

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

UHREN
Die kleinen
Schwarzen
kommen

UNTERWEGS
Hotels inmitten
von Weinbergen

COUTURE
Rabih Kayrouz
vereint Luxus und
Lebensfreude

Mode

In the Hood: die neue
Kapuzen-Couture

SEPTEMBER 2024

SonntagsZeitung



MERCEDES GLEITZE



LARA GUT-BEHRAMI



IGA ŚWIĄTEK



SONYA YONCHEVA



GRACE KELLY



SYLVIA EARLE



LEXI THOMPSON



KHOUDIA TOURÉ



YUJA WANG



EIN «KLASSIKER»?

«Die klassische Armbanduhr – geschaffen für die Dame.» So wird die Oyster Perpetual Lady-Datejust häufig beschrieben. Und das mag durchaus zutreffen. Seit dem frühen 20. Jahrhundert entwirft und fertigt Rolex Uhren für die Dame nach demselben Exzellenzstandard wie bei allen Modellen, die das Unternehmen zur Legende gemacht haben. Geleitet von dem permanenten Streben nach Perfektion. Wenn mit «Klassiker» also gemeint ist, die Tradition fortzuführen und dabei Eleganz mit Präzision, Anmut mit Stärke, Schönheit mit technischer Leistung zu verbinden, dann ist sie in der Tat eine klassische Armbanduhr – geschaffen für die Dame. **Lady-Datejust.**

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL
LADY-DATEJUST

OFFIZIELLER ROLEX FACHHÄNDLER

BUCHERER

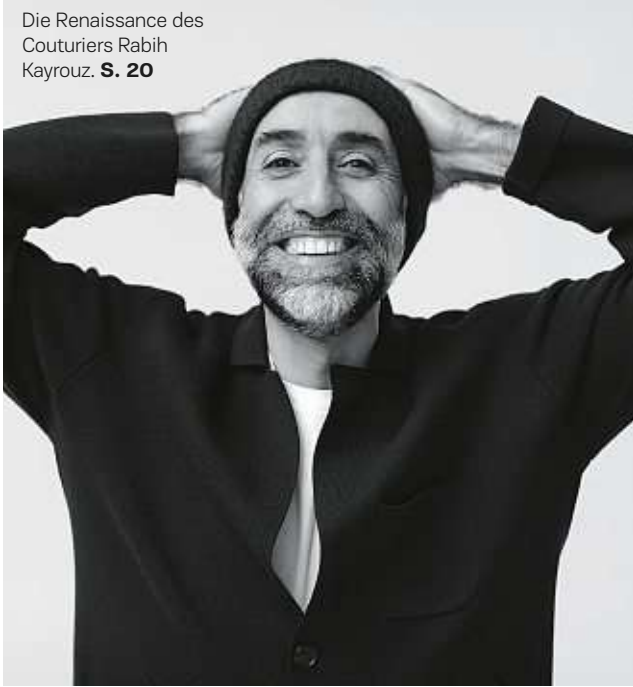
1888


ROLEX



SEEK THE ORANGE
ENCOUNTER THE FAUBOURG


HERMÈS
PARIS



Die Renaissance des Couturiers Rabih Kayrouz. **S. 20**



Mit Grillz den Mund veredeln. **S. 16**



Mini-Accessoires punkten mit Temperament. **S. 30**

Mode | September 2024

HIGHLIGHTS

12 Trend

Kennen Sie den Fez? Ein alter Hut schmückt unsere Köpfe

13 Swiss Made

Eva Ott legt mit ihrer Plisseebrennerei Stoffe in Falten

18 Uhren

Die kleine Schwarze dekliniert das Wort Chic neu

33 Beauty

Die Augenpartie verdient höchste Aufmerksamkeit – und Pflege

34 Unterwegs

Zehn Weingüter, auf denen man herrlich entspannen kann

AUSSERDEM

- 6 Lieblinge: ein Ausflug nach Mailand, ein Zeitmesser aus Meteoriten, ein Parfum, das auf den Hund gekommen ist 14 Auto: PS-starke Cabrios**
- 38 Beauty: Ein Bakterium, das es gut mit uns meint**
- 39 Meine Welt: Prag mit... Renata Libal!**



Hoodie, T-Shirt und Rock aus Baumwolle, **Dries Van Noten**. Stiefeletten aus veganem Leder, **MM6 Maison Margiela**.



COVER

Lederblouson, **Burberry**. Hoodie aus Jersey, **MM6 Maison Margiela**. Choker **Ice Cube** aus 18-karätigem, ethisch gewonnenem Roségold, besetzt mit Brillantschliff (4,10 Karat), **Chopard**. Anhänger **Ice Cube** aus 18-karätigem Ethikgold, bestehend aus zwei Würfelringen, die durch ein Band getrennt sind, grosses Modell aus Gelb- und Weissgold, **Chopard**.

FOTOS Sabine Villiard
STYLING Simon Pyllyser

So klein, so gross, so unvernünftig

ANGE ZEIT GALT DIE HANDTASCHE als eine Art tragbares Zuhause. Das Vorbild? Mary Poppins und ihr Überlebenskit, immer griffbereit, mit Pflastern, Bonbons, Fotos von den Liebsten, Pashmina und Regenschirm ausgestattet. Tote Bags und geräumige Beuteltaschen sind die Erben dieses modischen Rettungsankers. Heute werfen erfahrene Trendsetter solche Ängste nonchalant über Bord. Sie schreiten stolz und ohne Ballast voran, geschmückt mit Taschen, die so winzig sind, dass sie nur wegen ihres dekorativen Moments wertvoll sind (siehe unsere Lieblingsmodelle auf Seite 30). Dass nicht einmal ein Portemonnaie hineinpasst? Egal! Denn die wichtigsten Dinge befinden sich auf der SIM-Karte



Renata Libal, Chefredaktorin

des Handys (das an einem Riemen hängt, der um den Körper geschlungen wird). Ängstlich? Nicht doch! Maxitaschen, die die Wirbelsäule beugen, sind natürlich viel zu übertrieben, aber auch die Itsi-Bitsi-Mini-Beutel sind absurd. Die Vernunft würde dazu führen, dass man sich für Zwischenmodelle entscheidet... Aber wer will schon vernünftig sein? Mode ist ein Glaubensakt, eine selbstbewusste Extravaganz, die einen Hauch von Freude ins Grau der Städte trägt. Dann kann man auch gleich loslegen: Taschen, Uhren, Schmuck, Mantelgrößen oder Hosenweiten – das Zuviel oder das Zuwenig untertreicht die Eleganz der Lässigkeit. Ich wünschte, dies wäre das einzige Zeichen für die menschlichen Verrücktheiten...



encore! ist die monatlich erscheinende Lifestyle-Beilage der Sonntagszeitung und von Le Matin Dimanche. Adressen: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich; TX Groupe SA, encore!, Avenue de la Gare 39, case postale 615, 1001 Lausanne. Herausgeberin: TX Group AG, encore!, Werdstrasse 21, Postfach, 8021 Zürich. Chefredaktion: Renata Libal (verantwortlich) Produktion/Redaktion: Tina Bremer Layout/Art Direction: Géraldine Dura Bildredaktion: Endrit Nurcaj Mitarbeitende dieser Ausgabe, Text: Silke Bender, Mathilde Binetruy, Sarah Lau, Julie Queloz, Jennifer Segui, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch), Nina Tremi Fotos: Marie Flores, Torvioll Jashari, Sabine Villiard Styling: Simon Pyllyser Illustrationen: André Gottschalk Übersetzungen: Alexandra Bucher, Manus dextra Produktion Romandie: Julien Pidoux Online: Julie Queloz Sekretariat: Isabelle Heinrich Bildbearbeitung: Photomedia Druck: Swissprinters AG, Zofingen Marketing: Franziska Wesner Chief Commercial Content Officer: Annina Flückiger Anzeigen Deutschschweiz: Goldbach Publishing AG, Seestrasse 39, Postfach, 8700 Kusnacht, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch Anzeigen Romandie: Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, Tel. +41 21 349 50 50. Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actua Immobilier SA, AWI AG, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CAC AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifve AG, Konstanz, dreifve GmbH, Wien, dreifve (Schweiz) AG, dreifve digital marketing GmbH, dreifve Beteiligungsmanagement GmbH, dreifve Group AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Manufaktur AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media AG, Goldbach Neo OOH AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Premium Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helpling Switzerland AG, Infotrak AG, Interpuli AG, Jaduda GmbH, JobCloud AG, JobCloud HR Tech GmbH, LZ Linth Zeitung AG, OFEX AG, Plakanda GmbH, Plakatron AG, Schaar Holding AG, Schaar Thun AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, TX Services d.o.o. Beograd-Novigrad, TX Services, Unipessoal Lda, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Inc., Zattoo AG, Zürcher Oberland Medien AG. 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 Redaktionstelle 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.



Das Hotel befindet sich zwischen Säulen eines historischen Platzes.

HOTEL

Mailands Konzentrat

Die «White Pasta», das Signature-Gericht des Restaurants «10-11», verkörpert am besten den Geist des Hauses: ein einfaches, traditionelles Rezept (Spaghetti, Parmesan, Bouillon, e basta!), das jedoch mit Sorgfalt und Liebe zubereitet und unter einer Silberglocke serviert wird. Einfach fabelhaft! Das Hotel «Portrait Milano» wurde im November 2022 eröffnet, hat aber gerade seine letzte Umbauphase mit einem wunderschönen Spa in den Kellergewölben abgeschlossen. Jetzt fehlt nur noch die Aussichtsterrasse, und das Meisterwerk ist komplett. Mit diesem neuartigen urbanen Luxus – sowohl lässig wie auch stilistisch kompromisslos – wurde ein einzigartiger



Die Rezeption des Portrait Milano gleicht einem möblierten Kunstsalon.

historischer Komplex zu neuem Leben erweckt. Das Gebäude stand jahrelang leer, die Piazza del Quadrilatero war verbarrikadiert. Nun ist sie der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden. In den oberen Stockwerken eines der ältesten Seminarhäuser Europas befinden sich jetzt elegante Zimmer und Suiten. Archivfotos an den Wänden (ah, die hübschen Füsse von Audrey Hepburn...) erinnern daran, dass das Haus zur Lungarno Collection gehört, einer kleinen, exklusiven Hotelkette, die im Besitz der Schuhdynastie Ferragamo ist. *Renata Libal*

Portrait Milano, Corso Venezia, 11 | Via Sant'Andrea, 10, Mailand, Italien. DZ ab 1000 Fr., www.luganocollection.com

ZUM WOHL!

Eine grüne Dôle



VON **PIERRE THOMAS**

Hergestellt von Gilliard in Sion, der Kellerei, die auch den Dôle des Monts produziert, einen hundertjährigen

Klassiker, der als der beliebteste Rotwein der Schweiz gilt, kommt hier die «grüne» Version. Bio und in einer Auflage von mehreren tausend Exemplaren. Zu diesem Zweck hat die Schwyzer Gruppe Schuler, die ihr 330-jähriges Bestehen in der Schweizer Weinwelt feiert und seit 2006 Eigentümerin des Weinkellers in Sion mit seinen rund 70 Hektar Weinbergen ist, die 7,5 Hektar aufgekauft, die Henri Valotton gerade auf Bio umgestellt hatte. Seit 2021 sind sie zertifiziert. Der Winzer aus Fully bietet weiterhin sechs Weine unter seinem Namen an, die in der Kellerei in Sion hergestellt werden.

Für diesen ersten Jahrgang hat Gilliards Önologe Samuel Panchard drei Rebsorten zusammengestellt: einen hohen Anteil an Pinot Noir (44 Prozent), fast gleichauf mit Gamay (29 Prozent) und Merlot (27 Prozent). Das Ergebnis? Noten von Waldbeeren, etwas rustikale Tannine, der Abgang ist strukturiert, mit Kakaonoten, für einen reichen und soliden Wein. Kein Vergleich zum klassischen Dôle des Monts 2022, der dem Duo Pinot-Gamay treu bleibt und durch einen kleinen Anteil Diolinoir und Gamaret ergänzt wird, mit Aromen von reifen, süssen Kirschen.

Diese grüne Version, die teurer ist als die Basisversion, zielt auf ein erfahrenes Publikum ab. Denn ob die Kunden in den Supermärkten den Unterschied zu den Dôles erkennen, die im Durchschnitt

für weniger als 10 Franken verkauft werden? Mit seiner Assemblage aus drei Rebsorten will Gilliard mit dem «neuen Dôle» den Gegenbeweis antreten. Denn die Walliser Dôle-Verordnung, die 2022 in Kraft getreten ist, erlaubt auf der Basis von Pinot Dominant und Gamay neu 49 Prozent andere rote Trauben, was das Risiko birgt, dass der Dôle zu einem Potpourri wird. Eins ist aber sicher: Die Dôles werden sich immer seltener ähneln!



Dôle des Monts bio 2022
24.90 Fr./75 cl, www.gilliard.ch

UHR

Zeitgemäss reisen

Zu ihrem zehnten Geburtstag verzichtet die Uhr Escale auf grosse Komplikationen und verweist stattdessen auf Louis Vuittons Erbe als Kofferhersteller. Alle vier Varianten – zwei in Rotgold, zwei in Platin – sind mit dem ersten Dreizeiger-Automatikuhwerk von La Fabrique du Temps ausgestattet. Das Design greift die Details der berühmten Monogrammkoffer auf, von den Ziernieten bis zur achteckigen Krone. Die Handwerkskunst des Hauses zeigt sich auch auf dem Zifferblatt aus Teilen eines Gibeon-Meteorits, der in Namibia gefunden wurde. Wer diese Uhr trägt, unterstreicht subtil Robert Louis Stevensons Ausspruch «Das Wichtigste ist nicht das Ziel, sondern die Reise». *Mathilde Binetruy*

Louis Vuitton Escale, Automatikuhwerk, 39 mm, Platin, wasserdicht bis 50 m, 33 500 Fr., www.louisvuitton.com





Der Patriarch und Vorsitzende des Hauses, Carlo Molteni, umgeben von seiner Familie.

DESIGN

Eine Welt für sich

Die schönsten Geschenke macht man sich manchmal selbst. Und so hat Molteni & C zu seinem 90. Geburtstag ein Buch herausgebracht, das die Kooperationen des italienischen Möbelhauses beleuchtet. Gestaltet ist es wie ein Film – ein Blockbuster mit Traumbesetzung! Im Laufe ihrer fast hundertjährigen Geschichte hat die Firma, die ihren Sitz in der Lombardei hat, mit den grössten Namen der Branche zusammengespant. Gio Ponti etwa, der unter anderem den ikonischen Sessel D.154.2 entworfen hat, aber auch Norman Foster oder Patricia Urquiola. Die Architekten Jean Nouvel und Jacques Herzog haben das Vor- beziehungsweise Nachwort verfasst.



Das Coffee Table Book *Molteni Mondo* auf dem Tisch *Teorema* von Ron Gilad für Molteni & C.

Das Coffee Table Book ist wie gemacht für etwa den Couchtisch *Aster*, den Vincent Van Duysen für Molteni & C entworfen hat. Der Fotograf Jeff Burton hat die Bilder dazu geliefert. Das Buch stellt nicht nur die Produkte des Familienunternehmens vor, sondern porträtiert auch Handwerker, zeigt Werkstätten und gewährt einen seltenen Blick in die Archive von Molteni & C. Auf mehr als 400 Seiten tauchen die Leserinnen und Leser in die Welt des Hauses ein, dessen sagenhafte Geschichte Oscar-verdächtig ist.

