

encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

INTERVIEW

MORY SACKO
MISCHT DIE HAUTE
CUISINE AUF

DER BERG RUFT

LUXUS IM
HÖHENRAUSCH



FESTTAGE

TIERISCHES VERGNÜGEN: DAS
JAHRESENDE KOMMT MIT VIEL
GLAMOUR UND ROAR DAHER.

DEZEMBER 2024

SonntagsZeitung





DIOR

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



In der Küche von Chefkoch Mory Sacko treffen Kontinente aufeinander **S. 16**



Im Winter steigt der Luxus in die Höhe **S. 26**



Der Champagner verlässt seine geografische Blase **S. 10**

FESTTAGE | DEZEMBER 2024

HIGHLIGHTS

12 Uhren

Micky, Popeye & Co: Uhren für grosse Kinder

13 Swiss Made

Die handgemachten Ski von Lucas Bessard sind Unikate

14 Beauty

Purpur und Glanz: Make-up aus den Tiefen des Kosmos

31 Meine Welt

Stararchitekt Jacques Herzog spricht über seine Herzensstadt Basel

AUSSERDEM

6 Lieblinge: Geschirr für festliche Anlässe, stylisches Après-Ski und Schmuck, der die Köpfe verdreht
30 Shopping: Gläser bringen die Tafel zum Leuchten



Jeans, Oversize-Bluse mit Leopardenmuster aus Leinen und Seide, **Zimmermann. S. 20**



COVER

Ausgestelltes Kleid aus Jacquard-Strick, **Alaïa**. Armband **Panthère Indomptable**, Tiger und Giraffe aus Gelbgold, schwarzem Lack, Tsavorit und Onyx, Ring **Panthère Graphique** aus Gelbgold, Tsavorit und Onyx, Gelbgoldring **Panthère Graphique** mit Lack, Peridot und Onyx, alles **Cartier**.

Fotos
Antoine Henault

AUSWAHL
Simon Pyllyser

Das Tier in uns

NIE! NIEMALS SOLLTE MAN VERGESSEN, zu brüllen! Diesen fundamentalen Schrei sollte jeder einmal ausprobieren, diesen Sturm, der aus den Eingeweiden aufsteigt und sich in der Luftröhre entlädt. Sind Sie dabei? Befreiend, nicht wahr?

Ohne psychoanalytischen Anspruch: Aber solch animalische Momente können dazu beitragen, die kleinen Irritationen des Alltags wie mit einer Tatze beiseite zu wischen und das Vertrauen in die eigene Urkraft wiederzuerlangen. «Roaaaaaar», sage ich! Die Garderobe ist diese Saison überzogen mit Flecken und Streifen. Zum Jahresende erwacht das Tier in uns. Sind Sie eher ein Tiger oder ein Gepard? Löwe,



Renata Libal,
Chefredaktorin

Panther, Jaguar, Luchs oder Puma? Vom Mantel bis zum hohen Stiefel, vom Anhänger bis zur Seidenbluse kann jeder seine persönliche Raubkatze zähmen (siehe unsere Modebilder ab S. 20). In der Mode gibt es keine Zufälle. Wenn plötzlich so viele schöne wilde Tiere auftauchen, kann man das als Widerstand gegen das vorherrschende Klima betrachten. Man kann die Weichheit des Fells gegen die Rauheit von kugelsicheren Westen ausspielen. Anmut statt Steifheit, Würde statt Grobheit, Zartheit statt Brutalität. Aber bloss nicht die Zähne zeigen! Das soziale Tier hüllt sich in (falschen) Pelz und schützt sich so vor dem bösen Blick der Realität. Mögen uns die vereinten Kräfte aller Raubkatzen der Savanne in ein elegantes Jahr 2025 begleiten. Auf leisen Sohlen ...



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, Kristin Mueller, Julie Queloz, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Fotos:** Jeremy Bierer, Antoine Henault **Styling:** Simon Pyllyser **Illustrationen:** André Gottschalk **Übersetzungen:** Tina Bremer **Korrektur:** Alexandra Bucher, Manus dextra **Produktion Romandie:** Julien Pidoux **Online:** Julie Queloz **Sekretariat:** Isabelle Heinrich **Bildbearbeitung:** Photomedia **Druck:** Swissprinters AG, Zofingen **Marketing:** Franziska Wiesner **Chief Commercial Content Officer:** Annina Flückiger **Anzeigen Deutschland:** 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., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Schweiz) AG, dreifive digital marketing GmbH, dreifive 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, Helping 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 Redaktionsteile oder der Anzeigen sowie jegliche Wiederverwendung derselben auf optischen, elektronischen oder sonstigen Datenträgern strengstens untersagt, sei es zu Teilen oder als Ganzes, in Verbindung mit anderen Werken oder Dienstleistungen oder allein. Unter dieses Verbot fällt ebenfalls die gesamthafte oder partielle Nutzung der Anzeigen durch unbefugte Dritte, insbesondere auf Onlinediensten.



Das perfekte Set, um Austern oder einen Hummer Thermidor zu servieren.

GESCHIRR

Maritime Tafelrunde

Pünktlich zur Saison der festlichen Diners serviert Dior Maison ein Geschirr wie gemacht für den traditionellen Genuss von Austern und Meeresfrüchten: Seepferdchen, Muscheln oder Korallen, handgemalt auf Limoges-Porzellan, zieren Teller, Vasen und andere Dekorationsobjekte. Eine poetische Unterwasserwelt, in die man nur zu gerne eintaucht. Die Entwürfe des römischen Künstlers Pietro Ruffo haben schon oft die Mode von Maria Grazia Chiuri begleitet. Er war es auch, den sie für die Inszenierung der Jubiläumsschau Memorabilia zum 50-jährigen Bestehen von Valentino auswählte, als sie noch für das italienische Maison arbeitete. Für das Motiv «Cabinet de la Mer» liess Ruffo sich von einem Detail ihrer Cruise Collection 2025 inspirieren,

die im schottischen Edinburgh gezeigt wurde: den Seepferdchen, die als Anhänger die punkigen Halsbänder der Models zierten. Dass Tischkultur heute auch zum festen Angebot des französischen Modehauses gehört, ergibt durchaus Sinn. Sein Gründer Christian Dior liebte die gute Küche fast genauso wie das Atelier. In den geheimen Archiven der «Dior Heritage» in Paris lagern noch heute die handgeschriebenen Menüfolgen, mit denen der Gourmet zu Lebzeiten zu tafeln pflegte. Sein Rezeptbuch «La Cuisine Cousu-Main» aus dem Jahr 1972 wird heute zu hohen Sammlerpreisen gehandelt. *Silke Bender*

Speiseteller *Cabinet de la Mer*, Maison Dior, 190 Fr., www.dior.com



UHR

Eigener Warhol

Es gibt Standards der Eleganz, die nie aus der Mode kommen. Wie diese Uhr, die einst vom fabelhaften amerikanischen Künstler Andy Warhol innig geliebt wurde. Der 1987 verstorbene König der Pop-Art stand dem Schweizer Uhrmacher und Juwelier Yves Piaget nahe. Er nahm an seinen rauschenden Partys teil und besass sieben Uhren der Marke. Die berühmteste war die 1972 entworfene Black Tie mit einem kissenförmigen Gehäuse. Sie wurde 2014 neu aufgelegt. Zum 150. Geburtstag des Hauses trägt sie aufgrund einer Vereinbarung mit der Warhol-Stiftung auch den Namen des Künstlers. Die neuen Modelle setzen auf Zifferblätter aus Hartstein, die jedes zu einem Kunstwerk machen. *Renata Libal*

Andy Warhol Watch, Finish *Clou de Paris*, Weissgold, Handguillochierung, blaues Meteoritenzifferblatt, personalisierbar, Piaget, 56 000 Fr.

ZUM WOHL!

Letzte Weinlese



VON **PIERRE THOMAS**

Auf dem Hügel von Daval wächst der «Wein der Patronin» Monique Caloz-Evéquoaz. Bald

wird sie sich jedoch zur Ruhe setzen, um Platz für die jüngere Generation zu machen. Ihre drei Kinder, Benoît, Damien und Séverine, haben sich diesem dynamischen, diversifizierten Unternehmen aus Sierre angeschlossen. Im Frühjahr wurde ein Gebäude in der Rhoneebene eingeweiht, das für Pink-Lady-Äpfel, Aprikosen, Spargel und Konfitüren bestimmt ist. Es beherbergt auch eine Vinothek. Der Weinkeller aber wird weiterhin auf dem Hügel bleiben, der während der letzten Eiszeit vor 15 000 Jahren durch einen grossen Erdbeben entstanden ist. Das Castel de Daval, ein ehemaliges Wasserschloss, ist in eine Residenz mit fünf gemütlichen Zimmern umgewandelt worden. Hier werden die Weine der beiden Weingüter zur Degustation offeriert: der Fendant, die Petite Arvine und der Cornalin werden sowohl in Chamoson als auch in Sierre angebaut.

Über die Reben wacht die Kellermeisterin Jessica Lamon. Diese rote Cuvée ist ihr ganzer Stolz und für das Wallis typisch. Das «rone» (ohne das H der Rhone!) auf dem Etikett verweist auf den Amarone. Doch anstatt wie in Verona auf Gestellen in einem Schuppen zu trocknen, werden die Trauben wie beim Walliser Malvoisie im Spätherbst am Stock überreif geerntet. Pinot Noir, Gamaret und Diolinoir werden bei 120 Grad Oechsle geerntet – also mit einem hohen natürlichen Zuckergehalt, der sich in 15,5 Volumenprozent Alkohol

niederschlägt. Dann wird der Nektar 18 bis 24 Monate in neuen Fässern aus französischer Eiche ausgebaut.

Bei der Verkostung bietet dieser berauschende, aber trockene Rotwein eine komplexe Nase mit Noten von Schokolade und Kaffee, die für einen langen Nachhall sorgen. Perfekt für den Ruhestand des Autors, dessen letzte Kolumne dies ist.



Davalrone 2021

34 Fr. / 75 cl
www.collinedeval.ch



Der Gemeinschaftsraum im *eriro Alpine Hide* in Tirol ist gestaltet wie ein gemütliches Wohnzimmer – zugegeben, ein besonders exklusives. Der Mindestaufenthalt im Hotel beträgt drei Nächte.

HOTEL

Der Charme der Langeweile

Nanu, fragt man sich verwundert, wo gibt's denn sowas? «Wir animieren unsere Gäste zur Langeweile», sagt Gastgeber Henning Schaub. Wie ein Adlernest sitzt das neu eröffnete «eriro Alpine Hide» auf 1550 Metern Höhe auf der Ehrwalder Alm in Tirol – und allein die Anreise ist eine Übung in Langsamkeit, eine Lehrstunde in Geduld. Die Gäste schweben per Gondel aus dem Tal ein, hinweg über verschneite Wiesen und Tannenspitzen. In den Suiten, in denen Badetröge aus Zirbenholz stehen, rufen Schallplattenspieler und Gesellschaftsspiele dazu auf, sich aus der digitalen Welt auszustöpseln und sich stattdessen auf das Hier und Jetzt zu besinnen, auf das Analoge.



Eine der neun Suiten im neu eröffneten Adults-only-Hotel *eriro Alpine Hide* in Tirol.

Auf die Berge, Wälder und Seen vor den grossen Fensterfronten, auf den Duft des heimischen Holzes, das grosszügig verbaut wurde, auf die selbstentworfenen Möbel. Das Inhabertrio – Freunde aus Tirol – hat Wert darauf gelegt, mit lokalen Materialien und Handwerkern zu arbeiten. Denn noch etwas wird im «eriro Alpine Hide» grossgeschrieben: die Gemeinschaft. Das symbolisiert auch der lange Tisch, der im Eingangsbereich steht. Hier kommt man zusammen, tauscht sich aus. Wahlweise auch beim Töpfern, Pilzesuchen oder Sternegucken. *Tina Bremer*

eriro Alpine Hide, Tirol, Österreich. Suite ab ca. 1600 Fr. inkl. VP pro Nacht, www.eriro.at.

