Natur und Kultur von André Heller

Der Garten Felsenlandschaften mit Wasserfällen, Teiche, in denen edle Koi-Karpfen schwimmen, Orangenhaine und Olivengärten. Der 10 000 Quadratmeter grosse Garten des Künstlers André Heller, gelegen in Gardone Riviera am Gardasee, ist ein «Ort der Sinnlichkeit und magischen Stärke», beschreibt ihn Heller selbst. Ursprünglich gehörte er dem renommierten Zahnarzt Arthur Hruska, der dem Garten seinen Namen «Giardino Botanico Arturo Hruska» gab. Für Besucher steht dieses Eldorado mit rund 3000 Pflanzenarten aus aller Welt von März bis Oktober offen. Neben Kunstinstallationen findet man indische und marokkanische Skulpturen.

Der Künstler André Heller ist Chansonnier, Aktionskünstler, Dichter, Schauspieler und Kulturmanager. Er wurde 1947 in Wien geboren und gilt als einer der erfolgreichsten Multimedia-Künstler der Welt.

Wissenswert Installationen berühmter Künstler wie Keith Haring, Roy Lichtenstein oder Mimmo Paladino lassen Natur und Kultur im André-Heller-Garten verschmelzen.

www.hellergarden.com

Barcelona, Spanien

Der Park Güell von Antoni Gaudí

Der Garten Der Maler Salvador Dalí nannte die weltberühmte Bank im Park Güell, entworfen von dem katalanischen Architekten Antoni Gaudí, den Vorläufer des Surrealismus. Die Bank, geschmückt mit Tausenden Bruchmosaikern, schlängelt sich entlang einer Terrasse oberhalb des Parks, von der man einen herrlichen Blick auf Barcelona hat. Auch sonst ist dieser Park ein surrealistisches und märchenhaftes Meisterwerk: Am Eingang werden die Besucher von einem mit Mosaik besetzten Drachen begrüsst, an dessen Seiten eine Treppe zur Markthalle führt, ein von römischen Tempeln inspirierter Säulenhau. Durch die Grünanlage des Parks führen verschlungene Wege, Laubengänge, Mauern und Brücken.

Der Künstler Antoni Gaudí wurde 1852 im katalonischen Reus geboren und fand seine letzte Ruhe 1926 in Barcelona, wo er am meisten gearbeitet hatte. Neben der Sagrada Família war der Park Güell Gaudís grösstes Projekt.

Wissenswert In einem kleinen Haus im Park Güell, in dem Gaudí eine zeitlang lebte, befindet sich heute ein Museum, in dem vom Architekten entworfene Möbel ausgestellt sind.

www.parkguell.es

Besucher geniessen vom Park Güell die **schöne Aussicht** über Barcelona.



8

Nohant-Vic, Frankreich

George Sands Anwesen zwischen Rosen und Zedern

Der Garten Die Besucher können auf dem sechs Hektaren grossen Grundstück der Schriftstellerin George Sand durch verschiedene Gärten – Rosen-, Zedern-, Obst- und Duftgarten – wandeln. «Ab und zu trägt der Wind durch das zum Garten hin offene Fenster Klänge vom Spiel Chopins herein, dazu den Gesang der Nachtigallen und den Duft der Rosen», schrieb der Maler Delacroix, der oft Gast bei Sand war. Ihr Grab befindet sich auf dem privaten Familienfriedhof, unweit der zwei Zedern, die Symbol der Geburt ihrer Kinder sind.

Die Künstlerin Amandine Aurore Lucile Dupin de Francueil, so George Sands Geburtsname, wurde 1804 in Paris geboren. Sie trug wohl als erste Frau ihrer Zeit Männerkleider, rauchte Pfeifen und Zigaretten. Der Komponist Frédéric Chopin war lange Zeit ihr Liebhaber.

Wissenswert Heute finden auf dem Anwesen unter anderem das Festival der Romantik und die internationalen Chopin-Tage statt.

www.maison-george-sand.monuments-nationaux.fr



Im Park der Schriftstellerin George Sand **scheint die Zeit stillzustehen**.

9

Granville, Frankreich

Duftparadies von Christian Dior

Der Garten Es war die Mutter Christian Diors, die den englischen Landschaftsgarten des Elternhauses im französischen Granville anlegte. Er selbst entwarf die Teichanlage und die Pergola des Gartens, pflanzte Rosen, Pinien und exotische Pflanzen. Als einer der wenigen erhaltenen französischen Künstlergärten des 20. Jahrhunderts steht das Anwesen für Besucher offen. Das in ein Museum umgewandelte Elternhaus gibt Einblicke in Leben und Werk des 1957 verstorbenen Modeschöpfers. Im Garten betören «Duftstationen» mit verschiedenen Düften aus dem Hause Dior.

Der Künstler 1905 in der Normandie geboren, gründete Dior 1946 sein Modehaus in Paris. Seine erste Kollektion wurde als «New Look» gefeiert.

