

| | |
|----|---------------------------------------|
| 07 | ZEUG FROTTEE |
| 14 | PRODUKTE CAT-EYE-SONNENBRILLEN |
| 18 | BACKSTAGE PORSCHE |
| 20 | IM GESPRÄCH RONJA FURRER |

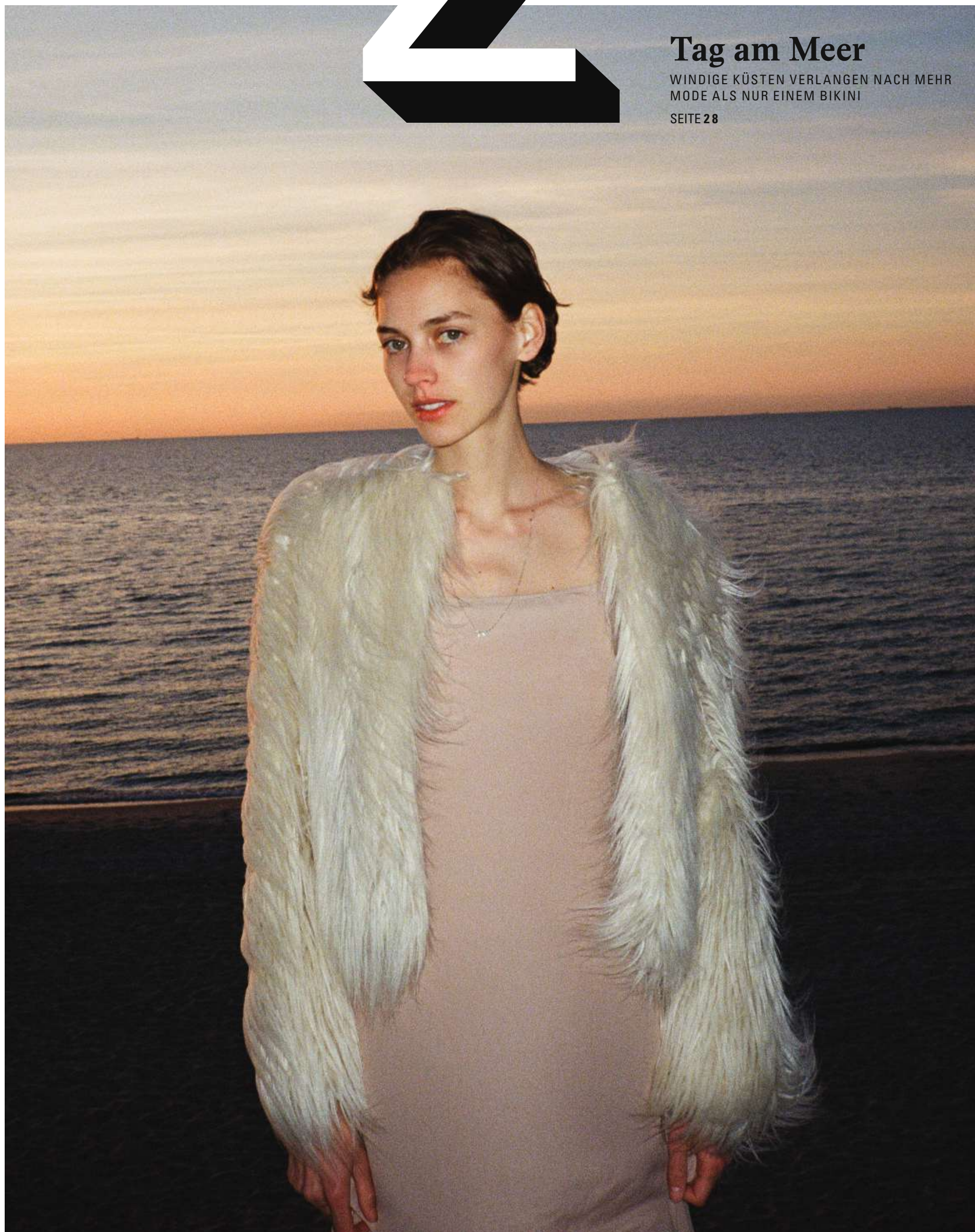
| | |
|--|----|
| ZENIT DIE NEUE LUXUSHOTELLERIE | 36 |
| HINTERGRUND JEAN PROUVÉ | 40 |
| ZUTAT PFEFFER | 42 |
| STADT-DESTILLAT DUMBO, NEW YORK | 43 |



Tag am Meer

WINDIGE KÜSTEN VERLANGEN NACH MEHR
MODE ALS NUR EINEM BIKINI

SEITE 28





MERCEDES GLEITZE



LINDSEY VONN



GARBIÑE MUGURUZA



SONYA YONCHEVA



GRACE KELLY



SYLVIA EARLE



LEXI THOMPSON



KHOUDIA TOURÉ



YUJA WANG



EIN «KLASSIKER»?

