



encore!

MODE

BEAUTY
DIE GEHEIME
KRAFT DER
ROSEN

INTERVIEW
DIE SCHMUCK-
WELTEN VON
PIERRE HARDY

ZWISCHENSAISON
STRICK,
AHOI!

SEPTEMBER 2026

SonntagsZeitung





REACH FOR THE CROWN

DIE LAND-DWELLER

BUCHERER
1888



ROLEX

Hermès. In gestrecktem Galopp!





Designer Pierre Hardy kreiert geometrische Welten. **S. 16**



In der Kosmetik offenbaren sich die Geheimnisse der Rose. **S. 36**



Eine Ode an den Minimalismus – bis auf ein Detail. **S. 34**

MODE | SEPTEMBER 2026

HIGHLIGHTS

12 Swiss Made

Achtung, Apéro: Nahe Bern werden Haselnüsse und Erdnüsse veredelt

14 Saga

Vom Aerobic-Kurs auf den Laufsteg: die Geschichte der Leggings

20 Angesagt

Diese raffinierten Details sorgen für einen grossen Auftritt

32 Uhren

Zwei Farben, ein Ziel: die Liaison von Gold und Stahl

38 Parfums

Feige oder Pflaume, saisonale Früchte werden in Flakons eingefangen

AUSSERDEM

- 6 **Liebliche:** Emailliert neu interpretiert, Teppiche in voller Pracht und Turner im Miniaturformat
- 10 **Trend:** eine flotte Sohle mit Jazzschuhen
- 39 **Meine Welt:** Der F1-Pilot Pierre Gasly hat ein Faible für Mailand und Mode.



Wollpullover mit Reissverschluss, **Loewe**. Five-Pocket-Jeans, **Brunello Cucinelli**. **S. 24.**



COVER

Strickpullover, **Kolor**. Shorts aus Baumwolle mit Gürtel, **System**. Uhr Radiomir Bronzo PAM00760, satiniertes Bronzegehäuse (47 mm), mechanisches Uhrwerk mit Handaufzug, Kaliber P.3000, **Panerai**.

Foto: Antoine Henault
Styling: Simon Pyllyser

Foto oben rechts: Uhr Ingenieur Automatic 40, Rotgold, 40 mm, Automatikaufzug, **IWC Schaffhausen**.



So tanze jetzt!

GAB ES IN DER JÜNGEREN GESCHICHTE schon einmal eine Zeit, in der den Menschen so wenig zum Tanzen zumute war wie heute? Wenn unsere Zivilisation, unser Klima und unsere Sehnsucht nach Frieden aus den Fugen geraten, scheint der Zeitpunkt schlecht gewählt, um die Nacht mit leichten Tanzschritten zu feiern ... Oder vielleicht doch gerade jetzt! Anstatt über die Kaufkraft und die sozialen Netzwerke zu jammern, gönnen wir uns doch lieber einen Cocktail voller Endorphine. Dopamin und Serotonin – unsere erschöpften Gehirne brauchen dringend diese Chemie der Freude, die Bewegung auslösen kann. Das zumindest scheint die Herbstmode mit einer ganzen Reihe von vom Tanz inspirierten Details zu suggerieren. Die



Renata Libal,
Chefredaktorin

Mode erzählt von der Dringlichkeit eines «Pas chassé», eines Seitenschritts. Der – seien wir mal pragmatisch – bei den Füßen beginnt: Seit einigen Saisons sind Ballerinas wieder im Kommen. Gibt es eine deutlichere Botschaft? Und für alle, die sie übersehen haben sollten, wäre da noch der Jazzschuh (siehe S. 10). Man muss nur dieses kleine geschnürte Ding im Schaufenster sehen, um einen Boogie-Woogie anzufangen. Weiter geht's in der Anatomie: die Leggings (siehe S. 14)! Seit sie sich mit schicken Outfits zusammantun, kann man während der Kaffeepause seine Adduktoren dehnen ... Etwas höher? Das Accessoire der Stunde ist der Smokinggürtel (S. 21), der zu absolut allem getragen wird. Diese winzigen Signale laden dazu ein, die Vorzüge von Harmonie und gemeinsamen Impulsen wiederzuentdecken. Warum folgen die Mächtigen der Welt der Mode nur so wenig? ☹



Das **Geschirr** von **Emaé** ist in vielen fröhlichen Farben erhältlich.

GESCHIRR

Pling – Pling

Die Kinder sind schuld. Als die Designerin Nadia Studer Mutter eines Buben wird, beginnt sie sich verstärkt dafür zu interessieren, was auf seinem Teller landet. Und auch dafür, woraus dieser gemacht ist: Biokunststoffe, Bambus, Silikon ... Viele schöne Versprechen, aber letztlich wenig nachhaltig. Sie entdeckt die Vorzüge eines Materials wieder, das fast so alt ist wie Herodes: Emaille. Bei diesem Verfahren wird Stahl mit Schichten aus geschmolzenem Glas überzogen und anschliessend im Ofen gebrannt. So entstehen robuste, natürliche und vollständig recycelbare Gegenstände. Die Designerin entwirft daraufhin die Kollektion Mirari – Schalen,

Becher und Karaffen in schillernden Farben. Sie haben nichts gemein mit Grosis altmodischen Emaillestücken, die brav im Chuchichäschtle verstaut sind. Die in der Schweiz ansässige Designerin entwirft für ihr Studio Emaé Objekte, die in der Türkei von Hand gefertigt werden. Etwa die Serie in Tomaten- und Pfingstrosenfarben. Formgebung, Bemalung, Brennen: Jede Kreation ist ein Unikat. Und die fröhlichen Kleckse erinnern nicht nur an Jackson Pollock, sondern erfreuen garantiert alle Kinderherzen. Da schmeckt selbst der Brokkoli. *Julien Ossola*

Emaillekollektion **Mirari**, **Emaé**, ab 28 Fr., www.emaé.studio



RESTAURANT

Design – Häppchen

Modemarken investieren bekanntlich gerne in die Gastronomie; nun sind die grossen Designhäuser an der Reihe. Vorreiter ist das Mailänder Unternehmen Poliform. Es hat diesen Sommer einen monumentalen Ausstellungsraum auf der Piazza della Scala eröffnet, flankiert von einem Café, in dem der Aperitif zelebriert wird. Was steht auf der Speisekarte? Cocktails, aber vor allem die leichten und ultrafeinen Gerichte von Küchenchef Michele De Liguro. *R.L.*

Poliform Café, täglich von 8 bis 21 Uhr, Piazza della Scala 5, Mailand, Italien, www.poliformcafe.it



ACCESSOIRE

Aufgeblüht

Mein T-Shirt ist eine Blume. Naja, noch nicht ganz, aber bald. In Zürich lässt der Designer Yves Meier alte Basics – egal ob Vintage oder Restposten – zu Broschen in Pompon-Form wiederaufleben. Dutzende kleiner Jersey-Streifen, die von Hand zusammengesetzt werden, lassen eine textile Blume entstehen. Man kann Meier ein geliebtes, abgetragenes T-Shirt anvertrauen: Er wird es als Accessoire neu erfinden. So kann man seine Erinnerungen selbst im Knopfloch tragen. *E.N.*

Brosche Flower Pompon, **Yves Meier**, 75 Fr., www.yvesmeier.ch

GARTEN

Die Seele der Pflanzen

Ihre liebste Kombination? Das Trio aus Lavendel, Rosmarin und Strohblume ... Die Pariser Fotografin Juliette Agnel tauchte in die Geheimnisse des Klostersgartens der Kirche Santissimo Redentore in Venedig ein, um die unsichtbaren Energien einzufangen. «Zuerst habe ich die Pflanzen um ihre Zustimmung gebeten, vor allem diesen alten Olivenbaum, der über den Ort wacht», sagt sie lachend. Die Bilder, die sie dort ausstellt, stehen in einem wunderbaren Dialog mit ihren verwurzelten Motiven. Der Garten an sich ist eine Freude! Er wurde gerade wieder für die Öffentlichkeit eröffnet, vollständig restauriert, auch dank der Schirmherrschaft des Juwelierhauses Van Cleef & Arpels. *Renata Libal*

Die Gärten der Kirche Santissimo Redentore, Insel Giudecca, Venedig, Ausstellung *What the Garden Whispers*, bis zum 19. Dezember





Ein Durchmesser von 1,9 mm und eines der kleinsten Uhrwerke der Welt zeichnen das Modell **Blancpain Lady B** aus.

UHR

Glücksbringer

Sie ist eine Perle, sie ist ein Spielzeug, sie ist ein Talisman – ach was, sie ist eine Uhr. Und was für eine! Das neueste Modell aus dem Hause Blancpain bricht fröhlich mit Konventionen und präsentiert eine winzige Kugel (19 mm), die auf einem schmalen Lederarmband gleitet. Eine Aufforderung, mit der verfliegenden Zeit zu spielen. Doch die Lady B aus der Ladybird-Kollektion ist nicht nur niedlich. Sie ist auch ein Meisterwerk der Miniaturisierung: Das Kaliber 615, das sie antreibt, ist eines der kleinsten runden Uhrwerke der Welt. Wer sich darüber wundert, dass das für Adrenalin und Taucheruhren bekannte Haus so Zartes produziert, dem antworten



Das Armband der *Lady B* ist in sechs verschiedenen Farben erhältlich.

Historiker mit einem Vornamen: Betty. Denn bereits 1933, nach dem Tod des letzten Mitglieds der Familie Blancpain, übernahm die ehemalige Auszubildende Betty Fiechter das Unternehmen und führte es mit viel Geschick durch die Umwälzungen der Kriegszeit. Vergilbte Fotos zeigen sie mit einem Kopftuch auf einem Motorboot auf dem Genfersee. Sie liess 1956 die kleinste Uhr der Welt entwerfen, den Vorläufer des heutigen Modells. Und begründete damit die Tradition der mechanischen Miniaturisierungen.

Renata Libal

Blancpain Lady B, mechanisches Uhrwerk, Edelstahl oder Gelbgold, ab 9500 Fr.

HOTEL

Kristall und Seide



Zürich gilt als Bankenmetropole. Dabei hat die Limmatstadt ihren Aufschwung dem Seidenhandel zu verdanken. Einer der letzten Seidenhöfe: der Florhof am Rande des Niederdorfs. Erstmalig 1447 erwähnt, betteten in dem Patrizierhaus Kaufleute, Tuchmacher und Prominente wie Günter Grass, Henri Cartier-Bresson oder Christopher Lee ihr Haupt. Nach drei Jahren Umbauzeit hat mit der «Villa Florhof» jetzt das erste Lalique-Hotel der Schweiz in dem denkmalgeschützten Gebäude eröffnet. Die DNA der Kristallmanufaktur ist eng in das elegante Design von Green & Mingarelli verwoben: Im ganzen Haus weisen Leuchten von Lalique den Weg, stehen Vasen und klirren Gläser der Maison. Die 13 Zimmer und Suiten sind nach Kreationen des Gründers René benannt. Wobei: Eigentlich betrachten die Inhaber den «Florhof» eher als Restaurant mit Zimmern. Bereits jetzt verwöhnt die Brasserie die Gaumen der Gäste, im Spätherbst soll dann auch das Signature-Restaurant eröffnen. *Tina Bremer*

Villa Florhof, Zürich, Verbund Relais & Châteaux, DZ ab 720 Fr., www.villaflorhof.com

BEAUTY

Sanfte Avancen

Prince besang den «Purple Rain», bei Prada Beauty landet er sanft im Gesicht. Der neue Touch Cream-to-Powder Color ist ein cremiger Balm mit samtigem Finish, der Wangen und Lippen färbt. Ein Hauch von Farbe mit Glow-Effekt. *T.B.*

Touch Cream-to-Powder Color (zwei Farben), Prada Beauty, 48 Fr.



Handwerkliche
Meisterleistung: das
Taschenmodell Ai von Akris,
gefertigt mit Pferdehaar.

MODE

Auf hohem Ross

Wer schon einmal das Atelier von Albert Kriemler, dem Kreativdirektor des Schweizer Labels Akris, besucht hat, weiss: Die Inspiration kommt aus den Fingerspitzen. Wenn man die Stoffe berührt, aus denen modische Träume gemacht werden. Die Wände sind mit Stoffmustern bedeckt. Das Material, das den sehr architektonischen, sehr radikalen Ansatz der Marke am besten verkörpert, ist jedoch zweifellos Pferdehaar. Traditionell von Schneidern zur Verstärkung von Schultern und Revers bei Anzügen verwendet, hat es sich 2009 bei Akris aus den Futterstoffen gelöst, um

in Accessoires zum Einsatz zu kommen. Hatte die Marke doch gerade eine Werkstatt in Deutschland erworben, eine der letzten, die in der Lage ist, die langen Haare aus Mähne und Schweif auf Webstühlen aus dem 19. Jahrhundert zu verweben. So wird der gesamte Prozess beherrscht, von den Steppen der Mongolei bis zum fertigen Stoff. Verschiedene Accessoires - insbesondere die Tasche Ai – werden auf Anfrage von Hand gefertigt, diese Saison bietet Akris diese Meisterleistung sogar in Form eines schmalen Rocks mit Fransen. *Renata Libal Tasche Ai, Akris, Leder und Rosshaar, ab 2590 Euro.*



BEAUTY

Doppelt hält besser

Und zack! Im Handumdrehen wechselt man von zartem Rosa zu einem leuchtenden Gold, das kurioserweise süchtig macht. Das neue Balsamduo von Chanel verdoppelt das Vergnügen: ein Farbton, um Wangen und Lippen zum Strahlen zu bringen, der andere, um das Licht einzufangen. Ob einzeln oder als Duo verwendet – dieses Produkt spielt ein doppeltes Spiel. Auch in dezenteren Tönen erhältlich. Aber diesen Herbst trauen wir uns an Farbe heran! *J.Q.*

Stick Duo de Baumes Intense Glow, vielseitiges Balsamduo, limitiert, 70 Fr., Chanel



ACCESSOIRE

Klare Sache

Immer höher, immer schärfer! Nach ihren in den Alpen hergestellten Sonnenbrillen festigt das Duo aus dem Skifahrer Arnaud Cotter und dem Snowboarder Benoît Goncerut nun eine erste Kollektion an Korrekturbrillen aus leichtem Titan. Die Westschweizer Marke Glacier Optics bleibt ihren Prinzipien dabei treu: Inspiration aus den Bergen und lokales Handwerk. *R.L.*

Fassung Solina, bordeauxrot, Glacier Optics, empfohlener Verkaufspreis: 495 Fr.