MODE

Passion Après-Ski



Weg von den überfüllten Metropolen, hin zu den exklusiven Skigebieten! Um den verschneiten Bergen seine Liebe zu zeigen, gibt es keinen besseren Weg, als einen Après-Ski-Pullover zu tragen, der Farbe bekundet. Verbier, Crans-Montana oder St. Moritz? Egal, Hauptsache, das Kleidungsstück schützt vor Kälte, sodass man vom Cheminée auf die Terrasse schlendern kann – idealerweise mit einer Tasse Glühwein in der Hand –, ohne eine Daunenjacke überwerfen zu müssen. Dieser Pullover, der zu 90 Prozent aus kardierter Wolle und zu 10 Prozent aus Kaschmir besteht, hält, was er verspricht. Viele Marken haben diese Saisons Kleidungsstücke lanciert, die mit einem Augenzwinkern auf die Berge hinweisen, so auch MC2 Saint Barth, die das italienische Cortina feiern. Die Berge sind zum neuen Lieblingspielplatz der grossen Modehäuser geworden (lesen Sie auch Seite 26). In die Höhe zu steigen, ist der unbestrittene Luxus dieses Winters. *Julien Pidoux*

Pullover *St. Moritz*, aus Wolle und Kaschmir, 388 Fr., Ka/Noa, www.kanoaitalia.com



SCHMUCK

Wegweiser

Sie erinnern daran, was wir bereits geschafft haben im Leben und was besonders wertvoll ist – wie der Jahresring 2025 von Wellendorff, der «Meine Meilensteine» heisst. Der mit Brillanten besetzte Ring ist nummeriert und limitiert auf weltweit 225 Stück. *T.B.*

Jahresring 2025 *Meine Meilensteine*, 18 400 Fr., Wellendorff

LIEBLINGE



Das spektakulärste Stück der neuen Kollektion Tubogas von Bulgari.

SCHMUCK

Goldene Kurven

Wie eine Sonne – besser noch: sechzehn Sonnen! – inmitten des Wintergraus. Das Haus Bulgari hat seine neue, strahlende Schmuckkollektion vorgestellt. Für diese wählte die römische Marke Gelbgold, gefertigt wurden die sechzehn Stücke mit der charakteristischen Technik des Unternehmens, die auch Namensgeber ist: Tubogas. Ein komplexes, von den Handwerkern des Hauses entwickeltes Verfahren, bei dem Goldstreifen ohne Lötstelle fließend ineinander übergehen und eine einzigartige Flexibilität und Geschmeidigkeit bieten. Die ersten Tubogasstücke kamen in den 1940er-Jahren auf den Markt, als Inspiration dienten Bulgari Gasrohre, die im Nachkriegsitalien

Hoffnung und Aufbruch symbolisierten. Die Palette der neuen Kollektion reicht von schlicht bis raffiniert: von Armbändern mit ultramodernen, diamantbesetzten Nieten bis zu einem Armreif mit einer Schlange, deren Augen aus schwarzem Onyx bestehen – eine weitere Ikone des Hauses. Oder wie wäre es mit einem Choker samt wahlweise einem Rubellit, einem Tansanit oder einem grünen Turmalin und Diamant-Pavé? Die oben abgebildeten Armbänder mit kugelförmigen Steinen und einer Diamantrossette zeigen, dass das Haus manchmal gerne von den Regeln des Quiet Luxury abweicht – oder ihn neu interpretiert. *Julien Pidoux*
Kollektion Tubogas, Bulgari, www.bulgari.com



HOMEWARE

Checken Sie ein!

Sind Sie noch auf der Suche nach einem Weihnachtsgeschenk? Dann werfen Sie doch einen Blick in die neue Onlineboutique von «La Réserve». Die Hotelgruppe hat sich von ihren Häusern in Zürich, Genf, Paris und Ramatuelle inspirieren lassen und präsentiert Signature-Produkte wie die hauseigenen Duftkerzen, Bademäntel, Parfums oder Wildleder-Caps. Trötender Liebling: der Ringhalter mit Elefant – das Logo der Hotels. T.B.

Silver Elephant Ring Holder, ca. 170 Fr., shop.lareserve.com



LINGERIE

Schöne Schlafmütze

Eine Jahreszeit, in der man keine Frostbeule vor die Tür setzen sollte... Für alle, die bis zum März Winterschlaf halten wollen, ist dieses Outfit die perfekte Uniform – Tag und Nacht. Fließend für jede Menge Bewegungsfreiheit. Elegant, um selbst dem Briefträger die Tür öffnen zu können. Blumig in Erwartung auf den Frühling. *R.L.*

Pyjama Velida, Beldona, Hose 119 Fr., Oberteil 139 Fr., www.beldona.com

Flugkunst für Dummies

NICE TO HAVE



VON JULIEN PIDOUX

Ihr leises Surren über den Köpfen kann ganz schön nervig sein, da sind wir uns einig.

Ihre Handhabung ist oft kompliziert, ihr Preis schreckt viele ab. Aber dieses kleine technologische Juwel, das tatsächlich in die Handfläche passt, dürfte die Meinungen über Freizeitdrohnen ein für alle Mal ändern. Und ja, es könnte zum einen ganz banal an ihrem erschwinglichen Preis liegen, mit der die Drohne es gelingen könnte, auf der nächsten Weihnachtswishlist ganz weit oben zu landen. Aber vor allem, weil die Dji Neo



DJI Neo, die erste «Selfie-Drohne» von Dji, 199 Fr., dji.com/ch/neo.

wirklich Spass macht, selbst unerfahrenen Drohnenpiloten. Man muss sich nur das Mini-Tutorial anschauen, das zeigt, wie man Aufnahmen macht, von denen man meint, sie stammten von Hollywood-Regisseuren. Man kann die Drohne zwar über sein Smartphone (bis zu 50 m Entfernung) oder eine Fernbedienung (10 km, aber das Zubehör ist separat erhältlich) steuern, aber wir lieben vor allem die vorprogrammierten Programme: Man legt den kleinen Flieger auf die Hand, ein Klick und die Drohne hebt ab, um wahlweise eine Schlittenfahrt zu begleiten, den Garten von oben abzulichten oder einfach wie ein Adler in der Gegend zu kreisen. Die Bilder kommen im 4K-Format daher, die man intuitiv auf sein Smartphone herunterladen kann, um dann eine kleine Sequenz für zum Beispiel Instagram zusammenzustellen. Die Akkulaufzeit (18 min, Basismodell) ist zwar nicht sehr lang, aber es lässt sich trotzdem eine Menge Material drehen. Der Oscar ist in greifbarer Nähe.

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 %



Die grossen Champagnerhäuser erwerben zunehmend Weinberge ausserhalb der Champagne, sogar in Kent, in der Nähe von London.

Extra trocken

DER KLIMAWANDEL UND NEUE MÄRKTE ZWINGEN DIE CHAMPAGNERHÄUSER, AUS IHRER BLASE HERAUSZUKOMMEN. DIE PRODUZENTEN MÜSSEN NEUES TERRAIN ERKUNDEN.

TEXT JENNIFER SEGUI

SIE STEIGEN IN DEN FLÖTEN AUF und signalisieren: Es ist Zeit, zu feiern! Nur die exklusivsten Tropfen dürfen sich Champagner nennen. Der Name des berühmten Schaumweins ist nach wie vor an eine bestimmte Methode und ein französisches Terroir gebunden. Die Appellation wird von den Tempelwächtern, dem Comité Champagne, strengstens überwacht. Dasselbe Komitee, das 1993 dem Modehaus Saint Laurent verbot, ein Parfum «Champagne» zu nennen, ein Duft für «glückliche, leichte und sprudelnde Frauen». Es verbot auch der Waadtländer Gemeinde Champagne, ihre Flûtes, ein Buttergebäck, mit der Herkunftsregion zu versehen. Der gleichnamige Schaumwein darf ausschliesslich im AOC-Gebiet der Champagne produziert werden, das 34 000 Hektar Weinberge in 319 Gemeinden umfasst, die Region von Reims bis östlich von Paris. Er wird aus lediglich drei Rebsorten hergestellt: Chardonnay, Pinot Noir und Pinot Meunier. Die Methode ist jahrhundertealt und wird als Champenoise bezeichnet: Die doppelte Gärung verleiht dem Wein sein natürliches Sprudeln.

Es prickelt in England

Die überschaubare Welt der 390 Champagnerhäuser und 16 200 Winzer könnte jedoch bald ins Wanken geraten. Klimatische Umwälzungen, Veränderungen im Konsumverhalten, die Globalisierung und die Konkurrenz durch erschwinglichere Schaumweine (spanischer Cava oder italienischer Prosecco) zwingen die Produzenten dazu, umzudenken. Im vergangenen September schritt Vitalie Taittinger, die junge Präsidentin des gleichnamigen Maison, an der Seite ihres Vaters durch die Reihen des neuen Weinbergs der Familie, der Domaine Evremond. Die 2015 erworbenen Ländereien scheinen zu halten, was sie versprechen: Weinberge an hügeligen Hängen und ein Boden, der reich an Vielfalt ist. Aber was ist das? Die Familie wählte als Standort Kent, südöstlich von London, um dort 34 Hektar zu bepflanzen und einen Sparkling Wine nach traditioneller Methode herzustellen. Zuvor hatte sie bereits ins kalifornische Napa Valley expandiert. Taittinger, aber auch Moët-Hennessy besitzen dort Weinberge, die Trauben für den Schaumwein produzieren. Antoine Lejeune, Sommelier in Guy Ravets Restaurant «Émotions» im «Grand Hôtel du Lac» in Vevey, ist nicht wirklich überrascht: «Die Engländer, sei es in Kent oder Sussex, produzieren sehr gute Schaumweine. In Frankreich, in der Bretagne, wo das Klima vergleichbar ist, gibt es ebenfalls Winzer, die vorhaben, Schaumweine nach der traditionellen Methode herzustellen. Die Region Franciacorta in Italien mit ihrem kieshaltigen Boden und dem feuchten Klima macht den Champagnern bereits Konkurrenz.»

Um mit der steigenden Nachfrage aus China oder den USA Schritt zu halten, versuchen die Häuser, ihre Produktion zu erhöhen. Auch die Launen des Klimas treiben sie dazu an, denn in den traditionellen Champagnerregionen werden seit einigen Jahren vermehrt frühe Weinlesen, höhere Alkoholgrade, ein sinkender Säuregehalt und eine Zunahme von Rebkrankheiten beobachtet. Laut einem Bericht des Beratungsunternehmens S&P Global wird sich die Gefährdung der Region Champagne durch Dürre bis 2050 fast verdreifachen. So wird darüber nachgedacht, das Gebiet um Parzellen zu erweitern, die weniger stark nach Süden ausgerichtet sind (siehe links).

Einige Champagnerhäuser setzen auf Bio und revolutionieren ihre Arbeitsweise. So etwa das Haus Telmont: Die Marke wurde 1912 während der Revolte in der Champagne gegründet und schwimmt gegen den Strom. Das Haus, das sich seit seinen Anfängen in Familienbesitz befindet, wird heute von der Gruppe Rémy Cointreau, dem Präsidenten Ludovic du Plessis und dem Hollywood-Schauspieler Leonardo DiCaprio unterstützt. Sein erster zu 100 Prozent biologischer Champagner, ein mineralischer und frischer Extra Brut, trägt den treffenden Namen «Réserve de la Terre». Du Plessis, der lange bei Moët & Chandon gearbeitet hat, ist überzeugt: «Ein Champagner ist gut, wenn es der Erde gut geht.» Telmont plant, in den kommenden Jahren CO₂-neutral zu werden. Die Marke verzichtet auf unnötige Verpackungen und Geschenkkartons, verwendet nur grüne Flaschen, die zu 82 Prozent recycelt werden können und die je nach Cuvée die gleiche Form haben. Für die Lieferungen werden keine Flugzeuge mehr eingesetzt. Und die Flaschen werden leichter: «Die traditionellen Champagnerflaschen wiegen 835 Gramm. Seit einigen Monaten experimentieren wir mit einer 800-Gramm-Flasche, die dem Druck von sechs Bar standhält, den die Flüssigkeit in ihrem Inneren ausübt.»