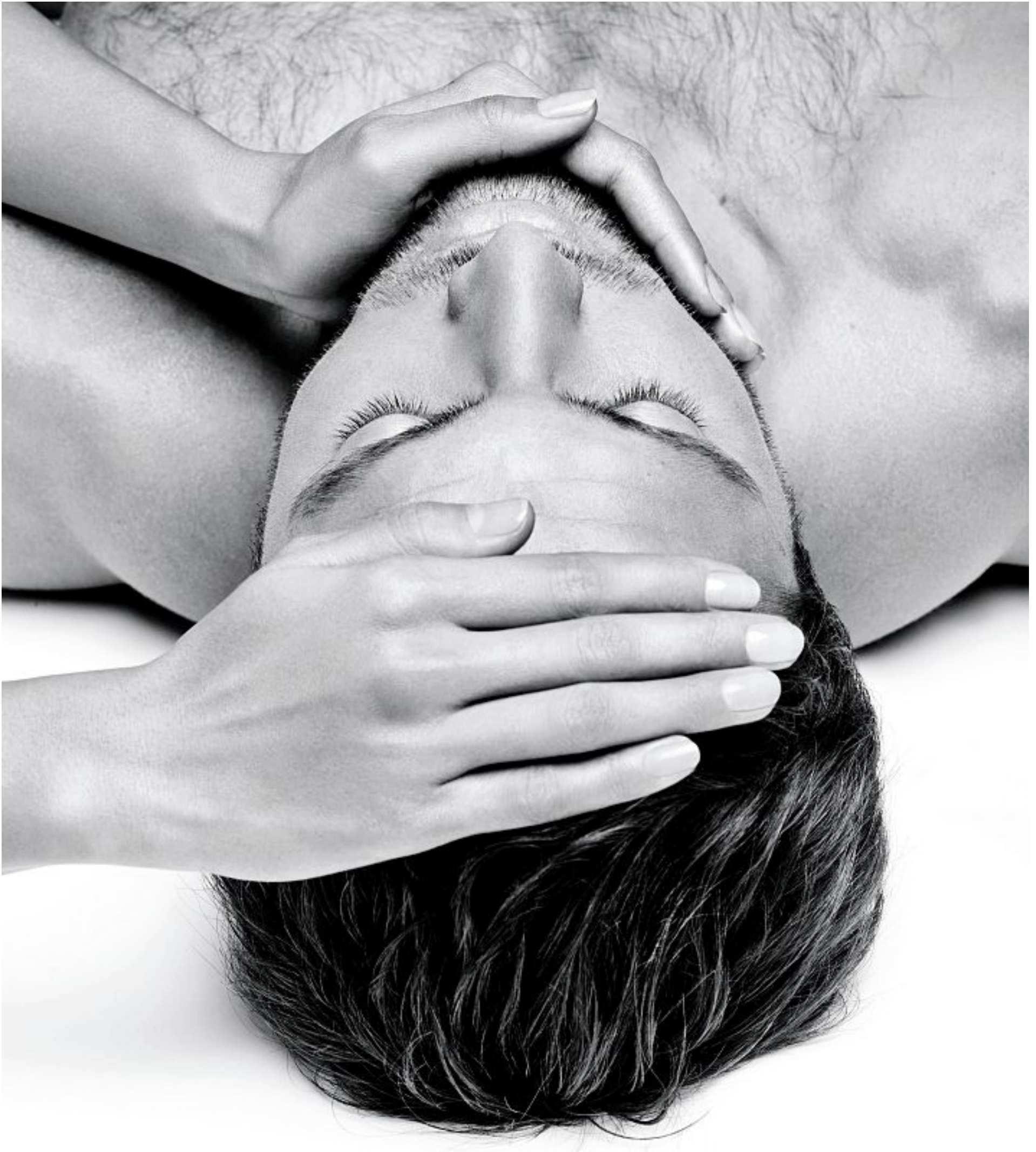
Wissenswert Von Juli bis August verwandelt sich der Garten an den Wochenenden in ein Lichterparadies.

www.musee-dior-granville.com



Blumen waren **Inspirationsquelle** des Modemachers Christian Dior.

10



Ein Mann im Spa

VIELE MÄNNER HALTEN ES ZWAR NACH WIE VOR FÜR UNMÄNNLICH, SICH BEI WOHLTUENDEN WELLNESSFREUDEN ZU ENTSPANNEN. DOCH WAS IST DENN SO SCHLIMM DARAN? SELBSTVERSUCH EINES SKEPTIKERS

TEXT EMMANUEL FAVRE

ICH HABE ZUGESAGT. Gewillt, eine Welt zu entdecken, die mir bisher fremd war – abgesehen von einigen Tagen der Erholung in Tunesien. Ingeheim wünschte ich mir durchaus, an der französischen Atlantikküste den Stress des Alltags abzulegen. Es ist halt doch so, dass der Büroalltag an unserem Innern nagt und das Äussere ankratzt.

Trotzdem habe ich Zweifel. Thalassothe-
rapie für Männer, brauche ich das wirklich?

Schliesslich bin ich erst etwas über vierzig. Muss ich meinen Körper mit Aprikosenöl und Algen einbalsamieren lassen? Ist das nicht etwas für Rentner, die sich etwas Gutes gönnen wollen? Sicher werde ich mich zu Tode langweilen unter Männern, die Kräutertee schlürfen und nur über ihre Cholesterinwerte reden.

Aber ich habe zugesagt, und so werde ich hinfahren. Ohne Erwartungen, ausser der, dass die Zeit hoffentlich schnell vorübergeht. Und ohne Überzeugung. Schaden

wird es mir wohl nicht. Aber ausgerechnet Thalasso! Egal, was die Werbung behauptet, das ist doch etwas für Frauen, dieses Wasser voller Bläschen, das nur wenig wärmer ist als das Schwimmbad daheim im Jura.