INTELLIGENTE KUNST



Gross denken, klein malen

VON ENDRIT NURCAJ

Siebzig Stunden für zwei Quadratzentimeter. Eine Fläche, die auf einem Gemälde fast nichts ist, erscheint auf einer Uhr wie eine ganze Welt. In der Manufaktur des Schweizer Uhrmachers Jaeger-LeCoultre erschaffen sieben Emaillere ein ganzes Universum.

In der Werkstatt in Le Sentier herrscht eine erstaunliche Stille. Jeder arbeitet vor einer vergrösserten Reproduktion von «Bridge of Sighs, Ducal Palace & Custom House», gemalt von William Turner im Jahr 1833. Unter dem Binokular liegen nur wenige Millimeter Emaille. Man muss gross denken, um klein zu malen. Um diesen Turner zu miniaturisieren, reichte es nicht aus, nur das Licht einzufangen. Zunächst musste ein winziges Silbersträhnchen auf die Oberfläche aufgetragen werden, um unter den Farbschichten die Reflexe des Wassers entstehen zu lassen. Die mit Kiefernöl vermischten Pigmente werden dann Detail für Detail mit einem Pinsel aufgetragen, von dem manchmal nur noch eine einzige Borste übrig ist. Der Atem ist gleichmässig, wenn eine Hand wankt, stützt die andere sie. Welche Kraft doch in der Ruhe liegt... Zwischen zwei Schichten durchläuft das Werkstück das

Feuer: etwa 800 Grad Celsius, manchmal weniger als eine Minute. Das Material wird dann dieser Kraft anvertraut, die der Emailleur nicht mehr kontrollieren kann.

Um das Ergebnis einzuschätzen, bewahrt jeder seine kleinen Testpaletten auf – als Farbmuster, falls das Material überrascht. Es geht nicht darum, Turner eins zu eins zu kopieren, sondern sein Licht in eine andere Sprache zu übersetzen: die der Emaille, des Feuers und weniger Millimeter. Unten rechts auf seinem Werk bringt jeder Emailleur eine persönliche Prägung an, ein Pflanzenmotiv, das er selbst ausgewählt hat: ein Eichenblatt, ein Buchenblatt ... Diese diskrete Signatur gleicht fast einem Geheimcode, wie ein Augenzwinkern unter Eingeweihten.

Nach siebzig Stunden entsteht ein Gemälde, das nur wenige Augen erblicken werden. Und doch pulsiert auf diesen zwei Quadratzentimetern eine Schöpfung, die keine Maschine jemals vollständig nachbilden kann: hinschauen, abkratzen, korrigieren, von vorne beginnen.

Reverso Tribute Enamel Turner, Jaeger-LeCoultre, limitiert auf zehn Stück, Preis auf Anfrage



Courrège-Haute-Couture-Kollektion
Herbst / Winter 1972 – 1973,
fotografiert von Peter Knapp.

AUSSTELLUNG

Der andere Blick

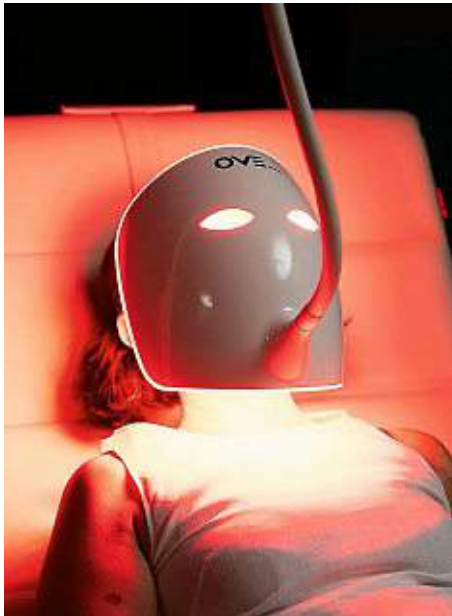
Die Schönheit der Bilder, natürlich! Und diese Leichtigkeit, mit der Körper und Ideen in Bewegung versetzt werden – als ob nichts unmöglich wäre. Die wunderbare Fondation Maeght, im Hinterland von Nizza, fördert seit den 1960er-Jahren das Beste der zeitgenössischen Kunst. Die aktuelle Ausstellung: eine Retrospektive des Schweizer Fotografen Peter Knapp. Modeaufnahmen, die er für das Haus Courrège realisiert hat. 1965 präsentierte André Courrège zum ersten Mal eine sehr architektonische Silhouette: gerade Linien, kurze Röcke, elementare Formen und Farben. Eine futuristische Vision von Weiblichkeit, die «Bombe Courrège» getauft wurde. Knapp arbeitete damals in Paris für die Zeitschrift «Elle» an der Seite der legendären Hélène Lazareff. Als die Moderedaktorinnen von der Modeschau zurückkamen, waren sie so überwältigt, dass die Zeitschrift der Kollektion

zehn Seiten einräumte, um die im Gange befindliche gesellschaftliche Revolution zu zeigen. Knapp ist heute 95 Jahre alt, pendelt zwischen Paris und Graubünden und widmet sich hauptsächlich der Malerei und der Collage. «Ich habe alles in einer Nacht fotografiert. In Schwarz-Weiss: Wir hatten den Redaktionsschluss verschoben, und für den Fotogravurdruck blieb keine Zeit mehr», erinnert er sich. Das Ergebnis: eine der eindrucksvollsten, radikalsten und visionärsten Modeserien des 20. Jahrhunderts. «Ganz klar die Serie, die meine internationale Karriere ins Rollen gebracht hat!», so Knapp, den später eine enge Freundschaft mit Courrège verband. Die Fotos zeugen auch von einem starken Glauben an die Zukunft und an die Kraft der Kreativität. *Renata Libal*

Peter Knapp: le temps Courrège, Fondation Maeght, Saint-Paul-de-Vence, bis 8. November

TOP 5

Fünf Treatments, die Körper und Geist pampern



1 Im neu eröffneten **House of Niance** in Zürich wird beim Ritual Skin Barrier & Microbiome Recovery die Hautbarriere regeneriert.

2 Das japanisch inspirierte Spa **Seijaku** im Hotel «Les Trois Rois» in Basel ist eine Oase der Ruhe. Die KI-Vitalmassage stärkt die Lebensenergie.

3 Kurz in der Mittagspause den Geist beruhigen? Klappt wunderbar in den Brain Massage Pods in der **Mind Oasis by Rituals** in Zürich.

4 Eine ultraerfrischende Cryo-Feuchtigkeitsbehandlung für einen strahlenden Teint gibt es im **Six Senses Crans Montana**.

5 Personalisierte, frisch zubereitete Produkte versprechen beim neuen **Home of Duolab** in Genf besonders wirksame Facials.

DESIGN

Schön geformt

Das kleine Objekt zaubert ein Lächeln auf die Lippen und erinnert zugleich an das Logo und die Farbe des vollelektrischen Crossovers Mazda CX-6e. Die Designstudentin Vanessa Shababzadeh hat diesen hübschen Kreisel im Rahmen eines Workshops von ECAL und Mazda entworfen, bei dem die emotionale Bindung zum Kunden im Mittelpunkt steht. Lust auf diesen Kreisel? Dann müssen Sie das dazugehörige Auto kaufen ... *R.L.*



APÉRO

Rote Welle



Das Rezept ist bekannt: 3-2-1. Drei Teile Prosecco, zwei Teile Bitterlikör, ein Teil Mineralwasser. Warum also, um Himmels Willen, schmeicheln alle Spritz-Varianten dem Gaumen auf unterschiedliche Weise? Es liegt an den zwei Geschmacksrichtungen: Da wäre der relativ milde Aperol, und dann der etwas bitterere Campari. Ganz zu schweigen von all den kreativen Variationen... Seit die Campari-Gruppe Aperol im Jahr 2003 übernommen hat, hat sie den Aperitif aus Venedig zu einem weltweiten Phänomen gemacht: Die Zahl der jährlich konsumierten Gläser übersteigt die der Champagnerflöten – allein in der Schweiz sind es mehr als fünf Millionen. Es lebe der Geschmack von Ferien und von Sonnenuntergängen! Um den Liebhabern des leuchtend roten Getränks stets den gleichen Genuss zu garantieren, ist gerade ein trinkfertiges Mischgetränk auf den Markt gekommen. Eine Orangenscheibe dazu, und cheers! *R.L.*

Campari Spritz Ready to Serve, Karton mit drei Flaschen à 17,5 cl, ca. 14 Fr.



Schnürschuh *Ballet* aus Lammleder, entworfen von Michael Rider für das Modehaus **Celine**.

All that **Jazz**

HABEN SIE AUCH SCHON EINMAL davon geträumt, mitten in einer Besprechung vom Bürostuhl aufzustehen, die Tür aufzustossen und sich einer Choreografie anzuschliessen, die «La La Land»-würdig wäre? Passanten, die mitten in einem Stau zu Tanzpartnern werden. Schon lassen wir uns von einem imaginären «Pam-Pam-Pam» mitreissen und gleiten wie Emma Stone und Ryan Gosling zwischen den Autos hindurch – ganz egal, ob die Excel-Tabelle fertiggestellt wird oder nicht. Vielleicht ist es genau diese Fantasie, die die Jazzschuhe in dieser Saison wieder zum Leben erwecken. Ihr Name leitet sich von jener Musik ab, die Ende des 19. Jahrhunderts in New Orleans entstand. Der



The Jazz Slipper, **Jamy Haller**.



Zizi Soft Derbies, **Repetto**.

dazugehörige Tanzstil entwickelte sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Um ihre Chassé-Schritte zu begleiten, wählten die Tänzer flexible, leichte und eng anliegende Schuhe, die sich drehen, gleiten und dem Rhythmus folgen konnten. Ihr Aussehen kommt uns bekannt vor: ein bisschen Derby, ein bisschen Ballerina, ein bisschen Schuljungen-Stil. Die Marke Repetto hatte sie 1970 mit dem Modell Zizi, das für die Tänzerin Zizi Jeanmaire entworfen wurde, zu einer Ikone gemacht. Der Jazzschuh war auch der Lieblingsschuh von Sänger Serge Gainsbourg. Heute bringen Celine, Jamie Haller und andere ihn wieder auf die Tanzfläche – und erinnern daran, dass auch Gehen eine Choreografie sein kann. ☺

TEXT ENDRIT NURCAJ

Alhambra feiert das Glück seit 1968



Alhambra
Ohringe

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906





AUF DIE NUSS

OBEN MITTE Die Haselnüsse werden auf Blechen im zwölf Meter langen Ofen trockengeröstet. Durch die Hitze des Ofens löst sich die Haut.
OBEN RECHTS Anschliessend geht es in die Schälmaschine. Je höher die Qualität der Nüsse, umso weniger Schale bleibt übrig.
RECHTS Dank KI erkennt die Sortiermaschine in Mikrosekunden, welche Nüsse aussortiert werden müssen.
UNTEN RECHTS Die Handsortierung stellt zum Schluss sicher, dass nur die besten Nüsse im Glas landen.
UNTEN MITTE Die Nüsse werden per Maschine verpackt, versiegelt und etikettiert.



Nuss fürs Köpfchen

IN MÜNCHENBUCHSEE RÖSTET DAS **TRADITIONSUNTERNEHMEN NOBS** SEIT MEHR ALS HUNDERT JAHREN FEINSTE NÜSSE – IN DENEN VIELE GUTE STOFFE STECKEN.

TEXT TINA BREMER FOTOS MARVIN ZILM

DER HANDSCHLAG GILT keinem Menschen, dient nicht dazu, «Grüezi» zu sagen. Zumindest nicht seinen Kolleginnen und Kollegen. Sobald Röstmeister Marcel Messerli um sechs Uhr morgens den Produktionsraum betritt, legt er als Erstes die Hand auf die Kacheln. Prüft, ob sie warm genug sind. Der zwölf Meter lange Ofen aus dem Jahr 1920 ist das Herzstück der Hans Nobis & Cie AG. Seit mehr als hundert Jahren rösten in ihm Haselnüsse.

Die Geschichte des Traditionsunternehmens in Münchenbuchsee hat allerdings noch früher begonnen – 1904 mit Säuglingsnahrung. Gründer Hans Nobis machte damals aus der Not eine Tugend: Seine zweitgeborene Tochter Irma vertrug keine Milch, also entwickelte der gelernte Bäcker ein Lebensmittelpulver aus geröstetem Getreide, das mit Wasser angemischt werden konnte. Die Geburtsstunde der erfolgreichen Marke Berna. Später produzierte Nobis auch noch Zwieback, Energiegüetli für Bergsteiger – und röstete Nüsse. Als schweizweit erstes Unternehmen ohne Öl. «Die langsame Trockenröstung haben wir bis heute beibehalten», erzählt Alexandre Dumuid.

2008 übernahm sein Vater Gilbert mit vier Freunden die Hans Nobis & Cie AG von der Kaffeerösterei O. Aeberhard AG. Die Geschäfte liefen nicht gut, Gilbert aber glaubte an das Naturprodukt Nuss, das voller Vitamine und Mineralstoffe steckt, reich an gesunden

Fetten und pflanzlichen Proteinen ist. Ein echtes Superfood, das die Konzentration fördert, die Gefässe schützt und den Blutzuckerspiegel senkt. Sukzessive erweiterte das Quintett das Sortiment um Cashewnüsse, Macadamia, Pekannüsse, Mandeln und Pistazien. Zwischen 70 und 80 Tonnen verarbeitet Nobis im Jahr. «Der Bestseller sind aber immer noch unsere Haselnüsse aus dem Piemont. Sie haben einen besonders intensiven Geschmack und werden nicht gewürzt», erzählt Alexandre, der nach seinem Studium in die Firma eingestiegen ist, sich als stellvertretender Geschäftsführer um den Verkauf und ums Marketing kümmert.

Fast wie anno dazumal

Blechweise stapelt der Verkaufsschlager in Regalen an der Wand. Am Vorabend wurden die Haselnüsse aus der Kühlzelle genommen, damit sie sich akklimatisieren, Raumtemperatur annehmen. Ein Eichhörnchen würde sich hier, zwischen all den kugelförmigen Versuchungen, im siebten Himmel wähen. A-Hörnchen und B-Hörnchen im Ausnahmezustand.

Blech um Blech schiebt Marcel die Nüsse mit einer langen Eisenstange durch den Ofen. Aber pst!, die genau Röstzeit und die exakte Temperatur sind streng geheim. Nur so viel: Der Vorgang dauert zwischen eineinhalb und zwei Stunden. Seitdem Hans Nobis 1929 mit dem Rösten von Haselnüssen und Erdnüssen begonnen hat, ist das Verfahren nahezu identisch geblieben.