Schweizer Favoriten

Dieser Extra Brut passt perfekt zu den Champagnern, die derzeit besonders gefragt sind, sagt Gastronom Lejeune: «In den Anbauregionen wird es wärmer, sodass die Trauben zuckerhaltiger sind. Interessant ist, dass man sich jetzt auf den Restzucker stützen und einen Champagner ohne Dosage herstellen kann.» Auch in der Schweiz, am Fusse unserer Berge, setzt man erfolgreich auf den Trend: Der Jahrgangsbrut von Jacques Germanier im Wallis oder der Hermann Brut von Roman Hermann in Graubünden gehören laut dem Experten Lejeune zu den Lieblingen, die man mittlerweile auf den besten Tischen der Schweiz findet. Weine, die, auch wenn sie nicht den Namen Champagner tragen, offensichtlich adelig sind. ☉



DAS GEBIET ERWEITERN

Die seit Jahren in Betracht gezogene heikle Revision des AOC-Gebiets Champagne, die für 2026 geplant ist und der Appellation rund 40 Gemeinden hinzufügen würde, könnte einen ersten Lösungsansatz bieten. Das Angebot – 299 Millionen Flaschen, die 2023 produziert wurden – würde dadurch konsolidiert.



SWAROVSKI

ARIANA GRANDE IN SWAROVSKI MILLENIA



Am Handgelenk, um den Hals oder in der Tasche – die Comiuhren wecken Erinnerungen an unsere Kindheit, als wir am Malblock standen.

Uhren mit **Bäm!**

DIE ZEITMESSER SPIELEN MIT POP-REFERENZEN, DIE AUS DER WELT DER COMICS ENTLIEHT SIND.

TEXT MATHILDE BINETRUJ

ES IST EINE INVASION: Auf den Zifferblättern von Uhren tummeln sich Zeichentrickfiguren, die Helden unserer Kindheit. Spiderman bei Audemars Piguet, Snoopy auf einer Omega Speedmaster, ein Smiley auf einer Serie von Richard Mille. Noch vor einigen Jahren wären Comics auf Zifferblättern undenkbar gewesen. Die Manufakturen stellen ihre Uhrwerke mit Ernsthaftigkeit und Eleganz zur Schau. Heute wendet sich die Industrie der GenZ zu, verbindet Luxus und Popkultur miteinander.

Vorreiter ist Gérald Genta. Bereits 1984 präsentierte er die erste Uhr mit Micky Mouse. Der Designer kombinierte sie mit seiner Lieblingskomplika­tion: der Minutenrepetition. Dieser illustre Ansatz, der in der konservativen Uhrenindustrie verpöht war, wurde von den Kunden bejubelt. 40 Jahre später hat Micky neue Freunde gefunden: Super Mario bei Romain Jérôme

(2015), Popeye in einer von Franck Muller signierten Version (2022), Kermit der Frosch in der Oris-Familie (2023). Ihr Erfolg fällt mit dem Aufstieg junger Millionäre in der Techindustrie zusammen, die finden, dass Jogginghosen und Sneakers einen prima Büroanzug abgeben. Es versteht sich von selbst, dass ihr Beispiel in den sozialen Netzwerken viral geht und die ultravernetzte jüngere Generation verführt.

Die Uhrmacher haben verstanden, wie sie das «Zurück in die Kindheit», die Nostalgie, für sich nutzen können. Und so gehen Superhelden mit technischen Meisterleistungen eine Liaison ein. Das verbindende Moment all dieser Retrokreationen ist, dass sie mit hochfliegenden Komplika­tionen gekoppelt sind – die extrem viel Geld kosten. Denn der Eindruck täuscht: Das Motiv auf dem Zifferblatt mag aussehen, als sei es einem Donald-Duck-Comic entsprungen, das Tourbillon kann aber durchaus eine Million US-Dollar kosten. Gut, wenn man Dagobert heisst. ☺

ZEIT, ZU SPIELEN



ARACHNOPHOBIE

Die in Zusammenarbeit mit Marvel entstandene Uhr ist eine Hommage an Spiderman. Der Spinnenmann webt sein Netz auf dem Zifferblatt, im Hintergrund arbeitet das Tourbillon. *Audemars Piguet Royal Oak Concept Tourbillon Spider-Man, Handaufzug, 42 mm, Titan, wasserdicht bis 50 m, limitiert auf 250 Exemplare, Preis auf Anfrage.*



LACH MAL WIEDER

Das berühmte Smiley grinst vom Zifferblatt dieses farbenfrohen Tourbillons. Eine Uhr, die Ihnen garantiert ein Lächeln ins Gesicht zaubert! *Richard Mille RM 88 Automatic Tourbillon Smiley, Automatikuhwerk, weisse ATZ-Keramik und Rotgold, 48,15 mm x 39,74 mm x 13,30 mm, limitiert auf 50 Stück, Preis auf Anfrage.*



SURFERBOY

Wie kann man das ganze Jahr über an einem Surfspot leben? Mit einem Blick auf diese Uhr, die einen Surfer zeigt, der an einem Strand in Kalifornien auf einer Welle reitet. *Patek Philippe Calatrava 5189G Surfing, Automatikuhwerk, Weissgold, 38,60 mm, limitierte Auflage von sechs Exemplaren, Preis auf Anfrage.*



MAUS GEHABT

Micky gibt das Tempo vor, indem er seine Arme über das Zifferblatt der Lieblingskomplika­tion des 2011 verstorbenen Designers Gérald Genta schwingt: der Minutenrepetition. *Gérald Genta x Disney Minute Repeater Jumping Hours Minute Retrograde, Weissgold, 40 mm, wasserdicht bis 50 m, für die Auktion Only Watch gefertigtes Unikat.*



FLEISSIGES SCHNEIDERLEIN

Das Zifferblatt dieser Uhr vermittelt das Gefühl, mit Mademoiselle Chanel das Schneideratelier zu teilen. Der Geist von Coco am Handgelenk! *Chanel J12 Couture Workshop Automaton Calibre 6, Handaufzug, Keramik und Weissgold, 38 mm, wasserdicht bis 50 m, 100 Stück, Preis auf Anfrage.*



HEISSER OFEN

Wenn ein Motorradfahrer und sein Zweirad auf einer Hermès-Uhr zu sehen sind, treffen Popkultur und Kunsthandwerk aufeinander. Die Zeit verbirgt sich hinter diesem futuristischen Epos. *Slim d'Hermès Pocket Mysterious Rider, Automatikuhwerk, Weissgold, 45 mm, wasserdicht bis 30 m, limitiert auf drei nummerierte Exemplare, Preis auf Anfrage.*



MONDSÜCHTIG

Wussten Sie, dass Snoopy seit 1968 das Maskottchen der NASA ist? Und dass Astronauten von Apollo 13 Modelle von Omega am Handgelenk trugen? Auf der Rückseite dieser Uhr erkundet Snoopy die dunkle Seite des Mondes. *Omega Speedmaster Silver Snoopy Award 50th Anniversary, Handaufzug, Stahl, 42 mm, wasserdicht bis 50 m, 10 100 Fr.*



Mit Testski und -snowboards können die Kunden verschiedene Optionen ausprobieren, bevor Lucas Bessard sich an die Arbeit macht.



IM ATELIER

OBE N MITTE Eschenholz hat die passendsten Eigenschaften.

OBE N RECHTS Beim Zusammenkleben der verschiedenen Holzleisten des Kerns sorgen die Elsässerinnen für die richtige Spannung.

MITTE RECHTS Jede Schicht des Skis sorgt für Gleitfähigkeit, Festigkeit, Widerstandsfähigkeit und Langlebigkeit.

MITTE Der Ski wird mit Intarsien verziert.

UNTE N RECHTS Die Kanten werden geschärft und die Unterseite gewachst.

LINKS Jedes Paar Ski von Woodspirit ist ein Unikat.



Auf Holz klopfen

IM ZEITALTER DER HIGHTECH-MATERIALIEN FORMT WOODSPIRIT SKI AUS SCHWEIZER HOLZ, DIE NACH MASS IM JURA HERGESTELLT WERDEN. FÜR LIEBHABER SELTENER OBJEKTE.

TEXT JENNIFER SEGUI FOTOS JEREMY BIERER

DIE VON LUCAS BESSARD entwickelten Ski besitzen alle Eigenschaften, die für den Wintersport erforderlich sind: egal, ob auf der Piste, beim Freeriden oder im Pulverschnee. Wenn man sie in der kleinen Werkstatt in Cuarnens, unweit von Lausanne, nebeneinanderstellt, wird klar, dass die handgefertigten Stücke auch ein Fest für die Sinne sind: der Geruch des Holzes, seine zufälligen Maserungen, die Furniereinlegearbeiten. Die Sinnlichkeit des natürlichen Materials hat auch den 34-jährigen Lucas Bessard in ihren Bann gezogen. Schon als Kind baute sein handwerklich begabter Vater Spielzeug für ihn. Als Jugendlicher versuchte er selbst, die Skateboards seiner Lieblingsmarken zu kopieren. So war es nur logisch, dass der naturverbundene Sohn eines Milchbauern nach seinem Studium der Lebensmittelindustrie in seine Heimat, den Kanton Waadt, zurückkehrt, um an seiner Karriere zu basteln. Von L'Isle aus, wo er aufgewachsen ist, sind die Berge des Jura zum Greifen nah. Zur Ruhe gezwungen durch einen Bänderriss, sucht Bessard eines Winters nach etwas, womit er sich beschäftigen kann. Er ist neugierig, will wissen, wie Ski hergestellt werden, sucht im Internet und macht einfach mal: «Ich hatte eine

Werkstatt und Werkzeuge. Ich schaute mir viele Videos auf YouTube an, um die wichtigsten Schritte zu verstehen.» Mit seinem ersten Paar Ski an den Füßen entdeckt er das Potenzial seiner Kreationen auf der Piste: «Die Leute hielten mich an und fragten mich, wo meine Ski her seien.» Er packt die Gelegenheit beim Schopf, seine beiden Leidenschaften, die Holzbearbeitung und das Skifahren, miteinander zu verbinden. Als Perfektionist feilt er an einem Konzept: «Ich hatte sofort das Ziel vor Augen, einen Ski zu bauen, der schön aussieht, aber auch leistungsfähig ist. Ästhetisch wollte ich etwas Grafisches und Simples. Technisch gesehen sollte das Holz einen Ski hervorbringen, der kräftig ist und Vibrationen absorbieren kann.»

In der Einsamkeit des Ateliers

Unterstützt und beraten vom Walliser Freerider Nicolas Falquet, gründet der Autodidakt 2016 Woodspirit. Es gibt keinen Lagerbestand, jedes Paar wird auf Bestellung hergestellt: «Zunächst bespreche ich mit jedem Kunden seine Grösse, sein Gewicht und sein Können. Dann schauen wir gemeinsam, was er sich von seinen zukünftigen Ski wünscht. Nachdem er einige Testmuster ausprobiert hat, wird die Grafik ausgewählt, das Projekt bestätigt und die Herstellung beginnt.»