Nun ja, ich habe eingewilligt. Zuerst gehe ich nach Saint-Jean-de-Luz, ins Grand Hotel Loreamar Thalasso Spa, das seinen Namen verdient. Danach nach Biarritz. Ins Sofitel Le Miramar Thalassa Sea & Spa, das die Radrennlegende Louison Bobet, der als Erster dreimal hintereinander die

OASEN FÜR JEDERMANN

LINKS Im riesigen Wellnessbereich des Sofitel Biarritz Le Miramar Thalassa Sea & Spa fühlen sich auch Männer sehr wohl.
RECHTS Im luxuriösen Spa des Grand Hotels Loreamar Thalasso Spa in Saint-Jean-de-Luz dürfen sich höchstens 20 Gäste aufs Mal verwöhnen lassen.



Tour de France gewonnen hatte, in seiner Heimatstadt gründete. Das lässt einen Sportjournalisten wie mich natürlich nicht kalt. Beides sind Fünfsternehotels.

Hier wie dort ein Zimmer mit Blick auf den rauen Atlantik, der die Einheimischen prägt. Die Natur verleiht den Leuten eine Echtheit, die mich an die Bewohner in den hintersten Walliser Tälern erinnert. Die Landschaft lädt zum Entspannen ein. Im Zimmer liegt jeweils, in Plastik eingeschweisst, mein Programm. «Behandlungen» heisst das hier. Was haben die mit mir vor? Ich bin doch nicht krank!

Man kommt auf den Geschmack

Okay, ich sehe ein, dass die freundlichen Gastgeber nur mein Bestes wollen und dass diese Bezeichnungen halt dazugehören. Also auf zum Spa, einige Stockwerke tiefer. Da gibt es grosse Unterschiede. Das Spa in Saint-Jean-de-Luz wirkt intim und idyllisch, höchstens 20 Gäste aufs Mal dürfen hinein. Man fühlt sich wohl, als sei man allein auf der Welt. In Biarritz dagegen ist das Gelände, das dem Wohlbefinden dient, so riesig wie ein Flughafenareal. Die schweigenden Kurgäste

Der Rücken, sagt man mir, sei die empfindliche Zone

in ihren Bademänteln versetzen einen in einen Fellini-Film. Erstaunlicherweise fühle ich mich auch dort wohl; offenbar beginne ich die Wellnesscodes zu verinnerlichen. Das mag daran liegen, dass ich in beiden Hotels Männer meines Alters treffe. Ich muss also kein schlechtes Gewissen haben. Die Angestellten zerstreuen meine letzten Zweifel. Rund 40 Prozent der Gäste sind Männer, wobei die meisten mit ihren Frauen oder Freundinnen herkommen.

Das Angebot an Behandlungen wird immer stärker gezielt auf männliche Bedürfnisse ausgerichtet. Welche Unterschiede gibt es da? Der Rücken, sagt man mir. Er sei heutzutage die empfindliche Zone des Mannes. Moment mal, woher wissen die das? Nun gut, wenigstens bin ich offenbar ein normaler Fall.

Das stelle ich auch fest, als ich vor der Kabine auf meine Behandlung warte. Mehrere Männer sitzen dort wie ich in einem Sessel. Man fraternisiert, kommt ins Gespräch, tauscht Erfahrungen aus (nein,

nicht über Frauen!). Wir sind uns einig, dass Thalasso uns wirklich guttut.

Im Grand Hotel in Saint-Jean-de-Luz sieht man vom Spa aufs Meer, ich kann einen Schwimmer beobachten, der uns nicht sehen kann. Eine Badewanne. Blubbernde Bläschen. Wohltuend lösende Bewegungen. Eine halbe Stunde Dösen, die in diesem zeitlosen Ambiente kaum fünf Minuten zu dauern scheint. Das Sofitel in Biarritz bietet eine einstündige Rückenmassage an, und ich habe danach das Gefühl, dass mir

gar nichts mehr wehtut an den Stellen, die sich seit Monaten immer wieder bemerkbar gemacht hatten. Es war kein richtiger Schmerz, aber jetzt fühle ich mich richtig gut! Und dann, ich gebe zu, dieser Duft nach dem Massageöl, den ich am liebsten nie mehr wegduschen möchte.

Ja, ich habe das Angebot angenommen. Ohne zu wissen, was mich erwarten würde. Nächstes Mal, wenn man mir eine Thalassotherapie für Männer vorschlägt, werde ich, ohne zu zögern und zu zweifeln, zusagen. ☺

«Die Frauen spielen Fussball – und die Männer pflegen sich»

AUDREY ROBIN, Soziologin und Autorin über ein neues Männerbild

Thalasso- und Wellnessbehandlungen ziehen heute nicht mehr nur ein älteres, sondern auch ein jüngeres und aktiveres Publikum an.

In Frankreich sind 41 Prozent der Besucher einer Thalassotherapie Männer. Erstaunt Sie diese Zahl?

Nein. Was wir als weiblich oder männlich empfinden, verwischt sich zunehmend. Frauen spielen heute Fussball, während Männer ihr Äusseres pflegen. Das hat sich seit den 1960er-Jahren allmählich so entwickelt, als die Frauen zunehmend ins Berufsleben traten. Das hat die starren Kategorien gesprengt.

In Zeitschriften wird das Interesse der Männer für Schönheits- und Körperpflege noch immer als völlig neu dargestellt.