Die Nuss erhält eine goldige Farbe, die Röstung sieht man ihr aber vor allem im Kern an. Die wahren Werte, Sie verstehen. Durchs Erwärmen lässt sich die Haut jetzt gut entfernen. Dies übernehmen die Bürsten in der Schälmaschine. Je höher die Qualität der Nuss, umso leichter löst sich die braune Haut. Danach landen die Nüsse in der Sortiermaschine. Innerhalb von Mikrosekunden erkennt eine optische künstliche Intelligenz die vorbeifliegenden Nüsse, sortiert die guten ins Töpfchen und die schlechten aus. Um ihre Jobs brauchen die Mitarbeitenden sich trotzdem nicht zu sorgen: «Das menschliche Auge kann die Maschine nie ersetzen», meint Alexandre. Die finale Qualitätskontrolle erfolgt daher per Hand. In Windeseile rollen und schieben die Mitarbeiterinnen die Nüsse auf einem Tablett von links nach rechts, sortieren sie nach den unterschiedlichen Qualitäten. Zum Schluss geht es in die Verpackungs- und Etikettiermaschine, wo die Nüsse versiegelt werden. Nach der Ernte im September beginnt die Hochsaison. «In der Vorweihnachtszeit sind unsere Nüsse besonders gefragt», erklärt Alexandre. Und sein Vater ergänzt: «Wir haben den Turnaround geschafft, weil wir die Tradition wahren, aber zugleich innovative Geschmacksrichtungen wie Wacholderrauhsalz für diverse Nüsse entwickelt haben.» Was beim Alten geblieben ist: Zur Mittagszeit werden die Maschinen immer noch für zwei Stunden abgestellt. Weil das Dorf früher sonst nicht ausreichend Strom zum Kochen gehabt hätte. ☺



Alexandre & Gilbert Dumuid

Gemeinsam mit vier Freunden hat Gilbert Dumuid 2008 das Familienunternehmen Hans Nobis & Cie AG übernommen, seitdem agiert der 69-Jährige als Geschäftsführer. Der gebürtige Waadtländer machte eine Ausbildung als Buchhalter, arbeitete bei Cargill und zuletzt als CFO bei der Berner Kaffeerösterei O. Aeberhard AG. Sein Sohn Alexandre, 30, ist nach dem Betriebswirtschaftsstudium an der HSG St. Gallen ins Unternehmen mit eingestiegen und verantwortet das Marketing und den Verkauf.



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

AUCH BEI ANDEREN AUTORISIERTEN HÄNDLERN

QUIET ONLY IN APPEARANCE.
 Camelot Sofa, design Antonio Citterio



FLEXFORM

Beine machen

SIE HABEN DAS ABO IM FITNESSSTUDIO GEKÜNDIGT UND GEBEN SICH VORNEHM: **LEGGINGS** WIDERLEGEN KLISCHEES ÜBER DEN SOGENANTEN GUTEN GESCHMACK.

TEXT RENATA LIBAL

NATÜRLICH: SIE SCHMIEGT SICH AN. Genau das ist das Erkennungsmerkmal – der Da-seinszweck! – einer Leggings. Die Bewegungsfreiheit, welche diese dehnbare «Fast-Hose» garantiert, geht Hand in Hand mit einem leicht unanständigen Ruf. Im Fitnessstudio schwört man darauf, auf dem Sofa liebt man sie, am Flughafen akzeptiert man sie, im Museum runzelt man die Stirn – aber um Himmels willen: nicht im Büro und schon gar nicht an einem weiss gedeckten Tisch! Dieses Vorurteil muss dringend überdacht werden. Denn ihre jüngste Verwandlung hat das Freizeitkleidungsstück schlechthin auf die Laufstege der grössten Modemarken gebracht. Die betonten, selbstbewusst zur Schau gestellten Beine verbinden sich bei Balenciaga mit perfekt geschnittenen Blazern, bei Hermès mit Jacken und Overknee-Stiefeln aus edlem Leder und bei Mugler mit raffinierten Plissee-Kreationen. Die Idee: das sportliche Erbe ausblenden und nur den Komfort beibehalten, wobei das verlängerte Bein als Sockel für eine aufwendige Modekreation dient. Natürlich hat die Strasse (und die Stars, die ihre sportliche Figur gerne zur Schau stellen) nicht auf die Zustimmung der Luxusdesigner gewartet, um in Leggings zu schlüpfen und sie vom Yogastudio bis in den Trubel des Alltags zu tragen. Seit rund 20 Jahren bieten Brands wie Lululemon Modelle an (etwa das berühmte Align!), die technisch ausgeklügelt sind und trotzdem angenehm zu tragen, mit Schnitten, die der Figur schmeicheln. Wenn man schon Gesässmuskeln und Quadrizeps trainiert, kann man es schliesslich auch zeigen ...

Der Athleisure-Trend wurde massgeblich von der Popkultur-ikone Kim Kardashian vorangetrieben. Nie hat sie sich gescheut, Leggings oder Radlerhosen mit schwindelerregenden High Heels zu kombinieren. SKIMS, ihre Marke für formgebende Kleidung, verzeichnet seit ihrer Einführung im Jahr 2019 einen ungebrochenen Erfolg. Was den globalen Markt für Leggings angeht, so belief sich dessen Volumen im Jahr 2024 auf 40 Milliarden US-Dollar, mit einer jährlichen Wachstumsrate von etwa sieben Prozent gemäss dem Finanzindikator CAGR. Während die Mode dem vielseitig einsetzbaren Funktionskleidungsstück neue Spielräume im High-End-Bereich eröffnet, liegen die Herausforderungen der Branche vor allem in technologischen Innovationen (schnellem Trocknen, Kompression ...) und einer nachhaltigen Produktion. Trotz unterschiedlicher Designs haben Beine heute die Qual der Wahl, wenn es um das Formen ihrer Silhouette geht.

Der Stretch-Effekt

Doch die Leggings waren nicht immer so angenehm zu tragen. Die Modelle der 1980er-Jahre – diese leicht glänzenden Lycra-Leggings – knisterten in den Händen und reizten die Haut. Na und?! Der straffende Effekt stand für die Anhängerinnen der ersten Aerobic-Kurse – man denke nur an die Videos von Fitness-Queen Jane Fonda! – im Vordergrund. Historisch gesehen haben Leggings schon immer getanzt, mit Brigitte Bardot, Olivia Newton-John über Cher, Beyoncé bis hin zu Taylor Swift. Als der Chemiker Joseph Shivers 1958 Elasthan entwickelte, begleitete diese revolutionäre Faser im wahrsten Sinne des Wortes die Bewegungen der Frauenbefreiung. Der Stretch-Effekt ermöglichte es, die Körper in unverschämt engen Röhrenhosen zu präsentieren. Die Zeit war reif dafür! Die Modeschöpfer der 1960er-Jahre griffen das neue Material, das den Wunsch, Fesseln zu sprengen, wahr machte, nur zu gerne auf. Mary Quant, Erfinderin des Minirocks, nutzte dicke Strumpfhosen (fast schon Leggings!), um die Säume drastisch zu verkürzen. Pierre Cardin und André Courrèges entwarfen eng anliegende Hosen und Overall für futuristisch-raumfahrtartige Outfits. Emilio Pucci hingegen hüllte Beine in psychedelische Drucks.

In gewisser Weise knüpfen die Leggings auf den Laufstegen wieder an den freien und Couture-orientierten Geist an, der die Anfänge der Stretch-Textilien geprägt hat. Das Kleidungsstück hat zwar eine tiefe sportliche Verankerung, verkörpert aber vor allem eine komplexfreie Weiblichkeit, die selbstbewusst voranschreitet. Man könnte fast vergessen, dass die ersten, die sich mit eng anliegender Beinbekleidung schützten, Soldaten des späten Mittelalters waren. Die Amazonen von heute salutieren ihnen. ☺



VON BEQUEM BIS ELEGANT

2026 Auf dem Laufsteg für den Herbst: ein Modell von Mugler.

1498 Soldaten mit Strümpfen in einem Gemälde von Luca Signorelli.

1901 Die Fotoserie *The Power and Beauty of Superbe Womanhood* verherrlicht bereits den betonten Körper.

1957 Audrey Hepburn in *Funny Face* in einer Zigarettenhose, dem Vorläufer der Leggings.

1966 Der Modeschöpfer Emilio Pucci integriert die Leggings in seine Vision von Flower-Power.

1985 Von Jane Fonda inspirierte Fitness-Outfits werden Trend.

2025 Kim Kardashian hat den sportlichen Look auf der Strasse populär gemacht.



THE FRANKIE SHOP ANNIVERSARY EXCLUSIVE
SHOWN BY IRIS BERBEN



breuninger.com

CAREFULLY SELECTED FASHION, BEAUTY & STYLE SINCE 1881



TANZ DER STEINE

IN SEINER JÜNGSTEN SCHMUCK-
KOLLEKTION FÜR HERMÈS SPIELT
DER DESIGNER **PIERRE HARDY**
MIT EINER RADIKALEN ÄSTHETIK,
INSPIRIERT VON DER PFERDEWELT.

INTERVIEW **RENATA LIBAL**

MIT DEN HÄNDEN IN DEN TASCHEN betritt Pierre Hardy an diesem sengend heißen Tag die Pariser Büros des Hauses Hermès. Ein Lächeln auf den Lippen, die Augen himmelblau: «Ich liebe den Sommer!», ruft er aus. Auf dem Tisch steht eine elegante (natürlich!) sonnen-gelbe Schale voller Erdbeeren, eine weitere mit Heidelbeeren und Himbeeren. In diesem traditionsreichen Modehaus weiss man, wie wichtig Details sind, die den Unterschied ausmachen. Eigentlich war geplant, über die neueste Kollektion der Haute Bijouterie zu sprechen. Doch der Kreativdirektor lässt sich gerne auf Umwege ein, spricht offen, ohne Sicherheitsnetz. Keine Moodboards, die von den Marketingteams bestimmt werden, keine Dialoge, die von einer PR-Agentur gelenkt sind. Stattdessen diese herrliche Freiheit – ein Gut, das in der Luxuswelt eine Rarität geworden ist, die eine kreative Lebendigkeit nährt.

Diesen Sommer hat Pierre Hardy eine prächtige Haute-Bijouterie-Kollektion vorgelegt – die neunte, seit Hermès dieses ultrapreziöse Gebiet erstmals betrat. Der rote Faden ist das Pferd, dargestellt in symbolträchtigen Landschaften, insbesondere den Ebenen des Wilden Westens. Vor der Einführung der Schmucklinie 2010 hatte sich Hardy noch nie mit Edelmetallen und gefassten Edelsteinen auseinandergesetzt. Sein Metier: die Architektur von Objekten. Der ehemalige Tänzer, ein Profi für Körpersprache und was sie ausdrückt, hatte sich bereits mit seinem Gespür für Accessoires, die die Silhouette prägen, einen Namen gemacht. Seit 1990 entwirft er die Schuhe von Hermès, nachdem er jahrelang Erfahrung bei Dior gesammelt hat. Ganz zu schweigen von seiner eigenen, nach ihm benannten Schuh- und Taschenmarke sowie seiner Zusammenarbeit mit Balenciaga. Seit 2020 entwirft er auch die grafisch gestalteten Schatullen und Verpackungen von Hermès Beauté. Der Schmuck liegt ihm aber besonders am Herzen – ein Feld, in dem Kostbares einen dauerhaften Platz findet ... oder vielleicht sogar für die Ewigkeit?

In welche Richtung hat sich Ihre Reise in der Welt der Haute Bijouterie seit der ersten Kollektion entwickelt?
Die allererste war wirklich ein Probelauf. Ich hatte noch nie Schmuck entworfen, Hermès auch nicht. Es entstanden einige symbolträchtige Objekte, fast schon Totems. Die Idee war, zu überraschen: Manchmal wird das Haus als überaus elegant, aber ein wenig kühl und losgelöst von der Realität wahrgenommen. Die erste Kollektion widerlegte diese Vorurteile, indem sie etwas Lebendiges in den Mittelpunkt stellte: das Pferd. Die Stücke waren von der Reitpeitsche und von Hufeisen inspi-

riert. Die aktuelle Kollektion «Into the Horsescape» – ein Neologismus aus den englischen Wörtern für Pferd und Landschaft – knüpft an die Reitgeschichte an, jedoch auf eine eher romanhafte Weise, in Kapiteln.

Welches Schmuckstück verkörpert den Geist der Kollektion für Sie besonders stark?

Da fallen mir gleich mehrere ein. Ich liebe die Halskette «Centaure» im Torque-Stil aus Roségold mit Fassungen, an deren Enden schwarze Jade-Cabochons in Hufform geschliffen sind. Und auch dieses «Kleidungsschmuckstück» (Seite 36, Anm. d. Red.), eine Art Brustpanzer, der sich hinten kreuzt und an der Taille gebunden wird. Hier bewegen wir uns an der äussersten Grenze des Schmucks. Diese archaische, archetypische Form nimmt einen mit auf eine Zeitreise: Es sieht fast wie ein babylonisches Objekt aus, so puristisch ist es. Ich mag diese ziemlich radikale minimalistische Ästhetik sehr.

Auf den ersten Blick wirkt der Schmuck barock, noch geometrisch.

Nichts ist geometrischer als der Schliff eines Edelsteins: Das ist pure Geometrie, bis zum letzten Nanomillimeter. Der Glanz entspringt dieser Perfektion. Die meisten Schmuckstücke sind symmetrisch, in Anlehnung an den Körper.

Inwiefern hat sich Ihre Beziehung zu Edelsteinen verändert? Schliesslich ist Schmuck nicht Ihr ursprüngliches Betätigungsfeld.

Ich nähere mich dem Stein mit den Mitteln eines bildenden Künstlers: Farbe, Form, Volumen, räumliche Anordnung – nicht wie ein Gemmologe, schliesslich bin ich keiner.

Gab es Überraschungen?

Die grösste Überraschung war, dass letztlich nur wenig unmöglich ist. Man könnte meinen, dass die extreme Kostbarkeit, die Präzision und die Raffinesse unüberwindbare Einschränkungen mit sich bringen. Aber nein! Genau darin liegt der Reiz meiner Arbeit: Das Design ermöglicht es, Lösungen zu finden, die mit den Eigenschaften von Metall und Stein spielen, um das Schmuckstück geschmeidig, stabil und nicht zu schwer zu gestalten.