Julien Pidoux

Molteni Mondo. An Italian Design Story, Verlag Rizzoli, 95 US-Dollar, www.rizzoli.com

BEAUTY

Die Zellen auf Trab halten



Luxus, Innovation und Spitzenpflege. Seit der Gründung der Clinique La Prairie im Jahr 1931 in Montreux und der Einführung der Pflegelinie La Prairie Switzerland im Jahr 1978 hatten sich die Wege dieser Marken, die für Schweizer Spitzenqualität stehen, trotz ihrer gemeinsamen Ursprünge getrennt. Nun sind sie durch eine Hightech-Creme und eine massgeschneiderte Pflege wieder vereint. Die Life Matrix Haute Rejuvenation Cream ist eine Creme, die das Konzept der Zellanglebigkeit, das ein Grundpfeiler der Klinik ist, auf die Haut überträgt. Sie bekämpft die nachlassende Leistungsfähigkeit der Zellen durch einen exklusiven Zellkomplex, der mit Pfingstrosen- und Calendulawurzeln kombiniert wird. Dieses Anti-Aging-Wunder ist der Stargast des High Tailored Cellular Reset Facial in der Clinique La Prairie, das aus einer Hautanalyse, einem Pflegeritual, der Maske Platinum Rare Haute-Rejuvenation von La Prairie und einer Kryotherapie besteht. *Jennifer Segui*

Life Matrix Haute Rejuvenation Cream, La Prairie Switzerland, 50 ml, 1994 Fr., www.laprairie.com



BEAUTY

Lippen Liaison

Zum Küssen schön: Die limitierte Herbstkollektion Guerlain x Pucci umfasst Lippenstifte, Eyeshadows und Puder mit Marmo-Motiv in knalligen Farben. Das ist inspiriert von Sonnenstrahlen, die auf dem Wasser tanzen. Bellissima? Bien sûr! *T.B.*

Guerlain x Pucci, limitierte Beautykollektion, www.guerlain.com

LIEBLINGE



Der Flakon von Barénia greift die Codes von Hunde-Accessoires auf. Ja, Hunde!

PARFUM

Kein Hundeleben

Am Anfang war eine Halskette. Oder doch ein Gürtel? Die Legende besagt, dass eine mutige Kundin des Hauses Hermès darum bat, einen Gürtel für sie zu entwerfen, der vom Halsband ihres Hundes inspiriert war. Wir schreiben das Jahr 1927, die Dame (Marie Gerber aus dem Schneideratelier Callot Sœurs) umweht eine gewisse Allüre, die das Sattlereiunternehmen mit dem grossen H reizt – beginnt es doch gerade, sich auf Accessoires zu spezialisieren. Madames Wunsch ist also Befehl, und schon bald entsteht eine ganze Kollektion von Armbändern, die aus Leder gefertigt und mit facettierten Nagelköpfen verziert sind. Es folgen Schmuck und Taschen, deren Erfolg ebenfalls auf dem Design basiert. Ein bisschen rockig, ein bisschen punkig, ein wenig grenzüberschreitend, aber immer elegant. Auch der elliptische Flakon des neuen Damenparfums Barénia steht in

dieser Tradition: kraftvoll, raffiniert, klar. Entworfen wurde er von Philippe Mouquet. Der Name setzt die fast tierische Metapher fort, denn er bezeichnet auch ein naturbelassenes, vollnarbiges Kalbsleder, der Gipfel der luxuriösen Sinnlichkeit. Und was ist mit dem Duft? Unerbittlich und stolz, betörend, ohne es mit der Wollust zu übertreiben. Christine Nagel hat mit ihm das erste Chypre des Hauses geschaffen. Die Italo-Schweizerin, die die Duftkreationen von Hermès verantwortet, hat sich von den «Umwegen, die nie falsche Schritte sind» inspirieren lassen und bietet eine sehr persönliche Version der warmen Sillage von Eichenholz und Patschuli. Gepaart mit einem Hauch von Schmetterlingslilie für die Zartheit. *Renata Libal*

Barénia, Eau de Parfum Hermès, 30, 60 oder 100 ml, ab 101 Fr. Auch als Seife und parfümierte Körpercreme erhältlich.



DESIGN

Insel dasein

«Niemand ist eine Insel», sagte der englische Dichter John Donne – das neue Sofa Anagramm von Panter & Tourron für Vitra ist es durchaus. Das Designduo mit Sitz in Lausanne hat die einzelnen Plattformmodule als Inseln gestaltet, die an allen vier Seiten mit anderen Modulen kombiniert werden können. Dank Klickmechanismen können auch Seitenlehnen oder Anstecktische beliebig positioniert werden. *T.B.*

Sofa **Anagram**, Panter & Tourron für Vitra, diverse Farben, ab 3390 Fr., www.vitra.com



MODE

Sag leise Servus

Dries Van Noten hat unsere Sicht auf die Mode verändert: dieser Sinn für Farbe! Diese Prints! Diese Blumenmotive! Die aktuelle Kollektion (die 150.!) des belgischen Designers ist auch seine letzte, im Juni trat er von der Modebühne ab. Schnell noch einen Mantel vom Maestro als Andenken an so viel Glanz und Gloria. *E.N.*

Mantel mit Blumenmuster aus Wollgemisch, Dries Van Noten, ab 1661 Fr.

Was auf die Ohren

NICE TO HAVE



VON JULIEN PIDOUX

Die erste und nicht unwichtige Feststellung für Designaficionados: Das Objekt ist schön! Für seinen

ersten Ausflug in die Welt der Musik hat sich Dyson etwas ganz Besonderes einfallen lassen. Der OnTrac genannte Kopfhörer mit seinem schicken Look ist in vier Farbkombinationen erhältlich: Gold und Aluminium, Kupferblau und Kupfer (Dysons klassische), Schwarz und Nickel sowie Schwarz und Zimt. Die Personalisierung geht jedoch noch weiter, denn es ist auch möglich, die Ohrmuscheln



Dyson OnTrac, der erste Kopfhörer der Marke, bietet eine Akkulaufzeit von fast 55 Stunden, 499 Fr., www.dyson.ch

(aus Aluminium) und die Ohrpolster (aus ultraweicher Mikrofaser) in verschiedenen Farben separat zu kaufen. Das Produkt ist ein echtes Statement, das zwar ausgewogen in der Hand liegt, aber für diejenigen entworfen worden ist, die gesehen werden wollen. Die neue Kreation von Jake Dyson – dem Sohn von James Dyson, dem Mann hinter den berühmten Staubsaugern – ist ein absolutes Highlight. Tiefe Bässe und klare Töne am oberen Ende des Frequenzbereichs (6 bis 21 000 Hertz) und das Versprechen einer Akkulaufzeit von fast 55 Stunden. Das bedeutet, dass Sie von Zürich nach Sydney und zurück reisen könnten, ohne die Kopfhörer aufladen zu müssen.

Die aktive Geräuschunterdrückung ist sehr effektiv, alle Bedienelemente funktionieren intuitiv. Besonders gut gefällt uns der Mini-Cursor in der rechten Ohrmuschel, mit dem man ganz einfach die Lautstärke ändern, einen Titel überspringen oder einen Anruf tätigen kann. Das Ganze kostet 499 Franken, was in etwa dem Preis der Kopfhörer aus dem Haus mit dem Apfel entspricht...



Alhambra
Langes Collier

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906





Karl Lagerfeld beaufsichtigt die Anproben vor der Show, fotografiert von Benoît Peverelli.

FOTOGRAFIE

Hinter den Kulissen

Benoît Peverelli ist ein blitzschneller Fotograf. Das ist selten der Fall bei denjenigen, die das Spektakel der Mode festhalten. Wenn der 54-jährige Schweizer eine Serie shootet – und die Leser dieses Magazins kommen oft in den Genuss seines wachen Auges –, zückt Peverelli plötzlich wie beiläufig seine Kamera, während er spricht, und schwups ist das perfekte Bild im Kasten. Es ist zweifellos seine Intuition für Kompositionen, die etwas unkonventionelle Art, das einzufangen, was niemand sonst sieht, der Instinkt eines Fotoreporters (er begann seine Karriere bei der Genfer Lokalpresse), die ihn zum Haus- und Hoffotografen hinter den Kulissen der Chanel-Modenschauen machten. Von 2010 bis zur letzten Show des grossen Karl Lagerfeld im März 2019 folgte ihm Peverelli (rituell gekleidet in eine lange Tunika



CHANEL – Fittings and Backstage, 4 Bände, 1460 Seiten, auf Englisch, ca. 219 Fr., Verlag Steidl.

über engen Jeans) wie sein Schatten vom Laufsteg zur Anprobe, von der Prêt-à-porter über die Haute Couture bis hin zu den Cruise-Kollektionen. Ein erstes Buch, das schnell vergriffen war, erschien 2018 mit einem Vorwort von Karl Lagerfeld. Die neue Version, die vom Kunstverlag Steidl herausgegeben wird, ergänzt die Erstaufgabe mit den letzten Saisons des kreativen Karl, hält den Übergang fest, den Virginie Viard vollzogen hat. Auf 2130 Bildern (!) entsteht so ein intimer Einblick in das vergängliche und zugleich ewige Konstrukt Mode. So viel Talent, so viele Details, so viele Lächeln, so viele zweifelnde Blicke, so viele Organzablumen... Peverelli sieht sein Buch als Dankeschön an all die Ateliers, all die Handwerker, die es «ertragen haben, dass er ihnen auf die Pfoten schaut». Es ist das Zeugnis einer Ära. *Renata Libal*

TOP 5

Fünf hochgelegene Seen, die Erholung garantieren.



1 Von Gstaad aus mit dem Bus oder vom Dorf Lauenen aus zu Fuss den **Lauenensee (BE)** bewundern und bis zu den Geltenbachfällen vorstossen.

2 Nehmen Sie die Standseilbahn von Piotta aus, um die drei Seen **Val Piora (TI)** zu entdecken, die im Herbst wunderschön sind.

3 Staunen Sie über die karibischen Farben des **Saoseesees (GR)**, der von Poschiavo und von Pontresina aus zu erreichen ist.

4 Machen Sie ein Picknick rund um das kleine **Gantrischseeli (BE)**, das sich an den Berg schmiegt. Zu erreichen von der Gantrischhütte aus.

5 Von Zinal aus dauert es etwa zwei Stunden bis zum **Lac d'Arpittetaz (VS)**, der von hohen Gipfeln umgeben ist. *J.P.*



SCHMUCK

Blau tragen

Von den maurischen Gärten der Alhambra in Granada bis zu Kleeblättern verkörpert das vierblättrige Muster mit perlenbesetzten Rändern eine Vision von Glück. Seit 1968 gilt es als Talisman für alle, die auf den Juwelier Van Cleef & Arpels schwören. In der neuen, mit Achat besetzten Version fängt das Schmuckstück das Blau des Himmels ein. Eine optimistische Aussage, die die Sonne (in Gelbgold) in die Herzen bringt. *R.L.*

Ohrringe *Alhambra*, Van Cleef & Arpels, Gelbgold und blauer Achat. Auch als Wending (Guilloche-Motiv auf der Rückseite), Anhänger und Uhr erhältlich. 4350 Fr.



BEAUTY

Generation Epigenetik

Passt Ihr Aussehen mit der Zahl in Ihrem Reisepass zusammen? Wie sehr unser Lebensstil das Altern von Zellen beeinflusst – mit kaum einem anderen Bereich befassen sich die Wissenschaftler so intensiv. Ebenso wie die Gesundheits- und Schönheitsinstitute, die versuchen, einige der Alterungsmechanismen, die nicht von der Genetik abhängig sind, zu verlangsamen oder sogar umzukehren. Und nun kommt die Epigenetik auch noch in einer Flasche daher! Clarins hat sein berühmtes Double Serum radikal umformuliert und Moleküle hinzugefügt, die unerwünschte Hautveränderungen neutralisieren können. Der Star in dieser neunten Generation des Produkts? Bio-Schilfrohr aus der Provence, das sich biegt, aber nicht bricht... Widerstandskraft in seiner natürlichsten Form. *R.L.*

Double Serum 9, Clarins, 30 ml, ab 110 Fr.

IWC PORTUGIESE AUTOMATIC.



Portugieser Automatic 42, Ref. IW501708

Vor 85 Jahren als Instrumenten-Uhr mit der Präzision eines Marine-Chronometers konzipiert, hat sich die Portugieser zu einem zeitlosen und gleichzeitig dynamischen Ausdruck schlichter Eleganz entwickelt. Ein schlankeres Gehäuse macht die Portugieser Automatic 42 jetzt noch raffinierter, während randgewölbte Saphirgläser das IWC-Manufakturkaliber 52011 mit 7 Tagen Gangreserve sowie das aufwendig gearbeitete Zifferblatt in der neuen Farbe Horizon Blue perfekt in Szene setzen.

IWC. ENGINEERING BEYOND TIME.



DISCOVER
MORE.

IWC
SCHAFFHAUSEN

IWC BOUTIQUE · BAHNHOFSTRASSE 61 · ZÜRICH



Die zeitgenössische Version des Fez – laut Loro Piana, dem grossen Spezialisten für Wolle und Kaschmir.

Let's Fez

SIE WISSEN ES NATÜRLICH: Accessoires verleihen einem Outfit den letzten Schliff. Kopfbedeckungen adeln es quasi, sind die Königsmacher unter ihnen. Nur: Mützen, Kappen, Baskenmützen, Stirnbänder? Ach nö, zu oft gesehen, zu oft re-interpretiert. Diese Zwischensaison ist der Fez der Star. Noch nie gehört? Dabei kennen Sie ihn garantiert. Der Filzhut – oftmals kommt er in Rot daher – ist mit einem kleinen Bommel versehen. Seinen Ursprung soll er im antiken Griechenland haben und sich dann über den gesamten Mittelmeerraum, vor allem in Marokko, verbreitet haben. Der Name geht auf die Stadt Fes zurück. Einige Armeekorps übernahmen den Fez, bis sie merkten, dass die bunte Kopfbedeckung nicht unbedingt die cleverste Idee war, um vor Feinden unbemerkt zu bleiben...

Heutzutage sieht man den Fez eher selten. In Europa tragen ihn nur noch die Wachen vor dem Athener Präsidentenpalast, die Evzones. In Hollywood sorgt er ab und an für eine gewisse Exotik, zum Beispiel an Indiana Jones oder Wonder Woman. Es hat etwas gedauert, aber jetzt haben auch Modehäuser die stilistische Kraft dieses symbolträchtigen Objekts erkannt. So etwa das italienische Modehaus Loro Piana, das für die aussergewöhnliche Qualität seiner Woll- und Kaschmirprodukte bekannt ist. Die modernen Neuinterpretationen des Fez sind schlicht, randlos und unisex. Sie passen zu den unterschiedlichsten Outfits. Bei Altuzarra bekommt die Silhouette plötzlich einen martialischeren Look, während Armani den Fez zu urbaner Kleidung kombiniert. Einfach, aber wirkungsvoll. ☺

TEXT JULIEN PIDOUX



FALTENWURF

OBEN Die Schablonen werden aus flexiblem, wasserabweisendem Karton gefertigt und mit einem Plotter gerillt. Die Einkerbungen werden mit einem Falzbeil aus Knochen gefalzt.

MITTE Wie Origami wird die Schablone gefaltet. Der Stoff wird zwischen die Ober- und die Unterseite der Schablone gelegt, diese müssen exakt passen.

UNTEN Dann wird das Ganze eng zusammengepresst und verknotet. Zum Schluss wird das «Päckli» für etwa zwei Stunden in den Dampfschrank gehängt.

LINKS Das Kleid fertigte Eva Ott für eine Ausstellung im Londoner Victoria and Albert Museum.

Bitte zackig!

INSPIRIERT VON DER KUNST DES ORIGAMI, LEGT EVA OTT IN BASEL KLEIDER UND RÖCKE IN FALTEN. IHRE PLISSEEBRENNEREI IST DAS EINZIGE AUFTRAGSATELIER SEINER ART IN DER SCHWEIZ.

TEXT TINA BREMER FOTOS TORVIOLL JASHARI

IHRE LEIDENSCHAFT ist messbar, ablesbar in Millimetern und Zentimetern. Sie ist ihr in Fleisch und Blut übergegangen. Ein dünnes Massband zieht sich als Tattoo von Eva Ott's Hals den Rücken hinunter, verziert in dunkler Tinte die Wirbelsäule. «Solange ich denken kann, habe ich an Nähmaschinen gesessen», erzählt Ott, während sie eine Rolle Karton aus einem Regal zieht. «Meine Mutter war ebenfalls Schneiderin, schon als Kind veranstaltete ich mit den Nachbarskindern ständig Modenschauen.»

Seit Anfang 2020 aber ist alles anders – seitdem hilft Ott anderen Designerinnen und Designern, auf dem Laufsteg zu glänzen. Vor vier Jahren hat sie in Basel die Plisseebrennerei übernommen, die ursprünglich 1920 in Zürich gegründet wurde. Seither legt die 47-Jährige Kleider, Blusen und Röcke in Falten. Aber nicht nur. Auch plissierte Trainerhosen von Adidas hängen am Kleiderständer in ihrem Atelier, das nur ein paar Schritte von der Markthalle entfernt liegt. «Ich möchte zeigen, dass Plissees zeitgemäss sind, und gestalte deshalb in Kooperation mit einer Kollegin auch Vintage-Mode um.»