Das liegt daran, dass diese in der Vergangenheit als absolut verweiblicht galt und mit Homosexualität gleichgesetzt wurde. Deshalb reagieren noch heute viele schockiert darauf.

Aber im 17. und 18. Jahrhundert puderten und parfümierten sich die Männer und legten sogar Rouge auf.

Ja, in aristokratischen Kreisen galt das als vornehme Raffinesse. Aber die Französische Revolution hat dem ein Ende gemacht. Kosmetik wurde zum Laster eines nichtsnutzigen Adels erklärt und stattdessen ein ganz anderes Bild der Männlichkeit entworfen, das sich im bürgerlich dominierten 19. Jahrhundert noch verschärfte. Männliche Körperpflege durfte nur noch der Hygiene dienen, wie Nägelschneiden und den Schnauz stutzen.

Parfüm musste dem diskreteren Kölnischwasser weichen.

Männlichkeit als Gegenteil weiblicher Koketterie?

Ja, beide Geschlechter hatten ihren klar begrenzten Bereich. Männliche Schönheitspflege und die Beschäftigung mit dem männlichen Äusseren galten als homosexuell und degeneriert. Die Männer definierten sich über Aktion, stählten ihre Muskeln und betätigten sich sportlich.

Nun gehen aber immer mehr junge, urbane Männer in eine Thalassokur. Hat die jüngere Generation keine Vorurteile mehr?

Diese Männer wurden mit einem andern Bild von Männlichkeit sozialisiert, sie haben weibliche und männliche Aspekte darin integriert. Sie sehen nichts Negatives darin, sich ihrem Äusseren zu widmen. In dieser Hinsicht gibt es in ihrem Umfeld keine Tabus mehr.

Manche Thalassozentren bieten den Männern neben der Schlammkur auch sportliche Aktivitäten an. Ist das nur geschicktes Marketing?

Da wurde eine Nische für Männer geöffnet, und dahinter steht tatsächlich eine Marketingstrategie, die mit den Begriffen der Männlichkeit spielt. Dabei handelt es sich um eine künstliche Kategorisierung, um den Männern zu vermitteln, dass sie Mann bleiben, auch wenn sie sich in der Therapie verwöhnen lassen. Es bleibt eben immer noch ein Bedürfnis, die männliche Identität zu bestätigen. SF



Kampf gegen die Zeit

HERSTELLER HABEN DIE MILITÄRUHR WIEDER ENTDECKT. DIE FUNKTIONSREICHEN ZEITMESSER LASSEN KEINE TECHNISCHE WÜNSCHE OFFEN UND SIND DAS IDEALE ACCESSOIRE FÜR ABENTEUERLUSTIGE

TEXT MATHILDE BINETRUY ILLUSTRATION NICOLAS TAVITIAN

WENN DER heutige Dandy eine Militäruhr trägt – es sei denn, er ist Militärhistoriker – denkt er wohl zuletzt an den Ersten Weltkrieg. Just dann wurde die Militäruhr nämlich erfunden. Sie löste die Taschenuhr ab, welche für die Soldaten im Schützengraben äusserst unpraktisch war: Wurde die auf dem Bauch getragene Taschenuhr von einer Kugel oder einem Granatsplitter getroffen, explodierte sie in unzählige Einzelteile, die ihrerseits zu gefährlichen Wurfgeschossen mutierten. Zudem war es für die Männer unpraktisch, unter den schweren, schlammverdrehten Uniformen und mit ihren dicken Handschuhen die Zeit abzulesen. Nun haben die Uhrenhersteller die militärisch inspirierte Uhr wieder entdeckt.

Vintage look am Handgelenk

Die Schweizer Uhrenmarke Victorinox etwa lanciert das Modell «Original». Der Chronograph mit einer limitierten Auflage von 1989 Stück ist mit einem abnehmbaren Gehäuseschutz aus Leder ausgestattet. Er erinnert an die mit einem Gitter oder Deckel geschützten Militärambanduhren aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Hublot setzt mit seiner «Big Bang Commando Bang» auf Camouflagefarben. Der authenti-

sche Chronograph im Rebelllook ist ein passendes Accessoire auf Abenteuerpfaden in der Savanne, im Amazonas-Dschungel oder in der Pampa. Die «T-Touch Expert Pilot» von Tissot im Fliegeruhrenstil ist eine Hommage an die Zivilluftfahrt nach dem Zweiten Weltkrieg. Das Zifferblatt sieht aus wie ein Cockpitinstrument, die Lünette hat den Look eines Navigationskompasses. Höhendifferenzmesser, Barometer oder Countdownzähler machen solche Modelle zu Hochpräzisionsinstrumenten.

Die «Aviator GMT Pilot» von Vulcain lässt die historische Partnerschaft der Marke mit der Swissair in den 1950er-Jahren wieder aufleben. Das legendäre Kaliber mit Weckeralarm war treuer Begleiter der Bordkommandanten, welche insbesondere die Worldtimer-Funktion schätzten. Diese konnten sich so über die Lokalzeit ihrer Destinationen in der ganzen Welt informieren. Die «Pilot Pioneer Auto Chrono» orientiert sich an den Uhren, die Hamilton in den 1970er-Jahren für die British Royal Air Force gebaut hat. Die Zahlen – weiss auf schwarzem oder schwarz auf elfenbeinfarbigem Zifferblatt – sind fett hervorgehoben, der praktische, fotolumineszente Stundenzeiger erlaubt es, die Zeit auch in Extremsituationen abzulesen.

