



encore!

DAS MAGAZIN MIT STIL | SONNTAGSZEITUNG

SCHÖNE DINGE
CORDELIA DE
CASTELLANES
GEHEIMER GARTEN

UHREN
HIMMELBLAUE
STUNDE

BEAUTY
BRÄUNE
DURCH
TRÖPFCHEN

SOMMER

MARITIME OUTFITS FÜR
WASSERRATTEN UND
SONNENANBETER

JUNI 2025

SonntagsZeitung



AUDEMARS PIGUET BOUTIQUES : CRANS-MONTANA | GENF | ZÜRICH

150
YEARS

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus



ROYAL OAK



Perlée
Armreif und Ring

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906





Schöne Schweizer Sonnenschirme von Glatz. **S. 11**



Kreativdirektorin Cordelia de Castellane, entführt in ihren geheimen Garten. **S. 12**



Das belgische Topmodel Hannelore Knuts enthüllt seine neue Passion abseits des Laufstegs. **S. 23**

SOMMER | JUNI 2025

HIGHLIGHTS

6 Lieblinge

Römische Gastfreundschaft, skandinavische Frische und japanische Schönheiten: unsere Ferientipps.

10 Beauty

Cleverer Tröpfchen: Die neuen Selbstbräuner sorgen für einen natürlichen, gepflegten Teint.

22 Uhren

Azurbau wie der Himmel, klar wie das Meer: Die Zifferblätter schimmern in Blautönen.



Baumwoll-Polohemd und Frottee-Mütze, **Celine**. **S. 16**



COVER

Jacke aus fließendem Viskose-Leinen mit Monile-Verzierung, **Brunello Cucinelli**. Badeanzug aus Jersey, **Celine**. Halskette **Happy Spirit** aus ethisch gewonnenem Weissgold mit weissen Diamanten, 8,3 Karat, **Chopard**.

FOTOS

Antoine Henault

STYLING

Simon Pyllyser

Alle Segel setzen

BLEIBEN? Wegfahren? Wenn Studenten mit Bierflaschen und Grill unterm Arm die Parks stürmen, um das Ende der Prüfungen zu feiern (oder zu vergessen), stehen Berufstätige vor der immer gleichen entscheidenden Frage: Soll man sich in den Sommerferien unter die Touristen mischen und dorthin fahren, wo etwas los ist (Griechenland, Provence, Toskana – Sie haben die Wahl!)? Oder sollte man die eigene Stadt geniessen und die Mittagspausen am Pool auskosten? Normalerweise bin ich recht entschlossensfreudig, was die Ferien anbelangt, gehöre ich jedoch zur Fraktion «Ein bisschen dies, ein bisschen das». Im Sommer tendiere ich zu kleinen Ausflügen und selten zu grossen Reisen



Renata Libal,
Chefredaktorin

in ferne Länder. Ich möchte mich an jedem Tropfen des lauwarmen Seewassers, an jedem Sonnenstrahl auf den Tomaten im Gemüsegarten erfreuen. In Sonnengelb, Poolblau und Wiesengrün wird das Leben auf wunder-same Weise leichter. Es hat etwas Therapeutisches, seine Antennen auf Ferienmodus einzustellen, selbst wenn man jeden Tag ein paar Stunden im Büro verbringt. Dazu tragen selbstgrillierte Fische bei, gebräunte Haut (entdecken Sie die neuen Selbstbräuner auf Seite 22) und natürlich die Kleidung! Um die mentalen Segel zu setzen und kleine Ärgernisse über Bord zu werfen, gibt es nichts Besseres als einen gestreiften Pullover im Marinestil und eine Schirmmütze für gute Laune (unsere Favoriten ab Seite 16). Wir wünschen Ihnen einen schönen Sommer – auch wenn Sie hier bleiben. ☺



Noch mehr Inhalte online auf encore-mag.ch



Bereits im Atrium des Hotels *La Minerva* kommt der Stil der *Belle Époque* voll zur Geltung.

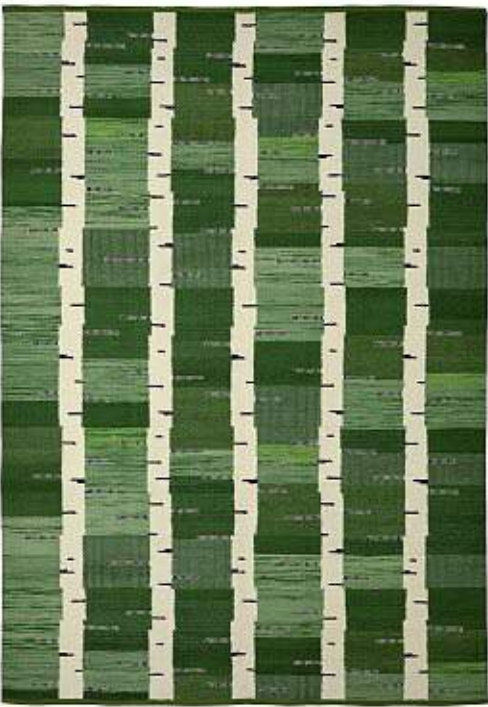
HOTEL

Zwischenhalt

Unter der Schirmherrschaft der Göttin der Künste und der Weisheit hat ein alles andere als vernünftiges Hotel im Herzen Roms seine Türen geöffnet. Das «La Minerva» zeichnet sich durch eine verschwenderische Pracht aus, mit einem lichtdurchfluteten Atrium, Marmorstatuen, opulenten Teppichen und Parkettböden. Dass die Holzbar die Reisen der Belle Époque heraufbeschwört, ist kein Zufall: Dieser Palazzo aus dem 17. Jahrhundert wurde vom Orient-Express-Konzern – ja, genau, der mit den legendären Zügen – renoviert. Er markiert die erste Luxusunterkunft des Anbieters, die nicht auf Schienen unterwegs ist. Das Erbe des Reisens zeigt sich bis ins

Detail, wie etwa bei den Nachttischen in Form von Reisekoffern. Aber das absolute Highlight ist die Dachterrasse im 7. Stock, wo die 360-Grad-Aussicht den Blick über die Denkmäler der Ewigen Stadt schweifen lässt: zum benachbarten Pantheon und zur Basilika St. Peter in der Ferne. Zudem gibt es hier das begehrteste Carpaccio di Gamberi Rossi. Dennoch vernachlässigt die Gruppe, die seit 142 Jahren unvergessliche Reisen organisiert, ihre DNA nicht: Seit dem Frühling durchquert der Zug «La Dolce Vita» mit neun sorgfältig restaurierten Waggons Italien. *Renata Libal*

Orient Express La Minerva, DZ ab 1300 Fr., laminerva.orient-express.com.



DESIGN

Alter Schwede

Als Gründer Ingvar Kamprad 1985 die erste Stockholm-Kollektion lancierte, sollte sie «das Beste von IKEA» repräsentieren: Möbel und Accessoires mit einem besonders hohen Design- und Qualitätsanspruch. Seitdem hat sie sich stets weiterentwickelt. Jetzt wird das 40-Jahr-Jubiläum mit einer neuen Ausgabe gefeiert: Als Inspiration diente die Natur, wie dieser Teppich mit Birkenmuster aufs Schönste zeigt. *T.B.*

Kollektion *Stockholm*, IKEA, 86 Teile, flachgewebter Teppich, 349 Fr., www.ikea.com.



GENUSS

Prima Pistazie

Seit einigen Jahren erfreut sich Eiskaffee, der wie früher Whisky «on the Rocks» getrunken wird, zunehmender Beliebtheit. Einziger Unterschied: Man muss nicht auf den Sonnenuntergang warten, um ihn zu genießen. Und da Kapselkollektionen ebenfalls im Trend liegen, kündigt Nespresso einen zarten Sommer in Gelb und Grün an. Die Accessoires spiegeln die Pistazien- und Vanillearomen des Kaffees wider. *R.L.*

Limitierte Kapselkollektion *Pistachio Vanilla Flavour Over Ice*, Nespresso, www.nespresso.com.