Plissees werden nur von Schotten und Grosis getragen? Das Klischee hat Ott spätestens widerlegt, seitdem die Zürcher Designerin Yvonne Reichmuth vergangenes Jahr mit von der Plisseebrennerei veredeltem Leder den «Swiss Design Award» gewann. Genauso wie die Modedesignerin Anastasia Bull, die gerade zur Tür hereinkommt.

Kennengelernt haben die beiden sich an der Basler Hochschule für Gestaltung, wo Ott mehrere Jahre das Nähatelier leitete. «Evas Leidenschaft für Plissees ist auf mich übergesprungen», sagt Bull und lacht. Dann zieht sie einen roten Stoff mit Moiré-Maserung aus der Tasche, der heute das erhalten soll, was die meisten Menschen im Gesicht verhindern wollen. «Ich habe ihn in den USA bestellt, nur noch wenige Firmen stellen ihn her.»

Seltenes Handwerk

In der Schweiz ist die Plisseebrennerei in Basel das letzte Auftragsatelier seiner Art. Zu Ott's Auftraggebern gehören Theater, Modeschaffende, Trachtenvereine, aber auch Privatpersonen. Wolle, Leder, Seide – theoretisch kann jeder Stoff plissiert werden, am besten halten die Kunstfalten jedoch auf – man verzeihe! – Polyester. «Mich fasziniert das Handwerk. Wenn man es nicht am Leben erhält, existiert es irgendwann nicht mehr.» Auch ein Grund, warum sie ihr Wissen in Workshops weitergibt. Was man mitbringen muss? Kreativität und Fingerspitzengefühl. «Für die Schablonen hole ich mir Inspiration bei Origamikünstlern wie Tomoko Fuse», sagt Ott und zeigt auf einen dicken Wälzer im Bücherregal.

Zunächst entwirft sie ein Muster auf Papier, überträgt es dann auf dem Computer digital und plottet es aus. Auf einen Karton, der besonders hitzebeständig und wasserabweisend ist. «Er muss aber dennoch Feuchtigkeit an den Stoff durchlassen.» Mit einem Falzbeil aus Knochen falzt sie anschliessend die

Einkerbungen, um den Karton besser falten zu können. Rund 200 Schablonen lagern in Ott's Archiv: Schuppen- und Sonnenplissees, Tollfalten, Akkordeonfalten... Maschinell gefertigte Plissees, wie sie etwa beim Label von Altmeister Issey Miyake zum Einsatz kommen, langweilen sie. Denn: «Per Hand kann ich viel spannendere Muster kreieren!»

Bull's Stoff erhält heute ein Doppelfischgrat. Nachdem die Unterseite der Schablone am Tisch befestigt ist, wird der Stoff über ihr ausgebreitet und anschliessend mit der passenden Oberseite «gedeckelt». Ott und Bull achten penibel darauf, dass die Schablonen exakt übereinander liegen. Gewichte aus Blei sorgen dafür, dass auch ja nichts verrutscht. Sitzt alles? Dann werden Stoff und Karton wie ein Fächer zusammengeschoben und mit Kabelbindern und Schnürsenkeln fixiert. Im letzten Schritt wird das «Päckli» für zwei Stunden im Dampfschrank bei hundert Grad Celsius aufgehängt. Über Nacht kühlt das Plissee ab. «In der Regel kann ihm selbst die Waschmaschine jetzt nichts mehr anhaben», so Ott, die schon für die Spice Girls Plisseekleider angefertigt hat, für die Reunion-Tour 2019.

Der Entwurf von Bull wird erstmals an der «Mode Suisse» in Zürich zu sehen sein, als Oberteil eines Kleides. «Wie eine Rüstung, die Stärke verleiht», so die Modedesignerin. Das Skulpturale, der 3-D-Effekt, ist es auch, das Ott so reizt. «Ich liebe alles, was mit Geometrie zu tun hat, alles Mechanische», sagt sie und zeigt schmunzelnd auf das Tattoo auf ihrem rechten Fuss: eine Legofigur. ☉



Eva Ott

Aufgewachsen in Liestal, machte Eva Ott wie ihre Mutter eine Schneiderlehre, anschliessend ging sie nach London, um Szenografie zu studieren. Zurück in Basel arbeitete sie als Kostümbildnerin und Gewandmeisterin am Theater Basel, leitete das Nähatelier an der Basler Hochschule für Gestaltung und Kunst FHNW und schaffte als Schneiderin in der Plisseebrennerei, wo ihre Liebe für Plissees entfachte. Nachdem ihre Vorgängerin das 1920 gegründete Atelier aufgab, hat Ott es Anfang 2020 übernommen. Seither bietet die 47-Jährige auch Workshops an. www.plisseebrennerei.com

Eine Freiluftfahrt im Skytop von BMW verspricht himmlisches Vergnügen – sollte das Unikat in Serie gehen.



Träumen erwünscht!

MIT DER DESIGNSTUDIE SKYTOP ERINNERT BMW DARAN, DASS ES NEBEN MARTIALISCHEN SUV UND VERNÜNFTIGEN ELEKTROAUTOS IMMER NOCH RAUM FÜR KLASSISCHE SEHNSUCHTSMOBILE GIBT.

TEXT NINA TREML

BEI NÜCHTERNER BETRACHTUNG ist der Skytop bloss eine Designspielerei. Ein auf Basis der BMW-8er-Reihe kunstvoll modelliertes Targa-Unikat, das, wenn überhaupt, erst in ein paar Jahren und dann lediglich in einer Kleinstserie für mehrere hunderttausend Franken in den Verkauf gehen wird. Relevanz für den Lauf der Automobilwelt? Null.

Der Mainstream fährt SUV, Angebot und Nachfrage von Cabriolets sind schon lange rückläufig. Die Zukunft gehört sowieso den selbstfahrenden Elektroautos, und Prestige drückt sich immer weniger in herkömmlichem Luxus, geschweige denn in einem 4,4 Liter grossen Achtzylindermotor aus. Aber nicht trotzdem, sondern gerade deswegen fällt die nüchterne Betrachtung so schwer. Das, was der bayerische Hersteller diesen Frühsommer anlässlich des Concorso d'Eleganza Villa d'Este am Comer See kreiert und wenig später im Rahmen eines Pressevents im zürcherischen Dielsdorf präsentiert hat, ist mehr als ein exotisches Frischluftmodell für potenziell wenige. Es ist eine Botschaft an alle: Träumen noch immer erlaubt!

Etwa davon, die Fahrertüre über das in die Türbrüstung eingepasste Wingle zu öffnen und unter neidischen Blicken aus der Nachbarschaft einzusteigen. Den Duft des im Budapest-Stil akzentuierten Leders – Leder! Nicht recycelter Kunststoff! – einzusatmen. Referenzen an altherwürdige Klassiker wie den BMW Z8 Roadster wertzuschätzen, ohne aber die Vorzüge eines modernen Cockpits zu missen. Sound und Charakteristik eines V8-Motors zu geniessen, der im Zeitalter von E-Autos, die in unter drei Sekunden von 0 auf Tempo 100 schnellen, fast schon Entschleunigung verheisst. Bei einer Passfahrt ohne Verdeck (die mit Leder überzogenen Dachschaalen liegen in einer Ablage im Gepäckraum verstaut) ein paar Kurven unter die 21 Zoll grossen Leichtmetallräder zu nehmen. Wind im Haar, Sonne auf der Haut, nette Begleitung auf dem Beifahrersitz. Das ganze aus der Mode geratene Programm an Abenteuer und Freiheit. Die Automobilindustrie – allen voran die Volumenhersteller, zu denen auch die Premiummarke BMW zählt – hat angesichts des technologischen Wandels und der

Verbrenner-Aus-Debatten viel investiert, um für vernünftige Werte zu stehen. Nachhaltigkeit. Fortschritt. Verantwortungsbewusstsein. New Luxury, der auf Bits and Bytes statt Lack und Leder beruht. Herausgekommen sind zuweilen Autos, die mit viel Blech wenig Glanz und mit reichlich künstlicher Intelligenz kaum Emotionen erzeugen.

Autos für gewisse Stunden

Man muss kein Klimaleugner, Fortschrittbremser, E-Auto-Hasser oder Nostalgiker sein, um eine gewisse Sehnsucht nach Nischenmodellen zu verspüren, die in diesen unsicheren Zeiten heile Autowelt spielen, solange sie noch können. Bei BMW schürt man diese Sehnsucht jetzt mit dem sportlich-elegantem Skytop, bei Mercedes-AMG heisst «der Gipfel der Exklusivität» PureSpeed. Der anlässlich des Formel-1-Rennens in Monaco präsentierte Entwurf eines radikal offenen, zweiseitigen Performance Cars stellt eine Hommage an den Rennsport dar und gibt einen Ausblick auf das erste Modell der ultraexklusiven «Mythos»-Serie. Der Antrieb? Wird noch geheim gehalten, dürfte aber auf einer modifizierten Version des 4,0-Liter-V8 beruhen.

Noch höhere Exklusivität und noch mehr Zylinder verspricht der britische Luxusautobauer Bentley mit dem Batur Convertible. Das auf 16 individuell gestaltete Exemplare limitierte Cabrio dürfte eines der letzten Modelle sein, die den vor 20 Jahren eingeführten Zwölfzylindermotor in der aktuellen Entwicklungsstufe mit 740 PS unter der Haube tragen dürfen, ehe das mächtige W12-Aggregat ausgemustert wird. Sollte man ein schlechtes Gewissen haben, wenn man sich darin mit dem beleuderten Lenkrad in der einen Hand und einem Gelato in der anderen der Côte d'Azur entlangcruisen sieht?

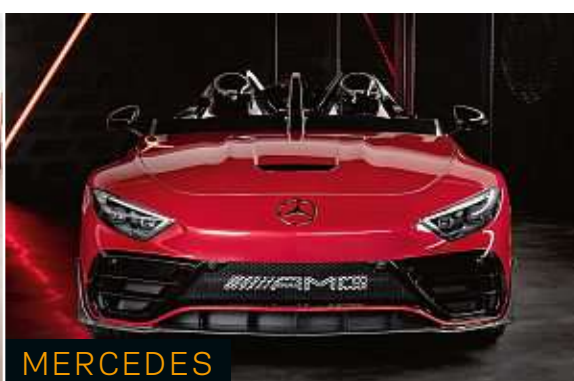
Oder vielleicht dann, wenn man sich stattdessen den neuen, zweiseitigen Spider aus Maranello mit einem als Front-Mittelmotor angeordneten V12-Saugmotor und bis zu 830 PS wünscht? Eher nicht. Weil der in einer limitierten Auflage von 199 Stück gebaute Ferrari 12Cilindri Spider – genau wie die anderen genannten Fahrzeuge – ohnehin nur ein Auto für gewisse Stunden wäre. Vor allem aber wegen des für uns Normalsterbliche unvermeidlichen Konjunktivs: wäre. ☹

OBEN-OHNE-FLITZER

Von links nach rechts: Der Batur Convertible von Bentley ist auf 16 Exemplare limitiert, das Modell PureSpeed von Mercedes kommt ohne Windschutzscheibe und Dach daher, Ferrari setzt beim 12Cilindri Spider auf einen klassischen Zwölfzylinder.



BENTLEY



MERCEDES



FERRARI



A-K-R-I-S-



Im Auftrag von Pharrell Williams hat die Schmuckdesignerin Dolly Cohen für die Kollektion Herbst/Winter 2024 von Louis Vuitton Grillz entworfen, die die Codes des Hauses aufgreifen.



Zahnstein de luxe

VON TOOTH GEMS ZU GRILLZ – WAS EINST MODEBEWUSSTEN BRONX-DEALERN CREDIBILITY BESCHERTE, SORGT HEUTE BEI TRENDSETTERN FÜR DAS GANZ INDIVIDUELLE MILLION-DOLLAR-LÄCHELN. EHRlich WAHR: DER ZAHNSCHMUCK IST ZURÜCK!

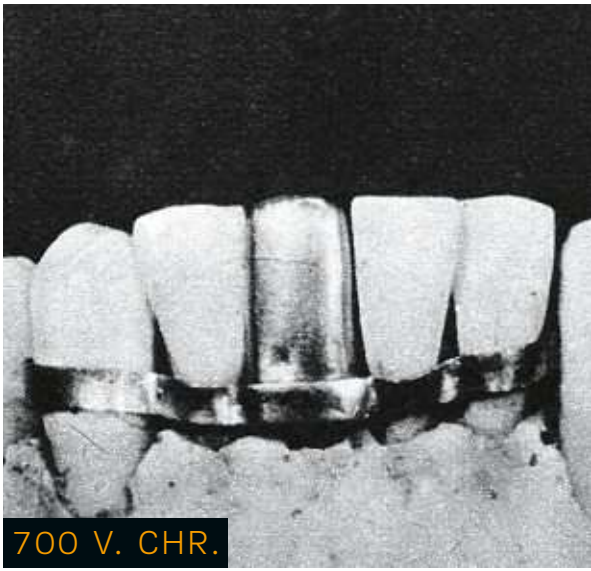
TEXT SARAH LAU

HÜPHTHOSEN. NEONBIKINIS. ADILETTEN. Gerade dann, wenn man es am wenigsten erwartet, feiert die Fashionwelt mit einer schier diabolischen Lust an der weichgespülten Provokation das Comeback der einst in Ungnade Gefallenen. Geprägt von wiederkehrenden Zyklen, hat die Mode derzeit die 1990er-Jahre am Wickel und erklärt im Rahmen dieses Comebacks nun auch den Zahnschmuck zurück. Dieses Mal allerdings sind blitzende Kauleisten (Grillz) und punktuelle Zahnveredelungen (Gems) nicht mehr nur Mitbegründern des Hip-Hop-Chics wie Rihanna, 50 Cent und Flavor Flav vorbehalten. Die Superstars hatten in den 1990er-Jahren den bei der afrikanischen Diaspora New Yorks der 1970er-Jahre populär gewordenen Goldzähnen zur Renaissance verholfen und sie in den verschiedensten Ausführungen zur Schau getragen.

Inzwischen ist der einstige Mikrotrend mainstreamkompatibel geworden. Neuerdings hat er auch eine grosse weibliche Anhängerschaft, vornehmlich Frauen zwischen 20 und 30 Jahren. Social Media als Trendtreiber spielt eine entscheidende Rolle, und entsprechende Role Models tummeln sich auf Instagram und TikTok inzwischen wie Sandkörnchen in der Wüste Gobi. Um Likes zu ergattern, gilt es, kreativ hervorstechen. Influencerinnen wie etwa Model Adwoa Aboah oder Sängerin Katy Perry schmücken sich mit Verzierungen ihrer favorisierten Fashionbrands. Während Perry mit Nike-Swoosh glänzte, griff Aboah zu einem winzigen Chanel-Logo auf ihrem linken Frontzahn. Der stamme von «Tooth Candy» aus Los Angeles, wie die

Britin verriet. Von güldenen Minischlagringen für 39 Franken über bunte Schmetterlinge hin zu Skeletten, Typ Bone Daddy, à 38 Franken gibt es bei dem It-Retailer alles, was Fashionistas den Mund schöner macht. Doch ob monoverziert (Kendall Jenner) oder mit unzähligen bunten Akzenten auf gleich drei benachbarten Zähnen (Dua Lipa): Die Möglichkeit, Zahnschmuck als Ausdrucksform zu nutzen und den Mundraum zur Bühne zu stilisieren, findet naturgemäss gerade in der Welt der Kreativen und Extrovertierten Anklang. Ähnlich wie Tattoos demokratisiert und entkandalisiert wurden, ist vor allem der temporäre, akzentuelle Zahnschmuck salonfähig geworden. Die Onlinepinnwand Pinterest verzeichnete auf ihrem Trendbarometer der Suchanfragen bereits 2022 einen Anstieg von 85 Prozent zu «Tooth Gems».