Die Zeichnung ist der Ausgangspunkt Ihrer gesamten Arbeit.
In der Tat. Aber ein grosser Teil der Forschungsarbeit für eine Kollektion hängt von den verfügbaren Edelsteinen ab. Wenn man mir sagt, dass ich kein Blau verwenden darf, weil die Herkunft des Saphirs nicht ermittelt werden kann, dann machen wir eben einen Grünverlauf. Das erinnert ein wenig an den Satz von Picasso: Wenn ich kein Blau mehr habe, nehme ich Rot. Abgesehen von diesen Unwägbarkeiten sind die Entwürfe selbst sehr präzise.

Pierre Hardy, der seit 1990 als Designer bei Hermès tätig ist (auch Schuhe und Kosmetikartikel), pflegt die **Kunst des Purismus**.



Armreif aus Weissgold und Diamanten aus der Kollektion *Étreintes*, bei dem die geschwungenen Linien der Reitzaumteile ineinandergeflochten sind.



In der aktuellen Kollektion trägt die Frau oft Attribute des Pferdes: den Sattel, das Gebiss, das Geschirr – in gewisser Weise verkörpert sie das Pferd.

In dieser Verschiebung liegt eine grosse Mehrdeutigkeit, ein sinnliches Spiel. Ich würde sagen, dass sich die Frau die Kraft und die Magie des Tieres oder derer, die es zähmen, zu eigen macht. Die Schmuckstücke verschmelzen mit dem Körper, sie verwandeln sich durch die Art und Weise, wie sie auf der Haut platziert werden.

Reiten Sie selbst?

Nein. Ich betrachte Pferde aus der Ferne, finde sie aber wunderschön. Die Proportionen sind sehr beeindruckend: die Augen, das Maul ... Der Anthropomorphismus spielt natürlich eine Rolle. Alles, was man an einem Tier erkennt, das menschlich sein könnte, ist beeindruckend.

Um für Hermès zu arbeiten, muss man also keinen Reitunterricht nehmen.

Die gelebte Erfahrung ist nicht die einzige Art, sich der Realität zu nähern (*lacht*). Ich glaube fest an die Kraft des Verstandes. Ich habe diesen etwas mythologischen Film im Kopf, eine Reise auf dem Pferderücken durch die Ebenen Argentiniens oder durch Montana.

Was ist die Verbindung zwischen Schuhen, Make-up und Schmuck?

Im Grunde interessiert mich jedes Mal, mit dem Körper zu kommunizieren. Der Tanz hat mir ein enormes Körperbewusstsein vermittelt. Ich denke beim Zeichnen nicht darüber nach, aber ich verstehe intuitiv, wie ein Objekt mit dem Körper zusammenwirkt. Ein Ring kann mehr oder weniger einschränken. Genau wie ein Schuh: Wie weit muss man die Ferse nach oben schieben, damit er zum Bein passt? Nur wenige Accessoires verändern die Körperhaltung und das Selbstbewusstsein so sehr. Diese Fragen faszinieren mich.

Bei der Herbstmodenschau für Herren sah man eine der Broschen am Revers eines Jacketts. Führt die Brosche hier zu einer veränderten Körperhaltung?

Das Stück war als Hinweis gedacht, als kleiner Vorgeschmack auf die Schmuckkollektion. Es handelte sich um einen Stiefel und ein Lasso – Motive aus dem Rodeo. Ich liebe den Cowboystil in Kombination mit Edelsteinen. Manche Stücke sind sehr feminin. Andere sind freier und fließender. Aber ich entwerfe keinen Schmuck speziell für Männer. Ich finde es schön, wenn ein Mann sich den Schmuck seiner Partnerin ausleiht: Diese Geste muss eine Bedeutung haben.



DAS PFERD EINMAL ANDERS

LINKS Die Brosche aus der Linie *Lasso Disco*, die im Juni bei der Herrenmodenschau erstmals vorgestellt wurde, zeigt Stiefel, einen Cowboyhut und ein Lasso – der Geist des Wilden Westens in Gold und Diamanten.

RECHTS In der Linie *Apparat* umschlingt dieses mit weissen Diamanten besetzte Körperjuwel aus Roségold die Taille und umgibt das Dekolleté mit einem geschmeidigen Geflecht. Diese Linie der Schmuckkollektion erinnert an die Verzierungen, mit denen manchmal Pferde geschmückt werden.

Wie sieht die Zusammenarbeit mit Nadège Vanhée aus, der künstlerischen Leiterin der Damenkonfektion?

Wir arbeiten völlig getrennt voneinander. Die Gründe dafür sind struktureller Natur: Die Präsentationszeitpunkte sind nicht dieselben, ebenso wenig die erzählten Geschichten. Und die Herausforderungen sind unterschiedlich: Konfektionsmode muss im Moment begehrenswert sein, das Angebot wird drei oder sechs Monate später erneuert. Ich weiss nicht, wie lange ein Schmuckstück Bestand haben wird, wie lange es geliebt wird, aber ich hoffe, dass es für die Ewigkeit ist. Nadège wählt für ihre Modenschauen den Schmuck aus, der mit der Geschichte ihrer Kollektion im Einklang steht.

Gleichzeitig müssen sich Ihre Erzählungen miteinander verflechten.

Natürlich bewegen wir uns auf demselben Planeten, der Hermès heisst. Aber jeder erkundet ihn auf seine eigene Weise, ohne vorgegebene Regeln. Das ist ein wunderbares Privileg.

Sie erkunden diesen Planeten seit 36 Jahren! Was bereitet Ihnen jeden Morgen beim Aufstehen Freude?

Ich bin stolz auf die Treue, die mir entgegengebracht wird. Das schönste Kompliment, das man einem Designer machen kann, ist, ihm Vertrauen auszusprechen. Ich habe bei Hermès noch nie einen Marketingleiter getroffen.

Wirklich nie?

Ich bin dafür da, Denkanstösse zu geben und Fantasiewelten zu erschaffen. In einem zweiten Schritt wird das Ganze natürlich rationalisiert.

Und bei den Make-up-Artikeln?

Ich arbeite mit Gregoris Pyrpylis zusammen, dem Kreativdirektor von Hermès Beauté. Da ich aber kein Visagist bin, entwerfe ich lediglich die Schatullen und Verpackungen.

Ihnen ist es gelungen, Verpackungen zu entwerfen, die man wie Schmuckstücke aufbewahren möchte.

Das war am Anfang so etwas wie meine Obsession: Wie kann man sich in einer so übersättigten Welt von anderen abheben? Man muss bei null anfangen, alles vergessen, was man zu wissen glaubt, und reduzieren.

Was uns wieder zum Schmuck bringt ...

... und zur Beziehung zum eigenen Körper. Manche Frauen lieben es, das Schmuckstück zu spüren, andere vertragen nur das ganz Federleichte.

Gibt es Körperbereiche, die schwieriger zu schmücken sind als andere?

Man kann bei der Erkundung des Körpers natürlich sehr weit gehen, aber in meinem Spektrum, dem eines Luxuslabels, würde ich sagen, dass die Ohren ein kompliziertes Terrain sind, da jede Ohrform anders ist. Auch Körperschmuck stellt eine interessante Grenze dar:

Beim kreativen Schaffen muss man manchmal bei null anfangen, alles vergessen

eine Kette, die beispielsweise vom Hals bis zur Taille reicht. Zwischen Verführung, Erotisierung und Fetischismus muss man den Mittelweg finden. Und es wagen, ein wenig zu weit zu gehen, damit der Effekt neu und überraschend ist.

Wie wichtig sind die Farben von Edelsteinen?

Ich bin überhaupt nicht esoterisch, aber ich glaube, dass bestimmte optische Schwingungen in meine Netzhaut eindringen und eine rein physiologische Wirkung hervorrufen. Die Lichttherapie ist keine Zauberei: Manche Menschen reagieren empfindlicher als andere auf Lichtwellen, die das Körperliche beeinflussen können.

Tragen Sie Schmuck?

Nichts, ausser ganz persönlichen Dingen wie einem Ehering. Aber ich finde Schmuck an manchen Männern sehr schön, und zwar in den unterschiedlichsten Stilrichtungen – vom aristokratischen Look über den Dandy-Stil bis zum Biker-Look. Aber nicht an mir.

Und Ihre Garderobe?

Ich kleide mich sehr, sehr schlicht. Hemd, Polohemd, Pullover. Einfarbig. Minimalistisch. Niemals Muster, die sind mir zu unruhig. Höchstens ein Streifen – für mich der Gipfel der Exzentrik.

Zeichnen Sie auch ausserhalb der Kollektionen?

Immer weniger. Eine Zeit lang dachte ich, ich würde eines Tages Maler werden ... Aber nein. Man muss sich der Realität stellen.

In der heutigen Welt, die gezeichnet ist von Instabilität, Kriegen und der Klimakrise: Welchen Sinn können Luxus und das Schöne haben?

Wie Musik, Tanz oder Museen ermöglicht uns das Handwerk, lebendig zu bleiben. Schönheit erhebt uns. Wir dürfen auf keinen Fall aufhören, sie zu pflegen. Aber es stimmt, wir balancieren auf einem schmalen Grat. Paradoxerweise blühte der Luxus in dunklen Zeiten oft auf, die Menschen achteten auf ihre Kleidung. Das hängt zweifellos mit unseren inneren Widersprüchen zusammen, mit einem Überlebensreflex, mit einem Bedürfnis nach Menschlichkeit. ☺



IM SATTEL

Ebenfalls aus der *Apparat*-Kollektion stammt dieser voluminöse Ring, der die Form eines Sattels aufgreift und aus Roségold und schwarzer Jade besteht, wobei das Weissgold mit weissen Diamanten sowie zwei braunen Diamanten besetzt ist.

A-K-R-I-S-

GROSSE DETAILS

DIE HERBST- / WINTER-
KOLLEKTIONEN 2026
PRÄSENTIEREN
HINGUCKER-LOOKS.

TEXT ENDRIT NURCAJ

Bei **Tom Ford** wird der
Anzug neu interpretiert.

M

AN WEISS NICHT mehr so recht, wohin die Reise geht. Seit einigen Jahren haben im Büro Birkenstocks die Oxford-Schuhe abgelöst und Hoodies die Hemden. Die Arbeit im Homeoffice hat die Grenzen zwischen Freizeit- und Arbeitskleidung endgültig verwischt. Warum sollte man eine gebügelte Bundfaltenhose tragen, wenn niemand sieht, was sich ausserhalb des Blickfelds der Webcam befindet? Und dann, fast ohne Vorwarnung, schlägt das Pendel wieder in die andere Richtung aus. Was aber keineswegs heisst, dass Anzug und Krawatte wieder an der Tagesordnung stehen. Was zurückkommt, ist viel einfacher: die Lust, einen Look zu kreieren, anstatt einfach nur Kleidung zu tragen. Der Trend geht übrigens weit über die Laufstege hinaus: Büros ähneln Cafés, Cafés wiederum Co-Working-Spaces. Hochzeiten verzichten auf Dresscodes. Selbst Gourmetrestaurants haben die Jackett-Etikette gelockert.

Alles ist flexibler, unkomplizierter geworden, sowohl in der Damen- wie in der Herrenumkleide. Das ist eigentlich eine gute Sache. Niemand vermisst die Zeiten, in denen eine Krawatte darüber entscheiden konnte, ob man ein Restaurant betreten durfte oder nicht. Doch wenn die Regeln verschwinden, bleibt eine Frage: Was tun, wenn man einen besonderen Anlass feiern möchte? Sich schick machen, natürlich. Nicht, um zu zeigen, was man besitzt. Ein gut gebügeltes Hemd, eine perfekt geschnittene Hose oder ein Mantel, für dessen Auswahl man sich Zeit genommen hat, sagen ohne Label nicht viel über den Status des Trägers oder der Trägerin aus. Sie zeigen lediglich, dass er oder sie sich Gedanken gemacht hat. Und vielleicht ist es genau das, was heute wieder im Kommen ist: die Freude daran, sich Mühe zu geben. Für sich selbst, für den Ort, an den man geht, für die Menschen, die man trifft. ☺



Grosser Auftritt

Ein schöner Anzug verändert nicht nur die Silhouette, er verändert auch die Körperhaltung. Hier kommt es ganz auf die Details an: ein perfekt geschnittenes Sakko, ein bis zum Kragen zugeknöpftes Hemd, ein unter der Krawatte verstecktes Halstuch. Nichts Spektakuläres, und doch ist der erste Eindruck sofort ein anderer. Man richtet sich auf. Man nimmt den Raum ein. Genau das erzählen die Kollektionen von Tom Ford (links) und Saint Laurent (rechts) in dieser Saison: Es ist weniger eine Rückkehr zum Anzug als vielmehr eine Rückkehr zur Idee, sich aufwendig zu kleiden. Nach Jahren mit weichen Sakkos, Sneakers und auf Komfort ausgelegten Silhouetten gewinnt die Schneiderkunst wieder an Präzision. Es geht keineswegs darum, die Bankeruniform der 1980er-Jahre wieder aus dem Schrank zu kramen. Schals ersetzen manchmal Krawatten, die Proportionen ändern sich, Stilcodes vermischen sich. Der Anzug ist kein Zwang. Er ist eine bewusste Entscheidung. Sich die Zeit nehmen, einen Look zusammenzustellen, ein Hemd zuzuknöpfen, die passenden Accessoires auszuwählen. Nicht, um andere zu beeindrucken. Einfach, weil man beschlossen hat, dass es sich an diesem Tag lohnt.



Grosser Abend

Der Kummerbund ist zweifellos das wichtigste Accessoire der Saison – und zugleich eines der aussagekräftigsten. Dieser breite Seidengürtel, der traditionell zum Smoking getragen wird, leitet sich vom persischen Wort «kamarband» ab, was wörtlich «Band um die Taille» bedeutet. Im 19. Jahrhundert wurde er von britischen Offizieren in Indien getragen, anschliessend etablierte er sich in der westlichen Abendgarderobe. In seine Falten, die stets nach oben zeigen, liessen sich ein Geldschein, ein paar Münzen oder eine Eintrittskarte verstauen. Eine Anekdote, die viel über die Epoche aussagt, aus der er stammt. Nun taucht er wieder auf den Laufstegen auf. Bei Polo Ralph Lauren (links) findet er seinen natürlichen Platz wieder, unter einem makellos geschnittenen schwarzen Sakko. Bei Conner Ives (rechts) wird er abgewandelt, fast schon improvisiert, als Schärpe an der Taille gebunden als Augenzwinkern an die festliche Garderobe. Zwei sehr unterschiedliche Interpretationen, aber ein und dasselbe Bestreben: die Freude am Ritual wiederzuentdecken, ohne die Regeln einhalten zu müssen. Niemand fordert die Rückkehr von Bällen in Abendgarderobe. Man kann den Kummerbund heute gerade deshalb tragen, weil er keinen Zweck erfüllt. Und vielleicht macht genau das seinen Reiz aus: Es genügen ein paar Zentimeter Seide um die Taille, um eine Silhouette in ein Statement zu verwandeln.