HAUTE JOAILLERIE

Bello – Bijou

Schon als kleiner Welpen lief Byron über den roten Teppich von Cannes. «Er ist ein richtiger Schauspieler!», sagt Caroline Scheufele lachend. Die künstlerische Leiterin des Schweizer Juweliers Chopard ist das Frauchen des kleinen Cavalier King Charles. Beim Filmfestival im Mai wurde dem charmanten Hund die Ehre zuteil, seinen Status als Maskottchen in Form einer imposanten diamantbesetzten Cocktailringversion zu festigen. Der Ring ist Teil der «Red Carpet Kollektion 2025»: Byron bellt nun fröhlich unter den 78 Schmuckstücken (eines für jedes Festivaljahr), zu denen auch Blumen und exotische Tiere zählen. Kein Wunder, dass Scheufeles anderen fünf Hunde ein wenig eifersüchtig sind – zumal der älteste des Rudels gerade auch sein eigenes TikTok-Konto eröffnet hat. *R.L.*

Chopard Red Carpet Kollektion 2025, 78 einzigartige Stücke, darunter der Ring *Byron* aus ethisch gewonnenem Weissgold, weissen, schwarzen und cognacfarbenen Diamanten (6,37 Karat), Rubinen, rosa Saphiren und Onyxaugen.



Der Stockholmer Schärengarten ist der grösste des Landes und besteht aus mehr als 30 000 Inseln.

REISE

Inselhüpfen



Fünf andere spannende Städte für einen coolen Sommertrip finden Sie hier.

Ein schwedisches Sprichwort besagt: «Många bäckar små gör en stor å» – viele kleine Bäche ergeben einen grossen Fluss. Angesichts des neuen «Stockholm Archipelago Trail» könnte man es auch wie folgt interpretieren: Viele kleine Inseln ergeben eine grosse Wanderung. In diesem Fall eine besonders spektakuläre. Der neu eingeweihte Wanderweg an der Ostküste Schwedens zieht sich über 270 Kilometer und sage und schreibe 22 Inseln. Ist Stockholm doch umgeben von sogenannten Schären, kleinen Eilanden aus Granit, die in der Ostsee liegen. Auf einigen locken Sandstrände, auf anderen durchquert man Birken- und Pinienwälder. Zur Stärkung dienen Heidelbeerbüsche, von denen man unterwegs naschen kann. Was den Inseln

sonst noch gemein ist: Bis auf zwei gibt es auf allen Saunen. Und egal wie sportlich man ist – natürlich müssen Sie nicht zwischendurch Schwimmflossen überstreifen, um die Wanderung fortzusetzen: Öffentliche Fähren, Taxi-Boote und private Charter verbinden die Route. Abends kann man auf Campingplätzen, in Hotels oder in Gästehäusern die Füsse hochlegen und nach Elchen, Wildschweinen und Rotwild Ausschau halten. Etwa im historischen Utö Vårdshus aus dem 18. Jahrhundert, einem Lieblingsort der Schauspielerin Greta Garbo. Bis es am nächsten Morgen heisst: Weiter geht's!

Tina Bremer

Stockholm Archipelago Trail,
www.stockholmarchipelagotrail.com.

UHR

Adrenalinjunkie



Das muss man sich erst mal trauen: einen Chronographen zu lancieren, ihn mit Karbon auszustatten, ihm einen Look zu verleihen, der eines Rennwagens würdig ist, und ihn zu einem begehrten Objekt zu machen, das auf 2025 Exemplare limitiert ist. Tudor hat es getan – und zwar nicht halbherzig. Die neue Black Bay wurde beim Grossen Preis von Miami präsentiert, einer der glamourösesten Etappen der Formel-1-Meisterschaft. Hier feierte die Marke ihre Zusammenarbeit mit dem Formel-1-Team Visa Cash App RB (VCARB), einem Rennstall, in dem der Franzose Isack Hadjar und der Neuseeländer Liam Lawson fahren. Seit die Netflix-Serie «Drive to Survive» dem breiten Publikum einen Blick hinter die Kulissen der Rennstrecken gewährt hat, wächst das Interesse an diesem Sport stetig. Ein perfektes Spielfeld für den Uhrmacher. Mathilde Binetruy

Tudor Black Bay Chrono Carbon 25, Automatik-
uhrwerk, Karbon, 42 mm, wasserdicht bis
200 m, limitiert auf 2025 Exemplare, 6800 Fr.



SPORT

Preisgekrönt

Die Schweizer Marke Mover verwendet null Plastik und garantiert gleichzeitig top Qualität. Und das mit Stil, bitte! Diese Lieblingsjacke wurde gerade mit dem renommierten «Red Dot Design Award 2025» ausgezeichnet. R.L.

Unisex-Outdoorjacke Ventile® Shell+, Mover, 595 Fr.



Perlenkette aus Glas des Künstlers Jean-Michel Othoniel.

AUSSTELLUNG

Zerbrechliche Perlen

Im Herzen der Croisette in Cannes erhebt sich stolz eine goldene Rose, nur wenige Schritte vom Trottoir entfernt. Ihre goldenen, zu Blütenblättern geformten Tropfen ziehen die Blicke auf sich. Einige Meter weiter, über dem Eingang des Kunstzentrums La Malmaison, fasziniert ein weiteres Spiegelglas-Kunstwerk: eine scheinbar schwebende Perlenkette. Die Installation trägt die Handschrift von Jean-Michel Othoniel. Bis Januar 2026 bespielt er das das Zentrum für zeitgenössische Kunst, das im Februar nach zwei Jahren Renovierung wiedereröffnet hat, mit der Ausstellung «Poussière d'étoiles» (Sternenstaub). Der französische Künstler hat das Belle-Époque-Gebäude und die Terrasse in einen kreativen Spielplatz verwandelt und speziell für diesen Anlass 53 der 91 ausgestellten Werke entworfen. Im Obergeschoss stehen Murano-Glas-

und Edelstahlbrunnen auf einem Bett aus blauen Ziegeln, das Erbe einer Reise nach Indien. Murano-Glas ist das Markenzeichen des 61-jährigen Bildhauers, der besonders für seinen «Kiosque des noctambules» in Paris bekannt ist. Immer wieder verwandelt er öffentliche Räume in immersive Kunstwerke. Aber nicht nur. Seit 2012 kollaboriert er auch mit dem Maison Dior. Das letzte ausgestellte Stück am Ende des Rundgangs ist denn auch eine zarte Blüte, die einen Flakon des Parfums «L'Or de J'adore» von Dior umschliesst. Während der Künstler bereits mehrere Flakons für den ikonischen Duft entworfen hat, präsentiert diese nummerierte Edition die erste Komposition, die Francis Kurkdjian 2023 für das Haus Dior kreiert hat. *Julie Queloz*

Ausstellung Jean-Michel Othoniel – Poussière d'étoiles, bis 4. Januar 2026, Tickets unter www.cannes.com.

TOP 5

Kaum ein Ferienziel wird gerade so heiss gehandelt wie Japan. Hier unsere Tipps:



1 Die Zeremonie. Wir probieren das traditionelle mehrgängige Menü Kaiseki im Restaurant «Hyotei» in Kyoto. Es ist vor 450 Jahren gegründet worden.

2 Der Markt. In den Gängen des überdachten Marktes Kuromon Ichiba in Osaka gibt es mehr als 170 spezialisierte Lebensmittelgeschäfte.

3 Der Schrein. Man meditiert vor dem Torii von Itsukushima auf Miyajima. Auf Pfählen gebaut, scheint er bei Flut über dem Wasser zu schweben.

4 Der Friedhof. Auf dem Berg Koya tritt man zwischen 200 000 Gräbern aus verschiedenen Epochen eine Reise in die Vergangenheit an.

5 Das Hotel. In Karuizawa liegt das Hotel Mampei seit 1894 in einer ruhigen und bewaldeten Umgebung. John Lennon war grosser Fan.

Kein heisser Wind

NICE TO HAVE



VON JULIEN PIDOUX

Grosse Hitze? Kein Grund, sich zu sorgen. Da Klimaanlage nicht gerade umweltfreundlich sind, lohnt

es sich, im Sommer in einen Ventilator zu investieren. Die Firma Stadler Form bringt genau rechtzeitig die neue Version ihres Simon-Ventilators auf den Markt. 2022 wurde das coole Stück mit dem «Good Design Award Japan» ausgezeichnet. Gleiches es doch eher einer Designerlampe oder einem Lautsprecher. Mit seinem graumelierten Stoffbezug, dem eleganten Standfuss und der praktischen



Ventilator Simon, Stadler Form, 199 Fr., www.stadlerform.com.

Fernbedienung (die dank eines Magneten am Fuss des Geräts haftet) ist er in wenigen Sekunden mit einem einfachen Inbusschlüssel (wird mitgeliefert) montiert. Erste Beobachtung: Er ist ultraleise – und somit der ideale Begleiter in tropischen Nächten. Darüber hinaus bietet er zehn verschiedene Geschwindigkeitsstufen, von einer leichten Brise bis zu einem Wind der Stärke neun auf der Beaufortskala – bildlich gesprochen. Praktisch auch, wenn Sie eine intensive Trainingseinheit absolvieren möchten, ohne zu überhitzen. Zwei besonders ansprechende Einstellungen sind die unabhängig voneinander einstellbaren Schwenkfunktionen, sowohl horizontal als auch vertikal, die es ermöglichen, jede Ecke des Zimmers zu kühlen, sowie die «natürliche Brise»-Funktion. Finden Sie dufte? Abwarten, es kommt noch besser: Als Zubehör kann man Duft-Pins kaufen, die den Raum parfümieren. Die Temperaturen mögen steigen und steigen... wir erwarten sie tiefenentspannt.