Dentalspezialisten frohlocken auch hierzulande. «Ich kann keine offiziellen landesweiten Zahlen liefern. Wenn ich aber von meiner eigenen Praxis ausgehe, lässt sich sagen, dass ich im ersten Quartal 2024 bereits mehr Steinchen geklebt habe als das gesamte vergangene Jahr über. Die Nachfrage ist hoch», sagt Zahnärztin Pascale Affolter, die auch im Vorstand der Schweizerischen Zahnärzte-Gesellschaft Solothurn sitzt. Besonders Tooth Gems, also mit kleinen Ornamenten verzierte Zähne, sind laut Affolter gefragt. Das Prozedere selbst ist unkompliziert: Nach einer gründlichen Zahnreinigung werden die Gems auf die Zähne geklebt. Hierfür wird zunächst die Zahnoberfläche gereinigt und poliert, anschliessend wird der Zahnschmelz mit einem speziellen Haftvermittler behandelt, um die Haltbarkeit der Gems zu verbessern. Das entweder selbst mitgebrachte oder aus dem jeweiligen Sortiment



700 V. CHR.



17. JHD.



20. JHD.

TONKIN • A 7280



1997

DAS BLITZT

700 v. CHR. Schon die Etrusker trugen Zahnschmuck aus Gold.

17. JHD. König Ludwig XIV. mit Goldzähnen.

1997 Der Film «Black American Princesses» beleuchtet die schwarze Arbeiterklasse.

Bis 20. JHD. In Vietnam lackierten Frauen ihre Zähne schwarz – ein Symbol für Schönheit.

2012 Mainstream: der US-Schwimmer Ryan Lochte bei den Olympischen Spielen in London.

2023 Lil Nas X und Teyana Taylor im Buch «Ice Cold: A Hip-Hop Jewelry History» (Taschen).

2024 Eine Kreation der Juwelierin Dolly Cohen.



2012



2023



2024

ausgesuchte Steinchen wird dann mit flüssigem Kunststoff auf den vorbereiteten Zahn aufgetragen und mittels Lichthärtung fixiert. Die Kosten für das Anbringen der Tooth Gems variieren je nach Anbieter und Material, liegen aber etwa zwischen 40 und 100 Franken pro Zahn.

Gesellschaftliche und religiöse Symbolik

Kein irreversibler Eingriff, im Gegenteil – dass sich eine solche Verzierung bei einem beherzten Biss ins Knäckebrot auch mal wieder lösen kann, muss einkalkuliert werden. Affolter sieht aber genau darin auch den Vorteil. «Es gibt ja auch die Möglichkeit, Steine in den Zahn einzuarbeiten, dafür aber wird gebohrt und Zahnhartsubstanz geopfert. Hat die Patientin genug, wird der Stein rausgefräst und der Zahn wieder aufgefüllt. Das ist deutlich aufwendiger.» Von DIY-Kits, wie sie auch Onlinebilliganbieter wie Temu führen, gilt es, die Finger zu lassen. Allein wegen des mitgelieferten Klebstoffes, dessen Herkunft und Zusammensetzung oft nicht den hiesigen Sicherheitsbestimmungen entspricht und der irreversible Schäden am Zahnschmelz hinterlassen kann. Herausnehmbare Grillz, wie sie auch bei den Fashionshows von Balmain und Givenchy zu sehen waren und in den Mündern von Pharell Williams und Kim Kardashian, hat Affolter bislang noch nicht angefertigt. «Würde ich aber uh gerne», sagt die Schweizerin lachend.

Wer nun denkt, Mundschmuck sei lediglich ein Relikt der Seventies respektive der 1990er-Jahre, der irrt. Schon die Etrusker, ihres Zeichens zur Eiszeit in der Toskana lebend, hatten ein Faible für blitzende Gebisse. So wurden in einigen etruskischen Gräbern menschliche Skelette mit Zahnschmuck entdeckt. 1999 veröffentlichte der Historiker Marshall Joseph Becker im «American Journal of Archaeology» einen Artikel zu den etruskischen Ursprüngen goldener Zahnapplikationen, die bereits Mitte des 7. Jahrhunderts v. Chr. angesiedelt sind: «Diese Applikationen sind alle aus flachen Goldbändern gefertigt und dienen dazu, einen falschen Zahn oder Zähne an ihrem Platz zu halten», hiess es darin. Doch auch kleine befestigte Goldplatten wurden gefunden, und es wird allgemein hin angenommen, dass diese Verzierungen neben dekorativen Zwecken auch einen symbolischen oder rituellen

Wert hatten. Von den Mayas (400 bis 900 n. Chr.) ist indes bekannt, dass sie ihre Zähne mit Obsidian, einem vulkanischen Glas, abschleifen und mit Jade- oder Pyrit-Einlagen verzierten. Nicht nur ästhetisch motiviert, sondern auch religiös, symbolisierte der neue Schliff den Übergang vom Kindes- zum Erwachsenenalter und die Verbindung zu kosmischen Kräften. Vom Mittelalter an hat sich der Zahnschmuck dann auch in Europa etabliert. Während die Herren schon damals eher zu auffälligen Goldzähnen griffen (Ludwig XIV. von Frankreich, Peter der Grosse von Russland), setzten die Damen von Anbeginn vermehrt auf funkelnde Akzente. Dass auch Kaiserin Elisabeth «Sisi» von Österreich-Ungarn (1837–1898) und Frida Kahlo (1907–1954) mit veredelten Beisserchen durch die Welt liefen, ist weniger bekannt. Kaiserin Elisabeth hielt ihren Zahnersatz – um ihre Zähne war es nicht gut bestellt – mit Goldringen zusammen. Die Malerin Kahlo indes begriff ihre farbenfrohen verzierten Goldkronen als Zeichen ihrer kulturellen Identität und ihrer künstlerischen Ausdrucksmöglichkeit.

Macht, Prestige, Ausdrucksform – die Motive, Zahnschmuck zu tragen, sind bis heute im Wesentlichen geblieben. Geschlechterkonform demonstrieren vor allem Männer über dental platzierte Edelmetalle und -steine Status. Wer den Mund gerne so richtig voll nimmt, geht dabei zur Juwelierin Dolly Cohen oder zum «Father of Diamond Dentistry», wie das «Rolling Stone Magazine» Dr. Thomas Connelly getauft hat. Dem volltätowierten Muskelprotz aus Beverly Hills ist es zu verdanken, dass Musiker Post Malone mit 18 Porzellanveneers, acht Platinkronen und zwei Diamanten statt oberer Eckzähne durch die Welt läuft. Kostenpunkt: 1,6 Millionen US-Dollar. Wie viel genau die Titanleiste von Ye, aka Kanye West, gekostet hat, ist indes ungewiss, klar ist nur, nur dass auch sie im sechsstelligen Bereich lag.

Wer jetzt schon nach dem nächsten trendigen Eyecandy Ausschau hält, sollte aufhorchen. Seit Stylistin Pat McGrath bei Schiaparellis Modenschau für Spring/Summer 2024 die Models mit funkelnden Ohren auf den Laufsteg schickte, sind Crystallized Ears der neueste Schrei. Angesichts von Krieg, Klimawandel und Krisenstimmung ist der Hunger nach ein bisschen Sparkle im Leben ungebrochen gross. ☉



Das «kleine Schwarze» lieferte die Inspiration für Uhren, die ebenfalls in Schwarz gehalten sind. Elegant, zeitlos und, ja, auch feminin.

Die kleine Schwarze

SOWOHL IN DER MODE ALS AUCH IN DER UHRMACHEREI SIND SCHWARZE «EINTEILER» KLASSIKER. DIE GEWINNERKOMBINATION FÜR DEN HERBST.

TEXT MATHILDE BINETRUY

IN ENGLISCHEN WIRD ES «LBD» genannt: Little Black Dress, das kleine Schwarze. Coco Chanel machte die Idee einer «Uniform für Frauen auf der ganzen Welt» 1920 populär. Das einteilige Kleidungsstück, das die legendäre Designerin präsentierte, war knielang und mit einem braven Kragen sowie langen Ärmeln versehen. Schon bald liessen sich zahlreiche Modeschöpfer von dem minimalistischen Kleid inspirieren. Auf der Leinwand verlieh es Stars wie Audrey Hepburn in «Breakfast at Tiffany's» eine geradezu mysteriöse Aura.

In der Uhrmacherei ist die Begeisterung für die sogenannte PMN (Petite Montre Noire – kleine schwarze Uhr) noch relativ jung. Dunkle Zifferblätter wurden zunächst mit Kohletönen in Verbindung gebracht, die von militärischen Codes inspiriert waren und als Zeichen von Macht galten. Doch dank neuer Materialien gewann die Farbe Schwarz auch an den Handgelenken allmählich an Boden. In den 1990er-Jahren war die Uhrenindustrie in Aufruhr: Karbon, Vantablack, Keramik! Die Marken suchten in der Militär- und Raumfahrtindustrie nach leichten und widerstandsfähigen

Legierungen und wurden fündig. Die designorientierte Marke Rado brachte 1990 die Ceramica auf den Markt, eine elegante schwarze Uhr mit quadratischer Form, die sich von der bis dato muskulösen Ästhetik befreite. Sie begründete den Erfolg der Manufaktur. Zehn Jahre später enthüllte Chanel seine von Jacques Helleu entworfene berühmte J12. Hublot setzte 2006 ebenfalls auf das Konzept «All Black».

Schwarze Magie

Es sollte jedoch noch einige Jahre dauern, bis die Farbe Schwarz vollends mit der Vorstellung von Eleganz oder gar Zartheit verschmolz. Mit anderen Worten: bis Schwarz nicht mehr mit kalter Technik assoziiert wurde. Dieses Jahr sieht man besonders viele XS-Modelle. Während einige Marken – etwa Chanel, Van Cleef & Arpels, Tiffany & Co., Cartier – glamouröse Zeitmesser auf den Markt bringen, setzen andere wie Vacheron Constantin auf sportliche Modelle. Da die Farbe Karbon den Ruf hat, ein sicherer Wert zu sein, sind diese Stücke (mit oder ohne Steinbesatz) die modischen Verbündeten des Herbstes. Das neue Schwarz? Nie war es so vielseitig. Ⓞ

SCHWARZSEHER DE LUXE



GLÜCKSBINGER

Mit dem Modell Première von Chanel haben Sie garantiert Glück: Es ist mit einem sternförmigen Charm versehen, der mit sechs Diamanten besetzt ist. Der Talisman verleiht diesem Klassiker, dessen Zifferblatt von 58 Diamanten gerahmt ist, noch mehr Glanz.

Chanel Première Lucky Star, Stahl mit 58 Diamanten, Quarzuhrwerk, 19,7 x 15,2 mm, wasserdicht bis 30 m, limitierte Auflage, 8050 Fr.



BOTSCHAFTERIN

Sie ist die beste Botschafterin für die italienische Seele von Bulgari. Das auf der Lunette eingravierte Doppellogo, das von alten römischen Münzen inspiriert ist, bildet einen wunderbaren Kontrast zum Zifferblatt aus schwarzem Opalin. Bellissima!

Bulgari Bvlgari, 18-Karat-Gelbgold, Quarzuhrwerk, 26 mm, wasserdicht bis 30 m, 7750 Fr.



JA-SAGER

Das New Yorker Haus zieht die Black-Tie-Karte: Auf dem tiefschwarzen Zifferblatt funkeln Diamantindexe in verschiedenen Schliffformen: Herz, Marquise, Baguette, Prinzess... Die Krone? Ist inspiriert von der Krappenfassung des legendären Verlobungsringes.

Tiffany Eternity, Weissgold, Quarzuhrwerk, 28 mm, wasserdicht bis 30 m, 31 400 Fr.



GLOBETROTTER

Um vorwärtszukommen, muss man manchmal einen Salto rückwärts machen. Genau das hat Vacheron Constantin getan und das Modell Overseas im Jahr 2016 überarbeitet. Kleiner als je zuvor, ist die neue Version der perfekte Reisepartner.

Vacheron Constantin Overseas, Quarzuhrwerk, Stahl, 78 Diamanten, 33 mm, wasserdicht bis 50 m, 16 500 Fr.



KLASSIKER

Ob tailliert oder mit einem fotovoltaischen Uhrwerk ausgestattet, seit ihrer Erfindung im Jahr 1917 gilt die Tank als Mythos unter den Cartier-Kollektionen. Immer wieder wurde sie neu interpretiert. Hier gibt es sie mit einem halb schwarzen, halb mit Diamanten sertierten Zifferblatt – zeitlos schön.

Tank Louis Cartier, Gelbgold, Diamanten, 29,5 x 22 mm, 12 000 Fr.



DENKMAL

Die Form dieser Uhr erinnert zwar an ein vierblättriges Kleeblatt, bezieht sich aber in Wirklichkeit auf die Festung Alhambra in Granada. Dieses von Generationen von Frauen gepflegte Dekor zielt ein Zifferblatt aus Onyx.

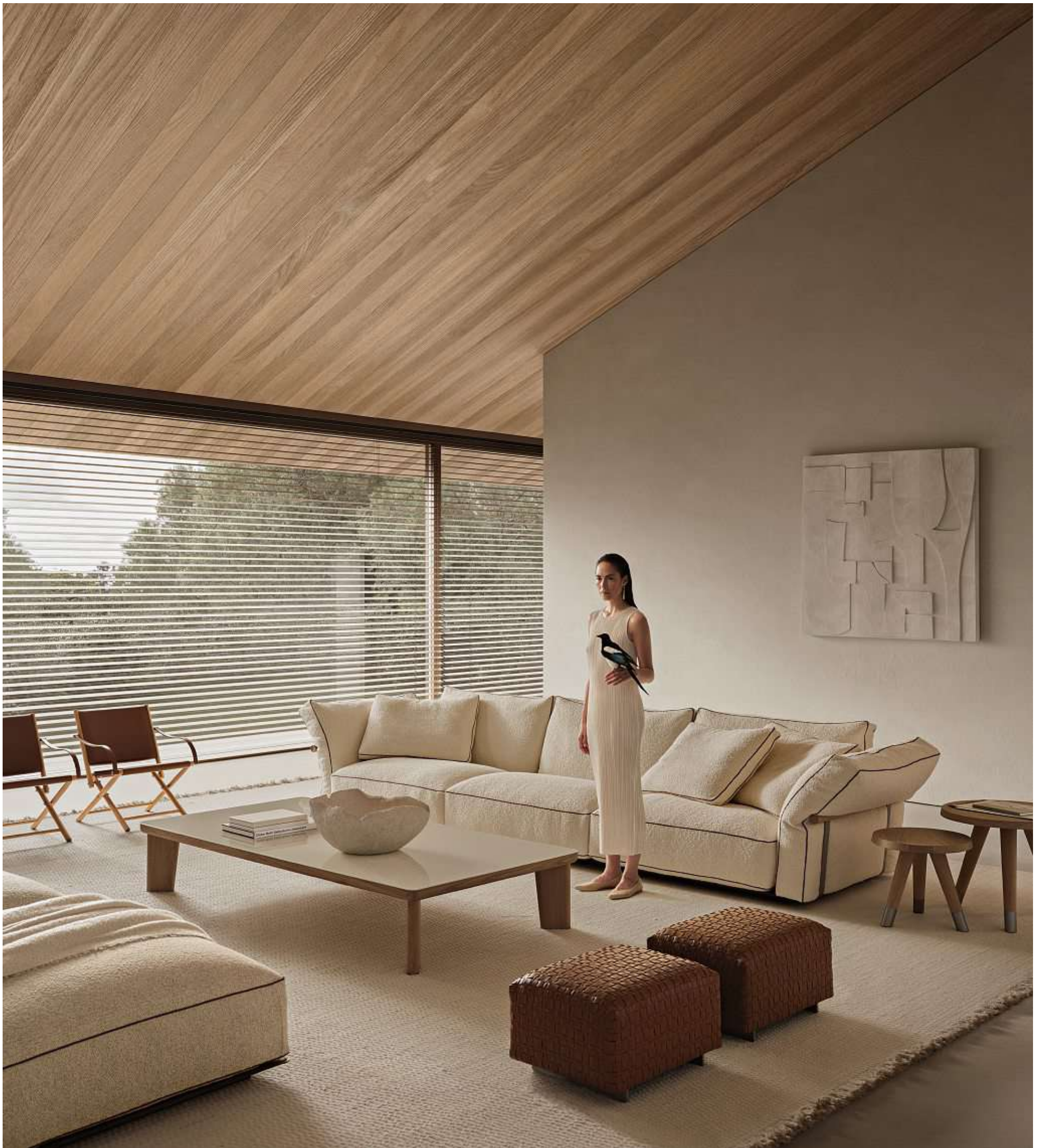
Van Cleef & Arpels Sweet Alhambra, Weissgold, Quarzuhrwerk, runde Diamanten, 22,7 x 22,7 mm, wasserdicht bis 30 m, 15 400 Fr.