Im 21. Jahrhundert hat die Uhrentechnologie für das Militär zwar keine grosse Bedeutung mehr – der Vintage look der Uhren macht sie dafür attraktiv. Als Kampf gegen die Zeit taugen sie allemal. ☺

VON OBEN NACH UNTEN UND VON LINKS NACH RECHTS

Gut getarnt

Die fein gearbeitete Keramik des Gehäuses der «Big Bang Commando Bang» und das Camouflagezifferblatt zeigen die Umsetzung des Konzepts Art of Fusion von Hublot auf: das Zusammenspiel traditioneller Schweizer Uhrenmacherkunst und zeitgenössischer Innovationen.

Auf Tuchfühlung

Weit mehr als nur ein Zeitmesser: Die «T-Touch Expert Pilot» von Tissot besitzt elf verschiedene Funktionen, die bei Betätigung der Krone und beim Berühren des Touch-Screen aktiviert werden.

Die Zeiten aller Welt

Die «Aviator GMT Pilot» von Vulcain ist mit dem berühmten mechanischen Cricket-Kaliber mit Weckeralarm und 24-Stunden-Weltzeitanzeige ausgestattet.

Hommage an die Flieger

Die «Pilot Pioneer Auto Chrono» von Hamilton kann ihre militärische Herkunft nicht verleugnen. Das sandgestrahlte Gehäuse verhindert blendende Sonnenreflexe auf dem Stahl im und ausserhalb des Cockpits.

Robust und federleicht

Die militärische DNA der «Original» von Victorinox zeigt sich vor allem im «Dark Grey», 40-mm-Durchmesser-Nylonfasergehäuse. Ein ultrasstoss-sicheres, ebenso robustes wie leichtgewichtiges Instrument.



Mantel
49.90

H&M

Folgen Sie



COOL & PREPPY

- 1. Jacke, **Marc Cain**, 539 Fr.
- 2. Duftkerze «Ciel», **Diptyque**, 69 Fr.
- 3. Hose, **Toupy**, 170 Fr.
- 4. Sonnenbrille, **Prada**, ca. 572 Fr.
- 5. Mug «Escapada Pepita», **Könitz**, 13.90 Fr.
- 6. Pinsel «Ultra Fine Eyeliner», **Bobbi Brown**, 37 Fr.
- 7. Lackschuhe, **Isabel Marant**, 495 Fr.
- 8. Eyeliner «Long-wear Gel Eyeliner», **Bobbi Brown**, 33 Fr.

TOMMY HILFBER

dem Hahnentritt

LEICHT EXZENTRISCH, ABER IMMER MIT ESPRIT ZEIGT SICH
DIESEN HERBST SCHOTTISCHES HAHNENTRITTMUSTER
MAL KLASSISCH, MAL VERSPIELT

AUSWAHL OLIVIA GORICANEC & ISABELLE STÜSSI



SMART & AUFFALLEND

- 1. Blazer, **Armani Collezioni**, 579 Fr.
- 2. Pullover, **Band Of Outsiders**, ca. 384 Fr., bei thecomer.com
- 3. Schal, **Boss**, 229 Fr.
- 4. Hose, **Favourbrook**, ca. 298 Fr., bei mporter.com
- 5. Lederclutch, **Marni**, ca. 545 Fr.
- 6. Creme «Skin Empowering Cream», **Shiseido Men**, 123.20 Fr.
- 7. Schuhe, **Marc Jacobs**, ca. 430 Fr.
- 8. Sessel «Togo», **Ligne Roset**, ca. 1908 Fr.

VALENTINO

GREEN STYLE

Fair fahren



VON
**CATHARINA
FINGERHUTH**

Bei der Wahl meines aktuellen Begleiters habe ich mich von praktischen Überlegungen leiten lassen, dies nachdem ich seinen etwas zu klein gebauten Vorgänger stehen gelassen hatte: Gross sollte er sein, kinderfreundlich, ansprechend ausgestattet und vor allem sicher. Ich bin fündig geworden.

Neulich habe ich trotzdem ein Auge auf einen anderen geworfen. Er hat alles Genannte zu bieten, sieht obendrein unver-schämt gut aus – und ist umweltbewusst. Dass ich bei einem Kandidaten seines Formats keine Chancen habe, ist mir zwar schon klar. Aber flirten kann man ja wohl noch, oder?

Also habe ich mich heimlich für eine Probefahrt mit dem Tesla S angemeldet. Tesla ist nicht einfach irgendein Elektroauto. Der 100 000 Franken teure Luxuswagen aus dem Silicon Valley gilt als «iPad mit Motor» (Spiegel) und ist in Hollywood ein Muss. Mit Ben Affleck, Gattin Jennifer Garner und Cameron Diaz würde ich zu gern unter einer Haube stecken.

Daneben hatte ich mit dem Fisker Karma in Gedanken etwas am Laufen. Suggestiert doch sein Name, beim Fahren das nächste



Modell S von Tesla

Leben steuern zu können. Zugegeben: Auch für dieses Elektro-Prachtexemplar mit seinen über 400 PS fehlt mir, nebst dem Geld, die nötige Portion Testosteron.

Das leise Surren von Elektromotoren ist sowieso noch Zukunftsmusik. Durch die Schweiz fahren erst rund 1800 E-Mobile, stets auf der Suche nach einer der raren Tankstellen. Oft gleichen sie eher Spielzeugen, Raumschiffen oder Insekten als Autos. Beliebter sind Hybridautos, inzwischen sogar von Statusmarken, weil sie bei Bedarf zum Verbrennungsmotor wechseln können.