Charme der Riviera

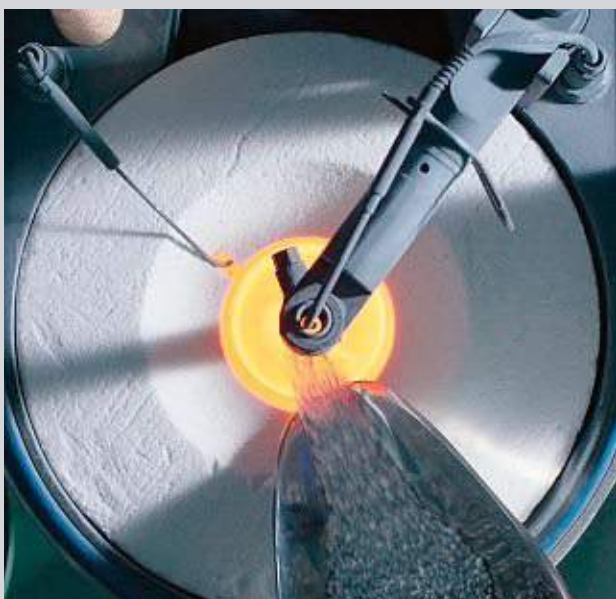
DER JUWELIER APM MONACO TRÄGT DEN MEDITERRANEN GEIST IN SEINE DREI BOUTIQUEN IN DER SCHWEIZ. DIE GESCHICHTE EINER **FAMILIENSAGA**, DIE SEIT 40 JAHREN FUNKELT.

TEXT DIE REDAKTION



IKONISCHES MONACO

Expansion Die Geschichte beginnt 1982 in Monaco. Ariane Prette und ihr Sohn Philippe arbeiten damals als Schmuckhersteller für verschiedene Häuser weltweit. 2012, mit 30 Jahren Erfahrung im Rücken, lancierten sie schliesslich gemeinsam mit Philippes Ehefrau Kika ihre eigenen Kreationen – die Geburtsstunde der Marke APM Monaco. Von Anfang an bot das Familienunternehmen Schmuck an, der sowohl den Luxus des Fürstentums als auch die Wärme Südfrankreichs verkörpert. Regelmässig lanciert das Maison seitdem Kollektionen, die den Zeitgeist treffen. Die ersten Boutiquen eröffneten in Cannes und Rom, bevor sich die Marke global weiterentwickelt hat. Heute zählt APM Monaco mehr als 500 Boutiquen, darunter 3 in der Schweiz: in Genf, Zürich und Lausanne.



KREISLAUF

Nachhaltigkeit Alle Kreationen werden in den eigenen Werkstätten von Hand gefertigt. 2300 Mitarbeiter sind auf sechs Produktionsstandorte verteilt. APM Monaco legt grossen Wert auf den Umweltschutz. Der Schmuck besteht hauptsächlich aus Zirkon oder Süswasserperlen, und das verwendete Silber stammt grösstenteils aus recycelten Quellen. Darüber hinaus ermöglicht das hausinterne Programm «Wonderland» den Besitzern von APM-Schmuck, diesen kostenlos reparieren oder reinigen zu lassen. Es ist auch möglich, zuvor im Geschäft oder online gekaufte Stücke zum Recycling abzugeben. Diese werden eingeschmolzen, und die Rohstoffe werden für neue Kreationen wiederverwendet. Ein wahrer Kreislauf der Nachhaltigkeit und ein breites Spektrum an Kollektionen für jedes Budget.



Inspiration Wie ein Sprung in eine Felsbucht oder ein Spaziergang durch die duftende Macchia: Die Kollektionen von APM feiern den Sommer und alles, was er mit sich bringt: vom Wasser glatt geschliffene Kieselsteine, helle Sonnenstrahlen und die leuchtenden Farben des Mittelmeers. Für ihre neueste Kollektion (lanciert am 1. Juni) haben die Kreativteams an dieser Tradition festgehalten und eine Reihe von Schmuckstücken rund um die schönste Jahreszeit entwickelt: Armreifen, Ringe, Ear Cuffs, Ohringe sowie Halsketten, alle elegant mit einem Zirkon verziert. Die glänzenden Stücke sind «leicht zu tragen und zu jeder Gelegenheit und zu jedem Outfit zu kombinieren», fasst Kika Prette zusammen.



KIKA PRETTE,
KÜNSTLERISCHE LEITERIN:
«DER SOMMER IST MEINE
LIEBSTE JAHRESZEIT, ER
VERKÖRPERT DIE GOLDENE
WÄRME UND DIE LEBENDIGEN
FARBTÖNE SÜDFRANKREICHS.
UNSERE NEUESTE KOLLEKTION
IST ELEGANT UND LEICHT ZU
TRAGEN.»

LÄCHELN!

Kreativität Alles beginnt mit einem Moodboard, das von Kika Prette entworfen wird und das auf jeweils einem bestimmten Thema basiert: Sommer, Regen, Familie... Es gibt die Richtung für die Designer vor, deren Handwerkskunst mit dem Mantra des Hauses vereint wird: chic, fashion, smile. Jede Kampagne umfasst nicht nur die Schmuckstück, sondern auch die Accessoires, das Gesicht (wie Eva Longoria oder Charles Leclerc), die Kommunikation, die Musik in den Boutiquen ... Alle drei Monate darf man sich auf eine neue Kollektion freuen.





Badeanzug *Sculpt* mit quadratischem Ausschnitt, **Etam**. Lippenstift in der Farbe Rose Himalaya (26, glänzend), **Hermès Beauté**.

Tröpfchenweise Bräune

SELBSTBRÄUNER WERDEN JETZT ALS HOCHWIRKSAME TROPFEN IN DIE CREME GEMISCHT – FÜR EINE PFLEGENDE GESICHTSFARBE.

TEXT JULIE QUELOZ FOTO ANTOINE HENAUT

DER SELBSTBRÄUNER erfindet sich neu – in Form von stark wirkenden Kondensperlen. Sie sollen ein für alle Mal Schluss machen mit dem Vorurteil, dass Bräune aus der Tube stets künstlich aussieht. Der belgische Chansonier Jacques Brel sang von Regenperlen, die aus Ländern kamen, in denen es nie regnet. In der Beauty ist heute die Rede von Sonnenperlen, die selbst Menschen strahlen lassen, die in Breitengraden leben, in denen der Himmelskörper zu wenig – oder zu stark – scheint. Denn seit Kurzem kann der Sommerteint tropfenweise auf das Gesicht oder den Körper aufgetragen werden. Die Selbstbräuner werden einfach mit der Tagescreme oder der Bodylotion vermischt,

und voilà, nach ein paar Stunden entfaltet sich eine subtile Bräune. «Die ersten Ergebnisse sind bereits nach zwei Stunden sichtbar, die optimale Bräune zeigt sich in der Regel nach sechs Stunden», erklärt Hélène Dafflon, Ausbildungsleiterin bei Nuxe. Die neuen Selbstbräuner gleichen einer kleinen Revolution: Ade, ihr fettigen, muffig riechenden Formeln von früher! Selbst die Seren der letzten Generation, obwohl verbessert, liessen oft die Frage offen: Wie sollen sie im Gesicht angewendet werden? Unter der Tagescreme? Darüber? Oder als Ersatz? Verpackt in kleinen Fläschchen ist die Anwendung der neuen Selbstbräunertropfen so konzipiert, dass die Beauty-Routine nicht gestört wird: Sie werden unkompliziert in die Pflege gemischt – zwei bis drei Tropfen

genügen –, um den bräunenden Effekt den anderen Vorteilen der Lieblingscreme hinzuzufügen. «Für ein optimales Ergebnis reicht es aus, sie zwei bis drei Tage hintereinander anzuwenden, um die Bräune aufrechtzuerhalten», erklärt Mathilde Thomas, Mitbegründerin von Caudalie. Im Februar 2025 hat die französische Marke ein neues Produkt auf den Markt gebracht: «Anders als klassische Formeln, die oft aggressiv oder geruchsintensiv sind, ist die Formel sanfter und respektiert selbst die empfindlichste Haut.» Eine kleine Rechnung: Drei Tropfen pro Tag, drei Tage lang, gemischt mit der Creme... Nur neun Tropfen für einen natürlichen Bräunungseffekt!