Grosse Illusion

Das Krokodil verschwindet. Seine Symbolik bleibt jedoch unberührt. Die grossen Modehäuser distanzieren sich nach und nach von exotischem Leder. Einige verzichten gänzlich darauf – endlich! –, andere schränken seine Verwendung stark ein. Ethische und ökologische Bedenken mischen die Karten neu, bis hin in die Ateliers der Luxusmarken. Und doch kann man sich seinem Einfluss nicht entziehen. In dieser Saison sind die Taschen mit Schuppen überzogen – ganz ohne Krokodil. Geprägtes Leder bildet das Relief mit einer fast beunruhigenden Präzision (Bottega Veneta links, Chanel rechts) nach. Das Muster, die Textur, alles, was seine Faszination ausmacht, wird beibehalten – nur das Tier selbst nicht. Denn das Krokodil war nie nur ein Material. Es steht für einen bestimmten Luxus: den von Gegenständen, die man bewahrt, die man weitergibt und die mit der Zeit an Charakter gewinnen. Selbst wenn es auf Kalbsleder nachgebildet wird, vermittelt seine Narbung weiterhin den Eindruck von etwas Kostbarem und Beständigem. Der Reiz der Illusion: Heute will man das Krokodil, ohne es zu brauchen.

Grosse Bijoux

Es kommt selten vor, dass ein Accessoire eine komplett neue Rolle einnimmt. Genau das passiert jedoch gerade mit der Brosche. Ein Ring lenkt den Blick auf die Hand. Eine Halskette rahmt den Hals. Ein Ohring unterstreicht ein Lächeln. Die Brosche bewirkt genau das Gegenteil: Sie lenkt den Blick auf das Kleidungsstück – auf ein Jackenrevers, eine Schulter, einen Kragen. Und genau das macht sie so interessant. Nach Jahren schlichter Silhouetten bringt sie etwas zurück, das die Mode weitgehend ausser Acht gelassen hatte: den Schmuck. Bei Michael Kors (links) oder Kallmeyer (rechts) wirkt sie wie ein Erbstück, als hätte sie schon immer zu dieser Jacke gehört. Sehr schön. Aber sie kann auch weniger kostbar sein. Eine auf einem Flohmarkt gefundene Brosche an einem Revers befestigt erhält eine völlig neue Funktion. Man muss sie nur an der richtigen Stelle anstecken, damit eine sehr unauffällige Jacke plötzlich nicht mehr schlicht wirkt. Und wenn Sie einen Ohring verlieren, werfen Sie den zweiten auf keinen Fall weg. Stecken Sie ihn einfach an den Kragen Ihrer Jacke. Die schönsten Accessoires sind manchmal gerade diejenigen, die ihrer ursprünglichen Funktion entfliehen.



Royale Variationen

MIT IHREM INTEGRIERTEN ARMBAND, IHRER UNVERWECHSELBAREN LÜNETTE UND IHREM SCHWUNGVOLLEN DESIGN IST DIE **TUDOR ROYAL** DIE SPORT-CHIC-UHR SCHLECHTHIN – NUN ERHÄLTlich IN DREI VERSCHIEDENEN GEHÄUSEGRÖSSEN.

TEXT DIE REDAKTION

DAS ZIFFERBLATT

Die Farbpalette scheint schier unendlich: Schwarz, Blau, Silber, Grün, Hellblau, Elfenbein, Lachs, Bordeauxrot, Braun, Champagner und Perlmutt! Und dann noch die verschiedenen Grössen und Ausführungen – die Qual der Wahl war noch nie so verführerisch. Und wenn man dann noch bedenkt, dass die Zeiger entweder in Stahl oder Gelbgold erhältlich sind und die Indizes mit römischen Ziffern oder Stabindex ...

DIE KOMPLIKATIONEN

Zurückhaltung und Zuverlässigkeit könnten die Leitmotive des Hauses sein. Während die 36-mm-Modelle über ein Datumsfenster bei drei Uhr verfügen, bieten die 40-mm-Versionen ein selteneres und eleganteres Day-Date-Modell mit einem Wochentagsfenster bei 12 Uhr, das den gesamten Wochentag anzeigt. Eine Uhr, die für den Alltag konzipiert ist.



DAS KALIBER

Alle Modelle der Royal-Kollektion sind nun mit leistungsstarken Manufakturwerken ausgestattet, die von TUDOR entwickelt und montiert wurden. Robustheit und chronometrische Präzision sind garantiert. Ein Extra: Sie gelten als «wochenendtauglich» – der Träger kann seine Uhr am Freitagabend ablegen und am Montagmorgen wieder ans Handgelenk legen, ohne sie erneut aufziehen zu müssen.

DAS GEHÄUSE

Der bereits in den 1950er-Jahren eingeführte Begriff «Royal» umfasste ursprünglich zahlreiche Modelle in verschiedenen Formen und Grössen. Bei der Neuauflage der Kollektion in ihrer heutigen Form im Jahr 2020 bot TUDOR vier unterschiedliche Grössen an, diese werden nun durch die drei neuen 30, 36 und 40 mm ersetzt. Sie sind in Edelstahl oder in Gelbgold und Edelstahl erhältlich. So passen sie sich jedem Handgelenk an. Dank ihrer Krone und ihres verschraubten Gehäusebodens ist die Royal absolut wasserdicht – bis zu einer Tiefe von 100 m unter der Meeresoberfläche. Natürlich sind auch ein Sprung ins Becken oder ein Schwumm im See kein Problem.

DAS ARMBAND

Es trägt massgeblich zu diesem sportlich-eleganten Look bei: Da das Armband vollständig in das Gehäuse integriert ist, bildet es einen nahtlosen Übergang. Es zeichnet sich durch drei breite, satinierte Glieder aus, die von zwei feineren, polierten Elementen unterbrochen werden. Es wurde so konstruiert, dass die Glieder das Gehäuse niemals berühren, wodurch jegliche Reibung vermieden wird. Es gibt zwei Varianten: Edelstahl oder eine Kombination aus Gelbgold und Edelstahl.

DIE 100-JÄHRIGE GESCHICHTE

Alles begann am 17. Februar 1926, als Hans Wilsdorf, der Gründer von Rolex, den Namen The Tudor eintragen liess. Das erste Modell der neuen Marke kam noch im selben Jahr auf den Markt. Das Abenteuer ist von Anfang an in der DNA des Hauses verankert, mit «Musketierinnen» wie der Marquise Carina Massone Negrone, einer der allerersten Heldinnen der Luftfahrt und Bewunderin von TUDOR. Dank des von Rolex entwickelten wasserdichten Oyster-Gehäuses erobert die Marke bereits in den 1940er-Jahren all jene, die sich den extremsten Bedingungen stellen. Bis hin zur französischen Marine und zu den Navy Seals der US-Marine! Die Modelle Black Bay und Pelagos werden schnell zu Wahrzeichen des Hauses. Im Jahr 2023 weiht TUDOR in Le Locle seine neue Manufaktur ein und startet mit Elan in sein zweites Jahrhundert.

EIN ROYALES MODELL

Da ist zunächst einmal ihr Name, der auf eine gewisse Vorstellung von Majestät verweist. Er ist bereits ein Fingerzeig auf die überragende Qualität, das durchdachte Design und den Tragekomfort, die die verschiedenen Modelle von TUDOR bieten. Übrigens ist auch der Name des Hauses selbst eine direkte Hommage an die britische Dynastie, die die Geschichte Englands geprägt hat. So wie auch das historische Logo der Marke: die Rose – ein von Heinrich VII. geschaffenes heraldisches Blumenemblem –, das in den 1960er-Jahren durch das Wappenschild ersetzt wurde. Noch heute ziert dieses alle Modelle. Die berühmte TUDOR-Rose findet sich jedoch weiterhin fein graviert auf der Krone der Black-Bay-Modelle und auf bestimmten limitierten Auflagen wieder.

MODE

STRICK UND STEUERBORD

PULLOVER NACH POSEIDONS GESCHMACK:
MASCHEN FÜR AUSFLÜGE AUF DEM MEER.

FOTOS ANTOINE HENAULT STYLING SIMON PYLYSER

DIESE SEITE Strickjacke mit Zopfmuster und Kragen aus Baumwolle, Cargohose mit Markenlogo aus Baumwolle und Seide, **Louis Vuitton**. Uhr *Luminor Destro PAM01732*, Edelstahlgehäuse, 44 mm, mechanisches Uhrwerk mit Handaufzug, Kaliber *P6000*, **Panerai**.

LINKE SEITE Wollpullover und Leggings aus Baumwolle, **Dries Van Noten**.





DIESE SEITE Pullover mit Stehkragen aus Wolle und Mütze aus Schurwolle, **Giorgio Armani**. Hose aus Kunstleder, **Kolor**.

LINKE SEITE Rollkragenpullover, **Brunello Cucinelli**. Shorts im Boxershortstil mit Monogramm-Streifen aus Baumwolle und Seide, **Louis Vuitton**. Uhr *Radiomir 8 Giorni PAM01348*, Gehäuse aus *Brunito*-Stahl, 44 mm, mechanisches Uhrwerk mit Handaufzug, Kaliber *P.5000*, **Panerai**.



MODE

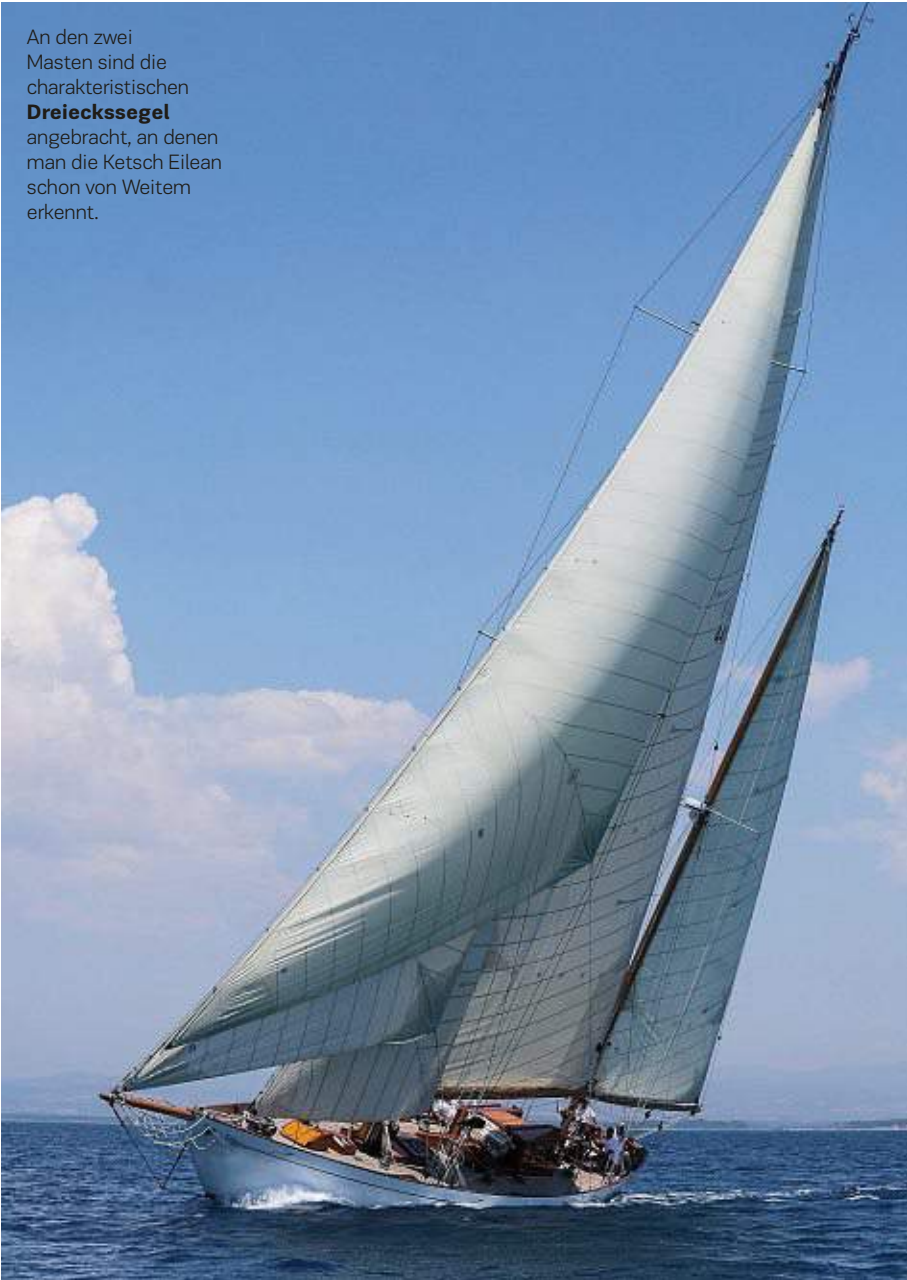
DIESE SEITE Rundhalspullover aus Kaschmir mit abnehmbaren Manschetten, Hose aus Wolle, **Prada.**

RECHTE SEITE Langärmeliges Polohemd *Oasi* aus Kaschmir und Kaschmirpullover, **Zegna.** Baumwollhose, **Loewe.** Uhr *Luminor 8 Giorni PAM01733*, Gehäuse aus *Brunito*-Stahl, 44 mm, mechanisches Uhrwerk mit Handaufzug, Kaliber *P5000*, **Panerai.**





ART DIRECTION Géraldine Dura
PRODUKTION Endrit Nurcaj
FOTOASSISTENTIN Victoria Maskell
HAARE UND MAKE-UP Stéphanie Farouze
MODEL Ian McGonegal
CASTING Isadora Banaudi
LOCATION Segelschiff Eilean
**DIESES SHOOTING ENTSTAND IN
ZUSAMMENARBEIT MIT PANERAI.**



An den zwei Masten sind die charakteristischen **Dreieckssegel** angebracht, an denen man die Ketsch Eilean schon von Weitem erkennt.



An Bord wird jedes Detail sorgfältig gepflegt: aus Respekt vor der edlen Dame der Meere.

Gegen alle Widerstände

UNTER DER FLAGGE VON PANERAI NIMMT DIE **SEGELJACHT EILEAN** ERNEUT AN KLASSISCHEN REGATTASERIEN TEIL. EIN ABENTEUER – SPORTLICH, HISTORISCH UND ELEGANT.