Ich würde keine solchen halben Sachen wollen. Ein Auto brauche ich, wenn überhaupt, vor allem in der Stadt. Selbst ausserhalb fahre ich nicht weiter als 200 Kilometer am Stück. Und auf der Überholspur sieht

man mich selten. Ein Wagen mit reinem Elektromotor wäre völlig ausreichend.

Als Stadtauto käme wohl der Kamoo 500 meinem Beuteschema am nächsten, sieht er doch meinem Verflrossenen – meiner ersten grossen Autoliebe – zum Verwechseln ähnlich. Seine Höchstgeschwindigkeit von 130 km/h erlaubt sogar einen Abstecher auf die Autobahn. Die 80 PS würde ich einfach für mich behalten. Zu schade, dass er so klein gebaut ist. Aus der Probefahrt mit dem schnittigen Tesla wurde dann übrigens doch nichts – die Konkurrenz war zu gross. So träume ich weiter von einem energiegeladenen Begleiter und bleibe meinem vorerst treu. ☺

Tipp: Im September finden Eco-Car-Ausstellungen an verschiedenen Orten in der Schweiz statt. Weitere Infos: www.e-mobile.ch.

ADRESSEN

AKRIS

www.akris.ch

ALESSI

www.alessi.com

ALEXANDER MCQUEEN

www.alexandermcqueen.com

APPLE

www.apple.com

ARMANI

www.armani.com
Jelmoli Seidengasse 1,
ZÜRICH www.jelmoli-shop.ch

AUBADE

www.aubade.com

AZZEDINE ALAÏA

www.alaia.fr

BACCARAT

www.baccarat.com

BAND OF OUTSIDERS

www.bandofoutsiders.com

BALENCIAGA

www.balenciaga.com

BALLY

www.bally.com

BIMBA & LOLA

www.bimbaylola.com

BOBBI BROWN

www.bobbibrowncosmetics.com

BOSS

www.hugoboss.com

BOTTEGA VENETA

www.bottegaveneta.com

BOUCHERON

www.boucheron.com

BUCHERER

www.bucherer.com

BULGARI

www.bulgari.com
rue du Rhône 30, GENÈVE

BURBERRY

www.burberry.com

CANALI

www.canali.it

CARVEN

www.carven.fr

CÉLINE

www.celine.com

CHANEL

www.chanel.com

CHATEAU HAUT-BRION

www.haut-brion.com

CHLOÉ

www.chloe.com

CHRISTOFFLE

www.christoffle.com

CHRISTOPHER KANE

www.matchesfashion.com

DIOR

www.dior.com

DIPTYQUE

www.diptyqueparis.com
Globus Schweizergasse 11,
ZÜRICH www.globus.ch

DRIES VAN NOTEN

www.driesvannoten.be

FAUCHON

www.fauchon.com

FAVOURBROOK

www.favourbrook.com

FENDI

www.fendi.com

FERRARI

www.ferrari.com

GANT

www.gant.co.uk

GOYARD

www.goyard.com

HEOHANAN

www.heohwansimulation.com

HERMÈS

www.hermes.com

HOTEL CASTELL

www.hotelcastell.ch

ISABEL MARANT

www.isabelmarant.com
Bongénie Grieder,
Bahnhofstrasse 30, ZÜRICH
www.bongenie-grieder.ch

JAEGER-LECOULTRE

www.jeager-lecoultre.com

JOES

www.joesjeans.com

KÖNTIZ PORZELLAN

www.mug-company.com
Globus
Schweizergasse 11, ZÜRICH
www.globus.ch

LACOSTE

www.lacoste.com

LANVIN

www.lanvin.com
Arel Forever,
Grand-Rue 8, LUTRY

LIGNE ROSET

www.ligne-roset.ch

LOEWE

www.loewe.com

LOUIS VUITTON

www.louisvuitton.com

LULU FROST

www.lulurost.com

MARC CAIN

www.marc-cain.com
Jelmoli Seidengasse 1,
ZÜRICH
www.jelmoli-shop.ch

MARC JACOBS

www.marcjacobs.com

MARKUS LUPFER

www.markuslupfer.com

MARGARET HOWELL

www.margarethowell.co.uk

MARNI

www.marni.com

NEIL BARRETT

www.neilbarrett.com

PAIGE

www.paigeusa.com

PAUL SMITH

www.paulsmith.co.uk

PRADA

www.prada.com

PREEN

www.preen.eu

RELIGION

www.religionclothing.co.uk
www.asos.com

RUPERT SANDERSON

www.rupertanderson.com

SAINT LAURENT

www.ysl.com

SHISEIDO MEN

www.shiseido.ch

SISLEY

www.sisley.com

STELLA MAC CARTNEY

www.stellamaccartney.com
Bongénie Grieder, Bahnhofstrasse 30, ZÜRICH
www.bongenie-grieder.ch

SWISS

www.swiss.ch

THE CORNER

www.thecorner.com

TOPMAN

www.topman.com

TOUPY

www.toupy.fr, Bongénie Grieder,
Bahnhofstrasse 30, ZÜRICH
www.bongenie-grieder.ch

VERSACE

www.versace.com

YOU MUST CREATE.COM

www.youmustcreate.com

DANK



Stylisten Sorrel
Kinder richtet
das Outfit.