Das Gewinnerduo

«Wir verwenden DHA und Erythrulose, einen natürlichen Zucker, der mit den Proteinen auf der Hautoberfläche reagiert, um einen gebräunten Teint zu erzeugen», erläutert Thomas. Im Gegensatz zur klassischen Bräune reagiert DHA (vollständig: Dihydroxyaceton, aber belassen wir es bei der Abkürzung) mit Aminosäuren auf der Hautoberfläche. Diese Interaktion provoziert dann eine vorübergehende Bräunung: «Es handelt sich um einen allmählichen Effekt auf die Hautfarbe. Die Kombination der beiden Inhaltsstoffe ermöglicht eine natürliche Färbung der obersten Schicht der Epidermis, für einen gleichmässigen, gebräunten Effekt, ohne die Haut auszutrocknen oder sie orange wirken zu lassen», präzisiert die Expertin.

Die Basis dieser bräunenden Tropfen ähnelt sich im Grossen und Ganzen, aber jede Marke setzt ihre eigene Note. Bei Caudalie verstärken Traubenpolyphenole, das Markenzeichen des Hauses, die Feuchtigkeitzufuhr. Sie ist für ein natürliches und effektives Ergebnis unerlässlich. Rituals reichert sein Konzentrat mit einer Note von Karamell an, während Clarins auf die beruhigende Frische von Aloe vera setzt. Nuxe fügt der Erythrulose eine Dosis Hyaluronsäure hinzu: «Unser Serum besteht aus einem Duo aus natürlicher Hyaluronsäure. So können wir die Vorteile eines Selbstbräunungsprodukts mit der Feuchtigkeitwirkung eines Serums kombinieren und eine Oberflächen- sowie eine Tiefenwirkung erzielen», erklärt Dafflon von Nuxe. Drunk Elephant wiederum setzt auf Kakaoextrakt, um eine potente Dosis Antioxidantien bereitzustellen. Die traditionelle Basis enthält Peptide, die auf feine Linien der Haut abzielen. Jede Marke hat ihre eigene Formel, aber etwas eint alle Produkte: der Tropfverschluss, mit dem der Selbstbräuner genau dosiert werden kann für eine massgeschneiderte Bräune. Der Bonus? Wir können die Sonne so lange wie möglich auf den Wangen tragen – ganz ohne schädliche UV-Strahlung. ☺



Von links nach rechts: *Self-Tan Sun Drops*, 15 ml / 24 Fr., **Caudalie**. *Aqua-Gelée Selbstbräuner*, 50 ml / ca. 28 Fr., **Biotherm**. *D-Bronzi Anti-Pollution Sunshine Drops*, 30 ml / ca. 45 Fr., **Drunk Elephant**. *Self-Tanning Drops*, 20 ml / 25 Fr., **Rituals**. *Prodigueuse Boost*, Selbstbräunerserum, 30 ml / ca. 30 Fr., **Nuxe**.



AUFGESPANNT

OBEN MITTE Für die Schirme werden hochwertige Polyacrylstoffe verwendet.

OBEN RECHTS Die automatisch zugeschnittenen Segmente werden zusammengeñäht.

MITTE Die Aluminiumprofile für die Masten werden auf die richtige Länge zugeschnitten.

MITTE RECHTS Die Elektronik für LED-Leuchten oder Heizelemente wird in die Masten eingebaut.

UNTEN RECHTS Die fertigen Masten warten auf ihre Streben und Bezüge.

LINKS Die Sonnenschirme sind in rund 80 Farbtönen sowie diversen Streifenmustern erhältlich.



Auf der Sonnenseite

1895 BEGANN GLATZ MIT HANDGEFERTIGTEN REGENSCHIRMEN, HEUTE IST DAS UNTERNEHMEN EIN INTERNATIONAL GEFRAGTER HERSTELLER FÜR **MASSGESCHNEIDERTE SONNENSCHIRME**.

TEXT KRISTIN MÜLLER FOTOS JEREMY BIERER

SEIT 130 JAHREN und vier Generationen folgt die Familie Glatz derselben Maxime: der Zeit stets einen Schritt voraus zu sein. Das 1895 von Albert Glatz gegründete Unternehmen mit Sitz in Frauenfeld fertigte zunächst Regen- und Trachtenschirme, später dann Sonnenschirme – und zwar einige der besten weltweit.

COO Rolf Keller begrüsst uns im neuen Hauptsitz, den Glatz letztes Jahr bezogen hat. Auf rund 8000 Quadratmetern sind unter einem Dach Forschung und Entwicklung, Produktion, Verwaltung sowie ein Schulungszentrum vereint. Sichtlich stolz führt Keller durch die luftigen Räumlichkeiten – denn die Herstellung von Sonnenschirmen braucht Platz.

Wir beginnen unseren Rundgang im Herzstück der Firma: der Näherei. «Die Überzüge unserer Schirme werden individuell nach Kundenwunsch gefertigt. Dafür verwenden wir hochwertige Polyacrylstoffe, die wir aus Spanien, Italien und Österreich beziehen und einlagern – aktuell etwa 600 Rollen in 80 verschiedenen Farben.» Den Kunden stehen sämtliche Farbtöne sowie alle erdenklichen Kombinationen offen. Aus den Varianten von Farben, Formen und Gestellen lassen sich rund 20 000 unterschiedliche Sonnenschirme kreieren. Und doch: «Die Mehrheit unserer Kundschaft entscheidet sich für unifarbene Modelle in neutralen Tönen.» Gerade Streifenmuster

seien derzeit zwar wieder gefragter, machen mengenmässig aber nach wie vor nur einen kleinen Teil der Bestellungen aus.

Ist die passende Stoffrolle einmal ausgewählt, wird sie aufgespannt, und die Segmente werden anhand eines Schnittmusters elektronisch zugeschnitten. Damit der Schirm später überall perfekt gespannt ist, sind genau berechnete Hinter- und Kurvenschnitte erforderlich – genau dieses Know-how und diese Präzision machen die Qualität der Glatz-Näherei aus.

Gross- und Gartenschirme

Vor Beginn der Produktion bekommt jeder Schirm seinen eigenen kleinen Wagen zugeteilt: Was am Ende zusammengehört, bleibt zusammen, von Anfang an. «Sobald ein Schirm in Arbeit ist, soll er die nötigen Produktionsschritte so effizient wie möglich durchlaufen – das ist uns sehr wichtig.» Ein individuell gefertigter Gartenschirm ist in der Regel innerhalb von zehn Arbeitstagen versandbereit. Bei Grossschirmen beträgt die Produktionszeit – je nach Modell und Komplexität – zwischen zwei und vier Wochen.

Nach dem Zuschnitt folgen das Nähen des Saumes, das Zusammennähen oder Zusammenschweissen der einzelnen Segmente sowie das Anbringen der Befestigungselemente und Einzugshilfen. Der dabei verwendete Faden ist von spezieller Art. «Unsere Fäden quellen im Kontakt mit Wasser leicht auf, wodurch die Nähte bei Regen einen gewissen Grad an Wasserundurchlässigkeit erhalten.»

Für die kleineren Terrassen- und Gartenschirme endet die hausinterne Produktion an diesem Punkt. Die genähten Überzüge werden eine Etage tiefer geschickt, wo sie auf die fixfertig angelieferten Aluminiumgestelle eines Joint-Venture-Partners – man arbeitet seit über 30 Jahren zusammen – aufgespannt und für den Versand verpackt werden. Die Aluminiumprofile für die Grossschirme werden zwar in Italien oder der Türkei gemäss den Konstruktionszeichnungen des Glatz-Designteams produziert, dann jedoch in Frauenfeld mit all dem ausgestattet, was sie benötigen: Verstrebungen, Befestigungselemente, Verkabelung, LED-Streifen, Heizelemente – je nach den Wünschen des Kunden.