Als Kunde braucht man Geduld. Mindestens zwei Monate lang und 20 bis

30 Arbeitsstunden braucht Bessard, um in der Einsamkeit seiner Werkstatt ein Paar Ski zu fertigen. Die Lamellen bestehen aus heimischer Esche. Das Holz wurde aufgrund seiner Fähigkeit ausgewählt, sich zu verformen, ohne zu brechen. Jede der anderen Schichten wird dann auf eine Dicke und Breite zugeschnitten, die dem Gewicht und der Festigkeit entspricht, die der Skifahrer wünscht. Polyethylen für die Sohle, Glasfaser oder Karbon für die Festigkeit, Gummi für die Dehnung, Stahlkanten für den Schutz und schliesslich Holz verschiedener Arten für das abschliessende Furnier werden alle übereinandergeschichtet. Die Woodspirit Ski sind für Kunden entworfen worden, die schöne Dinge lieben. Es sind Einzelstücke, die repariert werden können, die aus Bessards Know-how hervorgehen, das er seit der Geburt der Ski weiterentwickelt. Der Handwerker, der 2019 den ersten Preis beim Nachwuchswettbewerb des Schweizer Kunsthandwerks gewann, nahm dieses Jahr an der Ausstellung «Homo Faber» in Venedig mit einem Projekt teil, das er zusammen mit zwei Freunden entwickelt hatte: einem Ski, der mit einer erstaunlich komplexen Intarsie verziert ist. Ein Muster aus Blättern und ineinandergreifenden Zellen, wie ein gewunder Lebensweg. Wie das Schicksal eines Milchmannsohns, der aus Liebe zum Skifahren zum Tischler wurde. ☺



Lucas Bessard

Ritterburg, Seifenkiste, Skateboard und schliesslich Ski: So lange er sich erinnern kann, hat der 34-jährige Lucas Bessard gebastelt. Von der Garage hinter der von seinem Vater geführten Molkerei in L'Isle bis zur Werkstatt, die ihm heute als Arbeitsplatz in Cuarnens dient, war Holz immer eine Quelle des Experimentierens und der Kreativität. Nachdem er sein Studium der Lebensmittelverarbeitung abgeschlossen hatte, gründete der Waadtländer Woodspirit. Seit 2016 sind 240 Paar aus seiner Werkstatt gekommen.



Im Winter wird die gesamte Klaviatur der violetten Farbpalette bespielt, wobei der Fokus auf den Augen liegt.

Kosmische Nuancen

DAS MAKE-UP ZUM JAHRESENDE IST VON DEN GEHEIMNISSEN DES KOSMOS INSPIRIERT. VON GALAKTISCH GLITZERNDEN AUGENLIDERN BIS HIN ZU BETÖRENDE LIPPEN.

TEXT JULIE QUELOZ

HAT GABRIELLE CHANEL die Künstlerin Cécile Paravina inspiriert? Für ihre erste Make-up-Kollektion für das Studio de Création Maquillage von Chanel taucht sie in die Welt der Wahrsagerei ein. Die limitierte Kollektion mit dem Namen «Clairvoyance» erkundet leuchtende, satte Farben und kreiert einen Look, der zugleich geheimnisvoll und kosmisch ist. Mademoiselle Chanel, die von Tarot, Astrologie und Numerologie fasziniert war, umgab sich gerne mit Glücksbringern, um ihre Intuition zu schärfen und ihre Kreativität anzuregen. Die Farbtöne dieser Kollektion hätten sie zweifellos verzaubert. Hier mischt sich Lavendelviolet mit einem Hauch von Blau, anderswo fesseln Hell-Dunkel-Spiele. Die Farbpalette setzt sich auch bei anderen Marken als einer der Trends des Winters durch. Er ist inspiriert von den kühnen Farbtönen der Y3K-Bewegung, die eine futuristische Ästhetik feiert, die für das Jahr 3000 erdacht wurde. Das Merkmal: vibrierende Farbtöne wie Elektroblau, Smaragdgrün und tiefes Violett. Sie fügen sich in diesem Winter in die Welt des Firmaments und der Gestirne ein. Für Lisa Eldridge, Kreativdirektorin für Make-up bei Lancôme, wird die Mystik auch im Herzen des Louvre, genauer gesagt in der Richelieu-Galerie, zum Leben erweckt. Die Lidschattenpalette der limitierten Edition Lancôme x Louvre fängt die betörenden Lichtspiele ein, die auf den Statuen in den Gängen des Pariser Museums tanzen. «Die Puder werden als Highlighter verwendet. Der Grünton sieht als Liner oder für Smokey Eyes toll aus», erklärt Eldridge. Die Magie steckt im Detail, denn jede Farbe der Palette ist nach einem Gang in der Galerie Richelieu benannt. Tragen wir sie wegen des strahlenden Aussehens oder wegen der Geschichte, die in jedem Farbton eingebettet ist?

intensiven Lidstrich entlang des Wimpernkranzes als auch, um dem Abend-Make-up mehr Dramatik zu verleihen. Die mittleren Farbtöne, die zum Schattieren verwendet werden, verleihen eine hypnotische Tiefe und zaubern ein geheimnisvolles «Je ne sais quoi». Das Auge wird zu einer Leinwand, auf der jeder Pinselstrich eine Konstellation von Pigmenten aufblitzen lässt und eine Galaxie erschafft, die sowohl aus Glanz als auch aus Geheimnis besteht.

Auch die Wangen und Nägel schimmern

Und der Schwung hört nicht bei den Augen auf. Die Lippen sind in ein tiefes, magnetisches Rot getaucht, das die Blicke anzieht. Die Farbtöne variieren in einem intensiven, fast betörenden Bordeauxrot. Die Wangen werden mit einem bläulichen oder violetten Rouge bedeckt, das an einen Sternenhimmel erinnert. Ein einziger subtiler Hauch, der auf die Wangenknochen aufgetragen wird, verleiht dem Ganzen den letzten leuchtenden Schimmer. Und was soll man zu den Nägeln sagen?! Lacke wie OPIs tiefes, glitzerndes Blau ahmen galaktische Reflexe perfekt nach und erzeugen bei jeder Handbewegung ein Lichtspiel. Die Geste lässt die Nägel wie ein Sternbild leuchten. Der Gesamteindruck? Eine kosmische Schönheit, geheimnisvoll und strahlend. ☾



HIMMLISCH

Auf den Augenlidern, Wangen, Lippen und auch auf den Nägeln kommt ein kräftig schimmerndes Violett zum Einsatz. Nagellack Downtown Los Angeles: Abstract After Dark, ca. 20 Fr., **OPI**.

Eine unendliche Galaxie

Die Nuancen verschmelzen und antworten einander, um auf den Augenlidern galaktische Landschaften zu zeichnen. Die einzige Vorgabe? Mut zur Farbe und zu gewagten Kombinationen. Sie scheinen unendlich, aber es gibt ein paar Regeln für die kosmischen Kreationen. Helle Töne werden in den inneren Augenwinkel aufgetragen und lassen den Blick strahlender erscheinen. Dunkle Nuancen hingegen eignen sich sowohl für einen



Purple Echo, Lidschattenpalette mit fünf Farben, limitiert, ca. 65 Fr., **Byredo**. Les Phyto-Ombres 34 Sparkling Purple, Lidschatten mit Hybridtextur: halb Puder, halb Creme, 50 Fr., **Sisley**. Diorshow 5 Couleurs, limitierte Lidschattenpalette, 863 Soir de Bal, 88 Fr., **Dior**. The Liminizing Face Enhancer 108, Highlighter-Puder, ca. 100 Fr., **Clé de Peau Beauté**. Yeux Paint, flüssiger Lidschatten und Liner, Farbe Violette Sauvage, 33 Fr., **Violette_fr**. Ombre Première Laque, flüssiger Eyeshadow mit metallischem Finish, 47 Milky Way, 48 Fr., **Chanel**.

Pilot am Handgelenk

DIE FRANZÖSISCHE MARINE HAT SIE ZU IHREM BEGLEITER GEMACHT. DIE NEUE PELAGOS FXD GMT ENTFALDET IHR VOLLES POTENZIAL UNTER EXTREMEN BEDINGUNGEN, IST ABER AUCH ALLTAGSTAUGLICH.

TEXT DIE REDAKTION

DIE ZERTIFIZIERUNG

Ein Toleranzintervall von fünf Sekunden, Widerstand gegen Magnetfelder bis zu 15.000 Gauss, wasserdicht bis 200 Meter, eine 65-Stunden-Gangreserve, COSC-Zertifizierung: Was auch immer getestet wird, die Uhr besteht alles und trägt das Label METAS Master Chronometer. Die Anforderungen an die Uhr sind hoch, die Präzision steht an erster Stelle.

DIE LÜNETTE

Im Dunkeln die Zeit ablesen? Kein Problem. Die dritte Zeitzone lässt sich auf der grün leuchtenden, in zwei Richtungen drehbaren Lünette ablesen. Die 24-Stunden-Leuchtskala trägt das Copyright Swiss Super-LumiNova.

DAS ARMBAND

Die Farbe reflektiert das Grün der Overalls, die die französischen Luftstreitkräfte der Marine an Bord der Flugzeuge tragen. Es wurde in Handarbeit auf Jacquard-Schiffchenwebmaschinen aus dem 19. Jahrhundert von der Firma Julien Faure gewebt, die lange Zeit die Bänder für die Kopfbedeckung der «Marine nationale» mit rotem Pompon herstellte.

DAS GEHÄUSE

Das satinierte 42-Millimeter-Gehäuse aus Titan Grad 2 hilft nicht nur Seeleuten bei der Durchführung kühner Manöver, sondern trifft auch in puncto Design ins Schwarze. Wir werden in die Welt der Marine entführt, ohne dass wir unbedingt seetüchtig sein müssen.

DAS KALIBER

Das Manufakturkaliber MT5652-U ist ein echtes Werkzeug der Chronometrie und mit der Einstellung der Ortszeit und des Datums praktisch zu bedienen. Die Gangreserve ist weekend-proof, das heisst, der Träger kann die Uhr am Freitagabend ablegen und am Montagmorgen wieder anlegen, ohne sie aufziehen zu müssen.

DIE FUNKTION GMT

Was haben das Cockpit des Kampfflugzeugs Rafale Marine, das Cockpit des Seepatrouillenflugzeugs Atlantique 2 und das eines Hubschraubers der französischen Marine gemeinsam? Sie nutzen die universelle Zeitzone «Zulu Time». Die Referenzzeit für Piloten auf der ganzen Welt wird durch einen leuchtend orangefarbenen, pfeilförmigen Zeiger (nachts grün) angezeigt, der in 24 Stunden einmal um das Zifferblatt wandert. Die Ortszeit kann auch mit dem Stundenzeiger und einer dritten Zeitzone auf der drehbaren Lünette verfolgt werden.



DIE MARINE NATIONALE

Jede Menge Adrenalin, ein Augenzwinkern in Bezug auf die Technik und eine schöne Mechanik: Die Verbindung zwischen Tudor und der französischen Marine ist ein Erfolg auf ganzer Linie. Die Beziehung geht auf das Jahr 1956 zurück, als eine wissenschaftliche Abteilung der Marine mit Sitz in Toulon Modelle der Oyster Prince Submariner erhielt, um die Uhren unter realen Bedingungen zu testen. Der Zeitmesser überzeugte und markierte den Beginn einer langen Zusammenarbeit. Tudor hat 1961 den Status eines «offiziellen Lieferanten der französischen Marine» erlangt. Im Jahr 2021 hat die Pelagos ein neues Kapitel aufgeschlagen. Dieses Jahr wurde sie durch eine GMT-Version ergänzt, die sich auf die Erfahrung der Luftmatrosen stützt, um mehrere Zeitzonen gleichzeitig im Auge zu behalten.

DIE MANUFAKTUR TUDOR

Natürlich kann man sich einfach von ihrem robusten Design verführen lassen. Oder man besucht die neue Manufaktur in Le Locle, wo man alles über den Herstellungsprozess erfährt. In diesem hochmodernen Industriekomplex wird das traditionelle Know-how des Uhrmachers mit den fortschrittlichsten automatisierten Zertifizierungssystemen und technischen Lösungen fürs Produktionsmanagement kombiniert. Hier hat die Marke die Entwicklung und die Produktion von mechanischen Hochleistungsuhrwerken vertikalisiert. Tudor produziert die einzelnen Komponenten und kann deren Qualität zertifizieren, insbesondere durch eine fünfjährige Garantie für seine Uhren. Kein Wunder also, dass Tudor-Uhren seit 1926 an den Handgelenken der kühnsten Abenteurer zu finden sind.



Der Pariser Koch Mory Sacko ist eine Inspirationsquelle für viele junge Menschen, die die Gastronomie auf einmal nutzen, um sich kreativ zu verwirklichen.

FREUDE

THEMEN

DER JUNGE PARISER KOCH **MORY SACKO** MISCHT DIE GASTROSZENE AUF. MIT EINER MAGISCHEN KÜCHE, DIE KEINER ANDEREN GLEICHT.