TEXT DIE REDAKTION

DIE SONNE BRENNT an diesem heißen Sommertag vom Himmel, und es weht nicht ein Lüftchen. Absolut keine Regattabedingungen, aber es denkt ohnehin niemand an Startschüsse und Stoppuhren, während die Koffer mit Kleidung und Fotoausrüstung an Bord geladen werden. Das gesamte Team von encore! streicht begeistert mit den Fingern über die Verkleidung aus burmesischem Teakholz und über die handpolierte, gegossene Bronzewinde. Was für ein Wunderwerk an Eleganz, diese Segeljacht! Am Kai im alten Hafen von Antibes schwärmen auch die Schaulustigen von der alten Dame der Meere, dieser durch die Jahre patinierten und so sorgfältig restaurierten Schönheit. Sie werden nicht das Glück haben, stilvoll in See zu stechen und zwischen zwei Fotoaufnahmen (auf den vorherigen Seiten) einen Kaffee in einer Tasse mit der Aufschrift «Eilean» serviert zu bekommen. Vor allem Model Ian McGonagal schwebt an diesem Tag auf einer Welle des Glücks – der Bootsliebhaber verbrachte seine Freizeit als Teenager mit Angeln in Alaska.

Seit ihrer Restaurierung im Jahr 2009 begleitet diese aussergewöhnliche, 22 Meter lange Segeljacht die Uhrenmarke Panerai bei ihren Abenteuern auf See. An Bord der Eilean führt Kapitän Stefano Valente seit 16 Jahren eine Besatzung von 11 Seeleuten. Er empfängt die Gäste der Marke und führt sie in das historische Erbe der italienischen Marke ein, die ihren Ursprung in Präzisionsinstrumenten für die italienische Marine hat.

Dieses Jahr knüpft die Eilean auch wieder an den Wettbewerbsgeist an und kehrt auf die Rennstrecke der klassischen Regatten zurück. Dabei geht es weniger darum, Rekorde zu brechen («Es ist ein Kreuzfahrtsegler, kein Rennsegler», sagt der Kapitän lächelnd), sondern vielmehr darum, die Zuschauer an Land und die Teilnehmer an Bord mit dem fast unwirklichen Anblick dieses Zweimasters, der elegant über die Wellen gleitet, zu begeistern.

Die Saison hat im Mai vor der Küste von Viareggio begonnen, seither hat die Eilean Kurs auf weitere Orte im Mittelmeer zwischen Frankreich, Italien und Spanien genommen. Das Programm endet Ende des Monats an der Côte d’Azur mit den «Régates Royales de Cannes» (noch bis 26. September). «Dank ihrer zeitlosen Eleganz und ihrer geschichtsträchtigen Vergangenheit verkörpert die Eilean perfekt den beständigen Geist des Abenteurers und der Präzision, für den unser Haus seit seiner Gründung steht», meint Alessandro Ficarelli, Chief Marketing and Heritage Officer bei Panerai. Diese mit Spannung erwartete Rückkehr der «Schönheiten der Meere» auf die Rennstrecke nach achtjähriger Abwesenheit ist kein Zufall: 2026 feiern sowohl das legendäre Schiff wie auch das Modell Radiomir 90-Jahr-Jubiläum.

Tatsächlich war es im Jahr 1936, kurz vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs, als Giuseppe Panerai, der sich bereits auf Kompass und Tiefenmesser spezialisiert hatte, eine Uhr entwickelte, die für die Taucher der italienischen Marine geeignet war – jene «Incursori», die auf geheime, nächtliche Einsätze spezialisiert waren. So entstand der erste Prototyp der Radiomir,

wasserdicht und dank ihrer Leuchtindizes sehr gut ablesbar. Eine Uhr würdigt übrigens diesen illustren Vorgänger (siehe Kasten).

Im selben Jahr wurde im schottischen Fairlie die bermudische Ketsch – ein Zweimaster mit Dreieckssegeln – gebaut. Entworfen von William Fife III, einer Legende der Schiffsarchitektur.

Das Segelschiff, dessen Name auf Gälisch «kleine Insel» bedeutet, wurde schnell zur Legende, da es den Atlantik 36 Mal überquerte – und weil es 1982 im Musikvideo zum Lied «Rio» der Band Duran Duran zu sehen war. Dennoch endete es in einem erbärmlichen Zustand in einem Hafen der Karibik. 2006 erwarb es Angelo Bonati, ein begeisterter Segler und damaliger CEO von Panerai. Die aufwendige Restaurierung dauerte drei Jahre. Kein Wunder, dass dieses maritime Juwel zahlreiche Modelle von Panerai inspiriert. ⌚



HOMMAGE AN DIE EILEAN

Die Radiomir Bronzo PAM00760 ist eine Hommage an die «Kapitänsuhr», die ursprünglich für den Einsatz auf See konzipiert war. Das Bronzegehäuse (47 mm) hat eine Patina, das grüne Zifferblatt mit Farbverlauf, die gebläuten Zeiger und die leuchtenden Indizes erinnern an das maritime Erbe von Panerai.

DEIN STIL- MAGAZIN DA, WO DU BIST



MODE ● ABENTEUER ● BEAUTY ● DESIGN ● REISEN

www.encore-mag.ch





Die Kombination aus Gold und Stahl ist seit den 1970er-Jahren ein **Markenzeichen** von Bvlgari – wie hier die Uhr *Serpenti Tubogas Studs Capsule*.

Walzer in zwei Tonarten

ANGETRIEBEN VOM REVIVAL DER 1980ER-JAHRE SETZT SICH DIE **KOMBINATION AUS GOLD UND STAHL**, AUS EDELEM UND FUNKTIONALEM, ERNEUT DURCH.

TEXT MATHILDE BINETRUY

IM VERGANGENEN APRIL verweilt eine Gruppe junger Frauen vor dem eleganten Bvlgari-Stand auf der Genfer Uhrenmesse Watches & Wonders. Neugierig blicken sie in die filigrane Vitrine mit der neuen Kollektion Serpenti Tubogas Studs Capsule: ein flexibles Armband, Nietenmuster, mit Diamanten besetzte Perlmutterzifferblätter. «Oh, das ist genau die Uhr, die ich brauche. Ein echtes Revival-Modell.» Revival. Das Wort ist gefallen. Und es sagt vielleicht alles über die Rückkehr eines grossen Trends aus: die Zweifarbigkeit.

Lange Zeit mit den 1980er-Jahren und protzigem Luxus assoziiert, kehrt sie heute ins Rampenlicht zurück. Dabei geht es nicht darum, frühere Modelle eins zu eins nachzuahmen. «Seit einigen Jahren gibt es ein echtes Interesse an der Kultur von gestern», stellt Gislain Aucremanne, Direktor und Kurator der Abteilung Heritage bei Bvlgari, fest. «Die Vergangenheit schenkt Sicherheit. Man greift die Schlüsselemente von gestern oder ihre Ikonen auf und interpretiert sie neu.» Das Phänomen ist auch generationsbedingt. «Die Jüngeren entdecken eine Epoche, die sie selbst nicht erlebt haben; die Älteren blicken zurück auf eine Zeit, die man liebt hat.» Die 1980er-Jahre sind ein gutes Beispiel dafür: Lange Zeit verpönt, sind sie heute wieder

zu einer Inspirationsquelle geworden. Das Prinzip der Zweifarbigkeit ist simpel: zwei Materialien mit gegensätzlichen Eigenschaften in einen Dialog zu bringen. Gold ist kostbar, warm und leuchtend, Stahl ist kalt, grafisch und funktional. Nebenbei ermöglicht der – wenn auch nur punktuelle – Einsatz eines günstigeren Materials, die Kosten für Luxus schmuckstücke im Rahmen zu halten.

Bei Bvlgari hat die Kombination eine lange Tradition. Das Haus vereinte bereits in den 1930er-Jahren unterschiedliche Metalle, sowohl in der Schmuckherstellung als auch in der Uhrmacherei. In Kriegs- und Rationierungszeiten resultierte die Praxis aus der Frage: Wie kann man weiterhin kreativ sein, wenn bestimmte Ressourcen, insbesondere Farbedelsteine, schwer zu beschaffen sind? «In herausfordernden Zeiten bedeutet ein Mangel an Ressourcen nicht gleich ein Mangel an Kreativität. Im Gegenteil: Man erfindet Neues, gleicht Defizite aus und findet andere Wege», erklärt Aucremanne. In den 1970er-Jahren war Stahl zudem eine ästhetische Wahl. «Man wählte Stahl wegen seines Glanzes, aber auch, um avantgardistisch zu sein», fährt er fort. Seine Farbe ermöglicht es, einen deutlicheren Kontrast zum Gold zu schaffen. «Wenn man Weissgold mit Roségold mischt, ist der Farbunterschied nicht beson-

ders auffällig. Das ist der Grund, warum wir uns für Stahl entscheiden, der nicht weiss ist.» Dieser Ansatz findet heute Ausdruck in der Linie Gold & Steel, in den Kreationen B.zero1 und Bvlgari Tubogas, aber auch in der Uhrenkollektion Serpenti Tubogas Studs Capsule. Das Duo wird zu einem echten ästhetischen Vokabular. Auch andere renommierte Häuser pflegen diese Kombination: Rolex hat sie seit 1933 unter dem Namen Rolesor zu einem seiner Markenzeichen gemacht. Die neue Oyster Perpetual 41 zeigt eine zurückhaltende Interpretation davon: Gelbgold kommt nur an der Lünette und in der Krone zum Einsatz, während Gehäuse und Armband aus Oystersteel bestehen. Bei Chopard kombiniert die Alpine Eagle 33 den Lucent Steel, eine exklusive Legierung des Hauses, mit ethisch gewonnenem Gelbgold. Gehäuse und Armband bestehen aus Stahl, während Gold bestimmte Details hervorhebt. Piaget seinerseits interpretiert die Swinging Sautoirs von 1969 mit der Uhr Sixtie neu – in einer Version, die Stahl und Roségold vereint und die Grenze zwischen Uhrmacherkunst und Schmuckdesign aufhebt.

Mehr ist mehr

Bei jeder Marke sieht die Kombination anders aus: sportlich bei Chopard, traditionsbewusst bei Rolex, festlich bei Piaget, experimentell bei Bvlgari. Dieselbe Idee, aber unterschiedliche Auslegungen. Das Phänomen geht übrigens weit über die Uhrenindustrie hinaus: In der Schmuckbranche ist die Kombination verschiedener Metalle mittlerweile eine Selbstverständlichkeit. Gelb-, Rosé- oder Weissgold, Silber und Edelstahl werden gemeinsam getragen, wo früher der gute Geschmack vorschrieb, nichts zu vermischen. Ringe werden gestapelt, Armbänder übereinandergelegt, Ketten kreuzen sich. Schmuck wird weniger aus Gründen der Harmonie ausgewählt als vielmehr als Ausdruck der Persönlichkeit. Keines der Materialien versucht mehr, das andere zu dominieren. Der Reiz liegt gerade in ihrer Gegensätzlichkeit. Die Retro-Ästhetik wird durch das Prisma der Gegenwart betrachtet. Darin liegt auch die Modernität der Zweifarbigkeit: Sie reproduziert nicht, was schon einmal war, sondern weiss, was erhaltenswert ist, und interpretiert es neu. 🕒



Glamourös Die Stahlflechte des berühmten *Cable*-Armbands enden in zwei Teilen aus Gelbgold. **David Yurman Classic Cable Armband, Edelstahl und Gelbgold, ab ca. 900 Fr.**

Chic Sie lässt die 1970er-Jahre durch ihre Form wieder aufleben, die zwischen Trapez, Quadrat und Kissenform schwankt. **Piaget Sixtie, Quarzuhrwerk, Edelstahl und Roségold, 12 500 Fr.**

Zeitlos Zwei Materialien, eine legendäre Uhr: Wie gemacht für ein 100-Jahr-Jubiläum. **Rolex Oyster Perpetual 41, Automatikuhrwerk, Oystersteel-Edelstahl und Gelbgold, 9350 Fr.**

Kühn Hier verschmelzen juwelierisches Know-how und stilistische Kühnheit zu einer Einheit. **Bvlgari Tubogas, Edelstahl und Gold, 12 500 Fr.**

Kostbar Das Design ist von der Pracht der Alpen und des Adlers inspiriert. **Chopard Alpine Eagle 33, Automatikuhrwerk, ethisch gewonnenes Gelbgold und Lucent Steel, 22 100 Fr.**

Longevity – Perlen

DAS NEUE SUPER SERUM [10] VON NUXE VERFOLGT EINEN **GANZHEITLICHEN ANSATZ**: ES KORRIGIERT ANZEICHEN DER HAUTALTERUNG UND BEUGT IHNEN ZUGLEICH VOR.

TEXT DIE REDAKTION



10

ERGEBNISSE In einer optimierten Formel, die auf einem exklusiven Langlebigkeitspatent basiert, wirkt das Super Serum [10] Longevity von NUXE auf zwei Ebenen: Es verzögert die Hautalterung und korrigiert ihre sichtbaren Anzeichen. Das Geheimnis? Die Zellerneuerung wird um mehr als 50 Prozent beschleunigt. Diese universelle Pflege eignet sich somit für Frauen jeden Alters und jeden Hauttyps. Studien belegen, dass das Serum Pigmentflecken und Falten reduziert, die Haut strafft und wieder aufpolstert, den Teint strahlen lässt, die Poren verfeinert, Feuchtigkeit spendet und die Haut stärkt, repariert und schützt. Was will man mehr?

4

AKTIVSTOFFE Die Formel besteht zu 96 Prozent aus natürlichen Inhaltsstoffen und vereint vier Schlüsselwirkstoffe, die sich potenzieren. Der in Polynesien entdeckte marine Postbiotika-Extrakt regt die Zellerneuerung an. Hyaluronsäure dringt tief in die Haut ein und polstert sie wieder auf. Niacinamid gleicht Unregelmäßigkeiten aus und bringt den Teint zum Strahlen. Der pflanzliche Komplex, angereichert mit Zellen aus dem Edelweiss, wirkt dank seiner starken antioxidativen Wirkung wie ein natürlicher Schutzschild. Ein kraftvolles Quartett!

4800

MIKKROKÜGELCHEN In jeder 30-ml-Flasche kapseln tausende Mikropерlen wertvolle pflanzliche Öle ein. Sie verschmelzen beim Auftragen sanft mit der Haut und sorgen unmittelbar für Geschmeidigkeit. Diese Sinnlichkeit wird olfaktorisch von einem dezenten, frischen Duft begleitet, der an grüne Blätter, Baumnektar und Lindenblüten erinnert. Das neue Super Serum [10] Longevity von NUXE lässt sich ideal in ein Ritual mit der Soins d'Exception Jour & Nuit der Linie Merveillance Lift (oder Nuxuriance Ultra Alfa [3R] für reifere Haut) integrieren.