«Pro Jahr produzieren wir zwischen 3000 und 4000 Grossschirme und rund 20 000 Gartenschirme. Besonders der Markt für Grossschirme wächst stark, die Masten sind in allen RAL-Farben erhältlich.» Die einst so beliebten Holzgestelle werden teilweise abgelöst. Keller erklärt: «Es wird immer schwieriger, geeignetes Material zu finden, Holz als Naturprodukt altert unter den Witterungsbedingungen nur bedingt gut. Derzeit arbeiten wir an der Entwicklung eines Holzimitats aus beschichtetem Aluminium, was sehr vielversprechend ist.» Während sich Materialien, Designs und Kundenwünsche im Laufe der Jahrzehnte verändert haben, bleibt bei Glatz eines konstant: der Anspruch, Sonnenschirme nicht nur zu fertigen, sondern stetig weiterzudenken. ☺



Rolf Keller

Der Thurgauer startete seine Laufbahn mit einer Lehre als Maschinenmechaniker, bildete sich zum Maschinenbautechniker HF weiter und studierte anschliessend Internationales Management. Nach einem CAS in Produktionsmanagement und rund 15 Jahren internationaler Tätigkeit als Projektleiter – unter anderem in Deutschland und Ungarn – kehrte er 2017 zurück in die Schweiz und übernahm die Position des Produktionsleiters bei der Glatz AG. Seit 2023 ist der zweifache Vater Teil der Geschäftsleitung als Chief Operations Officer.



NATUR-
NOMADIN

Cordelia de Castellane teilt ihre Zeit zwischen der Stadt der Lichter, ihrem Landhaus samt **üppigem Garten** in der Nähe von Paris und ihrem familiären «Friedenshafen» in den Waadtländer Alpen auf.

DURCH DIE BLUME

DIE KÜNSTLERISCHE LEITERIN
VON DIOR MAISON UND BABY DIOR,
CORDELIA DE CASTELLANE, WIDMET
IHR NEUES BUCH IHREM GARTEN – IHRER
GROSSEN LEIDENSCHAFT.

INTERVIEW **JULIEN PIDOUX**

EIN MAKELLOS WEISSER SCHREIBTISCH steht vor einem Panoramafenster, durch das Licht flutet. Nur einen Steinwurf vom Arc de Triomphe entfernt, entwirft Cordelia de Castellane zarte Dekors für Teller oder kleine mit Blumenstickereien verzierte Kleider. Doch die künstlerische Leiterin von Dior Maison und Baby Dior benötigt auch manchmal – um nicht zu sagen oft! – Auszeiten vom trubeligen Paris. Dann zieht es sie gen Norden. Nahe Chantilly, eine Stunde von Paris entfernt, steht ihr Landhaus. Oder besser gesagt: ihr Garten, ihre kreative Oase. Denn die meiste Zeit verbringt Cordelia de Castellane an der frischen Luft, umgeben von Blumen. Auf zwei Hektar wachsen Dahlien, Lilien und Hortensien, die sie für ihr kleines Blumencafé in der Rue du Bac anpflanzt, das sie vor Kurzem unweit des Musée d'Orsay eröffnet hat. Ihre Leidenschaft für die Botanik hat sich schon früh entwickelt, bewässert von ihren Grosseltern und Spaziergängen in den Schweizer Bergen. Nein, langweilig wird der Cousine von Victoire de Castellane, künstlerischer Leiterin des Schmucks bei Dior, so schnell nicht. Dennoch hat sie Zeit gefunden, die Feder in die Hand zu nehmen, um über ihren Garten zu schreiben. «Flower Couture: From My Garden to My House» ist eine Hommage an die Blumen, mit denen sie ihr Leben und ihr Zuhause verschönert. Und bald auch das unsere, dank jeder Menge Tipps.

Wie lange haben Sie an dem Buch gearbeitet?

Rund eineinhalb Jahre. Ich wollte nach und nach Fotos sammeln, im Wechsel der Jahreszeiten. Einige habe ich persönlich aufgenommen, andere stammen vom Fotografen Billal Taright. Er besuchte mich jeden Monat, um die Blumen, die Pflanzen und die Entwicklung des Gartens zu fotografieren.

Ist das Buch eine Einladung, zu entschleunigen?

Ja, es geht darum, zum Wesentlichen zurückzukehren. Ich spreche viel über meine Ideen, die Dekoration, ich wollte meinen kreativen Weg aufzeigen. Die Natur hat mich seit meiner Kindheit am meisten beeinflusst. Ich wollte diesen Teil meines Lebens mit den Leserinnen und Lesern teilen, der letztlich viel privater ist als mein eigenes Zuhause. Denn mein Zuhause ist nur das Ergebnis dessen, wo alles beginnt – im Garten.

Sie haben kürzlich ein Café im Herzen von Paris eröffnet, in dem Sie die Blumen aus dem Garten Ihres Hauses verkaufen. Wie sind Sie auf die Idee gekommen?

Ich bin in den Bergen aufgewachsen, habe viel Zeit in der Schweiz, in den Waadtländer Alpen verbracht. Ich war oft bei meinen

Grosseltern, allein, da ich keine Geschwister habe. Mein Grossmalte, gärtnernte, pflückte Blumen, sie brachte mir ihre Namen bei, wir machten Herbarium. Damals gab es kein Instagram, aber es gab all diese Dinge, die wir mit den Händen machten. Sie versuchte immer, Aktivitäten rund um die Natur zu finden. Es waren sehr glückliche Jahre, die ich dort verbracht habe. Und ich denke, das ist ein bisschen meine «Madeleine de Proust», es ist zu meinem Leitfaden geworden. Und meiner Mutter geht es genauso mit den Blumen. So habe ich das Gärtnern entdeckt, sie kümmerte sich immer um ihre Rosen und Kamelien. Das ist etwas, das meine Kindheit geprägt hat und mich mein ganzes Leben begleitet hat. Letztendlich denke ich, dass Blumen die schönsten Musen der Welt sind. Es gibt einen Grund, warum alle grossen Künstler versucht haben, sie zu malen, zu fotografieren oder in der Mode darzustellen.

Fasziniert Sie eine Blume besonders?

Ich liebe alle Blumen, aber ich muss gestehen, dass ich ein kleines Faible für Dahlien und für Iris habe. Ich habe davon viele in meinem Garten.

Welcher ist für Sie der schönste Garten der Welt?

Highgrove, der Garten des englischen Königs. Ein sehr schöner, sehr nachhaltiger Garten. Charles III. entwickelt ihn seit 30 Jahren. Er ist wahnsinnig gut gestaltet und durchdacht.

Gestalten Sie Ihren Garten auch möglichst umweltfreundlich?

Ja, das ist mir wichtig. Das ist auch die Botschaft in meinem Buch. Aufzuzeigen, dass die Natur uns das Schönste gibt, was die Welt zu bieten hat. Für uns Schaffende ist sie eine immense Inspirationsquelle, die man bestmöglich bewahren muss. Ich finde, diese starke Botschaft sollte man auch mit einer Modefirma übermitteln, die sehr viel bewegt und Ressourcen verbraucht. Übrigens war Monsieur Dior selbst ein Mann der Erde, das sollte man nicht vergessen. Er liebte die Natur, er liebte sein Haus, er bewahrte es sehr. Das ist die Botschaft, die ich bei Dior zu vermitteln versuche.

Eine der letzten Kollektionen, die Sie für Maison Dior kreiert haben, dreht sich um die «Gris-gris». Talismane waren Monsieur Dior sehr wichtig, weil er sehr abergläubisch war. Sind Sie es auch?

Oh ja, absolut. Wissen Sie, ich bin jetzt fast 15 Jahre hier und ich glaube, ich hätte Dior nie so stark begleitet und mich so stark mit dem Haus identifizieren können, wenn wir nicht all diese gemeinsamen Leidenschaften hätten. Ich meine, Monsieur Dior wacht wie ein guter Freund über mich. Ein Mentor für alle, aber er ist ein bisschen mein «Geisterfreund», weil wir beide abergläubisch, kinderlieb und genussfreudig sind bzw. es waren. Und dann unsere Leidenschaft für die Blumen. Ich denke, die Erde, die Natur ist



AB IN DEN GARTEN

Cordelia de Castellane hat für ihr Buch «Flower Couture» (Rizzoli -Verlag) die Türen zu ihrem üppigen Garten weit geöffnet. Eine Einladung, sich die Hände schmutzig zu machen – auf die schönste Art und Weise.



DIE KUNST
DER
SCHÖNEN
DINGE

OBERN LINKS Nur wenige Schritte von den Tuileries entfernt hat de Castellane ihr Blumencafé Cordelia Coffee Flower Shop eröffnet.

RECHTS Teller aus der neuen Kollektion *Les Gris-gris de Monsieur Dior*. Cordelia de Castellane hat das Kleeblattmotiv, das dem Gründer des Hauses am Herzen lag, neu aufgegriffen.

UNTEN LINKS Maiglöckchen, die Lieblingsblume und der Glücksbringer von Monsieur Dior, schmücken diese Vase aus der Kollektion *Lily Dior*.