INTERVIEW **RENATA LIBAL**

M

ORY SACKO SCHERZT: «Ich bin eigentlich 2020 auf die Welt gekommen.» Damals wurde aus dem namenlosen Koch ein Rockstar der Gastronomie. Er begeisterte das Publikum in der Fernsehshow «Top Chef», eröffnete das Gourmetrestaurant «MoSuke» in Paris, verkaufte während des Lockdowns gebratenes Poulet (aber was für eins!) als Take-away und holte sich seinen ersten Michelin-Stern. Seine kleine Tochter Ambre, die er mit seiner Lebensgefährtin und Geschäftspartnerin Emilie Rouquette hat, hat gerade ihren ersten Geburtstag gefeiert, gleichzeitig hat die dritte Depece seiner Mini-Streetfood-Kette «MoSugo» im Marais eröffnet. Feinschmecker geben sich die Klinke in die Hand, Luxusmarken reisen sich darum, mit ihm zu kooperieren. Man kann sagen: Es läuft!

Kein Zweifel – es ist dem jungen, zwei Meter grossen Chefkoch gelungen, in der Welt der Gastronomie ein eigenes Universum zu schaffen. Sein «Haus», wie er es nennt, befindet sich im 14. Arrondissement, einem noch immer ursprünglichen Viertel, das sich aber langsam verändert. Nach und nach taucht hier eine edle Käserei auf, dort ein hübscher Teeladen. Die Einrichtung von Sackos Restaurant ist mit Alkoven und handgefertigten Keramiken liebevoll gestaltet. Am Nachbartisch sitzt ein junges Paar mit einem Baby. Nahe dem Eingang speist eine amerikanische Familie auf der Durchreise, weiter hinten ein Geschäftsmann mit seinen Eltern, der beim Genuss seines Schokoladen-Wasabi-Mousse regelrecht dahinschmilzt. Die Magie einer Küche, die keiner anderen gleicht, vereint alle!

Mory Sacko stammt aus einer senegalesisch-malischen Familie mit acht Kindern, die in einem Pariser Vorort lebte. Seine Mutter kochte herzhaft westafrikanische Gerichte, im Fernsehen liefen Mangas in Dauerschleife. Während seiner Ausbildung lernte er die französische Technik und paarte sie mit der Sonne Afrikas und japanischer Subtilität. Aber erwähnen Sie ja nicht das Wort «Fusion»! Der Chefkoch hält sich an das Konzept des «Dialogs»: Man mischt nicht, sondern nimmt hier und da Anleihen für eine sehr persönliche Komposition. Ein einziges Menü, bestehend aus vielen kleinen Köstlichkeiten: ein Stück Oshizushi vom Saibling mit Pilzen, eine Kürbissuppe mit Kokosmilch und Yuzukushō, ein Artischocken-Tagine mit kandierter Zitrone, ein Karamellbonbon mit Seetang... Am Ende der Schicht verlässt der Chefkoch den Herd und posiert brav im Speiseraum für Erinnerungsfotos. Klick, klick, klick! Dann setzt er sich gut gelaunt an den Tisch und erzählt in Windeseile – es gibt so viel zu berichten! –, was ihn alles begeistert. Wir nehmen es vorweg: Es ist einiges...

Gibt es ein Gericht auf der Speisekarte, das Ihnen besonders gut schmeckt?

Ich mag das Quittendessert, das wir neu auf die Karte gesetzt haben. Es ist das Ergebnis einer Forschungsarbeit – das Markenzeichen des Hauses – mit unserem Chefkonditor Theo. Dieses Dessert verkörpert

unseren Ansatz: ein lokales, saisonales Produkt, das in unsere Welt passt, mit einem Hauch von Japan, einem Hauch von Afrika. Wir haben an Sombi gearbeitet, einem Dessert, das in Mali, Mauretanien und Senegal gegessen wird: Reis, der in kaum gesüßtem Wasser gekocht und mit fermentierter Milch gebunden wird. Wir haben diese Idee weiterentwickelt, mit japanischem Reis und einem winzigen Klecks dickem Rahm aus der Bretagne, denn Theo ist Bretone.

Die 19 Gerichte der Winterkarte entstehen alle in Ihrer kleinen Küche mit sechs Köchen?

Wir sind ein kleines Team, aber haben viele Ideen! Es ist natürlich zeitaufwendig, die Vorbereitungen weit im Voraus zu treffen, aber jeder weiss genau, was er zu tun hat.

Die Kellner sind sehr professionell. Entspannt und fröhlich, ohne unterwürfig zu sein. Wie rekrutieren Sie Ihre Mitarbeiter?

Ich mag es, wenn das Team jung ist. Die Energie von Menschen, die sich weiterentwickeln wollen. Ich glaube, dass die Gäste das zu schätzen wissen. Das Restaurant hat einen Stern, aber ich möchte, dass der Service eine gewisse Menschlichkeit bewahrt und gleichzeitig so professionell bleibt, wie es in einem solchen Lokal erwartet wird. Der Ort soll auf keinen Fall einschüchternd wirken.

Wie vermitteln Sie Ihre Einstellung?

Ich fühle mich ein bisschen wie ein Fussballtrainer. Ich versuche vor allem, mich um meine Teams zu kümmern, ihre Moral einzufangen und zu wissen, wie es ihnen geht. Aus diesem Grund bin ich jeden Tag im Restaurant anwesend.

Und was ist, wenn Sie für die US-Botschafterin kochen oder in Saint-Tropez für die LVMH-Gruppe?

Ganz einfach: Ich schliesse das Restaurant, wenn ich anderweitige Verpflichtungen habe. Das gilt auch für die Drehwochen meiner Sendung «Cuisine ouverte» auf France 3. Die Teams sind in den Ferien und freuen sich. Und ich kann mich voll und ganz auf das konzentrieren, was ich tue.

Abgesehen vom Bekanntheitsgrad: Was für einen Mehrwert bringen Ihnen diese Veranstaltungen?

Neue Emotionen! Vergangenen Sommer habe ich mit meiner Mutter bei einem Pop-up-Event gekocht. Ich fand es toll, weil wir uns noch nie wirklich Zeit für einen Austausch genommen hatten. Jede Kooperation ist eine neue Erfahrung. Die Einführung eines Kaffees mit Nespresso war zum Beispiel cool, weil wir bei null anfangen. Mein einziger Wunsch war, einen Kaffee afrikanischen Ursprungs zu finden, um das dortige Terroir aufzuwerten.

Sie haben afrikanische Wurzeln und die französische Art zu kochen gelernt. Aber was ist mit Japan? Kommen die Einflüsse wirklich aus dem Fernsehen?

Die japanischen Einflüsse haben sich erst später in meine Küche eingeschlichen. Ich ertappte mich selbst dabei, wie ich spontan auf japanische Zutaten zurückgriff. Ich hatte schon immer eine grosse



ZU TISCH!

Ein Deko-Freak: «Das Erlebnis am Tisch ist ganzheitlich, jedes Detail zählt!» Mory Sacko überwacht die Auswahl der Materialien, die Farben und das Ambiente. Er wollte einen warmen und einladenden Rahmen schaffen.



FAST FOOD CHIC FOOD

LINKS Den ganzen Sommer über bewirtete Mory Sacko für die LVMH-Gruppe ein Pop-up-Restaurant an der französischen Riviera.

RECHTS In seiner Mini-Streetfood-Kette MoSugo vereint Sacko paniertes Poulet mit Waffeln.

Leidenschaft für Mangas. Zudem arbeitete ich eine Weile im Hotel «Mandarin Oriental», wo es mehrere japanische Köche gab. Ich war sehr neugierig, aber nicht nur auf die Haute-Cuisine, sondern auch auf Sushi und Kaiseki!

Wo finden Sie die Zutaten?

In Paris haben wir das Glück, von einem aussergewöhnlichen Angebot profitieren zu können. Aber unsere Philosophie des Dialogs zwischen den Kulturen beruht vor allem auf den Techniken und Gewürzen. 95 Prozent unserer Produkte stammen aus Frankreich. Wir importieren nur Gewürze und einige Grundlagen für Soja- oder Misosaucen. Der Rest ist hausgemacht. Unsere Chilisauce zum Beispiel schmeckt wie in Afrika, aber die Chilis wachsen im Burgund. Die Erdnüsse im Mafé? Die kommen aus Les Landes. Regionalität liegt mir am Herzen.

Sie gingen schliesslich auch nach Japan ...

Ja, es hat lange gedauert, bis ich die Reise machen konnte, aber jetzt möchte ich immer wieder hin. Ich war schon dreimal mit meiner Familie dort. Ich entdeckte das Land, aber ich probiere auch viele Dinge, Sake, Soja ... Und ich treffe mich mit Köchen und besuche Manufakturen.

Was hat Sie dort am meisten beeindruckt?

Die Präzision auf diesem hohen Niveau habe ich nicht erwartet. Ich habe einen Yakitori-Koch getroffen, der nur Yakitori macht. Er kann ein Huhn mit 70 verschiedenen Schnitten zerlegen. Ich wusste nicht einmal, dass es so viele gibt. Und ein echter Sushi-Koch würde sich eher die Zunge abschneiden, als zu verraten, wo er seinen Reis kauft! Ich muss zugeben, dass ich diese Kultur der Geheimhaltung irgendwie schön finde, es hat einen Hauch von Magie.

Sie scheinen besessen zu sein, haben auch die Dekoration bis ins kleinste Detail durchdacht, inklusive der Keramik.

Das ist eine Leidenschaft von mir. Wir arbeiteten mit fünf verschiedenen Keramikern zusammen und entwickelten die Ideen gemeinsam. Zum Beispiel wollte ich für die Fischsuppe Pépé, die von der Küste Kameruns inspiriert ist, einen rechteckigen Teller, der wie ein Schwimmbecken aussieht. Mir gefällt die Idee, dass die Teller beim Essen eine Rolle spielen, indem sie eine Art Landschaft auf dem Tisch darstellen.

Ihre kleine Tochter ist ein Jahr alt. Bekommen Sie genug Schlaf?

Ich habe es im Griff. Ich behaupte allerdings auch nicht, dass mein Leben erholsam ist. Abends falle ich in mein Bett und schlafe sofort.

Aber Sie wohnen nicht mehr über dem Restaurant?

Nein. Wir sind umgezogen. Wir wohnen immer noch im Süden von Paris, aber in einer etwas grösseren Wohnung. Mit dem Baby brauchten wir einfach mehr Platz.

Ihre Lebensgefährtin ist auch Ihre Geschäftspartnerin. Wie trennen Sie Berufliches und Privates?

Wir unterscheiden nicht. Es ist ein Luxus für mich, Emilie den gesamten administrativen und finanziellen Teil zu überlassen – immerhin sind wir für insgesamt 46 Angestellte verantwortlich – und mich in allen kreativen Bereichen, von der Küche über die Dekoration austoben zu können. Wir sind ein perfektes Team. Wir

Der Beruf des Kochs bietet viel **kreative Freiheit**. Freiheit ist sehr wichtig!

besprechen zum Beispiel die Finanzen, während wir im Auto sitzen, um bei den Eltern des einen oder des anderen zu essen.

Wie sehen Ihre Pläne für Weihnachten aus?

In meiner Familie wird Weihnachten nicht gefeiert, ich habe diese Tradition erst bei meinen Schwiegereltern entdeckt. Ich liebe dieses Fest, das alle zusammenbringt.

Und kochen Sie auch?

Das ist tatsächlich einer der wenigen Momente, in denen ich ausserhalb des Restaurants koche. Zu Weihnachten stelle ich mich an den Herd, um allen eine Freude zu machen. Bei den Desserts delegiere ich an Emilie. Sie backt sehr gut.

Auf Instagram sieht man Sie auch in den Ferien. Warum haben Sie sich dazu entschieden, auch Privates zu zeigen?

Instagram ist wie ein eigenes Presseorgan, in dem ich die Informationen verbreiten kann, die ich für relevant halte. Mein Publikum besteht aus vielen Menschen, die mir seit meinem Auftritt bei «Top Chef» folgen, die mich unterstützen haben und die mehr über unsere Arbeit erfahren möchten. Ich bin es ihnen schuldig, aufrichtig zu sein. Ich erzähle ein bisschen von allem, denn es sind Kapitel derselben Geschichte.