ZWITTER

Halb Uhr, halb Schmuckstück, lässt dieses Modell bewegliche Diamanten auf seinem Zifferblatt tanzen. Die Mischung aus Schwarz, Stahl und Edelsteinen unterstreicht den Charme des sportlich-schicken Geistes.

Chopard Happy Sport, Lucent Steel™ und 18-karätiges, ethisch gewonnenes Rotgold, Quarzuhrwerk, 30 mm, wasserdicht bis 30 m, 4950 Fr.



FLEXFORM LUZERN BY DAVINCI INTERIOR DESIGN 4 MEILIPLATZ EMMEN T +41 41 260 51 53 FLEXFORM@DAVINCI-SCHWEIZ.CH
FLEXFORM GENEVE BY LA COUR DU MAIL 1 AVENUE KRIEG GENEVE T +41 22 328 02 40 INFO@LACOURDUMAIL.CH

Auch bei anderen
autorisierten Händlern



QUIET ONLY IN APPEARANCE.
Camelot Sofa, design Antonio Citterio

FLEXFORM



DER NEUE ORIENT

MIT SEINER MAISON **RABIH KAYROUZ**
FEIERT DER LIBANESISISCHE COUTURIER
EINEN SYMBOLISCHEN NEUANFANG – UND
WIRFT ALTE GEWOHNHEITEN ÜBER BORD.

INTERVIEW SILKE BENDER



Der libanesische
Modedesigner
Rabih Kayrouz.

NICHT IM HEADQUARTER am Boulevard Raspail, einem ehemaligen Theater, in dem Samuel Becketts «Warten auf Godot» uraufgeführt wurde, sondern in seinem Landhaus in Arles empfängt Rabih Kayrouz zum Interview. Er sitzt in einem weissen T-Shirt und mit akkurat gestutztem Bart hinter seinem Bildschirm am Küchentisch. Kein üppiger Stuck an der Decke wie in seinem Showroom und Atelier in Paris, sondern grau gestrichene Holzbalken. Eine Schlichtheit, die gut zu seiner aktuellen Gemütslage passt.

Kayrouz pendelte lange zwischen Orient und Okzident. Mit nur 16 Jahren kam er nach Paris, um an der renommierten Schule der Haute-Couture-Kammer Mode zu studieren. Nach einer Lehrzeit bei Dior und Chanel kehrte er nach Beirut zurück, wo er 1998 mit nur 25 Jahren sein eigenes Modehaus eröffnete. 2008 expandierte seine Maison nach Paris. Die erste Prêt-à-porter-Linie kam 2009 auf den Markt, in demselben Jahr, in dem Rabih Kayrouz auch das alte Theater bezog und in den erlauchten Kreis der Haute Couture berufen wurde. Er ist einer der wenigen Modeschöpfer, die immer noch die Mehrheit an ihren Unternehmen halten. Auch wenn er seit 2016 Finanzpartner zur Unterstützung im Boot hat, will er seine kreative Unabhängigkeit gegen alle Herausforderungen des Marktes bewahren.

Das Jahr 2024 markiert für ihn das 25-Jahr-Jubiläum seiner Prêt-à-porter-Linie und einen persönlichen Neubeginn: Kayrouz wurde 2020 bei der Explosion im Hafen von Beirut schwer verletzt und brauchte lange, bis er sich wieder erholte. Das komplett zerstörte Atelier in Beirut eröffnete erst im März dieses Jahres wieder an neuer Adresse, trotz angespannter politischer Situation im Land.

In Ihrer Prêt-à-porter-Kollektion für Herbst und Winter 2024 spielen Struktur, Leichtigkeit und monochrome Farben eine grosse Rolle. Was ist die Idee dahinter?

Wie bei allen Kollektionen, die ich heute entwerfe, geht es mir in erster Linie darum, ein Kleidungsstück herzustellen, das dazu einlädt, getragen zu werden. Als Couturier drücke ich mich mit Materialien, Farben und vor allem Schnitten aus. Sie bestimmen die Struktur oder besser die Architektur eines Stückes, das man bewohnen soll, das einen umschliesst, das bequem und lebenswert ist. Das ist die kurze und klare Botschaft. Ich mag es nicht, wenn Dinge geschwätzig werden müssen, um sich zu erklären.

Bei ein paar klar als Abendroben zu definierenden Stücken werden die Grenzen zwischen Büro- und Freizeitlook immer fließender...

Es geht mir darum, dass sich die Frau nie verkleidet fühlt und von morgens bis abends Bewegungsfreiheit hat. Insofern denke ich nicht in solchen Kategorien. Ein Kleidungsstück soll theoretisch immer tragbar sein und sich dem Alltag der Trägerin anpassen. Natürlich bieten sich manche Stücke wegen ihrer Länge, ihres Volumens oder ihres Materials eher als Abendgarderobe an. Doch selbst diese sind aus ultraleichtem und knitterfreiem Seidentaft. Man kann die Kleider praktisch zusammenrollen und mühelos überwerfen.

Sie präsentierten diese Kollektion nicht mehr mit einer Modenschau, sondern im kleinen Kreis in Ihrem Pariser Showroom und mit einem Video auf Ihrer Website. Warum?

Weil ich dieses ritualisierten Spektakels alle sechs Monate überdrüssig geworden bin. Modenschauen langweilen mich nur noch! Ich hatte lange Spass an den Inszenierungen, mir darüber Gedanken zu machen, mit welchen Kunstschaffenden und Themen ich diese auf die Beine stelle. Heute möchte ich meine Kollektionen auf eine ruhigere Art und Weise zeigen, bei der die Arbeit im Vordergrund steht und nicht die Show. Für mich fühlt es sich heute stimmiger an, auf privater Weise Kundinnen und Presse einzuladen: Die Kundinnen sollen meine Mode anfassen und anprobieren können, das Handwerk erleben – und die Kleidung nicht nur bewundern am Körper einer anderen Frau wie dem eines Modells.

Auch auf dem offiziellen Haute-Couture-Kalender fehlten Sie dieses Jahr.

Ich bin stolz darauf, immer noch Teil der Pariser Haute-Couture-Kammer zu sein, und fühle mich deren Werten und ihrem aussergewöhnlichen Savoir-faire verpflichtet. Nach wie vor entwerfe ich auch Haute Couture, nur präsentiere ich sie eben in einem privaten Kreis.

Ist das für Sie die Umsetzung des Nachhaltigkeitsgelübdes, das so viele Modehäuser während der Pandemie proklamierten, aber nicht einlösten?

Ich möchte niemandem Lektionen erteilen und vor allem nicht Marketing mit Greenwashing betreiben! Meine Arbeit als Couturier war immer schon gewissenhaft: Ich tue alles, was man meines Erachtens tun muss, um dieses Metier auf allen Ebenen respektvoll auszuüben. Doch ich möchte mich nicht mit Dingen brüsten, die selbstverständlich sein sollten. Es ist genauso überflüssig, wie immer zu betonen, man isst bio. Ich will einfach nur gut essen – und Mode machen, wie sie sich für mich richtig anfühlt.

Ihre Dinner, bei denen Ihr Lebenspartner und Food-Aktivist Kamal Mouzawak oft libanesische Hausmannskost servieren soll, sind unter den Pariser Modeleuten ähnlich begehrt wie früher, in die Küche von Alaïa eingeladen zu werden. Wie ist es dazu gekommen?

Ich liebe das Leben, und das bedeutet für mich, diese Liebe zu teilen. Und wo kann man das besser als an einem gemeinsamen Tisch? Zumal, wenn man dafür noch einen so schönen und grosszügigen Ort wie den unseren am Boulevard Raspail hat. Diese salonartigen Dinner habe ich schon gegeben, als sie noch nicht der grosse Trend waren. Auch da bin ich privater geworden. Statt wie früher 50 Leute an einen Tisch zu laden, sind es heute nur fünf oder sechs. Und ab und zu eine grosse Party, um das Spektrum zu erweitern.

Auf Ihrer Website teilen Sie nun halbprivate Gespräche auf Video in Ihrer Küche, zum Beispiel mit Marilyn Fitoussi, der Kostümdesignerin von «Emily in Paris».

Dank ihr sind meine Entwürfe durch die Serie viel bekannter geworden. Marilyn hatte von der Produktion freie Hand, welche Marken sie den Schauspielern vorstellte, und diese hatten auch ein Mitspracherecht. Und so hatte ich das Glück, dass ich Philippine Leroy-Beaulieu von Anfang an einkleiden durfte. Privat und in ihrer Rolle als Agenturcheffin Sylvie verkörpert sie genau den Typ von Frau, den ich gerne anziehe: eine lustige, starke, feminine und elegante Grossstädterin.

Hat das auch Ihre Verkaufszahlen geboostet?

Sicherlich. Da sich viele Frauen mit dieser Figur identifizieren, kamen sie danach auch zu mir.



MODE-KOSMOS

OBEN LINKS Die Pariser Figur Sylvie (Philippine Leroy-Beaulieu, links im Bild) aus der Serie «Emily in Paris» ist eine begeisterte Anhängerin von Rabih Kayrouz' Kreationen.

RECHTS Ein Modell aus der aktuellen Kollektion.

UNTEN LINKS Die neue Flagship-Boutique des libanesischen Designers befindet sich im Londoner Stadtteil Mayfair.

Sie sind als Sohn einer Familie mit grossem Bäckereibetrieb auf dem Land aufgewachsen, noch dazu während des Krieges im Libanon. Wie kamen Sie darauf, schon mit 16 Jahren in Paris Mode zu studieren?

Ich habe alle Sendungen im Fernsehen verschlungen, die mit Mode zu tun hatten: seien es Berichte über die Modenschauen in Paris oder auch Serien wie «Dallas» oder «Denver-Clan» (lacht). Auch meine Familie hat mich für Mode sensibilisiert. Gute Kleidung galt bei uns als Ausdruck von Höflichkeit, von Respekt dem anderen gegenüber. Man kleidete sich bei uns auf dem Land immer anständig, aber nie protzig. Man ging zwei Mal im Jahr shoppen und kaufte wenig, aber dafür Qualität: in Boutiquen, die schon damals französische oder italienische Marken führten. Eine Freundin sagte mir mal: Wir sind nicht reich genug, um billiges Zeug zu kaufen.

Sie haben nach Ihrem Studium bei Dior und Chanel gearbeitet, zwei Häuser, deren Gründer für diametral entgegengesetzte Modekonzepte standen. Was haben Sie dort gelernt?

Christian Dior war ein Mann, der Frauen anschauen wollte. Er entwarf Mode, die schön war, aber für die Trägerin wenig komfortabel. Gabrielle Chanel war eine Frau, die Kleidung für Frauen schuf, die tragbar und schön war. Letzteres habe ich mir selbst zu eigen gemacht.

Ganz anders als Ihre Landsleute Zuhair Murad oder Elie Saab scheinen Sie keine Mode für Prinzessinnen machen zu wollen. Woher kommt Ihr puristischer, funktionellerer Stil?

Weil ich dabei an die realen Frauen denke, die in meinem Leben eine Rolle spielten und spielen: Frauen, die sich bewegen, arbeiten, reisen, lachen, feiern und tanzen. Ich habe keine Traumfrauen im Kopf, und ich mag es nicht, Frauen als Fantasieobjekte zu verkleiden. Eine Frau soll durch meine Kleidung weder sexy noch streng erscheinen. Wenn sie darin sexy oder streng aussieht, dann, weil sie es ist! Diese Vorstellung, eine Frau durch Mode in eine andere zu verwandeln, finde ich lächerlich.

Ihre ersten Kundinnen in Beirut sollen Ihre Kleider empört auf den Borden geworfen haben. Warum?

Als ich in Beirut anfang, bot ich zuerst nur Braut- und Abendkleider an. Meine Kundinnen beschimpften mich zu Recht, weil die Kleider einfach nicht gut durchdacht waren. Ich war jung und unerfahren und danke den strengen Kritikerinnen heute. Genau dadurch habe ich gelernt, dass ich vor allem Frauen auf der Strasse und im Alltag kleiden möchte. Und dass auch Abend- und Brautkleider nicht nur schön, sondern auch bequem zu tragen sein müssen.

Ich verteidige mit meiner Arbeit **die Idee eines reinen Orients:** die Sinne betörend

Ist es also ein falscher Eindruck, dass Frauen im Nahen und Mittleren Osten mehr Prinzessin als praktisch sein wollen?

Das ist ein respektloses, orientalistisches Klischee! Das ist so, als würde man heute die Pariserin oder die Amerikanerin pauschal kategorisieren. Ich lehne diese Art von Verallgemeinerung ab. Meine Mode, meine Schnitte und mein Stil sind sehr orientalisches geprägt. Es sind bequeme Kleidungsstücke, die den Körper umhüllen. Ich verteidige mit meiner Arbeit auf gewisse Weise die Idee eines reinen Orients: Einer, der die Sinne betört, einer, der empfindsam ist. Meine Mode ist orientalisches, aber nicht orientalistisch!

2020 überlebten Sie schwer verletzt die Explosion im Hafen von Beirut, welche auch Ihr Atelier zerstörte. Wie hat Sie das geprägt?

Es hat mein Leben in ein Davor und ein Danach geteilt. Ich sage immer, ich wurde im Libanon drei Mal geboren: das erste Mal 1973, das zweite Mal, als ich 1998 mein Modehaus eröffnete, und 2020, als ich das Geschenk der Wiedergeburt erleben durfte.

Sind Sie noch oft in Beirut?

Selten. Ich fliege nur noch für ein paar Tage im Jahr hin, um all die Menschen zu sehen, die mir wichtig sind: meine Familie, meine Freunde, mein Atelierteam und meine Kunden. Nicht nur ich, das ganze Land erscheint mir heute verletzt. Dagegen fühlt sich Arles immer mehr wie mein Zuhause an: nah am Mittelmeer, aber nicht weit von Paris. Eine lebendige, überschaubare Stadt, die meinem Bedürfnis nach mehr Ruhe, weniger Spektakel, Mondänität und Geschwätzigkeit wunderbar entgegenkommt. ☺

Alte Liebe **rostet nicht**

UHREN AUS VORBESITZ ERLEBEN EINE NEUE BLÜTE. DAS SCHWEIZER HAUS BUCHERER ZERTIFIZIERT DIE LIEBHABERSTÜCKE, BEVOR SIE WIEDER ZUM VERKAUF ANGEBOTEN WERDEN.

TEXT DIE REDAKTION



TRADITIONSHAUS

Bei Bucherer lässt man die Vergangenheit nicht links liegen. 1888 in Luzern vom Geschäftsmann und Unternehmer Carl Friedrich Bucherer und seiner Frau gegründet, bauten die Söhne Ernst und Carl das Uhren- und Schmuckgeschäft weiter aus. 1924 gingen sie eine Partnerschaft mit Rolex ein und eröffneten in den folgenden Jahren weitere Geschäfte in zahlreichen Städten. Das Unternehmen stützte sich bald auf ein Sortiment an Uhren und Schmuck, das die renommiertesten Manufakturen vereinte. Heute ist das Haus mit mehr als hundert Geschäften weltweit vertreten, in denen es seine 135-jährige Geschichte zum Ausdruck bringt. Sobald man eine Boutique betritt, taucht man in eine besondere Atmosphäre ein: eine Mischung aus Tradition und Zeitgeist. Diese Melange ist der Grundstein für den Erfolg des Unternehmens Bucherer, das 2023 von seinem langjährigen Partner Rolex übernommen wurde.



Bucherer war eines der ersten Häuser, die auf «Pre-Owned» gesetzt haben. In den Boutiquen wurden 2019 eigene Abteilungen eingerichtet, in denen man seither ein eklektisches Angebot an Ikonen, Raritäten und beliebten Klassikern entdecken kann – Chronos, ewige Kalender, formschöne Gehäuse... Der Name: CPO-Lounges. Die Kunden können aus einem stetig wachsenden Angebot an Uhren der bekanntesten Uhrenmarken auswählen. Bucherer hat erkannt, dass die Nachfrage nach Secondhandmodellen auch im Luxussegment gross ist. Können doch die Authentizität sowie der gute Zustand des Stücks garantiert werden. Sammlern verleiht das Zertifikat Sicherheit, aber auch jüngere Generationen und Erstkäufer sind zunehmend begeistert von älteren und zeitgenössischen Stücken und der Idee des nachhaltigen Konsums. So entsteht ein Kreislauf, der mit der Zeit geht und sie überdauert.