UNTEN MITTE Das Schloss *La Colle Noire*, das Christian Dior 1950 gekauft hat, dient auch heute noch als Kulisse für zahlreiche Veranstaltungen des Hauses.

unsere Therapie. Wir sind übrigens beide Wassermänner. Er hatte eine sehr ängstliche, ziemlich besorgte Seite, und ich glaube, der Kontakt zur Natur hatte einen beruhigenden Einfluss auf ihn. Er arbeitete am Wochenende viel auf dem Land. In diesem Raum hier (Anm.d.Red.: Sie zeigt mit der Hand über ihr sehr helles Büro, das an die Ateliers von Baby Dior und Dior Maison grenzt) kreiere ich nicht wirklich viel. Ich habe das Gefühl, einen ständigen und offenen Dialog mit dem Hüter des Hauses zu führen.

Wo finden Sie Ihre Inspiration?

Wissen Sie, wir sind Vampire, wir ernähren uns von allem: von einer Person, die auf der Strasse vorbeigeht, von einem bestimmten Licht, einem Detail. Die Reisen sind das, was dem Motor Antrieb gibt, um die Fantasie anzukurbeln. Ich kreiere viele Kollektionen für Baby Dior und Dior Maison, mein Geist ist an diesen Rhythmus gewöhnt. Und wenn er sich ab und zu ein wenig müde fühlt, dann gehen wir spazieren, frische Luft schnappen, um mit klareren Ideen zurückzukommen.

Wo erholen Sie sich?

Bei Ihnen in der Schweiz. Natürlich verbringe ich viel Zeit in meinem Garten, aber mein Zuhause des Herzens ist für mich tatsächlich die Schweiz. Dort fühle ich mich am wohlsten auf der Welt. Ich bin die Hälfte der Zeit dort, und meine Kinder gehen dort zur Schule. In der Schweiz muss ich mich nicht wirklich um einen Garten kümmern. Ich bin dort aufgewachsen, es gibt viele Dinge, die mich beruhigen, vielleicht wegen der Berge. Im Frühjahr, wenn die Narzissen einen Teppich bilden, sind die Berge rund um Montreux wunderschön. Ich mache viele Spaziergänge mit meinem Hund Mowgli in den Waadtländer Alpen.

Kommen wir zum Tisch: Was sind für Sie die Geheimnisse einer gelungenen Tafel?

Zuerst sollte man nicht eine Familientafel mit der Tischdekoration für ein Event verwechseln. Wenn man rund 600 Personen einlädt, eine aussergewöhnliche Szenerie schafft, ist das etwas anderes, es ist alles durchdacht, es wird ein Bild geschaffen, das Emotionen weckt. Ich sage immer, zu Hause machen wir keine Events. Man sollte die Dinge einfach halten, das gehört zum Chic. Danach arbeite ich eher nach Gefühl, ich denke nicht zu viel über meine Tischdekoration nach – auch wenn das vielleicht nicht so aussieht! Ich beginne oft mit den Blumen, natürlich saisonal. Und dann schaue ich, ob ich Lust habe, eine Tischdecke zu verwenden oder nicht. Ich wähle Teller aus, bei denen ich die Farben nicht unbedingt mit denen der Blumen abstimme. Ich mag den Kontrast. Es ist wichtig, eine schöne Basis zu haben. Man kann tricksen und Dinge haben, die ein bisschen flohmarktmässig sind, nicht sehr teuer, von

Französischer Chic
versucht, nicht bemüht
zu sein. Die Dinge sollen
natürlich erscheinen.

kleinen Marken, Zara Home zum Beispiel. Aber es ist wie mit dem Kleiderschrank: Eine Frau sollte ein hübsches schwarzes Kleid in ihrer Garderobe haben, drei oder vier essenzielle Kleidungsstücke. Schöne Gläser, schönes Besteck, das man kombinieren kann, um einen Tisch aufzuwerten. Und das Licht ist extrem wichtig. Ich dämpfe es gerne mit Kerzen. Ein gelungener Tisch ist, wenn es gut schmeckt und wenn Menschen, die man liebt, anwesend sind, viele Lacher, ein bisschen Wein, ein gebratenes Poulet, Käse, Brie, eine Mousse au Chocolat... Das gefällt auch meinen Kindern.

Dior steht für eine gewisse Vorstellung von französischer Eleganz. Wie würden Sie diese definieren?

Ich würde sagen, es ist etwas, das keinerlei Anstrengung zeigt. Die französische Eleganz sieht man nicht. Man fühlt sie, aber man sollte nicht merken, dass etwas Mühe gemacht hat, damit es elegant wirkt. Ich denke, das ist ein bisschen der französische Chic. Das «Zuviel», das «Ich habe es versucht» oder das «Ich habe mir den Kopf zerbrochen» sollte man vermeiden. Die Dinge geschehen einfach und natürlich.

Für Sie ist Handwerkskunst das Wichtigste?

Ohne die Handwerker bliebe alles auf dem Papier. Sie sind die wahren Zauberer. Ich habe grossen Respekt und eine immense Bewunderung für das Handwerk, insbesondere das französische und das italienische. Es ist die Stärke von Dior, talentierte Menschen einzubeziehen, um etwas auf eine magische Art zu erschaffen, das von hoher Qualität ist, das von Generation zu Generation weitergegeben wird. Ein Kleid von Baby Dior, ein Objekt von Dior Maison: Das sind keine Konsumprodukte, man sammelt sie, man bewahrt sie auf. Ich habe meine Kinder in meine eigenen Kleider von Baby Dior gekleidet. Heute bin ich die Hüterin dieser Qualität, das ist mir wichtig. ☺

Schlossgeschichten

IN DER REGION FRIBOURG WIRD DAS SCHLOSS ATTALENS AUF INITIATIVE DER FAMILIE FERRONATO WIEDER ZUM LEBEN ERWECKT – SAMT EIGENER TASCHENKOLLEKTION.

TEXT DIE REDAKTION



WO GESCHICHTE GEATMET WIRD

Das Schloss von Attalens thront auf einer Anhöhe etwas abseits des Dorfes und blickt auf eine jahrhundertlange Geschichte zurück. Vor fast drei Jahren wurde es von der Familie Ferronato erworben und verwandelt sich nun in einen intimen Rückzugsort, an dem das Familienerbe und das Know-how des gleichnamigen Lederwarenlabels mit dem lokalen Kulturerbe verschmelzen. In der Familie Ferronato gibt es in jeder Generation zahlreiche Künstler: Bildhauer, Maler... So findet sich hier ein Schachspiel, dessen Figuren vom Grossvater in feiner Handarbeit geschnitzt wurden, oder dort die drehbare Statue eines Onkels, die in der Ecke einer Bibliothek steht. Liebevoll renovieren Handwerker die Schätze des historischen Gebäudes und erwecken sie wieder zum Leben. Hier schmückt ein Stück aus dem 18. Jahrhundert eine erhaltene Decke aus dem 16. Jahrhundert, dort fügt sich die über tausend Jahre alte Wand des Bergfrieds in das Dekor ein. Die Renovierung, die von einem tiefen Respekt vor dem Kulturerbe geleitet wird, zielt darauf ab, die Seele des Schlosses zu bewahren und ihm gleichzeitig einen Hauch von Modernität zu verleihen.



EDLE MATERIALIEN

Innerhalb der historischen Mauern existieren Alt und Neu harmonisch nebeneinander, wird die Originalität der Materialien bestmöglich in Szene gesetzt. Sofas aus farbigem Leder geben den Ton für ein Leben im Schloss an, stehen direkt neben einem minimalistischen Bücherregal mit Metallgestell und Glasböden. In der Küche dient eine schwarze Granitarbeitsplatte als Blickfang. Als Fortsetzung des künstlerischen Erbes der Familie zieht ein Klavier, das seit über einem Jahrhundert im Besitz der Familie ist, alle Blicke auf sich. Eine Grossmutter spielte gerne Charleston darauf, heute klimpert ihr Urenkel klassische Melodien – die Geschichte wird weitergeschrieben.



MODISCHER ESPRIT

Unter einer imposanten Decke, einem Meisterwerk der Handwerkskunst, an der einst 3000 Nägel eine Zwischendecke hielten, arbeitet eine Schneiderin an den neuen Kreationen von Ferronato. Das Atelier ist im Erdgeschoss des Schlosses untergebracht. Zwischen Stoff- und Lederrollen wird die Nähmaschine aktiv, um den zukünftigen Modellen der Familienmarke Leben einzuhauchen. Seit drei Jahren entwickelt Ferronato Handtaschenmodelle aus gepanzerten Stoffen, einem System, das vor elektromagnetischen Wellen schützt. Die neuesten Kreationen thronen in gläsernen Vitrinen und verleihen der umgebenden Kunst eine zeitgenössische Note.