Sie wurden von Küchenchef Thierry Marx ausgebildet ...

An seiner Seite habe ich viel über Management in der Küche gelernt. Für ihn standen die Menschen und die Atmosphäre im Team an erster Stelle, und er war absolut kompromisslos, wenn es um schlechtes Benehmen ging.

In der Küche herrscht also kein rauer Ton mehr?

Heute werden die Scherben der jahrelangen Exzesse und Missbräuche zusammengefasst. Wir müssen wirklich wieder Menschlichkeit in die Küche zurückbringen und jeden Tag zeigen, dass dieser Beruf kreative Freiräume bietet – auch für diejenigen, die kein besonders hohes Bildungsniveau haben.

Sie haben auch einen Ausflug in die Modewelt gemacht.

Vor zwei Jahren wurde ich für eine Kampagne von Ralph Lauren angefragt und diesen Herbst bin ich in der Kampagne von Emporio Armani zu sehen. Die ganze Idee besteht darin, kreative Köpfe zusammenzubringen und Brücken zwischen den Welten zu schlagen. Sowohl in der Gastronomie wie auch in der Mode spielt die Kunst der Verwandlung eine wichtige Rolle. Ich nehme Rüeblis und mache daraus ein Gericht, andere nehmen Leder und machen daraus eine Jacke. ☺



Lesen Sie das ganze Interview hier.

Weil es
Wahre Liebe  ist.



Ring Wahre Liebe



WAHRE  WERTE

Wellendorff

café torle

GESCHÖPFE DER NACHT

UM SICH ELEGANT DURCH DEN
GROSSSTADTDSCHUNDEL ZU
BEWEGEN, GREIFEN WIR ZUM
RAUBKATZENPRINT.

FOTOS ANTOINE HENAULT

STYLING SIMON PLYSER





DIESE SEITE

Drapiertes Kleid aus Seide und Viskose, **McQueen by Seán McGirr**. Pumps aus Lackleder, **Alaïa**. Halskette *Panthère Articulée*, Gelbgold, Lack, Onyx und Tsavorit, Collier *Panther Charleston*, Roségold, Lack, Tsavorit und Diamanten, Armband *Panthère Massai* YG, Gelbgold, Onyx, Smaragde und Diamanten, alles **Cartier**.

LINKE SEITE

Trenchcoat aus Leder mit Leopardenmuster, Rollkragenpullover aus Kaschmir und Seide, Bermuda-Shorts aus Schurwollkrepp, **Dior**. Sonnenbrille und Tasche *Panthère*, **Cartier**.



DIESE SEITE
Bedrucktes Kleid aus
Viskose, **Isabel Marant**.
Hut aus Wolle, **Anthony
Peto**.

RECHTE SEITE
Zweireihige Jacke aus
Krepp mit Animal-Muster
und Stretch-Shorts aus
Krepp, **Elisabetta
Franchi**. Armband
Indomptables de Cartier
mit Panther und Giraffe,
Gelbgold, schwarzer Lack,
Tsavorit und Onyx, Ring
Indomptables de Cartier mit
Tiger, Gelbgold, schwarzer
Lack, Tsavorit und Onyx,
alles **Cartier**.





DIESE SEITE
Wolljacke, Baumwolltop
und Denimrock,
Celine par Hedi Slimane.
Uhr *Panthère*, mittleres
Modell, Weissgold,
Diamanten und Emaile,
Armband *Panthère Massai*
WG, Weissgold, Onyx,
Smaragde und Diamanten,
Tasche Panthère,
alles **Cartier**.

ART DIRECTION Géraldine Dura
PRODUKTION Endrit Nurcaj
HAARE Massanori Yahiro
MAKE-UP Anja Grzeszczuk
FOTOASSISTENTIN Hélène Huet
TECHNISCHER FOTOASSISTENT
Nicolas Darde
MODEL Layla

**DANKE AN DIE CINÉMATÈQUE
SUISSE, DASS SIE
UNS DIE TÜREN ZUM CAPITOL
GEÖFFNET HAT.**

**DIESES FOTOSHOOTING
ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT
MIT CARTIER.**



Maria Felix und Barbara Hutton setzten auf den Panther als Schmuckstück, aber und auch die Schauspielerin Monica Bellucci (Bild).

Wilde Kreaturen

SEIT HUNDERT JAHREN SCHMÜCKT DER JUWELIER CARTIER UNERSCHROCKENE FRAUEN MIT RAUBTIEREN, DIE IHNEN GLEICHEN. EINE UNGEZÄHMTE LEIDENSCHAFT.

TEXT DIE REDAKTION

SIE SIND DIREKT VON DER Kinoleinwand entsprungen! Die legendären Diven des vergangenen Jahrhunderts trugen oft das Emblem der Raubkatze. Wie ein Talisman, der für ihr unbändiges Temperament steht. Sie hatten zweifellos einen Sinn für spektakuläre Inszenierungen. Bis heute setzt das Schmuckhaus Cartier die Tradition der skulpturalen Raubtiere, die mit Edelsteinen besetzt sind, fort – zu sehen auf den vorhergehenden Seiten. Anfang November konnten die Kunden in der Cartier-Boutique in Zürich unter anderem einen brandneuen Tiger entdecken (siehe rechts). Pierre Carcaillon von der Abteilung Tradition über die Stücke, die von einem frisch restaurierten Schmuckstück aus dem Jahr 1979 inspiriert wurden: «Damals war es bereits eine Interpretation der Grosskatzen. Sehen Sie sich das Fell an, es wirkt so lebendig!»

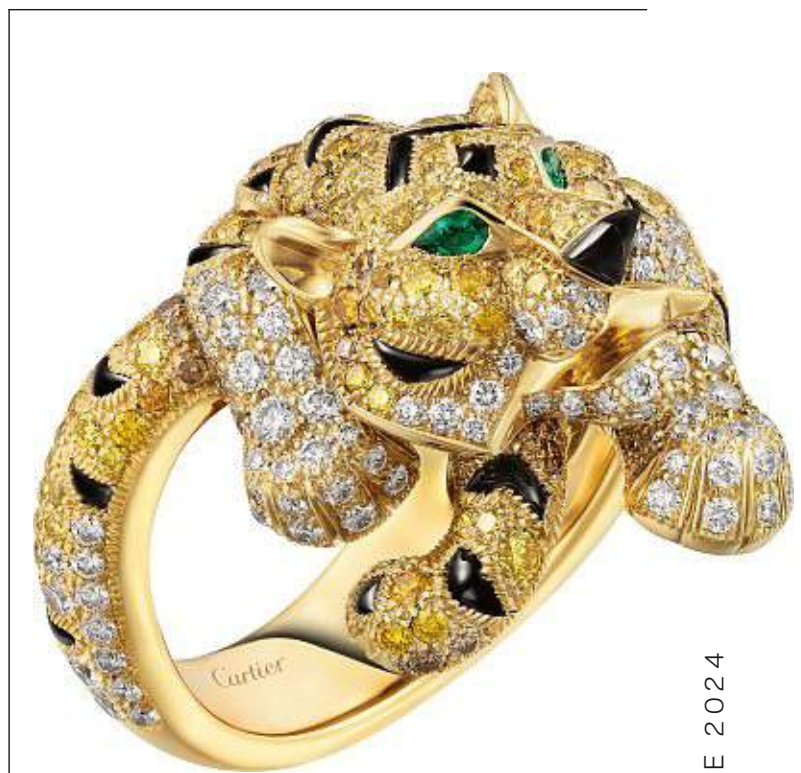
Das kann man vom allerersten Tiger des Hauses nicht behaupten, einem Anhänger aus Platin und Diamanten, der in den 1920er-Jahren für die New Yorker Society-Lady Barbara Hutton angefertigt wurde: Das Schmuckstück funkelte zwar, aber die Raubkatze, die an der Kette hing und ihre Beine baumeln liess, wirkte eher wie eine Jagdtrophäe als eine stolze, sprungbereite Raubkatze. Doch auch wenn der Tiger in Cartiers fabelhaftem Tierreich auf einer Stufe mit dem Zebra und dem Krokodil steht, kommt er nicht gegen den absoluten Star des Hauses an: den Panther. Er symbolisiert Frauen mit starker Persönlichkeit, die nicht zögern, ihre

Zähne zu zeigen, wenn man sie herausfordert. «Kein anderes Wesen hat diesen Status einer Ikone (...) im Lexikon des Schmucks des 20. Jahrhunderts erlangt», schreibt Pierre Rainero, Direktor für Image, Stil und Kulturerbe bei Cartier.

Am Anfang stand der Panther

Der gefleckte Pelz tauchte 1914 zum allerersten Mal in der Welt des französischen Schmuckhauses auf, in Form eines abstrakten Musters auf einer Uhr. Im Jahr 1917 folgte dann ein flüchtiges Muster auf einem Necessaire, das Louis Cartier seiner Herzensdame Jeanne Toussain schenkte. Die Verbindung war geknüpft: Besagte Dame wurde zu einer wichtigen Persönlichkeit und leitete Cartiers Schmuckkreationen 37 Jahre lang, von 1933 bis 1970. Sie wurde wegen ihres unabhängigen Lebensstils, ihrer Exzentrik, ihres Mutes und ihres Selbstbewusstseins «La Panthère» genannt. Sie machte ihr Lieblingstier zum Emblem des Hauses.

Im Jahr 1948 liess sie den Panther in Form einer Brosche, die der Herzog von Windsor der Herzogin schenkte, dreidimensional verarbeiten. So kam Bewegung in die edlen Katzen, wirkten sie auf einmal beinahe lebendig, zum Sprung bereit. Die seitdem entstandenen Kollektionen und aussergewöhnlichen Stücke bemühen sich, das schöne Tier stets neu zu erfinden: mal kuschelig, mal rebellisch, mal katzenhaft, mal gefährlich, immer rassig, stolz und elegant – der Panther und seine Launen eröffnen ein kreatives Territorium, das zu erforschen die Juwelierkunst nie müde wird. ●



DIE RÜCKKEHR DES TIGERS

Der Tiger wird im Wildreich von Cartier nicht so häufig gesichtet wie der Panther, gehört aber zur selben Spezies: der der furchtlosen Raubkatzen. Die jüngste Kollektion, die 2024 vorgestellt wurde, besteht aus einer Halskette, einem Armband, einer Brosche, einem Paar Ohrringe und einem Ring (oben). Das Fell, bestehend aus Gelbgold und Diamanten, die von Onyx-Streifen durchzogen sind, fängt die Lichtstrahlen ein. Und was ist mit den zusammengekniffenen Augen? Sie spiegeln die Tiefe des Smaragds wider ...

UNTERWEGS



Giorgio Armani liebt den Schnee. Die stellt er mit einer Kollektion unter Beweis, die dem Wintersport gewidmet ist – und mit hochgelegenen Terrassen, die mit seinem Namen gebrandet sind.

10

LUXUS IM SCHNEE

DIE GROSSEN MARKEN BRINGEN EINEN HAUCH VON GLAMOUR IN DIE BERGWELT. DIESE LABELS SIND GIPFELSTÜRMER DE LUXE.

TEXT KRISTIN MÜLLER



1 St. Moritz

Hüttengaudi

Das Konzept Seit den 1990er-Jahren feiert der Modedesigner Giorgio Armani seine Liebe für den Winter mit der saisonalen Kollektion Armani Neve – und stellt sie an exklusiven Shoppingdestinationen wie Paris, Milano, Tokio, Chengdu oder Chicago stolz zur Schau. In den Bergregionen geht der Italiener einen Schritt weiter.

Das Angebot Diese Saison spannt der Brand erneut mit den legendären Berghütten «Alpina» in St. Moritz und «1850» in Megève zusammen. Auf den mit individuell für die Location gestalteten Tischen und Stühlen der Panoramaterrassen servieren Mitarbeitende in speziell angefertigten Uniformen Cocktails und Armani-Pralinés auf für die jeweilige Location ausgewähltem Geschirr.