MINUTIÖSE UHRMACHEREI

Um das Leben von Uhren, die bereits eine Geschichte haben, zu verlängern, kontrolliert Bucherer diverse Aspekte äusserst genau: etwa die Seriennummern, die Wasserdichtigkeit, die Funktionalität. Jedes Uhrwerk und seine einzelnen Bestandteile werden authentifiziert. Jeder Quadratmillimeter wird überprüft und jedes Staubkorn aufgespürt. Die Zertifizierung findet in den Ateliers von Bucherer statt. Eine Welt, in der Hightech-Maschinen und traditionelle Handwerkskunst sich ergänzen und in der die Uhrmacher von Bucherer etwas bereits Geliebtem einen neuen Glanz und einen neuen Wert verleihen – damit der zukünftige Besitzer das nächste Kapitel schreiben kann.



KUNDENSERVICE

EIN ERLEBNIS! SO LÄSST SICH EIN BESUCH IN DER BUCHERER CPO-LOUNGE ZUSAMMENFASSEN. DIE GESCHICHTE JEDER UHR WIRD DEN KUNDEN BIS INS KLEINSTE DETAIL ERKLÄRT.

ZERTIFIZIERUNG

Uhrmacher, Handwerker, Experten und junge Talente... Was haben sie gemeinsam? Leidenschaft, Kreativität, Exzellenz und die Lust, ihr Wissen zu teilen. Dieser offene Geist hat dazu geführt, dass Bucherer begann, CPO-Modelle anzubieten. Das Unternehmen nutzt weltweit sein Fachwissen und seine Gründlichkeit, um bereits getragene Kreationen zu authentifizieren, zu überarbeiten und ihnen einen Mehrwert zu verleihen. Kein anderer Retailer für Secondhanduhren bietet eine solche Transparenz im Bereich Uhren aus Vorbesitz. Der ideale Ort für Kunden, die ein besonderes Stück über einen sicheren Kanal erwerben möchten, während sie die Uhren begutachten, anfassen und anprobieren können.



MODE

IN THE HOOD

WENN STREETWEAR AUF COUTURE
TRIFFT, WIRD COOLNESS AUF
DIE SPITZE GETRIEBEN.

FOTOS SABINE VILLIARD STYLING SIMON PYLYSER





DIESE SEITE Hoodie aus Jersey-Mischgewebe, Hemd aus gefärbter Popeline mit Gucci-Stickerei, 70er-Jahre-Shorts aus Wolltwill, Seidenkrawatte, alles **Gucci**. Manschette *Ice Cube* aus 18-karätigem, ethisch gewonnenem Roségold mit Diamanten im Brillantschliff (4,43 Karat), Armbänder *Ice Cube* aus 18-karätigem, ethisch gewonnenem Gelb-, Weiss- und Roségold, grosse und kleine Modelle, gefasst, teilweise gefasst und poliert, Uhr *Alpine Eagle Large* aus Lucent Steel, 41 mm, aletschblaues Zifferblatt, mechanisches Uhrwerk mit automatischem Aufzug 01.01-C, alles **Chopard**.

LINKE SEITE Seidenkleid, Baumwollhoodie und Hut *Triomphe* aus Wollfilz, **Celine by Hedi Slimane**. Absatzschuhe *Minky* aus Lackleder, **Christian Louboutin**.



DIESE SEITE Hoodie aus Baumwolle, **Ottolinger**. Ringe *Ice Cube* aus 18-karätigem Ethikgold (Gelb- und Weissgold), bestehend aus zwei oder drei Würfelringen, die durch einen Querbalken aus Würfeln verbunden sind, mit Diamanten besetzt. Ringe *Ice Cube* aus 18-karätigem Ethikgold (Weissgold), je zwei Würfelringe, die durch ein Band getrennt sind, grosse und kleine Modelle, mit Diamanten besetzt. Ringe *Ice Cube* aus 18-karätigem Ethikgold (Gelb- und Weissgold), mit Diamanten besetzt oder poliert, alles **Chopard**.

RECHTE SEITE Hoodie aus Baumwolle mit integriertem Schmuckstück, **Louis Vuitton**. Lurexkleid, **Tommy Hilfiger**.





DIESE SEITE Anorak und Bermudashorts aus Wolle und Kaschmir, **Emporio Armani**. Wendbare Strickjacke mit Kapuze aus Kaschmir und Seide, **Akris**. Sneakerstiefel aus Leder, **MM6 Maison Margiela**.
Ohrringe *Ice Cube* aus 18-karätigem, ethisch gewonnenem Gelbgold, grosses Modell mit Diamanten besetzt, grosses Modell poliert.
Ohrring *Ice Cube* aus 18-karätigem, ethisch gewonnenem Gelbgold, kleines Modell, alles **Chopard**.

ART DIRECTION Géraldine Dura
PRODUKTION Endrit Nurcaj
HAARE Massanori Yahiro
MAKE-UP Ania Grzeszczuk
STYLINGASSISTENZ
Benoit Paquet
ERSTE FOTOASSISTENTIN
Hélène Bozzi
ZWEITER FOTOASSISTENT
Enea Arienti
DIGITAL OPERATOR
Etienne Oliveau
MODEL Anastasia

**DIESES SHOOTING ENTSTAND
IN ZUSAMMENARBEIT MIT
CHOPARD.**



Strahlende Eleganz: Model Bella Hadid ist das neue Gesicht der Kollektion Ice Cube.

Quadratur des Lichts

DIE KOLLEKTION ICE CUBE DES HAUSES CHOPARD ERFINDET SICH NEU – MIT ZUSÄTZLICHEN STÜCKEN. UND WER VERKÖRPERT SIE? DAS MODEL BELLA HADID MIT SEINER STRAHLENDEN PERSÖNLICHKEIT.

TEXT DIE REDAKTION

ER QUILLT wie ein Sonnenstrahl unter der Manschette des Hemdes hervor. Strahlt wie ein Laserstrahl, der sich um den Finger oder um den Hals windet: fein, aber präzise. Die jüngste Variante der Schmuckkollektion Ice Cube inszeniert das Licht modern wie nie zuvor. Ermöglicht wird die intime Lichtshow durch ein raffiniertes Spiel zwischen facettierten Diamanten und der Spiegelpolitur des Goldes – das natürlich das Zertifikat «Ethical Gold» trägt, schliesslich reden wir vom Haus Chopard! In der Haute Joaillerie ist es selten, dass Manschetten, Choker und Ringe den Vibe der Strasse so gekonnt einfangen und – wie unsere Modelbilder auf den vorherigen Seiten zeigen – so gut zu Sneakern und Kapuzenpullovern passen. Aber total chic, bitte!

Seit ihrer Lancierung vor 25 Jahren umgibt die Ice-Cube-Kollektion eine minimalistische und zeitgemässe Note. Caroline Scheufele, Co-Präsidentin und künstlerische Leiterin von Chopard, entwarf 1999 zunächst eine Uhr, die auf der Form eines Eiswürfels basierte. Mit seinen Reflexionen und seiner Transparenz bot der Würfel die perfekte Grundlage für die Diamanten, die auf ihm funkelten. Jung und verspielt stapelten sich die einzelnen Würfel wie Bauklötze für grosse Kinder.

Im Laufe der Jahre haben verschiedene Kollektionen die Vision des geometrischen Luxus bereichert, wie die Zusammenarbeit mit der Sängerin Rihanna im Jahr 2017 zeigt. Oder die Kapselkollektion, die in

Kooperation mit Marion Cotillard entstand. Genau wie Chopard engagiert sich die französische Schauspielerin für die Umwelt.

Die aktuelle Kapselkollektion bringt die kostbaren Würfel virtuos und künstlerisch zum Schwingen. Sie werden in der Manufaktur in Meyrin in den Werkstätten für Haute Joaillerie einzeln gefertigt und spielen mit leicht unterschiedlichen Grössen. So bildet sich ein geschmeidiges Netz, das sich an die Haut schmiegt. Die reliefartig geschnittenen Profile erinnern an die Fassaden einer Stadt, während der Glanz die Facetten der Tageszeiten entfaltet: ein kalter Morgen in Weissgold, ein sanfter Sonnenaufgang in Roségold und ein warmer Sonnenuntergang in Gelbgold. Die winzigen lichtbrechenden Flächen auf jedem Stück vervielfachen den Effekt.

Und was hat es mit Bella Hadid auf sich? Das Model gilt als eine der schönsten Frauen der Welt und spiegelt von innen das Licht wider, das die Stärke des Schmucks ausmacht. Sie ist das Gesicht der neuen Kollektion. Caroline Scheufele freut sich: «Bella verkörpert den Geist von Chopard: eine harmonische Mischung aus angeborener Eleganz und Lebensfreude, die wirklich betörend ist und perfekt mit dem übereinstimmt, wofür unsere Uhren und unser Schmuck stehen. Wir freuen uns sehr, diese neue Reise gemeinsam antreten zu können.» Bella hingegen schätzt besonders das Know-how des Schmuckhauses: «Ich bin seit vielen Jahren ein Fan. Ich freue mich sehr, Teil der Chopard-Familie zu werden.» Eine Familie, in der die goldenen Glückswürfel gefallen sind. ●



CODES AUFBRECHEN

Als Ergänzung zur klassischen Linie Ice Cube, die seit 25 Jahren fest im Chopard-Katalog verankert ist und nun erweitert wird, umfasst die gleichnamige Haute-Joaillerie-Kapselkollektion zwei Stücke, die sich von den traditionellen Codes für Abendschmuck abheben: einen Choker mit mehreren Reihen von Würfeln sowie ein Armband, das wie ein edles Kettenhemd aussieht (Foto). Der Haben-Wollen-Faktor? Hoch!

ACCESSOIRES

MIT AUDEMARS PIGUET



Minitasche GG Milano aus weissem gestepptem Leder mit Doppel-G-Logo aus Messing und abnehmbarem Kettenriemen.
Minitasche GG Milano aus GG-Denimleder mit Doppel-G-Logo aus Messing und abnehmbarem Kettenriemen, alles **Gucci**.
Uhr Royal Oak Mini Frosted Gold, Quarzwerk, 23 mm, aus 18-karätigem Weissgold, Roségold und Gelbgold, **Audemars Piguet**.

KLEIN, **ABER OHO!**

JE WINZIGER, DESTO SCHICKER:
MINI-ACCESSOIRES MACHEN MIT JEDER
MENGE CHARAKTER VOLUMEN WETT. DIE
GROSSEN WERDEN IN DIE TASCHEN GESTECKT.

FOTOS **MARIE FLORES** STYLING **SIMON PLYSER**



Tasche Baguette mit grünen Pailletten, **Fendi**. Uhr Royal Oak Frosted Gold, Automatikuhrwerk, 18-karätiges Gelbgold, 34 mm, **Audemars Piguet**.



Weisse Tasche aus Leder mit Strass und Metall, gelbe Tasche aus Lackleder mit Metall, pastellblaue Tasche aus genarbtem Leder und dunkelbraune Tasche aus glänzendem Leder mit Metall, alles **Chanel**.



Schlüsselanhänger Le Pliage Xtra aus cognacfarbenem, schwarzem und nudefarbenem Leder, **Longchamp**. Uhr Royal Oak Mini Frosted Gold aus 18-karätigem Weissgold, 23 mm, und Royal Oak Frosted Gold aus 18-karätigem Weissgold, 34 mm, **Audemars Piguet**.



Minitasche Kelly II Sellier aus Kalbsleder, **Hermès**.

SIE SIND DIESE SAISON der kleine, grosse Star: Miniaturtaschen feiern an den Armen von Fashionistas ein Comeback, werden in den sozialen Netzwerken gehypt, und die renommiertesten Modehäuser bieten sie unter der Bezeichnung Mini oder Mikro in immer verlockenderen Ausführungen an. Wen wundert es? Selbst den schlichsten Outfits verleihen sie einen Hauch von Chic. Eine Jeans, ein (schönes und gut geschnittenes) weisses T-Shirt, dazu eine Clutch oder eine kleine Tasche mit Kettenriemen – et voilà, die Wirkung ist sofort da. Dasselbe gilt für einen Jumpsuit, ein geblühtes Bohème-Kleid oder – als Kontrast – ein Sportswear-Outfit. Kein Zweifel, die winzigen Objekte der Begierde haben einen grossen Charakter. Dem stehen Portemonnaies, Schmuck und Uhren in nichts nach. Wie Geheimnisse für Eingeweihte sprechen die Modelle die Sprache des diskreten Luxus, der sich umso mehr Gehör verschafft, weil er nicht schreit. Und vor allem passen sie perfekt zum Trend des Minimalismus, der sich von der Inneneinrichtung bis zum Inhalt unserer Schränke erstreckt. Schluss mit dem Tohuwabohu! Die Modelle nehmen keinen Platz weg und sind leicht wie eine Feder. Mit ihrem geringen Volumen zwingt die Minitasche seine Trägerin oder seinen Träger quasi dazu, sich zu sortieren und nur

das Nötigste mitzunehmen. Portemonnaie, Telefon, Schlüssel, ein Lippenstift, eine Packung Süssigkeiten... ups, das ist schon zu viel! Der Laptop oder die Sportsachen sind für einen anderen Tag gedacht. Das (neue) Aufkommen der Mini-/Mikrotaschen könnte auch eine Antwort auf den Trend ihrer Nemesis sein, der Maxitaschen, die alle Dinge des Lebens verschlingen, in denen die Schlüssel in den Tiefen verschwinden und man graben und graben muss, um sie wieder in die Hände zu bekommen. Kein Zweifel: Die Unmittelbarkeit der Kleinen ist viel glamouröser. ☺

DIE MINIVERSION EINER IKONE

Die Royal Oak von **Audemars Piguet** gehört zu den ikonischen Uhren: Man erkennt sie auf den ersten Blick an ihren starken ästhetischen Codes. Sie hat es daher nicht nötig, mit Volumen zu spielen. Die neueste Variante, die in diesem Frühjahr vorgestellt wurde, ist eine Neuinterpretation der Mini Oak aus dem Jahr 1997. Sie hat nun einen Durchmesser von 23 Millimetern und passt damit an die schmalsten Handgelenke. Sie kommt mit einem Quarzwerk daher, die Sekundenskala sowie das Datum sind verschwunden, um eine maximale Ablesbarkeit zu gewährleisten. Gross ist hingegen die Auswahl an Gold: Es gibt sie in 18-karätigem Gelb-, Rosé- oder Weissgold.


BIOThERM

STRAFFERE HAUT IN NUR 4H¹



ENTHÄLT
KOLLAGENPEPTIDE²

ANTI-AGING CREME
BLUE PEPTIDES
UPLIFT DAY CREAM

STRAFFERE HAUT¹  IN NUR 4H
KOLLAGEN PRODUKTION²  +93 %
GEFESTIGTERE HAUT³  96 %

Ein Auge darauf werfen

DIE HAUT HIER IST SO DÜNN, DASS SICH ALLES, WAS DARUNTER PASSIERT, ABSPIEGELT. DIE AUGENPARTIE IST EXTREM EMPFINDLICH UND BEDARF BESONDERER AUFMERKSAMKEIT.

TEXT JULIE QUELOZ

EIN MILLIMETER. Ein winziger Millimeter. Wovon die Rede ist? Von der Dicke – beziehungsweise Dünne – der Haut unter unseren Augen. Angesichts ihrer Zartheit kann man kaum glauben, dass hier 22 Muskeln täglich mehr als 10 000-mal aktiviert werden. Beim Lächeln, um zu blinzeln, um die Augen zusammenzukneifen oder um ein paar Tränen zu verdrücken. Kein Wunder, ist die Augenpartie besonders sensibel, reagiert sie auf die geringsten Anzeichen von Stress. Lange Tage vor dem Bildschirm, trockene Heizungsluft, zu wenig Schlaf und UV-Strahlen fordern ihren Tribut. Das Resultat? Augenringe, Schwellungen, Fältchen. «Die Haut der Augenpartie ist aufgrund der fehlenden Talgdrüsen trockener als unsere restliche Haut. Sie wird schnell gereizt, was zu spezifischen Schäden führt. So bilden sich auch nur in diesem Teil des Gesichts dunkle Ringe», erklärt Nadine Pernodet, Dermatologin und Senior Vice President of Bioscience bei Estée Lauder. Grund ist die verlangsamte, zu Stauungen neigende Blutzirkulation, die unter der dünnen Haut sichtbar ist. Ebenfalls unschön: kleine Ansammlungen von Fettzellen, die zu Schwellungen führen. Die sogenannten Tränensäcke sind das Ergebnis eines gestörten Lymphflusses. «Es ist wichtig, die Haut unter den Augen mit Dermokosmetik zu behandeln, nicht nur, um ihre Qualität und ihre Ausstrahlung zu verbessern, sondern vor allem, um sie zu stärken», erklärt Philippe Berros, Augenchirurg und Experte bei der jungen Genfer Marke Teoxane. Denn je empfindlicher und dehydrierter die Haut ist, desto schneller entstehen die unerwünschten Effekte. Hinzu kommt, dass mit zunehmendem Alter Kollagen abgebaut wird. Sind fettthaltige Nachtcremes die Lösung? Keine gute Idee! Sie sind oft zu reichhaltig. «Man muss bei der Zusammensetzung der Creme sehr vorsichtig sein, um die Haut nicht zu reizen. Es ist wichtig, die richtigen Inhaltsstoffe zu verwenden, zum Beispiel Antioxidantien, um Augenringe zu reduzieren. Das sind nicht die gleichen wie für den Rest des Gesichts», betont Pernodet.