DIE MARKE

NUXE ist eine Wortschöpfung aus den Begriffen «Natur» und «Luxus». Alles begann mit einer Faszination für Pflanzen: Als Tochter eines Apothekers, der sich für natürliche Rezepturen begeisterte, arbeitete Aliza Jabès zunächst als Finanzanalystin, bevor sie ein kleines, vom Niedergang bedrohtes Pariser Labor übernahm. So wurde NUXE Anfang der 1990er-Jahre ins Leben gerufen. Überzeugt davon, dass die Geheimnisse der modernen Kosmetik zwischen Botanik und Galenik liegen, erforschte sie wirksame Produkte, die zugleich die Sinne besonders ansprechen und einfach anzuwenden sind. Vor allem aber wollte Jabès Poesie in die Apotheken bringen. Das berühmte Huile Prodigieuse, das 1991 auf den Markt gekommen ist und alle fünf Sekunden verkauft wird, verkörpert diese Vision. Ein Trockenöl, das die Gesichtshaut als auch den Körper und das Haar pflegt. Ein Bestseller, der in die Badezimmer und in die Herzen der Menschen Einzug gehalten hat.

DAS LABOR

Seit der Gründung von NUXE ist das Labor das Herzstück der Marke. Das Team hat seinen Sitz in Boulogne-Billancourt in der Nähe von Paris und umfasst Botaniker, Biologen, Galeniker und Parfümeure. Die strategische Entscheidung, die Experten intern zu integrieren, hat sich als erfolgreich erwiesen: Im Laufe der Jahre wurden fast 45 Patente angemeldet. Auch die Produktion erfolgt in Frankreich. Der Herstellungsprozess unterliegt strengen Richtlinien der «Clean Beauty» – einer Kosmetik, die auf umstrittene Inhaltsstoffe wie Silikone oder Mineralöle verzichtet, die Herkunft und Echtheit der verwendeten pflanzlichen Inhaltsstoffe wissenschaftlich zertifiziert und eine schonende Extraktion ohne chemische oder schädliche Lösungsmittel garantiert. Das neue Super Serum [10] Longevity von NUXE basiert auf einem patentierten Verfahren zur Reaktivierung von mehr als 600 Proteinen, die mit zunehmendem Alter dazu neigen, träge zu werden.



Das neue Super Serum [10] von NUXE mit exklusivem Longevity-Patent.



Gestreiftes Baumwoll-
hemd, **Maison Margiela.**
Baumwollhemd aus
Popeline, **Fendi.**
Gestreiftes Baumwoll-
hemd, **Emporio Armani.**
Kurzes Baumwollhemd,
Dries Van Noten.
Uhr Ingenieur Perpétuel
Calendar 41, Gehäuse und
Armband aus Titan, ewiger
Kalender mit Anzeige von
Datum, Wochentag,
Monat, Schaltjahr und
Mondphasen, 41,6 mm,
Manufakturwerk mit
Automatikaufzug,
IWC Schaffhausen.

GRAFISCHE **PRÄZISION**

EINE ODE AN DEN **CLEVEREN MINIMALISMUS**
MIT EINER LEIDENSCHAFT FÜR DIE GEOMETRIE.

FOTOS MARIE FLORES **STYLING** SIMON PYLYSER **SET DESIGN** MARVIN DIGAN



Doppelkartenetui *The Darjeeling Limited* aus *Darnier-Heritage*-Canvas, **Louis Vuitton**. Kartenetui aus *Triomphe*-Canvas und Kalbsleder, **Celine**. Kartenetui aus Leder, **Dries Van Noten**. Kartenetui *FF* aus genarbttem Leder, **Fendi**. Uhr *Ingenieur Automatic 42*, Armband und Gehäuse aus Keramik, Datumsanzeige, 42 mm, Manufakturwerk mit Automatikaufzug, **IWC Schaffhausen**.



Socken mit *Argyle*-Muster, **Burlington**. Socken mit feinen Streifen, **Falke**. Wollsocken, **Balenciaga**. Baumwollsocken, **Fendi**.



Schwarze Acetat-Brille, **Boss**. Acetat-Brille, **David Beckham**. Brille *The Brazen*, **Viu**. Acetat-Brille, **Marc Jacobs**. Eckige Sonnenbrille *LV Attitude* aus versilbertem Metall, eckige Brille *LV Confidence* aus silbernem Acetat und eckige Brille *LV Confidence* aus schwarzem Acetat, **Louis Vuitton**.



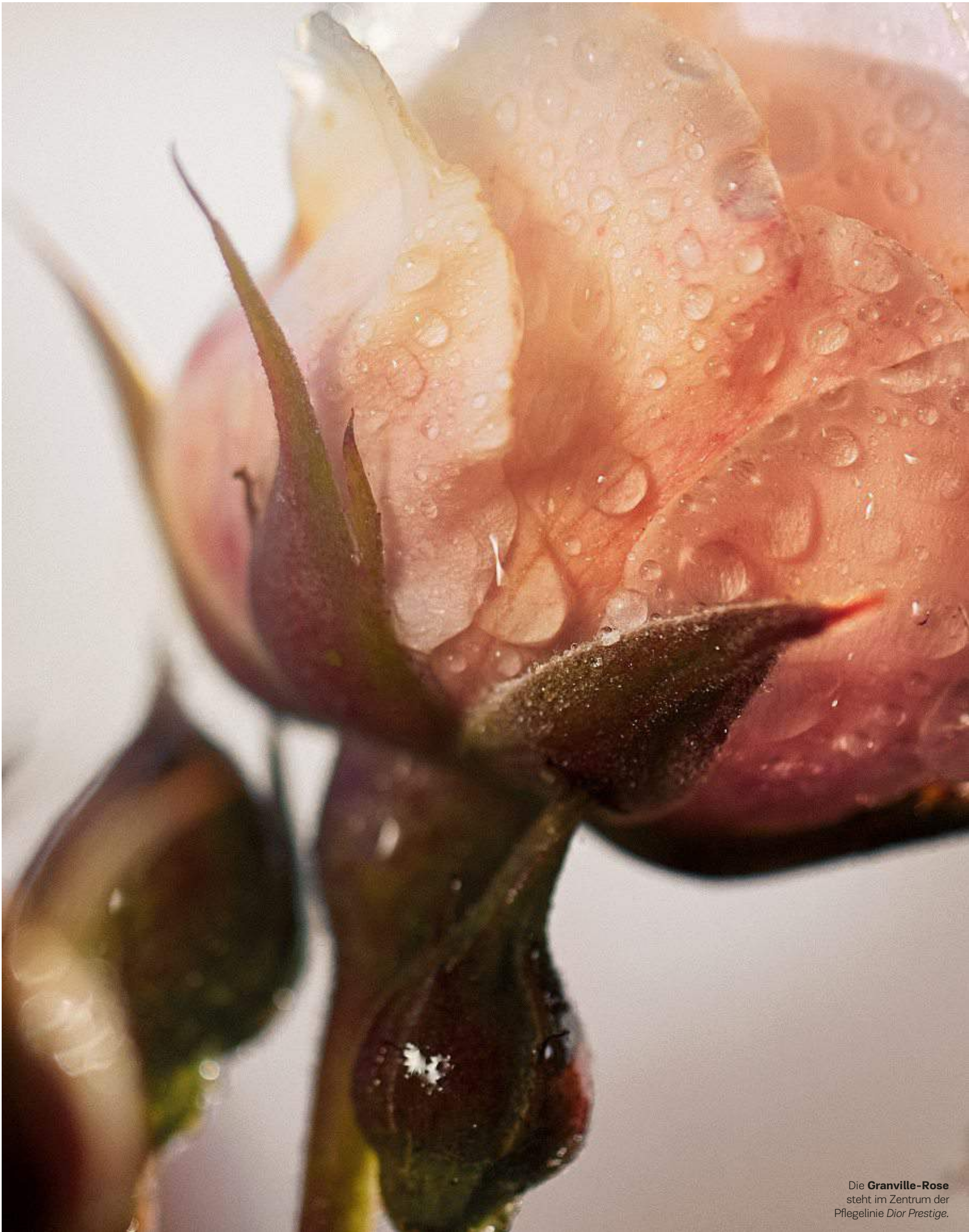
Seidenkrawatte, **Celine**. Gestreifte Seidenkrawatten, **Dries Van Noten**. Uhr *Ingenieur Automatic 35*, Armband und Gehäuse aus Edelstahl, blaues Zifferblatt, Datumsanzeige, 35,1 mm, Automatikuhwerk, **IWC Schaffhausen**.

WENIGER IST MEHR. Der deutsche Designer Dieter Rams fasste die Idee der funktionalen Ästhetik mit diesem Satz wunderbar zusammen. Warum um alles in der Welt sollte man sich mit überflüssigem Schnickschnack, verspielten Rüschen und anderen Verzierungen, die vom Wesentlichen ablenken, belasten, wenn die Schönheit eines Objekts direkt aus seinem Nutzen resultiert? Es ist die Formel einiger der ikonischsten Meisterwerke des Designs, in der Mode genauso wie in der Architektur. Man denke beispielsweise an die Villa Savoye von Le Corbusier oder den Wassily-Stuhl von Marcel Breuer. In der Mode kommt dieser Ansatz in einem selbstbewussten Minimalismus zum Ausdruck, der die grafische Strenge und – manchmal – Details hervorhebt, die nur die aufmerksamsten Betrachter bemerken werden. Hier ein Hauch von Farbe. Dort ein Streifen, der leicht aus dem Rahmen fällt. An anderer Stelle ein Logo oder ein Monogramm, das auf einem Kartenetui kunstvoll appliziert wurde. «Quiet Luxury» hat noch lange nicht ausgedient. Liebhaber schöner Uhren werden ihn in der Vision von Gérald Genta erkennen, der ikonische Uhren für die grössten Namen der Branche

entwarf und 1976 auch die erste Ingenieur SL für das Haus IWC Schaffhausen konzipierte. Die Kollektion wurde seitdem kontinuierlich erweitert, stets unter Wahrung des Erbes des Meisters. Denn die höchste Kunst des Minimalismus offenbart sich in den Accessoires. Sei es auf der Nasenspitze, an den Füßen, um den Hals, am Handgelenk oder an den Händen. 

KULTMODELL INGENIEUR

Die Ingenieur SL, ein Kultmodell des Hauses IWC Schaffhausen, wurde 1976 von Gérald Genta entworfen, der laut Christie's als «Fabergé der Uhren» gilt. Das Design der Ingenieur SL mit ihren fünf polygonalen Schrauben, dem integrierten Armband und dem Zifferblatt mit Schachbrettmuster ist zwar auf den ersten Blick erkennbar, doch IWC Schaffhausen hat die Varianten dieser legendären Uhr erweitert: Sie ist nun in verschiedenen Materialien erhältlich – von Roségold über Edelstahl bis hin zu Keramik – und in einer Auswahl an verschiedenen Durchmessern, von 35 mm bis 42 mm. Was die Komplikationen angeht, bereichert eine Version mit ewigem Kalender und Mondphasen die Kollektion ebenso wie ein Tourbillon-Modell. Die elegante Ingenieur SL ist heute eine der Säulen von IWC – für jedes Handgelenk.



Die **Granville-Rose** steht im Zentrum der Pflegelinie *Dior Prestige*.

Im Namen **der Rose**

DIE ROSE, FÜR IHRE BERUHIGENDEN EIGENSCHAFTEN GESCHÄTZT, OFFENBART EINEN UNGEAHTEN REICHTUM: IN IHREM INNEREN VERBIRGT SICH EIN **SCHATZ AN MOLEKÜLEN**.

TEXT JULIE QUELOZ

GRANVILLE IN DER NORMANDIE. Vom Ärmelkanal wehen Windböen, biegen die Stiele der Blumen. Prasselnder Regen beschwert die Blütenblätter. Weit und breit ist kein Gewächshaus mit perfekt kontrolliertem Mikroklima in Sicht. Die Rose von Granville wächst ungeschützt vor den Elementen, in einer anspruchsvollen Umgebung, die sie dazu zwingt, ihre eigenen Überlebensmechanismen zu aktivieren. «Diese klimatischen Bedingungen stellen für die Rose eine Belastung dar, die für uns äusserst vorteilhaft ist. Sie regt die Pflanze dazu an, mehr bioaktive

Moleküle zu produzieren», erklärt Lorène Gourguillon, Doktorin der Phytochemie und Pflanzenbiotechnologie. Seit 20 Jahren erforscht Dior diese besondere Blume, die in der Kosmetik so wertvoll geworden ist. Die bioaktiven Moleküle sind Verbindungen, die von der Pflanze auf natürliche Weise produziert werden. Wind, Regen, Temperaturschwankungen oder Angriffe durch Mikroorganismen lösen eine Reihe biologischer Reaktionen aus, die der Rose Schutz bieten sollen. «Wir betreiben regenerative Landwirtschaft. Die Rose verteidigt sich auf natürliche Weise und produziert dabei genau jene Moleküle, die wir heute wegen ihrer biologischen Eigenschaften

Heute blühen in Granville auf sieben Hektar fast **50 000 Rosensträucher**

erforschen», fasst Gourguillon zusammen. Nach ihrer Extraktion behalten einige dieser Moleküle ihre biologische Aktivität bei und sind in der Lage, mit den Hautzellen zu interagieren. Sie tragen zu deren Schutz, Reparatur und Erneuerung bei.

So soll sich beispielsweise der Fruchtextrakt der Granville-Rose bei der Stimulierung der Produktion von Kollagen I – das für Festigkeit und Widerstandsfähigkeit der Haut sorgt – als bis zu sechsmal wirksamer erwiesen haben als Vitamin C. Die Extrakte aus den Blütenblättern und dem Stiel ihrerseits sollen Retinol bei mehreren Markern, die mit der Hautqualität in Verbindung stehen, übertroffen haben. «Die Granville-Rose ist weit mehr als nur eine Rose. Und sie hat in der Welt der Kosmetik noch enorm viel zu offenbaren», sagt Marie Videau, Präsidentin von LVMH Recherche.