Das Shooting für unsere Modestrecke «Modische Höhenflüge» (ab Seite 22) realisierten wir in Château-d'Oex VD, der Hauptstadt der Schweizer Heissluftfahrt. Die Uhrenmarke Parmigiani Fleurier unterstützte uns und stellte uns einen Heissluftballon wie die dazugehörige Infrastruktur zur Verfügung. Wir bedanken uns beim ganzen Team. Einen besonderen Dank gilt dem Piloten Raphael Zuccolo, der den ganzen Tag damit verbrachte, den Ballon mit der richtigen Luftmenge zu füllen respektive Luft entweichen zu lassen, bis alles für das Foto perfekt war. Vom 25. Januar bis 2. Februar 2014 präsentiert Parmigiani Fleurier das 36. internationale Heissluftballonfestival in Château-d'Oex.



MIT 4x4. UND 3 WEITEREN MÖGLICHKEITEN.



DIE INNOVATIVE PEUGEOT-HYbrid4-FAMILIE.

Mit der innovativen HYbrid4-Technologie überzeugen unsere drei Musketiere auf der ganzen Linie. Mit den 4 Betriebsarten Auto, Elektro, Sport und 4WD, der tollen Ausstattung und den Top-Verbrauchswerten sind Sie jederzeit für jede Situation gewappnet. Überzeugen Sie sich selbst bei einer Probefahrt. Jetzt bei Ihrem Peugeot-Partner.

Peugeot 508 HYbrid4 2.0 HDi FAP 163 PS + Elektromotor 37 PS EGS6. Verbrauch kombiniert 3,4l/100km, Benzinäquivalent 3,8l, CO₂-Ausstoss 88g/km, Energieeffizienzklasse A. Peugeot 3008 HYbrid4 2.0 HDi FAP 163 PS + Elektromotor 37 PS EGS6. Verbrauch kombiniert 3,8l/100km, Benzinäquivalent 4,3l, CO₂-Ausstoss 99g/km, Energieeffizienzklasse A. Peugeot 508 RXH 2.0 HDi FAP 163 PS + Elektromotor 37 PS EGS6. Verbrauch kombiniert 4,1l/100km, Benzinäquivalent 4,6l, CO₂-Ausstoss 107g/km, Energieeffizienzklasse A. Allgemeine Verbrauchsangaben: Der durchschnittliche CO₂-Ausstoss aller in der Schweiz verkauften Neuwagenmodelle beträgt 153g/km. Allgemeine Geschäftsbedingungen: Ausschliesslich für Privatkunden und bei allen teilnehmenden Peugeot-Partnern. Technische Änderungen sowie Druckfehler bleiben jederzeit vorbehalten.

HYbrid4 TECHNOLOGIE – FULL HYBRID DIESEL





Guido Brivio

DER 48-JÄHRIGE ÖNOLOGE, DER AUSSIEHT WIE EIN ITALO-DANDY, HAT MASSGEBEND ZUM ERFOLG DER TESSINER WEINE BEIGETRAGEN

TEXT PIERRE THOMAS

ER BESITZT selber keine einzige Rebe, aber seine Weine gehören zu den besten Tessiner Tropfen. Um für sie zu werben, ist er unermüdlich unterwegs. Den Merlot, Inbegriff des Tessiner Weins, hat Guido Brivio nachhaltig verändert. Rund 400 Winzer verkaufen ihm ihre Trauben, die er zu einem Merlot der Luxusklasse verarbeitet – als Roten sowie als Weissen.

Was haben Sie immer bei sich?
Mein **iPhone 4 (1)**: das ist mein Büro, so habe ich immer alles zur Hand.

Sie sind immer perfekt gestylt. Wer ist Ihr Lieblingsdesigner?
Canali (2). Seine Anzüge sind wirklich «clean». Einfachheit halte ich bei allem für die wichtigste Eigenschaft.

Sie leben auf den Schweizer Strassen.
Ja, ich mache jährlich 60000 Kilometer in meinem Mercedes der E-Klasse. Ich mag den Kontakt mit den Kunden, die meinen

Wein trinken. In 25 Jahren habe ich sicher tausend Degustationsanlässe durchgeführt. Manchmal wäre ich aber gern im vierplätzi- gen **Ferrari FF (4)** unterwegs.

Wo finden Sie den idealen Weinberg?
Ich würde mit meiner amerikanischen Frau nach **Oregon (3)**, USA, gehen. Dank der Klimaerwärmung wird die Anbaugrenze für Reben an der Westküste ansteigen. Die Pinots noirs haben Kraft und Finesse zugleich. Um mich dort niederzulassen, fehlen mir einfach 20 Millionen Dollar. (lacht)

Gibt es einen unvergesslichen Wein?
Ja, den **weissen Château Haut-Brion (5)**, eine Bordeaux-Rarität des Jahrgangs 2007. Für mich die Perfektion eines Weissweins. Wenn ich davon erzähle, kriege ich noch immer eine Gänsehaut.