Licht ins Dunkel bringen

Die Augenpartie wieder aufhellen, das ist die – grosse – Herausforderung. «Indem man die Schatten eliminiert, bringt man wieder Licht ins Gesicht. Das verbessert sofort die Ausstrahlung des Blicks», analysiert Berros. Die eigens für diese Gesichtspartie entwickelten Cremes, Öle

und Seren enthalten daher Inhaltsstoffe, die genau auf die Bedürfnisse der Haut abgestimmt sind. Die Pflegeprodukte sind mit Inhaltsstoffen angereichert, die Feuchtigkeit spenden, Entzündungen und Rötungen reduzieren oder feine Linien mildern. Was ihnen gemein ist: Sie alle haben eine sofortige reparierende Wirkung und versorgen die Haut intensiv mit Nährstoffen, damit sie ihre Funktion erfüllen kann. Etwa mit Peptiden, Enzymen, Spurenelementen und Vitaminen. Auch die Textur spielt eine Rolle. Cremes eignen sich am besten für besonders trockene Hautpartien, da sie eine Schutzbarriere bilden. Seren sind praktisch für eine schnelle Aufnahme, quasi eine SOS-Hilfe, während Tuben mit kühlenden Applikatoren müde Haut straffen.

Individuelle Superzutaten

Jede Marke setzt auf ihre eigenen Superzutaten für die perfekte Rezeptur. Caudalie schwört auf eine Mischung aus Viniferinen (einem Aktivstoff aus Trauben), Koffein und Niacinamid, um die Augenpartie zu erfrischen. Bei Teoxane soll RHA – Resilient Hyaluronic Acid – die Haut um die Augen pflegen. Die langkettige Hyaluronsäure passt sich der Mimik besonders gut an. Der metallene Applikator hat einen kühlen, abschwellenden Effekt, um das Gewebe wieder zu straffen. Das Double Serum Eye von Clarins hingegen ist mit 13 Pflanzenextrakten angereichert, darunter Kurkuma, das für eine bessere Zellfunktion sorgt. Die Pflege wird morgens und abends mit einem leichten Klopfen aufgetragen, um Müdigkeitserscheinungen zu mildern und den Blick wieder strahlen zu lassen... innerhalb eines Augenblicks. ☉



Keine Lust auf Krähenfüsse? Dann sollte man schon früh beginnen, die zarte Haut der Augenpartie gut zu durchfeuchten.



DIE SEREN Double Serum Eye, 95.50 Fr., **Clarins**. NativAge Le Sérüm Contour des Yeux, 345 Fr., **La Colline**. Nuxuriance Gold Öl-Serum Revitalisierend, ca. 55 Fr., **Nuxe**.



DIE CREMES Eye Contour Creme Supreme, ca. 295 Fr., **Clé de Peau Beauté**. Hydra Beauty Micro Crème Yeux, 79 Fr., **Chanel**. Re-Nutriv Ultimate Diamond Transformative Energy Augencreme, 337 Fr., **Estée Lauder**.



DIE GLÄTTENDEN APPLIKATOREN

Vinoperfect Aufhellende Augenpflege, 38.95 Fr., **Caudalie**. Bright Start Activated Eye Cream, ca. 62 Fr., **Ilia**. R[II] Eyes, ca. 88 Fr., **Teoxane**.

UNTERWEGS



Auf dem Château de Berne zeigt die Provence, dass sie auch in Sachen Wein im Tourismus vorne mitspielt.

10

**IM WEIN
LIEGT DIE
WELLNESS**

GENAUSO CHIC WIE
EINLADEND, WISSEN DIESE
ORTE, DAS BESTE AUS DER
WEINLESE HERAUSZUHOLEN.

TEXT *JENNIFER SEGUI*



1 CÔTES DE PROVENCE

Luxusdörfchen

Der Ort Zwischen Kiefern, Eichen und Zypressen schlängelt sich ein Feldweg, der die letzte Etappe zum Château de Berne bildet. Im Hinterland der Provence versteckt und an ein schnuckeliges Dorf erinnernd, vereint dieses luxuriöse Anwesen Weingut, Hotel und Schloss. Für XXL-Familienaufenthalte bieten sich auch private Villen an. Hier mangelt es an nichts, auch nicht an guten Lokalen, darunter ein mit Macaron und grünem Michelin-Stern dekoriertes Restaurant.

Die Anwendungen Ob Reise in die Ferne oder Ruhe im Hier und Jetzt: Das 800 Quadratmeter grosse Spa bietet sowohl exotische Rituale von Cinq Mondes an als auch die Önotherapie von Vinésime. Die Signature-Behandlung zelebriert Lokalität: ein Peeling mit biologischem Trester vom Grenache Noir des eigenen Weingutes.

Der Wein Terres de Berne 2023 AOP Côtes de Provence, ein feiner, fruchtiger Rosé in der kantigen und für das Weingut so typischen Flasche.

www.chateauberne.com

2 BORDEAUX

Natürliches Idyll

Der Ort Auf dem Château Smith Haut Lafitte, einem Weingut, das als Grand Cru Classé klassifiziert ist, wurde das Konzept der Vinotherapie im Geiste der Familie Cathiard geboren. Auf diesem Gut in der Region Graves, wo die Natur Königin ist, zelebrieren Les Sources de Caudalie französische Lebensart in ihrer höchsten Form – für Sofortentspannung.

Die Anwendungen 1993 gründete Mathilde Thomas, die älteste Tochter der Familie Cathiard, die Pflegemarke Caudalie. Dass die in den Wellness-Tempel integriert ist, ist Ehrensache – alles hier hat sich der Traube und ihrer stark antioxidativen Wirkung verschrieben. Peelings mit zerstoßenem Cabernet oder Merlot und Honig, Facials mit frischen Trauben... Das prächtige Spa wird vom warmen Wasser einer 540 Meter unter der Erde liegenden Quelle gespeist.

Der Wein Smith Haut Lafitte 2021, Grand Cru Classé Pessac-Léognan, von Daniel und Florence Cathiard, biologisch und biodynamisch produziert.

www.sources-caudalie.com

3 CHIANTI

Dolce Vita

Der Ort Auf der Chiantigiana, der Strasse zwischen Florenz und Siena, verliebten sich die Gründer der Hotelkollektion Les Domaines de Fontenille in diese ehemalige Sommerresidenz der Bischöfe von Siena: Steinmauern, Ziegeldächer, Terrakottaböden und eine klösterlich inspirierte Dekoration zeugen von der Vergangenheit. Feinschmecker haben die Wahl zwischen der Enoteca, dem Bistro und den grossen Tischen unter den Olivenbäumen. Asketen aufgepasst – dies ist ein Treffpunkt für Geniesser!

Die Anwendungen Passend zu diesem Ort setzt das Spa aufs Wesentliche: einen Aussenpool aus Naturstein oberhalb der Weinberge und Olivenhaine, dazu einige in der Natur verteilte Ruhedecks und eine Handvoll Behandlungskabinen, in denen Produkte der Laboratorien Hur schöner machen und entspannen. Sie werden in der Toskana aus lokalen Zutaten hergestellt.

Der Wein Chianti Classico DOCG Riserva, Castello Di radda, ein Rotwein aus 100 Prozent Sangiovese mit intensiven Aromen.

www.lesdomainesdefontenille.com/pievealdina.html



4 ALENTEJO

Designperle

Der Ort Im Süden Portugals, zwischen Tejo und Algarve, erstreckt sich die grandiose Landschaft des Alentejo zwischen trockenen Ebenen und den Stränden am Atlantik. L'AND Vineyards wurde von der Besitzerfamilie neben dem sechs Hektar grossen Weingut erbaut und ist das Werk des brasilianischen Architekten Marcio Kogan. Er hat es in ein minimalistisch-luxuriöses Refugium verwandelt mit Schieferböden, Eukalyptusholz, lokal gewebten Teppichen und Designerstücken. Übernachtet wird in Architekturvillen oder in Suiten mit Blick in den Himmel – wahlweise auf den nahe gelegenen See.

Die Anwendungen Das Spa ist in einem asymmetrischen Bau untergebracht. Bei den Massagen und anderen Treatments kommen Vinotherapieprodukte von Vinoble zum Einsatz, einer rein veganen österreichische Marke, die alle Bestandteile der Traube nutzt.

Der Wein Reserva Bio Red, 2022, L'AND Vineyards, eine Mischung aus Alicante Bouschet und Syrah, die mit ihrer Komplexität dieses Terroir widerspiegelt.

www.l-and.com

5 LAVAUX

Bad mit Aussicht

Der Ort Man muss kein Chauvi sein, um das Lavaux zu einem der schönsten Weinbaugebiete der Welt zu erklären. Nicht umsonst wurde es in die Liste des Unesco-Weltkulturerbes aufgenommen! Der Genfer See, die Silhouette der Alpen und die steilen, mit Chasselas-Rebstöcken bedeckten Hänge bilden die perfekte Kulisse für das hundertjährige Gebäude der Familie Bovy, die seit Generationen Wein anbaut.

Die Anwendungen Direkt vor dem Weinkeller kündigen kupferne Outdoorwannen und Massageliegen in einem futuristischen Iglu das Pop-up-Spa La Vigne Swiss Wine Therapy an. Die Behandlungen beginnen mit einem Glas Wein und werden mit Facials (Vinésime) oder Bodytreatments auf Grundlage von Trub und Trester der heimischen Weinlese 2023 abgerundet.

Der Wein Der Saint Saphorin Vieilles Vignes von den Brüdern Bovy ist ein typischer Chasselas mit einer ganz besonderen Note.

La Vigne Swiss Wine Therapy, auf der Domaine Bovy in Chexbres und im Maison Guillard in Molignon oberhalb von Sion (Mitte April bis Mitte Oktober), www.la-vigne.ch

6 CHAMPAGNE

Perlendes Retreat

Der Ort Ein ehemaliger Postgasthof aus dem 19. Jahrhundert, heute das Royal Champagne Hotel und Spa, wirkt mit seiner Lage hoch oben in den Weinbergen der Champagne mit Blick auf das Marne-Tal, Épernay und die historischen Weinberge von Hautvillers wie ein erlesenes Amphitheater. Kürzlich renoviert, lädt das Hotel mit seinen 47 Zimmern und Suiten zu einer luxuriösen Auszeit ganz im Zeichen des Weins ein.

Die Anwendungen Auf über 1500 Quadratmetern Innen- und Aussenfläche bietet das Spa ein mit Clarins Precious und My Blend sorgfältig ausgeklügeltes Menü an. Seit letztem Frühjahr spiegelt sich die Zusammenarbeit mit Christian Courtins Clarins auch auf den Tellern wider, ist er doch Ernährungsspezialist und hat für das Bellevue, eines der Hotelrestaurants, ein Wohlfühlmenü mit dem Namen «Make it Balanced» entwickelt.

Der Wein Réserve Millésimé Brut, Autréau de Champillon, ein vollmundiger Grand Cru mit Aromen von getrockneten Blumen, Nelken und Apfelkompott.

www.royalchampagne.com



7 Rioja Design und feiner Wein

Der Ort Ein Tal am Fusse der Sierra de Cantabria, gesäumt von sanften Hängen: Das Rebenanbaugebiet Rioja Alavesa im spanischen Baskenland ist die Kulisse des Hotels Marqués de Riscal, das zwischen dem Weinkeller des gleichnamigen Anwesens aus dem Jahr 1858 und dem mittelalterlichen Dorf Elciego liegt. Von Architekt Frank Gehry wie ein Schloss des 21. Jahrhunderts entworfen, ist es ein modernes Wunderwerk aus Titan und Stahl.

Die Anwendungen Dank der Marke Caudalie, die Pionierin des Konzepts der Vinotherapie ist, umfasst das Spa eine umfangreiche Liste an Behandlungen. Im Herzen des über 1400 Quadratmeter grossen Spas verstehen die Therapeuten es, alle Vorzüge der Traube und ihrer Polyphenole für revitalisierende und Anti-Aging-Behandlungen zu nutzen.

Der Wein Frank Gehry Selektion 2019, Marqués de Riscal, ein edler Tropfen für Geniesser, abgefüllt in nummerierte Flaschen, deren Etikett von Frank Gehry entworfen und signiert wurde.

www.marquesderiscal.com

8 Rhône Von Rädern und Reben

Der Ort Inmitten von Weinbergen und Lavendelfeldern, in den Hügeln des Luberon gelegen, bietet Coquillade Provence seine ganze Verführungskraft auf. Erbaut aus einem alten Weiler, dessen erste Steine aus dem 6. Jahrhundert stammen sollen, bietet dieses aus mehreren Landhäusern bestehende Hotel die Wahl zwischen Farniente und Bewegung. Der inzwischen verstorbene Schweizer Geschäftsmann André Rihs, ehemaliger Eigentümer der Velomarke und des BMC-Teams, begründete hier ein Radsportzentrum.

Die Anwendungen Für Genusssmenschen mit Entschleunigungsbedarf oder Sportler, die ihre müden Muskeln sanft regenerieren wollen: Bei den «Condé Nast Johansens Awards for Excellence 2024» als «Beste Spa-Einrichtungen» ausgezeichnet, bietet diese Oase Behandlungen an, die sich an der Vino- und der Pythotherapie orientieren.

Der Wein Elyo Rosé, Domaine de la Coquillade, ein Rosé mit einer sanft pudrigen Tönung, die gekonnt damit spielt, was in ihm steckt.

www.coquillade.fr

9 Côtes de Provence Kunstvolle Lese

Der Ort Die Landschaft rund um Aix-en-Provence inspirierte schon Cézanne, Picasso und Van Gogh. Nur logisch, dass der irische Besitzer der 200 Hektar biodynamisch bewirtschafteten Weinberge des Château La Coste genau hier einen Ort schaffen wollte, der seine zwei Leidenschaften vereint: Wein und Kunst. Zwischen einem hochmodernen Weinkeller, entworfen von Jean Nouvel, und Kunst von Louise Bourgeois und Renzo Piano, liegen zwei Hotels und sechs Restaurants – darunter eines von Hélène Darroze.

Die Anwendungen Das Hotel Villa La Coste besteht aus 28 modernen Villen und Suiten. Hier hat sich ein Spa eingemietet, das aus Holz und Naturstein gebaut wurde. Die biologischen Produkte der Pflegeserie setzen auf die Kraft von Olivenbäumen, Jasmin und Lavendel.

Der Wein Lady A 2023, von Damien Hirst, ein Rosé, so leuchtend wie die Provence, verziert mit dem Schmetterling Lady A des britischen Künstlers.

www.chateau-la-coste.com

Die **Terroirs der Weine** liegen in den atemberaubendsten Landschaften dieser Welt



Wein schmeckt nicht nur gut, sondern tut auch gut bei Wellnessanwendungen.

10 Douro Alles im Fluss

Der Ort Etwa hundert Kilometer östlich von Porto liegt das Douro-Tal, das einen der beeindruckendsten Weinberge Portugals beherbergt. Das Six Senses Douro Valley verbindet durch die Verwendung lokaler Materialien geschickt die Architektur des Ursprunggebäudes aus dem 19. Jahrhundert mit modernen Akzenten. Inmitten von Weinbergen und Gärten gelegen, ist das Hotel auch der ideale Ausgangspunkt für tolle Spaziergänge.