Die Details Die Bergterrassen-Take-overs von Giorgio Armani in St. Moritz und Megève beginnen mit dem jeweiligen Startschuss der Skisaison und enden mit deren Abschluss im kommenden Frühjahr.

www.armani.com

2 Alta Badia (IT)

Gourmet-Skisafari

Das Konzept Skifahren macht hungrig – und nie und nirgends wird dem so fantastisch Abhilfe geschaffen wie während des Saisonauftakts im Skigebiet von Alta Badia. Der Gourmet-Skisafari-Event, mit dem die Italiener alljährlich offiziell die Skisaison eröffnen, ist Kult: Statt den üblichen Küchenmannschaften stehen in ausgesuchten Hütten einen Tag lang preisgekrönte Michelin-Köche aus den umliegenden Hotels hinter dem Herd. Auf 2000 Metern Höhe in den Südtiroler Dolomiten.

Das Angebot Dieses Jahr dürfen sich hungrige Gourmetskifahrer auf exklusive Menüs der Sterneköche Massimiliano Alajmo, Simone Cantafio, Giancarlo Morelli, Cristian Fagone und Peppe Guida freuen.

Die Details Die diesjährige Gourmet-Skisafari findet am 14. Dezember zwischen 11 und 15 Uhr statt. Tickets sowie Informationen, welcher Koch in welcher Hütte welche Köstlichkeiten serviert, finden Sie auf der Website von Alta Badia.

www.altabadia.org

3 Gstaad

Chanel-Pop-up

Das Konzept Vergangenes Jahr war Chanel erstmals mit einer Winter-Pop-up-Boutique im Schweizer Nobelskiort Gstaad präsent – und stiess damit auf so viel Anklang, dass man das Projekt diesen Winter wiederholt. Als Location hat die Maison ein leicht abseits des Dorfcentrums gelegenes, traditionelles Holzchalet aus dem frühen 20. Jahrhundert ausgesucht – dasselbe wie schon letztes Jahr –, in dem auf einer Fläche von 120 Quadratmetern exklusive Highlights aus Prêt-à-Porter, Accessoires, Uhren und Schmuck präsentiert werden.

Das Angebot Die zwei Etagen bieten Platz für vieles: Von den neuen Croisière- und Coco-Neige-Kollektionen über Uhren, Taschen und Schuhe, Kosmetik bis hin zur Haute-Joallerie finden Chanel-Liebhaber hier absolut alles, was das Herz begehrt.

Die Details Die Pop-up-Boutique von Chanel an der Lauenenstrasse 2 in Gstaad ist vom 12. Dezember 2024 bis zum 9. März 2025 geöffnet.

www.chanel.com



4 Zermatt

Chin-chin!

Das Konzept Es ist mittlerweile eine Tradition, die sich gut eingespielt hat. Wenn die ersten Schneeflocken in den Skigebieten fallen, erobert das Champagnerhaus Veuve Clicquot die beliebtesten Bergterrassen der Alpen. Schaffelle, Gondeln, sogar eine Jurte oder eine Bar in den ikonischen Farben des Hauses erobern die Pisten.

Das Angebot Die Auswahl an Möglichkeiten, Bubbles mit Blick auf die schönsten Gipfel zu geniessen, ist gross. In der Schweiz gibt es in Zermatt (im «Hotel de la Poste», in der «Champagne Bar» und im «Bergrestaurant Blatten»), in Gstaad («Restaurant Eggli») und in St. Moritz («Sönnenstübli im Hotel Kempinski») drei Terrassen, die in den Farben des Champagnerhauses gehalten sind.

Die Details Um seine Champagnerflasche auf besonders schicke Weise zu transportieren, hat Veuve Clicquot ausserdem eine an eine Daunenjacke erinnernde Tragetasche und einen tragbaren Champagnerkühler mit dem schönsten Effekt entworfen. J.P.

www.veuveclicquot.com

5 Val d'Isère (F)

Süsses Vergnügen

Das Konzept Er ist ein weltweiter Star unter den Konditoren. Sein Instagram-Profil hat fast zwölf Millionen Follower, und Stars wie Blake Lively oder Alain Ducasse tauchen plötzlich in seinen Posts auf. Trotz seines überfüllten Terminkalenders wird Cedric Grolet diesen Winter seine delikaten Kreationen im «Airelles Val d'Isère» anbieten, einem der luxuriösen «Winterhäuser» des Versailler «Hôtel Airelles». Es befindet sich im Herzen des Dorfes am Fusse der Pisten Bellevarde und Solaise.

Das Angebot Der Patissier verleiht der traditionellen alpinen Tea Time seine hübsch respektlose Note. Neben seinen ikonischen Blumen und Früchten hat er auch einige Süssigkeiten entwickelt, die direkt von den umliegenden Bergen und den lokalen Geschmäckern inspiriert sind.

Die Details Lust auf Nomadentum? Das Hotel bietet eine «Royal Winter Tour» an, ein Abenteuer in drei Etappen über sieben Tage, von Versailles über Val d'Isère bis Courchevel. J.P.

Airelles Val d'Isère, Rue de la Poste 145, Val d'Isère, Frankreich, www.airelles.com

6 St. Moritz

Designoase

Das Konzept Der Ferienort im Engadin feiert seine reiche Geschichte, die den Aufschwung des Tourismus mit der Eroberung von Gipfeln durch die Engländer verbindet. Das Fünf-Sterne-Boutique-Hotel «Grace La Margna» mit seiner Jugendstilarchitektur ist Teil dieser noblen Vergangenheit. Die frische und ehrgeizige Renovierung soll den Chic der Vergangenheit in die Zukunft tragen, indem sie zeitgemässen, gedämpften Luxus bietet.

Das Angebot Hinter den kunstvollen Fassaden wurden die Innenräume vollständig dem italienischen Designhaus Molteni anvertraut. Die Zimmer und öffentlichen Bereiche sind mit ikonischen Möbeln von Namen wie Patricia Urquiola oder Rodolfo Dordoni ausgestattet.

Die Details Ein reiches astronomisches Angebot, eine Cocktailbar, eine Zigarrenbar und ein schicker Wellnessbereich mit einem Pool von 20 Metern Länge. Was will man mehr? R.L.

Grace La Margna Hotel, Via Serlas 5, St. Moritz, Zimmer ab 400 Fr., www.gracemoritz.ch



7 Lech (AU) Haubenspass

Das Konzept Der österreichische Nobelskiort Lech Zürs am Arlberg zählt 1500 Einwohner und 54 Gault-Millau-Hauben. Jeweils im Dezember feiert das Dorf seine international bekannte Gourmetkompetenz mit dem Festival «Arlberg Weinberg», einer zehntägigen Eventreihe, die ganz im Zeichen von grossartigen Weinen und fantastischem Essen steht – auf wie abseits der Skipisten.

Das Angebot Der Gourmetevent umfasst circa zwanzig Veranstaltungen rund um das Thema Wein, darunter Masterclasses, Dinners und Degustationen: Gemeinsam mit renommierten Experten werden Zukunftsthemen diskutiert, Weine bewertet, gegessen, getrunken – und natürlich genossen.

Die Details Die Eventreihe «Arlberg Weinberg» findet bis zum 15. Dezember, das dazugehörige Symposium vom 9. bis zum 11. Dezember 2024 statt. Weitere Infos zum Programm sowie Tickets gibt es online. www.lechzuers.com

8 St. Moritz Kunstklub

Das Konzept Letzten Winter machte die 2017 von Giorgio Pace und Nicolas Bellavance-Lecompte gegründete reisende Designmesse – sie gastiert regelmässig in Capri, Venedig und Monaco – erstmals in der Schweiz Halt und liess im leerstehenden Hotel «Eden» in St. Moritz etablierte Galerien und innovative Kunstschaffende und Designer in den Dialog mit ihrer Umgebung treten. Im Februar kehrt sie endlich zurück.

Das Angebot Die Baustelle des ehemaligen Gebäudes der Klinik Gut im Dorfkern von St. Moritz verwandelt sich während dreier Tage in eine ortsspezifische, immersive und vielschichtige Ausstellung von Design und zeitgenössischer Kunst. Die Aussteller – ausgewählte Galerien und Designer aus dem In- und Ausland – werden zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.

Die Details Die «Nomad St. Moritz» 2025 findet vom 20. bis zum 23. Februar im ehemaligen Gebäude der Privatklinik Gut statt. Der Eintritt ist frei. www.nomad-circle.com

9 Verbier Hoch hinauf

Das Konzept Es dürfte kaum einen Social-Media-Feed geben, in dem in den vergangenen Wintersaisons keine Bilder und Videos der vom italienischen Modehaus Prada gebrandeten Liftmasten in weltweiten Luxus-Skiresorts aufgetaucht sind: talwärts mit einem eleganten roten Streifen und dem Prada-Logo versehene Stahlrohrmasten, die sich langsam vor schneebedeckte Gipfel und den stahlblauen Himmel schieben. Minimaler Aufwand mit maximaler Wirkung – Prada weiss, wies geht.

Das Angebot Diese Wintersaison sollen Wintersportler im Skigebiet von Verbier in den Genuss des Anblicks der coolen Stahlrohrmasten kommen. Ob all dieselben Lifte gebrandet werden wie in den vergangenen Jahren, steht zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht fest.

Die Details Die Skisaison in der Wintersportdestination Verbier beginnt am 7. Dezember 2024 und dauert bis zum 21. April 2025. www.prada.com



Saisonale Luxus-Pop-ups in den Bergen sind eine Art **Gegenbewegung zum Massentourismus**

Mit Ski oder ohne Ski, im Winter sind **die Alpen der Place to be!**



Publikum hält sich dort auf, wo Unterhaltung stattfindet – oder ist es umgekehrt? Bis ins frühe 19.

Jahrhundert reisten vorwiegend Privilegierte und Abenteuerer in die Alpen. Es waren die Skigebiete, die umliegenden Gipfel und die spektakulären Lagen der Bergdörfer, die die nationalen und internationalen Touristen anzogen. Heute besuchen jährlich rund 120 Millionen Menschen den Alpenraum. Für viele Regionen stellt der Tourismus eine der wichtigsten Einnahmequellen dar. Dabei ist der Wintersport, der der Region als Ferienort zu so viel Beliebtheit verholfen hat – Skifahren, Snowboarden, Gletscherwandern, Langlauf – längst nicht mehr das Einzige, was den Reiz der Gegend ausmacht. Die Alpen sind zum winterlichen Tourismus-Hotspot geworden.

Kunst- und Designmessen, Musikfestivals, Pop-up-Restaurants, Störköche, temporäre Boutiquen: Das Angebot an Events und saisonalen Pop-up-Konzepten in den Wintersportdestinationen wird mit jedem Jahr breiter. Und während sie durchaus zur generellen Attraktivität der Ferienregionen beitragen, sind sie doch auch als eine Art Gegenbewegung zum Massentourismus zu verstehen: nämlich als Programm- und Treffpunkt für diejenigen – und nur diejenigen –, die Bescheid wissen, als kleine Inseln des Auserlesenen in einer endlosen Flut von massentauglichen Angeboten. Der Winter steht vor der Tür, und die Alpendörfer sind bereit. Es gibt viel zu entdecken, zu erfahren und zu erleben in den kommenden Monaten – wenn man nur weiss, was, wann und wo.

10 Zermatt Italianatà

Das Konzept Wie viele andere Luxuslabels begleitet auch die italienische Marke Herno ihre Kunden nun dorthin, wo diese sich im Winter aufhalten, nämlich in die exklusiven Skigebiete. Hernos erste Pop-up-Boutique ausserhalb der Stadt will während der Wintersaison die Kleidungsstücke, die in der Nachkriegszeit aus Regenmänteln und anderen schützenden Mänteln entstanden sind, bekannter machen. In den letzten Jahren haben die Kollektionen sich mehr in Richtung urbane Kleidung entwickelt. Was geblieben ist: die Produktion in Italien und die Verbeugung vor schönen Materialien.

Das Angebot Neben den schicken Mänteln und Daunenjacken, für die Herno bekannt ist und die unter dem Label Laminar zusammengefasst sind, bietet die Boutique auch Handschuhe, Hüte und Schals und sogar glitzernde Spitzenröcke für den Abend an.