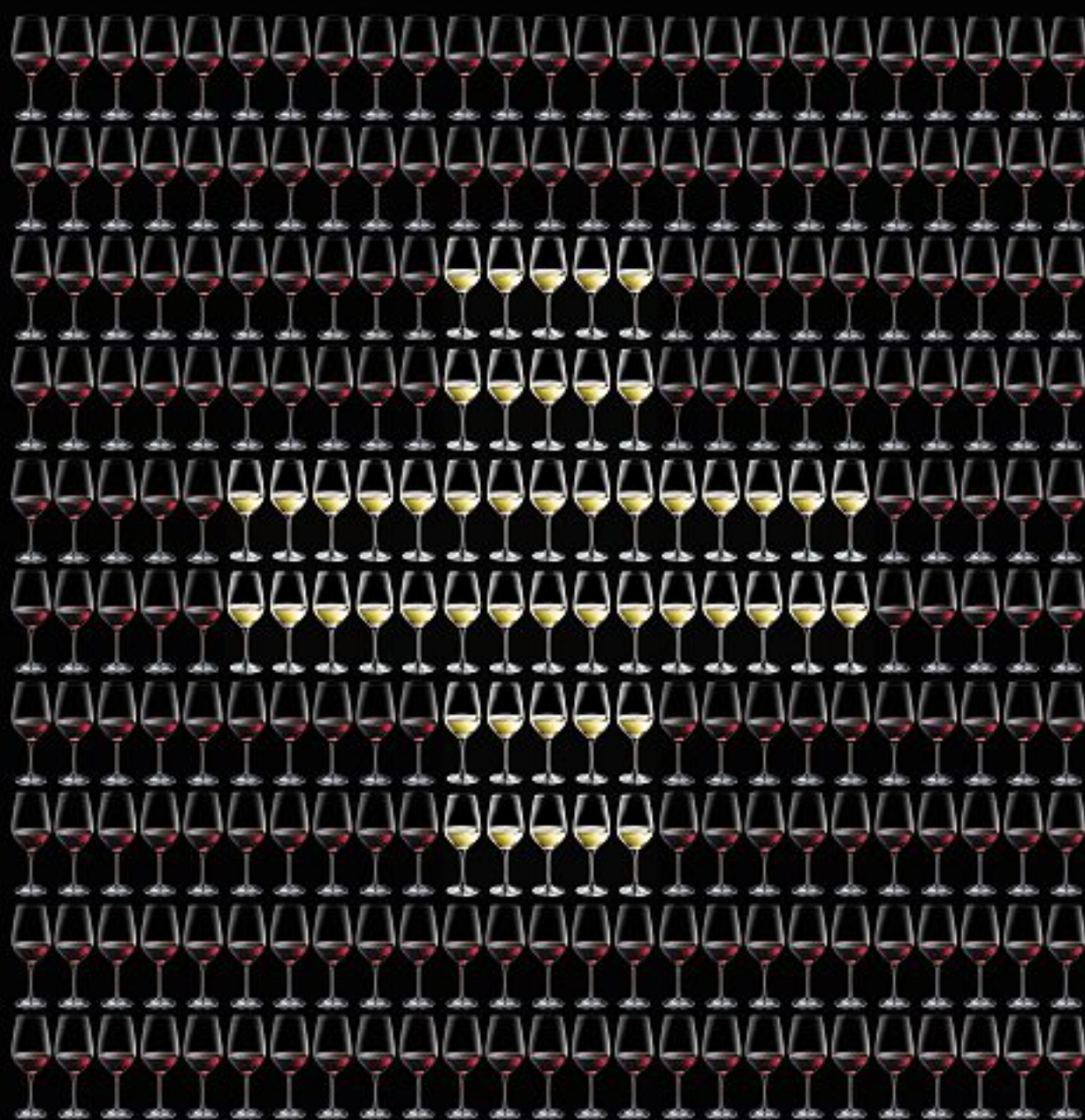
Wohin fahren Sie zur Erholung?
Seit drei Jahren auf die **Karibikinsel Anguilla (6)**. Shoal Bay zählt laut dem Magazin «National Geographic» zu den zehn welt-

weit schönsten Stränden. Ruhe, türkisfar- benes Meer und Dolcefariente.

Ihr Lieblingshotel?
Das Lausanne Palace, keine Frage. Seit mehr als zehn Jahren bin ich einmal im Monat dort und fühle mich wie daheim. Palace-Chef Jean-Jacques Gauer ist ein Hotelier, wie es sie kaum noch gibt: Er ist immer da, kennt und begrüsst jeden. Dazu ist die **Küche von Edgard Bovier (7)** hervorragend.

Ah, Luxus ist Ihnen also wichtig – Sie tragen auch eine schwarz-goldene Uhr. (lacht) Nein, das ist eine Swatch! Meine Traumuhr wäre die **Master Ultra Thin 41 von Jaeger-LeCoultre (8)**.

Haben Sie leichter erreichbare Ziele?
Vor 13 Jahren nahm ich in einem Mailänder Studio eine CD auf: Ich habe komponiert, auf dem Klavier gespielt, gesungen und alles selbst produziert. Ich könnte mir auch vor- stellen, auf einem Schiff zu leben. Zeit haben für Musik und Reisen ist wahrer Luxus. ☺



100% SWISS MADE

Unsere Weine sind **echte Schweizer**. Die Trauben gedeihen auf Schweizer Terroir und unsere Winzer vinifizieren daraus mit viel Liebe zur Natur und ihrer Heimat hochwertige Weine. Schweizer Wein – **genussvolles Kulturgut**.

Die Schweizer  Weine

www.swisswine.ch



Schweiz. Natürlich.

Nicht einfach nur trinken, sondern mit Mass geniessen

CHANEL



COCO
MADemoiselle