GEHEIME SCHATZTRUHE

Hinter dem Salon führt eine unscheinbare kleine Tür zu einem geheimen Raum. Er ist mit Gemälden aus dem 16. Jahrhundert dekoriert und war beim Kauf der Immobilie nicht im Grundriss verzeichnet. Die Gemälde waren vermutlich übermalt worden, um der damals geltenden Kunststeuer zu entgehen. Das Schloss, eine unerschöpfliche Inspirationsquelle, hat sich als Ideenschmiede für das Ferronato-Team etabliert. In der Halle gesellt sich ein Wandteppich zu einem sorgfältig renovierten Parkett und zu Kronleuchtern. Und das Schloss hat noch nicht alle seine Geheimnisse preisgegeben: Einige Räume, deren Existenz belegt ist, wurden bisher noch nicht entdeckt ...

MODE

STEUERBORD MIT STIL

UNSERE SCHÖNSTEN BEGLEITER IM SOMMER?
MARITIME OUTFITS. AYE, AYE, FASHION!

FOTOS ANTOINE HENAULT **STYLING** SIMON PYLYSER



DIESE SEITE Lange transparente Seidenweste, **Akris**. Badeanzug *Aquarelle* aus Polyamid, **Eres**. Viskosemütze, **Emporio Armani**. Ballerinas *Horsebit* aus Leder, **Gucci**.
LINKE SEITE Wollpullover mit V-Ausschnitt und Hose *Jaipur* aus glänzender Seide, **Louis Vuitton**. Satin- und Kalbsledersandalen aus der Kollektion *Dioriviera*, **Dior**.



DIESE SEITE Bedrucktes Strickbustier und bedruckter Strickrock, Top aus Seide (als Kopftuch getragen) und Sandalen aus Satin und Kalbsleder aus der Kollektion *Dioriviera*, **Dior**.
RECHTE SEITE Minikleid aus besticktem Baumwollstoff, gestreifte Beuteltasche aus Baumwolle und Sandalen aus Kalbsleder mit Schnalle, **Prada**.





DIESE SEITE Badeanzug aus Stretchjersey und Halskette aus Metall, Stoff, Glas und Harz, **Chanel**. Hut aus Raffia, **Brunello Cucinelli**.

ART DIRECTION Géraldine Dura **PRODUKTION** Endrit Nurcaj **CASTING** Isadora Banaudi
FOTOASSISTENT Jacky Verlan **HAARE UND MAKE-UP** Stéphanie Farouze **MODEL** Inès

DIESES SHOOTING ENTSTAND AUF DER SEGELYACHT CLUB MED 2 IN ZUSAMMENARBEIT MIT CLUB MED. VIELEN DANK AN ALLE BESATZUNGSMITGLIEDER.



Eine Kreuzfahrt an Bord dieses Juwels der Meere lässt sich nur im **Superlativ** beschreiben: *Club Med 2* ist der grösste Segelkreuzer der Welt.

In den Segeln **die Freude**

«CLUB MED 2», EIN STOLZER FÜNFMASTSEGLER, VERKÖRPERT DEN AUFSTIEG DER BERÜHMTEN FREIZEITMARKE. **STILVOLLE EINRICHTUNG**, RAFFINIERTER GERICHTE, YOGA-KURSE: WILLKOMMEN AN BORD!

TEXT DIE REDAKTION

DAS PERSONAL ist damit beschäftigt, die Klappstühle der Bar mit weissen Hussens zu überziehen und Makramee-Mobiles aufzuhängen, während in der Boutique die langen, makellos weissen Kleider hervorgeholt werden. Heute findet die «White Night» statt, die maritime Tradition wird vor der spanischen Küste gefeiert. An diesem besonderen Abend empfängt der Kapitän die Passagiere persönlich und stellt seine Offiziere vor. An Bord von «Club Med 2» klatschen die 230 Segler begeistert, als Yvon Lalogue die Talente und die Disziplin seiner 14-köpfigen Offiziersmannschaft lobt und die Eleganz und die Technologie des Schiffes würdigt. Gemessen an den Tonnen und an seiner Grösse ist «Club Med 2» das grösste Segelschiff der Welt. In diesem prestigeträchtigen Rahmen hatte das Team von «encore!» das Privileg, die Fotos für die vorangegangenen Seiten zu schiessen. Die 1992 in der Werft von Le Havre vom Stapel gelaufene Yacht mit Doppelantrieb – Segel und Elektro – bietet eine Fülle von Superlativen: 187 Meter Länge, 8 Decks, 7 Segel mit einer Gesamtfläche von 2500 Quadratmetern. Die Idee dahinter: die Mythologie der Hochseereisen wieder aufleben zu lassen, im Einklang mit den Launen des Windes und mit spannenden Zwischenstopps. So segelt das Schiff im Winter in der Karibik und im Sommer im Mittelmeer, jeweils zum Saisonwechsel wird der Atlantik überquert. In der Kapitänskajüte erinnern Messingtafeln an die Passage. Für «Club Med», der dieses Jahr sein 75-jähriges Bestehen feiert, ist dieses Schiff das Nonplusultra seiner «Exclusive Collection». Die Angebote der Luxuslinie – besonders exklusive Resorts – finden sich heute an 11 der

70 bestehenden Reiseziele. «Club Med 2» ist eine Welt für sich, ein Zufluchtsort, an dem man dem lauten Alltag entflieht. «An Bord ist das Erlebnis intensiver als in den Resorts an Land», betont Adrien Gailhac, CDV – Chef de Village, laut «Club Med»-Terminologie. «Man spürt, dass die Menschen hier eine ganz andere Energie haben.»

Die Wellen im Blick

Eine Yoga-Stunde, bitte! Die Balance-Asanas sind eine Herausforderung, auch wenn das Segelboot mit seinem tiefen Kiel bemerkenswert stabil ist. Beim «Baum» krallen sich die Zehen der Yogis am Deck fest, passen sich die Fusssohlen dem Rhythmus der subtilen Schwankungen des Bootes an. Und, hach, es erübrigt sich, die Sonnengrüsse am Morgen zu kommentieren, bei denen der Blick auf den Horizont gerichtet ist. Das Yoga-Angebot reiht sich ebenso wie die diversen Wassersportarten und die Spa-Behandlungen (mit Produkten der Kosmetikmarke Sothys) in das breite Angebot ein. Auch die kulinarischen Genüsse sind ambitioniert: Confit vom Kabeljau, Pasta mit Tintenfischtinte, langsam gegarte Lammkeule... Das vielfältige Buffet wird durch einen Service aufgewertet, der das Erlebnis veredelt und nebenbei darauf achtet, dass es kaum Foodwaste gibt. Was an Bord aber fast am meisten beeindruckt, ist die geschickte Steuerung der Besucherströme. Niemals fühlt man sich von der Menschenmenge überfordert. Die kürzlich erfolgte Renovierung hat die Räume in den frischen Farben der Riviera neu gestaltet. Diese Leichtigkeit spiegelt sich auch auf der Tanzfläche wieder, wo der DJ ab 22 Uhr die Gäste anzieht. «Wir sind schön, wir sind glücklich, wir sind «Club Med 2»!», skandiert der Club-Chef auf Französisch. Schliesslich ist die Feierlaune untrennbar mit dem Geist des Hauses verbunden. ☺



EIN ARMBAND DER LEICHTIGKEIT

Ganz am Anfang, vor nunmehr 75 Jahren, gab es die Halskette, deren Perlen einen bestimmten Wert symbolisierten, der gegen Dienstleistungen im Resort eingetauscht werden konnte. Seit der Nachkriegszeit profiliert sich «Club Med» als Pionier des unbeschwerten «All-inclusive»-Konzepts. Der Preis steht vor der Abreise fest, sodass es hinterher keine bösen Überraschungen gibt. Heute geht es bei diesem Prinzip allerdings mehr darum, abzuschalten – um das Leben der Freizeitskipper zu erleichtern. An Bord von «Club Med 2» tragen die Passagiere ein schmales Armband am Handgelenk, mit dem sie die Kabinentür öffnen und eventuelle Extras – Massagen im Spa, Sammlerweine, Einkäufe im Shop – bezahlen können, ganz ohne Portemonnaie. Natürlich könnte man es auch als Glücksbringer aufbewahren ...

Blaue Stunde

EINE WELLE BLAUER UHREN EROBERT DIE HANDGELENKE. AZURBLAU WIE DER HIMMEL, KLAR WIE DAS MEER, VERKÖRPERN DIE **ZIFFERBLÄTTER** WASSER UND LUFT: DER ULTIMATIVE FARBTON DES SOMMERS.