Die Anwendungen Die Hotelgruppe Six Senses hat sich weltweit einen Namen gemacht, wenn es um unser Wohlbefinden und um Körper- wie Gesichtspflege geht. Was ist schöner: Die Liegeplätze beim zum Fluss hin offenen Pool mit seinen kathedralenartigen Dimensionen oder die Behandlungsräume, deren grosse Fenster in die Weinberge blicken lassen? Kräuter und Pflanzen aus dem Biogarten bereichern das Behandlungsangebot.

Der Wein Reserva Da Familia, S. Bernardo, ein typischer Rotwein des Douro mit rubinroter Farbe und Aromen von wilden schwarzen Früchten.

www.sixsenses.com/resorts/douro-valley

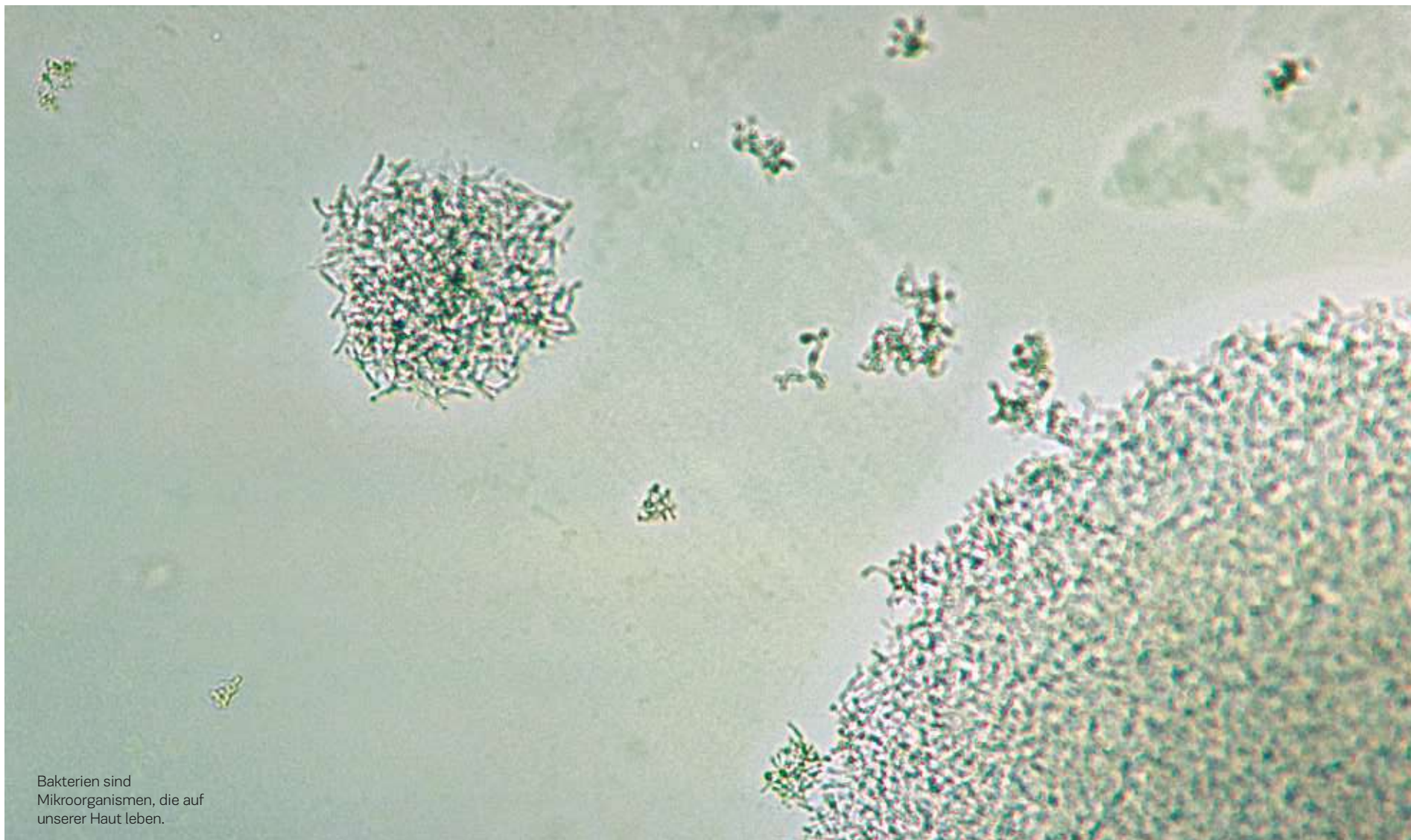
Weintourismus zum Degustieren

Ob Sie nun ein erfahrener Sammler oder ein leidenschaftlicher Amateur sind: Die Suche nach den besten Weinen gleicht einem Abenteuer. Wein bringt Menschen zusammen, und seine Terroirs liegen in den atemberaubendsten Landschaften. Kein Wunder, hat sich eine neue Art des Reisens etabliert: der Weintourismus. In den 1970er-Jahren in den USA entstanden, hat er sich in den Weinländern der neuen Welt verbreitet und erlebt heute auf dem «alten Kontinent» Europa eine Blütezeit. Nur logisch, dass Weinanbau, Hotellerie, Gastronomie und jetzt auch Wellness miteinander verwoben werden. Alice Tourbier, die jüngste Tochter von Florence und Daniel Cathiard, den Besitzern des Weinguts Château Smith Haut Lafitte in Bordeaux, stammt aus einer Familie, die auf diesem Gebiet Pionierarbeit geleistet hat. Sie war es, die 1999 zusammen mit ihrem Mann Jérôme «Les Sources de Caudalie» gegründet hat: «Wir hatten sofort die Intuition, dass diese Landschaft, diese Bioweinberge ein perfektes Luxushotel für

Weinliebhaber beherbergen könnten. Wir waren uns sicher, dass es dazu beitragen würde, das Weingut der Familie bekannt zu machen.» Tourbier, die heute an der Spitze der Hotelgruppe «Les Sources» steht, zu der «Les Sources de Caudalie» und «Cheverny» gehören, macht keinen Hehl daraus, dass es für die Weingüter von Vorteil ist, ihr Geschäft zu diversifizieren. Und so hat die Familie Schlösser im Elsass und im Burgund gekauft, um zu expandieren. Schwächt doch der Klimawandel den Weinanbau und sinkt der Weinkonsum stetig. Auch Eric Bovy, der zusammen mit seinem Bruder Bertrand das Weingut Bovy in Chexbres im Lavaux leitet, ist von den Vorteilen solcher Erlebnisse, die den Besuchern geboten werden können, überzeugt. Er gibt preis, dass er mittlerweile ein Drittel der Einnahmen seines Weinguts mit Weinproben, Brunchs, Tapas-Abenden, Pop-up-Spas und anderen Erlebnissen abseits der ausgetretenen Pfade erzielt. Darauf stossen wir an! ☺



**Achtsamkeit.
Kannten wir schon,
bevor sie zum Trend wurde.**



Bakterien sind Mikroorganismen, die auf unserer Haut leben.

Mein Buddy, die Bakterie

BAKTERIEN AUF DER GESICHTSHAUT WURDEN LANGE ZEIT BEKÄMPFT. ABER WAS, WENN SIE IN WAHRHEIT DIE BESTEN VERBÜNDETEN EINES STRAHLENDEN TEINTS SIND?

TEXT JULIE QUELOZ

AUTSCH! KÖNNEN SIE SICH noch an die hyperaggressiven Cremes und Lotionen erinnern, mit denen von Akne betroffene oder besonders fettige Haut ausgetrocknet werden sollte? Dieses brennende Gefühl beim Auftragen der vermeintlichen Heilmittel? Wenn die Experten von heute in die Vergangenheit reisen könnten, würden sie aufschreien: «Stopp! Hören Sie auf, die Haut zu mälträtieren und lassen Sie die Bakterien am Leben!» Moment mal, Bakterien? Was für eine verrückte Idee! Und doch: Das sogenannte Hautmikrobiom ist ein bakterielles Ökosystem, das sie schützt und ihr hilft, den Säuregrad (PH-Wert) zu regulieren. Es besteht aus mikroskopisch kleinen Lebewesen, die wesentlich zur Gesundheit der Epidermis beitragen. Das Hautmikrobiom funktioniert ähnlich wie sein etwas bekannterer Cousin, das Darmmikrobiom. Wenn mit Probiotika angereicherter Joghurt die Qualität der Verdauung von innen heraus verbessert, unterstützen mit denselben Probiotika angereicherte Schönheitsprodukte die gesunde Entwicklung der Haut von aussen. «Ein gutes Mikrobiom verbessert das Erscheinungsbild des Teints, spendet Feuchtigkeit und beugt der Hautalterung vor. Diese ist auch eine Form von Entzündung, die von Bakterien bekämpft werden kann», erklärt Marie Drago, Gründerin der Dermokosmetikmarke Gallinée.

Die Marke ist seit Anfang des Jahres in der Schweiz erhältlich und die erste, die auf die Bedürfnisse des Mikrobioms fokussiert. Das Ziel: die Haut im Gesicht und am Körper sowie das Haar und die Mundhygiene zu verbessern. Anstatt die Bakterien mit einer zu scharfen Reinigung zu töten, sollten wir uns lieber mit den mikroskopisch kleinen Tierchen beschäftigen, die sich auf unseren Wangenknochen tummeln. Es gibt zehnmal weniger Sterne in der Milchstrasse als Bakterien auf unseren Gesichtern. «Ein Grundstock an Bakterien, etwa 80 Prozent, ist jedem Menschen gemeinsam. Innerhalb dieses Prozentsatzes sind die fünf wichtigsten gute Bakterien, die ungefähr die gleichen Dinge mögen. Wenn wir also die Haut auf den richtigen PH-Wert einstellen und sie mit Probiotika füttern, können wir ihre Entwicklung fördern und das Mikrobiom wieder ins Gleichgewicht bringen», sagt Drago. Die kleinen Vielfrassen haben nämlich ihre eigenen Ernährungsvorlieben. Seren, Cremes oder Toner, die mit Pro- und Präbiotika angereichert sind, sind ganz nach ihrem Geschmack.

Schon seit etwa einem Jahrzehnt setzt die Industrie auf saubere, natürlichere, «cleanere» Formeln. Aber der nächste Schritt ist

bereits in Sicht: ein besseres Verständnis der Inhaltsstoffe, aus denen ein Schönheitsprodukt besteht. Wir stehen an der Schwelle zum «Cleanical»-Zeitalter: Die Wissenschaftler streben nach Produkten, die sauber sind und gleichzeitig nützliche Inhaltsstoffe enthalten, die sich bei der Anwendung als wirksam erweisen. Mikrobiomverbesserte Formeln passen perfekt zu dieser Vision und lassen sich in die Routine der Schönheitspflege integrieren. «Wenn die Haut mit anderen Produkten angegriffen wird, müssen wir dafür sorgen, dass die guten Bakterien am Ende der Routine zurückkehren», so Drago.

Weniger ist mehr

La Roche-Posay forscht seit 2011 an der Entwicklung eines eigenen Bakterienstamms. Aqua Posae ist in verschiedene Produktlinien integriert. L'Oréal engagiert sich seit 2019 auf diesem Gebiet und hat im Dezember 2023 sogar das dänische Unternehmen Lactobio übernommen, das sich auf die Erforschung von Probiotika und des Mikrobioms spezialisiert hat. Und auch Unternehmen wie Clarins reichern ihre bestehenden Tonic-Formeln mit Probiotika an. In der Schweiz integriert Cellcosmet seit über zwei Jahren einen postbiotischen Komplex in seine Zellextrakte, auch bei seiner Männerlinie Cellmen. Der nächste Schritt? Hauttests, mit denen man die Bakterienzusammensetzung der Gesichtshaut vollständig erfasst, um eine individuelle Pflege anzubieten. Tancrede Amacker, CEO von Cellcosmet, versichert, dass das Unternehmen für diese massgeschneiderte Pflege bereit ist: «Wir können eine Diagnose stellen und das Produkt entsprechend dosieren», sagt er. «Jetzt müssen wir nur noch die Produktionsanlagen an diese <Haute Couture>-Dienstleistung anpassen.»



Youthful Serum, Serum, 30 ml, ca. 45 Fr., **Gallinée**. Effaclar H Iso-Biome Feuchtigkeitspflege, Creme, 200 ml, ca. 20 Fr., **La Roche-Posay**. Detox Charcoal Masque, Maske, 50 ml, ca. 25 Fr., **Patyka**. Minéral 89 Probiotic Fractions, Serum, 30 ml, ca. 50 Fr., **Vichy**. Revitalift, Antifalten-Creme mit probiotischen Extrakten, 50 ml, ca. 20 Fr., **L'Oréal**. Ultra Vital Radianance Renewal & Revitalising Cream, 50 ml, 389 Fr., **Cellcosmet**.



Renata Libal

DIE CHEFREDAKTORIN VON *ENCORE!* HAT MIT VIEL HERZBLUT EIN PERSÖNLICHES ESSAY ÜBER TSCHECHIEN VERFASST. HIER VERRÄT SIE IHRE FAVORITEN FÜR EINEN BESUCH IN PRAG.

INTERVIEW JULIEN PIDOUX

ZWEI HERZEN schlagen in ihrer Brust: Koordinaten der Heimat. Zunächst ist da die Schweiz, das Land, in dem Renata Libal aufwuchs, studierte und Journalistin wurde – heute leitet sie die Zeitschrift, die Sie gerade in den Händen halten. Und dann ist da Tschechien, das Land ihrer Herkunft, das sie 1970 mit ihren Eltern verliess. Ein Fleck Erde, der sie nicht loslässt, wo Familie und Freunde leben, deren Bräuche ihr immer noch vertraut sind. Nicht verwunderlich also, dass Richard Werly vom Nevicata-Verlag sie bat, einen Beitrag über Tschechien für die Reihe «L'âme des peuples» (ab dem 15. Oktober, auf Französisch) zu verfassen. Herausgekommen ist eine persönliche Gebrauchsanweisung, die einem Reisebericht gleicht. Libal beleuchtet den Charakter der Menschen in diesem merkwürdigen Land, das voller Überraschungen steckt und «in dem 10,5 Millionen chronisch gereizte Menschen leben», so der Wirtschaftswissenschaftler Mojmir Hampl, der in dem kleinen Buch wie etliche andere – humorvoll – zu Wort kommt.

Was hat dich bei der Recherche zum Buch am meisten überrascht?

Man sagt immer, dass das Essen in Tschechien schwer und schlecht sei. Zugegeben, da ist etwas dran. Aber es gibt Köche, die die kulinarische Tradition neu erfinden. **Marie B (4)** ist eine Art Underground-Restaurant in Prag, in dem die Feinschmecker raten müssen, was sie auf dem Teller haben. Ich war begeistert!

Du erwähnst auch das Kunsthandwerk, die berühmten «goldenen Hände».

Ich denke da besonders an die Glaskunst. Das Unternehmen Lasvit stellt virtuose Kunstwerke her, wie die mundgeblasenen Leuchten **Neverending Glory (1)**, die von Kronleuchtern aus grossen Theatersälen inspiriert sind. Haute Couture aus Glas!

Tschechien hat eine sehr lange Designtradition.

Ja, die Designer arbeiten oft mit einer Prise Humor. Manchmal verschenke ich die aufblasbaren Tiere – **Büffel (2)**, Giraffe, Elefant –, die in den 1970er-Jahren von der



Designerin Libuše Niklová entworfen wurden. Sie werden heute von der Firma Fatra neu aufgelegt und sind so gross, dass Kinder auf ihnen reiten können.

Was darf man in Prag nicht verpassen?

Neben den Denkmälern und Museen sollten Sie eine Vorstellung des Zirkus **La Putyka (5)** besuchen – die reinste moderne Poesie.

Und in welchem Hotel nächtigen?

Ganz klar im **Mosaic House (6)**: Es wurde 1934 als Gewerkschaftshaus gebaut und von den Schweizer Designern des Atelier Oï wunderbar renoviert. Zumindest eine Ingwerlimonade sollten Sie dort trinken.

Wohin entflieht man aus der Stadt?

Zwei Autostunden von der Hauptstadt entfernt liegt das **Schloss Žďár (3)** am Fluss Sázava, wo man die Geschichte des Landes hautnah miterleben kann. Die Familie des Grafen Kinsky veranstaltet hier Konzerte und Festivals. Die Zimmer sind bezaubernd und die Atmosphäre ist wirklich inspirierend. ☺



Das komplette Interview finden Sie hier.





CHANEL