Die Details In Zermatt schliesst sich die Marke mit der Konzeptstore-Kette Vietti zusammen, die auch am Ufer des Lago Maggiore entstanden ist. *R.L.*

Pop-up-Shop *Herno*, bei Vietti, Zermatt, www.viettishop.com



be inspired

Davidoff
CIGARETTES

Rauchen ist tödlich - hören Sie jetzt auf. Fumer tue - Arrêtez maintenant. Il fumo uccide - smetti subito.

Cheers!

DER TEUFEL STECKT IM DETAIL. MIT DIESER AUSWAHL AN GLÄSERN IST DER FESTTAGSTISCH FÜR ALLE EVENTUALITÄTEN GEWAPPNET – KOMME, WAS WOLLE.

AUSWAHL ENDRIT NURCAJ TEXT JULIEN PIDOUX



Das Haus Baccarat hat dieses Modell für keinen Geringeren als den Zaren Nikolaus II entworfen. Glas *Tsar*, ca. 3800 Fr., **Baccarat**.



Eine grosszügige Form, die entwickelt wurde, damit der Champagner seine ganze Vitalität entfalten kann. Glas *Josephine No 4*, 80 Fr., **Josephinehütte**.



Die modernistische Silhouette ist eine Anspielung auf die Architektur des Big Apple aus den 1960er-Jahren. Flûte *New York*, 260 Fr. (Set mit 2 Gläsern), **Prada**.



Der Bernsteinfarbton erinnert an die Ästhetik von alten Gläsern. Champagnerglas *Zuma* von Kelly Wearstler, ca. 35 Fr., **Serax**.



Diese mundgeblasene Schale trägt eine handgezeichnete Glyzinie aus den Archiven des Hauses. Coup *Tiffany Wisteria*, ca. 330 Fr., **Tiffany**.



Ein marokkanischer Sultan, ein iranischer Schah und ein indischer Maharadscha haben sich bereits in dieses Objekt verliebt. Glas *Lady Hamilton*, ca. 400 Fr., **Moser**.



Zeitloser Chic, der von den Details eines Uhrenmodells des Hauses inspiriert wurde. Martiniglas *Langley*, 135 Fr., **Ralph Lauren Home**.



Das perfekte Format, um ein Glas Petite Arvine zu geniessen. Tamigiglas *Linde*, in verschiedenen Farben erhältlich, ca. 25 Fr., **Ichendorf Milano**.



Das berühmte Cannage-Muster von Dior findet sich auf diesem Kristallmodell wieder. Wasserglas, 330 Fr., **Dior**.



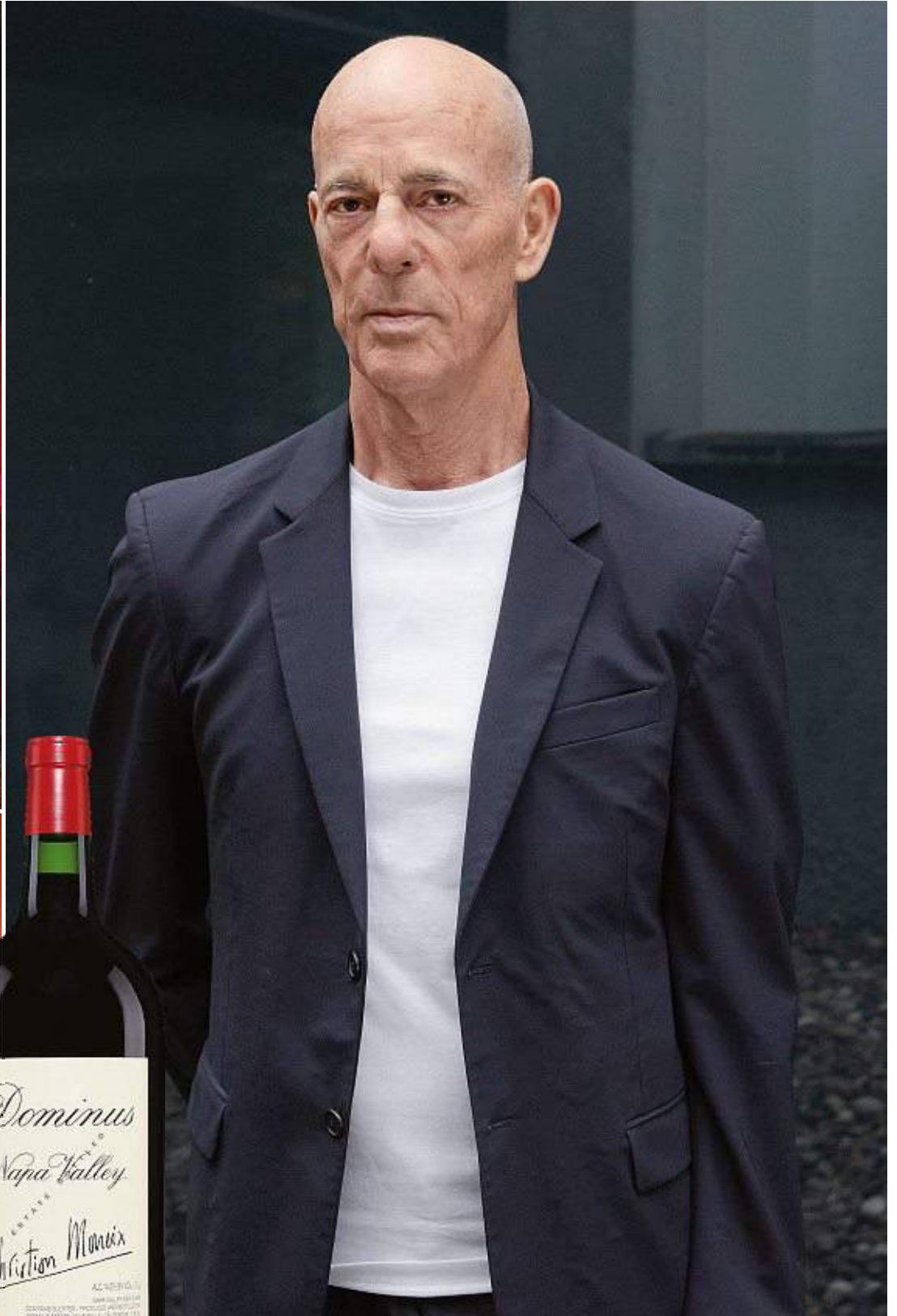
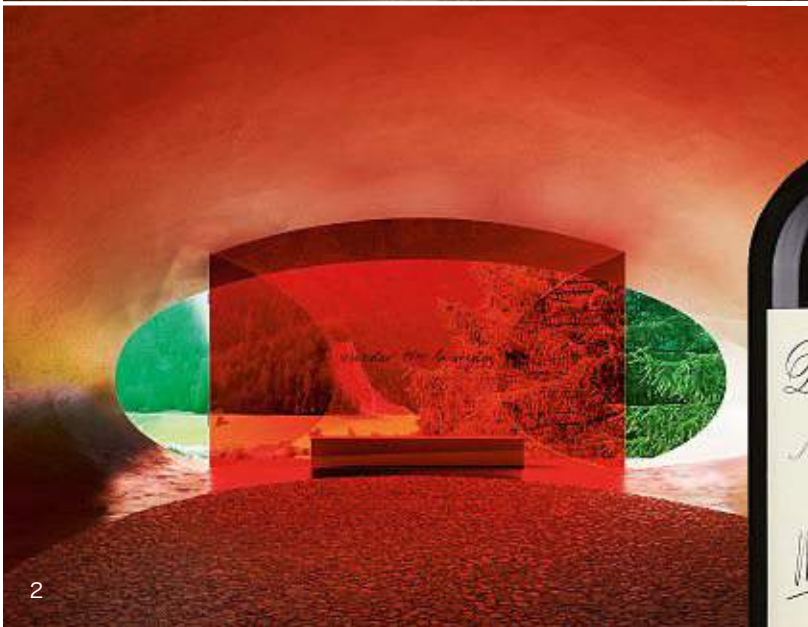
Eine fröhliche Retro-Annäherung an die böhmische Glaskunst. Glas *Beryl Hobnail*, ca. 95 Fr., **Klimchi**.



Die Eule, das Symbol der Weisheit, ziert dieses Whiskyglas. *Owl Old Fashion Tumbler*, ca. 400 Fr., **Lalique**.



Die Textur dieses farbenfrohen Glases ist vom Quilt inspiriert. *Quilted Murano Glas*, 235 Fr. (2er-Set), **La Double J**.



Jacques Herzog

DER ARCHITEKT UND CO-GRÜNDER DES BÜROS HERZOG & DE MEURON ÜBER SEINE LEIDENSCHAFTEN UND SEINE HERZENSSTADT BASEL.

INTERVIEW JULIEN PIDOUX

JACQUES HERZOG steht nie still. Mit seinem Geschäftspartner Pierre de Meuron gründete er 1987 das Architekturbüro Herzog & de Meuron, das einige der ikonischsten Gebäude der Welt entworfen hat – vom Vogelnest-Stadion in Peking bis zu den Roche Towers in Basel. Er und seine Teams haben auch das Hauptquartier der Bank **Lombard Odier (6)** entworfen, das 2025 in Genf eröffnen soll. Und soeben hat Jacques Herzog «seine» Zigarrenbar enthüllt, eine intime Lounge im Luxushotel «Trois Rois» in Basel.

Sie haben gesagt, dass die Lounge Teil Ihrer Privatsphäre ist. Warum?

Weil ich nicht weit von hier wohne. Die Bar heisst **The Council (1)** und ist fast ein egoistisches Projekt. Ernsthaft, es wird viel über das Konzept der «Ten-Minute-City» gesprochen, in der fast alles in der Nähe ist. Vor allem in den grossen Megastädten ist es wirklich mühsam geworden, sich fortzubewegen. In der Schweiz wird diese Idee vor

allem bei der Planung von Neubaugebieten wichtig, also nicht nur Wohnungen, sondern auch Arbeitsplätze, Restaurants, Bäckereien und Geschäfte in der Nähe anzubieten. Das ist wahrer Luxus.

Sie haben auch Projekte für Weingüter realisiert. Sind Sie ein Genussmensch?

Herzog & de Meuron beschäftigen sich mit allen Arten von Architektur, die uns Menschen umgibt. Aber es stimmt, dass ich Wein liebe, besonders französischen. Wir sind sehr gut mit Christian Moueix befreundet, einem der grössten Winzer der Welt. Er lebt in Bordeaux. Wir haben 1998 ein Projekt in Kalifornien für die **Dominus Winery (3)** realisiert.

Viele Ihrer Kunden sind Stammkunden.

Wir fühlen uns sehr geehrt, wenn wir Kunden haben, die wiederkommen, die zu Freunden werden und die selbst sehr gute Arbeit leisten. Wie Christian Moueix, die Ricola-Familie, mit der wir oft zusammenarbeiten durften, oder auch **Miuccia Prada (4)**.

Gibt es ein Projekt, das Sie derzeit besonders beschäftigt?

Es gibt vielleicht zwei Projekte, die mich in letzter Zeit besonders intensiv beschäftigen. Es handelt sich um eine **Autobahnkapelle (2)** in Andeer in Graubünden, für die wir immer noch nach einer Finanzierung suchen. Und das Projekt Calder Gardens in Philadelphia, USA.

Basel ist Ihre Wahlheimatstadt, haben Sie hier Lieblingsorte?

Es gibt einige Orte, die ich sehr mag und die ich regelmässig besuche. Etwa das Restaurant **«Chez Donati» (5)**, das nur wenige Schritte von unserem Büro entfernt ist, die grossen Museen der Stadt, das Stadtcasino – und natürlich liebe ich es, den FC Basel im von uns gebauten St. Jakob-Park spielen zu sehen! Im Stadtteil St. Johann befindet sich auch unser Büro, in der Nähe der Grenze, die Frankreich und die Schweiz verbindet. Ich war schon immer von der französischsprachigen Welt fasziniert – meine Mutter war zweisprachig und kam aus Biel. ☺



Lesen Sie das ganze Interview hier.

sweet wonders