TEXT MATHILDE BINETRUY

IM ENGLISCHEN steht das Wort «blue» für Melancholie. Ganz anders in der Uhrmacherei, wo blaue Uhren begehrt sind und die Laune heben. Im Jahr 2025 wird ein klarer und leuchtender Blauton, der sich irgendwo zwischen Gletscherblau und Ultramarin bewegt, auf den Zifferblättern vorherrschen. Eine zarte, fast frostige Farbnuance, inspiriert vom Element Wasser. Man denke an ein Sorbet am Ufer der Ägäis. Oris, Breitling, Bucherer Exclusive: Alle grossen Häuser präsentieren ihre eigene Version davon. Der Trend zu Blautönen ist nicht neu. Seit etwa einem Jahrzehnt hat sich Blau langsam, aber sicher als schicke Alternative zu Schwarz

und Weiss etabliert. Zuerst klassisch als Marineblau, entwickelte es sich weiter zu Türkis, wie solches, das man mit dem Haus Tiffany in Verbindung bringt. Aber nicht nur. Erinnern Sie sich an die Präsentation von Rolex im September 2020 mit einem Zifferblatt in einem poppigen Indigoton? Das Himmelblau von 2025 ist zarter, kündigt sich aber als grosse frische Brise an. Es begeistert durch seine Sanftheit. Doch täuschen Sie sich nicht: Hinter der scheinbaren Leichtigkeit verbergen sich technische Meisterwerke, hergestellt aus modernsten Materialien wie Keramik oder Saphir und versehen mit sorgfältigen Veredelungen wie das Gravieren von Guilloché und dem Sonnenschliff. ☺



GLAMOURÖS

Diese elegante City-Uhr hat alles, um zu gefallen: einen sportlich-schicken Look und ein lackiertes Zifferblatt in Gletscherblau mit Sonnenstrahl-Finish. Das ikonische Design des Kreises findet sich im Quadrat wieder, inspiriert von der Luftfahrt.
Bell & Ross BR-05, Automatikuhrwerk, Edelstahl, 36 mm, wasserdicht bis 100 m, 4200 Fr.



KRISTALLKLAR

Hublot paart hier eines der komplexesten Materialien – den Saphir – mit Coolness. Der Reiz dieser Transparenz? Man scheint sich in der Uhr zu verlieren.
Hublot Big Bang Unico Water Blue Sapphire, Automatikuhrwerk, Water Blue Sapphire, 44 mm, wasserdicht bis 50 m, limitierte Auflage von 50 Exemplaren, 125 000 Fr.



LUFTIG

Diese Edition ist den Sternstunden der Luftfahrt gewidmet. Perfekt, um im Sommer mit ihr die Welt zu bereisen. Der Gletscherblauton des Zifferblatts sorgt für Abkühlung in Gedanken.
Breitling Navitimer B19 Chronograph 43 Perpetual Calendar, Automatikuhrwerk, Edelstahl, 43 mm, wasserdicht bis 300 m, 29 000 Fr.



EXKLUSIV

Das Azurblau nimmt offiziell seinen Platz auf diesem Zifferblatt mit handguillochiertem Wabenmuster ein. Es ist das perfekte Stück für einen Tag an den Stränden des Mittelmeers.
Chopard L.U.C. Strike One Bucherer Exclusive, Automatikuhrwerk, Lucent Steel (80 Prozent recycelter Stahl), 40 mm, limitiert auch acht Exemplare, Preis auf Anfrage.



PUR

Selten war eine Uhr so zart. Der Grund? Das hellblaue Zifferblatt, das von Hand nach einer alten Technik gekörnt wird.
Parmigiani Fleurier Toric Quantième Perpétuel Platinum Moring Blue, automatischer Aufzug, Platin 950, 40,6 mm, wasserdicht bis 30 m, limitiert auf 50 Stück, 92 000 Fr.



SUBTIL

Keine Logos, keine Indizes, nur ein intensives Türkisblau. Dieser einzigartige Farbton wird durch eine komplexe Technik erzielt: Grand-Feu-Email mit gehämmertem Finish.
H. Moser & Cie Endeavour Tourbillon Concept Turquoise Enamel, automatischer Aufzug, 5N-Rotgold, 40 mm, wasserdicht bis 30 m, 75 000 Fr.



ABENTEUERLICH

Diese Alpinistenuhr ist vom Mount Vinson in der Antarktis inspiriert. Mit ihren rotierenden Globen ist sie der ideale Begleiter für Entdecker.
Montblanc 1858 Geosphere O Oxygen Mount Vinson Limited Edition, Automatikuhrwerk, Titan, 43,5 mm, wasserdicht bis 100 m, limitierte Serie von 986 Stück, 8 100 Fr.



ERFRISCHEND

Sowohl schick, cool, schlicht als auch poppig, nährt diese Uhr Träume von Exotik. Ihr türkisfarbenes Zifferblatt passt perfekt zum Blau des Pools oder der Karibik.
Oris Big Crown Pointer Date, Automatikuhrwerk, Edelstahl, 40 mm, wasserdicht bis 50 Meter, 2 000 Euro.



Hannelore Knuts

DAS BELGISCHE TOPMODEL, DAS ZUGLEICH SCHAUSPIELERIN IST, IST **EINE HOHEPRIESTERIN DER ENTSCHEIDUNG** UND EINES NACHHALTIGEN LEBENSSTILS.

INTERVIEW SILKE BENDER



UM DIE JAHRTAUSENDWENDE surfte Hannelore Knuts auf dem Scheitelkamm der «Belgienwelle» von Models. Die Outfits, die sie trugen, haben die Mode dekonstruiert und intellektualisiert. Knuts androgyner Look war so gefragt, dass die «Vogue Italia» sie in den Jahren 2000 und 2001 fünf Mal auf den Titel brachte – ein bisher ungeschlagener Rekord. Sie stand für die grössten Fotografen der Epoche vor der Kamera und war das Gesicht für Kampagnen von Prada, Gucci oder Yohji Yamamoto. Noch heute, mit 47 Jahren, ist sie auf den Laufstegen präsent – bei **Dries Van Noten (3)** lief sie für die aktuelle Männerkollektion, für Valentino präsentierte sie die Haute-Couture-Sommerkollektion 2024. Knuts ist aber nicht nur in der Mode zu Hause, sondern auch im Film, in der Kunst und in der Musik – und liess sich vor einigen Jahren zur Achtsamkeits- und Meditationslehrerin ausbilden. Bei Auftritten im Fernsehen und in den sozialen Medien proklamiert sie einen nachhaltigen Lebensstil.

Wie haben Sie den Übergang von der Mode zur Achtsamkeit vollzogen?

In meinem hektischen Leben als Model suchte ich nach kleinen Ankern im unstillen Alltag, an denen ich mich festhalten konnte. Düfte und Schmuck waren wichtig: Ich hatte einen kleinen Beutel mit Lavendel und ein winziges Medaillon mit dem Foto meines Liebsten bei mir.

Daher Ihr Projekt mit dem Antwerpener Schmuckhaus Wouters & Hendrix?

Wir haben gemeinsam den **Ring L'essence (1)** (über www.wouters-hendrix.com, Anm. d. Red.) entworfen. Man füllt ihn mit einem in Duftöl getränkten Docht und kann bei Bedarf den seitlichen Stein drehen, um daran zu riechen und sich mit einem Atemzug zu erden.

Welche Düfte sind dazu in der Lage?

Ich kombiniere Meditation gern mit Aromatherapie und habe eigens für den Ring einen beruhigenden Dreiklang aus Rhododendron, Neroli und Ylang-Ylang entwickeln lassen.

Haben Sie auch das Design entworfen?

Nein, das überliess ich Wouters & Hendrix. Aber mein Moodboard enthielt Inspirationen, die mir am Herzen liegen, wie das **Empire State Building (5)** in New York, weil ich Art déco liebe und es lange Zeit «meine Stadt» symbolisiert hat.

Gibt es Künstler, die Sie inspirieren?

Die **Fotografin Lee Miller (4)**, weil ich Fotografie in Antwerpen studiert habe und sie mein Idol war. Der Schweizer Künstler Ugo Rondinone, denn sein Landart-Werk «Seven Magic Mountains» in der Wüste von Nevada hat mich beeindruckt. Und das Lied «Stairway to Heaven» von Led Zeppelin.

Wie ist es, nach mehr als zehn Jahren in New York wieder in der alten Heimat Antwerpen zu leben?

Man kann Äpfel nicht mit Birnen vergleichen. **Antwerpen (2)** ist wie ein Dorf. Als allein-erziehende Mutter mit einem zehnjährigen Sohn fühle ich mich in meiner alten Heimat dennoch wohler. ☺





Cartier