Ein dezenter Duft

Fragt man jedoch einen Parfumeur, was er von der Granville-Rose hält, wird er abwinken, dass sie kaum von Interesse sei. Tatsächlich strahlt ihr dezenter Duft weder die Fülle noch die Kraft aus, die für die Komposition eines Parfums gesucht werden. Es ist ihr Inneres, das die Experten fasziniert. Die wissenschaftliche Geschichte der Granville-Rose beginnt Anfang der 2000er-Jahre. Das Ziel: die erste Rosensorte zu züchten, die ausschliesslich für die Kosmetikprodukte von Dior genutzt wird. Nach sieben aufeinanderfolgenden Kreuzungen und mehr als zehn Jahren Selektion ist es so weit: Heute blühen fast fünfzigtausend Rosensträucher auf sieben Hektar, was dem französischen Modehaus die vollständige Kontrolle über die Produktionskette ermöglicht – vom Anbau bis zur Gewinnung der Wirkstoffe.

Lange Zeit konzentrierten sich die Wissenschaftler auf die von der Pflanze produzierten Moleküle und deren potenzielle Vorteile für die Haut. Nun versuchen sie, die Prozesse dahinter zu verstehen, warum die Rose diese Verbindungen bildet und welche biologischen Mechanismen ihnen zugrunde liegen. «Es ist ein bisschen wie beim Menschen: Wenn man Sport treibt, setzt man seinen Organismus einer Belastung aus, aber genau das ermöglicht es ihm, widerstandsfähiger zu werden», verdeutlicht Vadim Gladyshev, Professor für Medizin und Spezialist für Langlebigkeitsmechanismen. Die Belastung wird zu einem Motor, der den molekularen Reichtum der Pflanze stärken kann.

Bislang wurden in der Granville-Rose 22 Mikronährstoffe nachgewiesen, doch die Forscher gehen davon aus, dass noch wesentlich mehr darauf warten, entdeckt zu werden. «Wir untersuchen die Phytochemie jedes einzelnen Teils der Rose: die Blütenblätter, die Frucht, den Stiel ... Jeder von ihnen besitzt bemerkenswerte biologische Eigenschaften», so Videau.

Über die Blütenblätter hinaus

Zunächst konzentrierte man sich auf die Blütenblätter. Ihr Reichtum an schützenden Molekülen machte sie zu einer bevorzugten Quelle für die ersten Pflegeprodukte der Pflegelinie Prestige von Dior. Doch die Blütenblätter erzählen nur einen Teil der Geschichte. Das Augenmerk richtet sich nun auf die Hagebutte, die Frucht der Rose. Anstatt nach einem universellen Wirkstoff zu suchen, untersuchen die Forscher das Zusammenspiel der verschiedenen Pflanzenteile.

Diese Herangehensweise führt in ein noch exklusiveres Gebiet: die Mikrobiota, die Gesamtheit aller Mikroorganismen. Ja, auch Rosen haben ihre eigene! Auf der Oberfläche jeder Blüte leben von Natur aus Mikroorganismen, die zu ihrem Gleichgewicht beitragen. Im Jahr 2022 führten diese Forschungen zur Entwicklung von Rosabiotics, einem Komplex, der von dem unsichtbaren Ökosystem inspiriert ist. Zum ersten Mal liegt das Interesse nicht mehr ausschliesslich in der Pflanze selbst, sondern auch in den Wechselwirkungen mit ihrer Umgebung.

Nach und nach hat Dior eine Art Bibliothek über die Granville-Rose aufgebaut. Innerhalb eines Jahrzehnts wurden zehn verschiedene Extrakte entwickelt, von denen jeder eine andere Facette offenbart. Die Forschungen konzentrieren sich auf Synergien, die deren Wirkungen verstärken können. «Jedes Organ besitzt einen einzigartigen molekularen Fingerabdruck und unterschiedliche biologische Aktivitäten. Wir analysieren sie einzeln, bevor wir die Vorteile ihrer Kombination untersuchen», erklärt Videau. Der jüngste wissenschaftliche Durchbruch kam von einem lange vernachlässigten Teil: dem Stiel. Obwohl er simpel wirkt, verbirgt sich

Stiel, Blüte und Frucht: In der Granville-Rose stecken **wertvolle Moleküle**, die erforscht werden.



in ihm eine komplexe, molekülreiche Architektur. Um an diese heranzukommen, mussten die Forscher eine neue Methode der enzymatischen Extraktion entwickeln. Wir ersparen Ihnen die Details, aber kurz gesagt ermöglicht diese Technik es, die Zellwände des Stiels «aufzubrechen», um bisher unzugängliche Moleküle freizusetzen. So konnten neue Verbindungen identifiziert werden, die reich an Strukturmolekülen sind, die für die Festigkeit und die natürliche Widerstandsfähigkeit der Rose unerlässlich sind. Eine Entdeckung, die ein neues Kapitel im Bereich der Wirkstoffe aufschlägt. Die Erkenntnisse über Blütenblätter, Frucht, Mikrobiom und nun auch den Stiel hat zur Entwicklung von Dior RosaPeptide III geführt. «Dieser neue Komplex enthält dreimal so viele aus der Rose gewonnene Rohstoffe wie die Vorgängergeneration», sagt Gourguillon.

Die Innovation bildet das Herzstück der neuen Prestige-Creme und markiert einen Meilenstein im Verständnis der Granville-Rose. Die Blume wird nicht mehr als reines Reservoir an Wirkstoffen betrachtet, sondern als ein lebendiges System von bemerkenswerter Komplexität, dessen Geheimnisse die Wissenschaftler auch heute noch zu entschlüsseln versuchen. Als würde die Rose ihnen jedes Mal, wenn sie glauben, das Thema vollständig erschlossen zu haben, neckisch zurufen: «Ihr habt noch gar nichts gesehen!»

Jedem seine Rose

Auch wenn Dior Beauté die Erforschung seiner Lieblingsrose leidenschaftlich vorantreibt, ist das Kosmetikhaus nicht das einzige, das die Vorzüge der Königin der Blumen für seine Rezepturen nutzt. Am nächsten kommt ihr in diesem Ansatz Lancôme. Mit ihrer Absolue-Linie konzentriert die Marke seit mehreren Jahren ihre Forschung auf die Rose Perpétuelle Absolu, die auf der Domaine de la Rose in Grasse angebaut wird. Dort erforschen die Wissenschaftler die verschiedenen Blühstadien der Pflanze und entwickeln Extraktionsverfahren, um ihre Wirkstoffe bestmöglich zu bewahren. Sisley hat die schwarze Rose zum Markenzeichen ihrer Linie Black Rose gemacht. Sie wird mit anderen Sorten kombiniert, um deren aufpolsternde, antioxidative und aufhellende Wirkung zu nutzen. Marken wie Weleda oder Dr. Hauschka heben eher die beruhigenden, ausgleichenden und schützenden Eigenschaften der Blume für empfindliche Haut hervor.



Glättende Tagespflege Wildrose & weisser Tee, 40 ml, 25 Fr., **Weleda**. Regenerierende, strahlkraftspendende *Absolue Cream* mit hochkonzentrierten Rosenextrakten, 60 ml, ca. 290 Fr., **Lancôme**. *Black Rose Precious Face Oil*, 25 ml, 226 Fr., **Sisley**. *Rosen Tagescreme*, 30 ml, 36 Fr., **Dr. Hauschka**.



CREME DE LA CREME

Dior Prestige besitzt eine Formel, die den Lauf der Zeit umkehren und neue Jugendlichkeit schenken soll. Im Herzen dieser neuen Pflege stehen das Rosapeptid-3 und die kostbare Granville-Rose.



Saftige Früchte
machen sich nicht
nur als Stilleben
gut – auch in
Parfums sind sie
**ein Fest für
die Sinne.**

Reife Leistung

DIE NATUR DECKT DEN TISCH JETZT **MIT FRÜCHTEN**, DIE VON DER SONNE GEREIFT SIND. ABGEFÜLLT IN PARFUMS, VERLÄNGERT IHR AROMA DEN SOMMER.

TEXT TINA BREMER

AN DEN BÄUMEN HÄNGEN Pflaumen und Feigen, an den Marktständen stapeln sich Äpfel und Birnen. Tapfer haben die Früchte den Hitzewellen getrotzt. Auf den Feldern wird das letzte Getreide eingeholt, und in den Weinbergen hat die Lese begonnen. Der Spätsommer gleicht einer gedeckten Tafel, bei der alles auf den Tisch kommt, was in den letzten Monaten, als die Sonne hoch am Himmel stand, gereift ist. Die Erntesaison markiert den Übergang vom Sommer zum Herbst. Die letzten warmen Tage brechen an, die Nächte werden kühler, und schon bald gehören sonnengeschwängerte Wanderungen durch Weinberge und Obstplantagen der Vergangenheit an.

Aber kein Grund, Trübsal zu blasen. Den Abschied vom Sommer versüssen Parfums, die prall gefüllt sind mit den Aromen von

Himbeeren, Johannisbeeren, Pflaumen und Orangen. Eine olfaktorische Erinnerung an die schönste Zeit des Jahres, fruchtig und verlockend. Zugegeben: Auch wenn sie zum Anbeissen duften, stecken keine Vitamine in ihnen. Aber ein Spritzer genügt, und schon versetzen sie uns gedanklich wieder zwischen blühende Apfel- und Zitronenbäume.

Wer sich nun sorgt, dass die fruchtigen Wässerchen nur etwas für Zuckerschnuten seien, den können wir beruhigen. Bei den neuen Parfums werden die süßen Noten harmonisch ausbalanciert. Holzakkorde, Moschus oder Gewürze sorgen dafür, dass die spritzfrischen Düfte Tiefe erhalten. Chasing Sunsets von Maison Margiela etwa paart Mango mit Sandelholz, das neue Burberry Her Parfum vereint Kirsche mit Amber, bei Rare Beginnings von Rare Beauty geht die Birne eine Liaison mit Pistazien ein. Und das Beste: Die kleinen Fruchtbomben hinterlassen garantiert keine klebrigen Finger. ☺



Von links: Das Unisex-Parfum *Taormina Orange* kitzelt die Nase mit Blutorangen, grüner Mandarine und Kardamom, 30 ml, 170 Fr., **Tom Ford**. Bei *Chance Eau Splendide* treffen Himbeerakkorde auf Zedernholz und Iris, neu auch mit 35 ml oder 150 ml erhältlich, ab 105 Fr., **CHANEL**. Exotik zum Aufsprühen: *Power of You* mit Maracuja-Passionsfrucht-Aromen, 30 ml, ca. 85 Fr., **Emporio Armani**. *Libre Berry Crush* klingt mit Noten von zerdrückten Himbeeren, Mandarinenöl, Kokosnuss und Lavendel wie das Rezept für einen fruchtigen Cocktail, 50 ml, 163 Fr., **YSL Beauty**. Cassis verleiht der Damaszener Rose in *Coeur Fou* eine spritzige Säure. Das Parfum gehört zur *La Collection Particulière*, die ab Spätherbst ganz neu in der Schweiz exklusiv im Zürcher Globus erhältlich sein wird – als weltweit 35. Verkaufsstelle überhaupt, 100 ml, ca. 290 Fr., **Givenchy**. Im Parfum *Velvet Steps* verschmilzt die Fülle von italienischen Pflaumen mit spanischem Labdanum, 100 ml, ca. 250 Fr., **Bottega Veneta**.



Pierre Gasly

GESCHWINDIGKEIT IST SEIN METIER. DER **F1-PILOT** LIEBT DEN ADRENALINKICK. SEIN ALLTAG GLEICHT EINEM WIRBELWIND – GENAU WIE DIE UHR AN SEINEM HANDGELENK.

INTERVIEW MATHILDE BINETRUY

DIE MENSCHEN VOR den Fahrerlagern von Silverstone haben ein klares Ziel: einen Fahrer zu treffen, ein Autogramm oder ein Erinnerungsfoto zu ergattern. In England ist der Tempel der Formel 1 stets gut besucht. Vom Alpine-Motorhome aus beobachtet Pierre Gasly das Treiben mit etwas Abstand. Der 30-jährige Normanne weiss, dass seine Sportart weit über das reine Fahren hinausgeht: Sie schafft Helden. Bei den Gaslys ist der Rennsport eine echte Familienangelegenheit. Sein Grossvater, sein Vater und seine Brüder sind Kart bereits gefahren. Er selbst hat daraus eine Karriere gemacht. Mit neun Jahren teilt er sich bereits die Rennstrecke mit einem anderen jungen Talent, Charles Leclerc. Die beiden wachsen gemeinsam auf, zwischen Rennen, Videospielen und einer Leidenschaft für Tiere. Auf dem Asphalt hingegen tritt die Freundschaft hinter den Wettkampf zurück.

Sie sind auch Ambassador für H. Moser & Cie. Die Mechanik fasziniert Sie ...

Zwischen einem Formel-1-Rennwagen und einer schönen Uhr gibt es eine grosse Gemeinsamkeit: Hinter dem Objekt stecken unzählige Arbeitsstunden, ein ständiges Streben nach Präzision und Details, die man auf den ersten Blick nicht sieht. Ich liebe es, wenn ein Objekt eine Geschichte erzählt, wie meine **Streamliner Tourbillon (1)**, die ich gemeinsam mit H. Moser & Cie. entworfen habe.

Haben Sie ein Ritual vor einem Rennen? Ich muss allein sein, mich in meine eigene Welt zurückziehen. Musik hilft mir, diesen Zustand der Konzentration zu erreichen. Die Playlist ändert sich oft, aber bestimmte Künstler tauchen regelmässig wieder auf, wie zum Beispiele **50 Cent (2)**.

Haben Sie einen Rückzugsort? **Die Normandie (3)**. Dort bin ich mit meiner Familie aufgewachsen. Die Normandie hat etwas Authentisches, Einfaches. Sie erinnert mich daran, woher ich komme, und hilft mir, auf dem Boden zu bleiben.



Ihre erste Erinnerung als Rennfahrer? Ich war sechs Jahre alt. Ich erinnere mich vor allem an ein Gefühl: etwas gefunden zu haben, das ich sofort liebte: die Geschwindigkeit, das Adrenalin, an Grenzen zu gehen. Schon nach der ersten Runde wusste ich, das ist meine Zukunft! Mein erstes Kart fand ich unter dem Weihnachtsbaum. Später faszinierte mich das Talent von **Ayrton Senna (5)**.

Die meisten F1-Piloten leben in Monaco, Sie in Mailand. Ich liebe die italienische Kultur – den Familienzusammenhalt und den Sinn für Qualität. Mailand ist eine kreative Stadt, die eng mit Mode, Design, Sport und Gastronomie verbunden ist – ich mag insbesondere das **Restaurant Joia (4)**. In Mailand kann ich Formel-1-Fahrer und gleichzeitig einfach nur Pierre sein kann.

Mailand ist auch eine Modemetropole. Ich interessiere mich sehr für Mode und verfolge aufmerksam die Kollektionen von **Givenchy (6)** und Gucci. ☺





CHANEL