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

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL
LADY-DATEJUST


ROLEX



MARGOT ROBBIE

CHANEL

HAUTE HORLOGERIE



CHANEL.COM

J12

DIAMANTTOURBILLON

NEUES KALIBER 5 UHRWERK MIT FLIEGENDEM TOURBILLON, VON DER CHANEL MANUFAKTUR ENTWICKELT UND MONTIERT
UHR AUS ÄUSSERST WIDERSTANDSFÄHIGER KERAMIK MIT DIAMANTEN



PRADA

HUNTER SCHAFER / SYMBOLE BAG BY THOMAS RUFF

Gschpürsch mi?

FROTTEE IST ZURZEIT EIN BELIEBTER STOFF FÜR MODE UND ACCESSOIRES – UND DAS DURCHAUS NICHT NUR IM SCHWIMMBAD. DAS HAT AUCH ETWAS MIT SEINER BESONDEREN HAPTIK ZU TUN

Redaktion **KIM DANG** Text **MALENA RUDER** Foto **JOHANNA HULLÁR**



NOCH MEHR FROTTEE

Jacquemus: «Le Polo Bagnu» und «Le Jupe Bagnu» erinnern an geknotete Badetücher.
Bottega Veneta: Frottee-Hosen, -Kleider und -High-Heels zeigen das Material für einmal elegant.
Nanushka: Das Minikleid «Lola» des ungarischen Labels zeigt die sexy Seite des Baumwollstoffs.

Was Frotteestoff so besonders macht, war nie nur sein strubbeliges Aussehen. Es ist seine Haptik. Die auf einem Trägergewebe angebrachten Schlingen kitzeln, streicheln, je nach Waschart kratzen sie sogar rau. Und wie Leder verändert sich der Stoff im Laufe seiner Lebenszeit. Ist er kurz nach dem Kauf noch etwas steif und lässt das Wasser eher abperlen, als es aufzusaugen, wird er weich nach mehreren Waschgängen – bis er schliesslich, einem Kuschtier gleich, abgeliebte kahle Stellen vorweisen kann. Lange Jahre war der Platz für Frottee das Bad und

die Badi. Es gab ein kurzes Aufbegehren als Alltagsbekleidung in den sechziger Jahren, ehe der Stoff wieder an den Handtuchhalter zurückmusste. Jetzt emanzipiert sich das Gewebe endgültig von diesen Vorurteilen und erobert die Strasse und die Laufstege mit seiner Freizeitattitüde. Das sinnliche Gefühl, welches das Material mitbringt, scheint gerade ein Bedürfnis zu befriedigen nach all den Sitzungen in Zoom und den Ausflügen ins Metaversum.

Sandalen (795 Franken) von Prada, bei mytheresa.com

INHALT

Z

ZEITGEIST

- 10—NEUES AUS DER SCHWEIZ
- 12—NEUES AUS DER WELT
- 14—PRODUKTE
- 16—SCHÖNHEIT
- 18—BACKSTAGE



Seite 14, Produkte: Cat-Eye-Sonnenbrillen wie das Modell «Angle», Acetat (etwa 615 Fr.), von Bottega Veneta.

20—IM GESPRÄCH

Ronja Furrer

Das Schweizer Model über Zeit, Altern, Uhren, Abschiede und die Herausforderungen ihrer Berufswahl



Seite 28, Im Bilde: Ab an die Ostsee, etwa mit Jacke und Shorts mit Gürtel von Prada.

3

ZÄSUR

- 23—BICE CURIGER
- 24—RICHARD KÄGI
- 25—BARBARA VINKEN / MALENA RUDER
- 26—NICOLAS POLLI

28—IM BILDE

Küstentaugliche Mode

Warum sollte man in den Süden reisen? An der Ostsee ist es mindestens so schön mit diesen Looks für windige Sonnentage

36—ZENIT

Das Hotel fürs Jetzt

Klassischer Luxus? Nein, danke. Wie Hoteliers für eine neue Generation von Gästen ganz andere Bedürfnisse erfüllen müssen

40—HINTERGRUND

Besuch bei Jean Prouvé

Vitra legt einige der Entwürfe des Designers und Architekten neu auf. Noch näher kommt man ihm in seinem ehemaligen Zuhause

Z

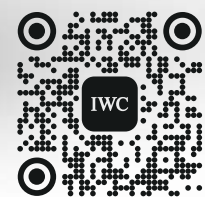
ZUGABE

- 42—ZUTAT
- 43—STADT-DESTILLAT
- 46—VERLOSUNG/IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN



Seite 28, Im Bilde: Küstentaugliche Looks wie dieser mit einer Jacke von Loro Piana, Weste von Dior, Jacke von Maison Margiela und Gummistiefeln vom Anglerbedarf.

IWC TOP GUN.



Pilot's Watch Chronograph TOP GUN Edition «Woodland». Ref. 3891: Das dunkle Grün «Woodland», inspiriert von den Fluganzügen der TOP GUN Piloten, ist die neu entwickelte Keramikfarbe von IWC. Das Zifferblatt und das Kautschukarmband mit Textileinlage

wurden farblich perfekt auf das leichte und kratzfeste Keramikgehäuse abgestimmt und verpassen diesem TOP GUN Chronographen mit dem IWC-Manufakturkaliber 69380 sein spektakuläres, monochromatisches Design. **IWC. ENGINEERING DREAMS. SINCE 1868.**

ENTDECKEN SIE DIE IWC-APP FÜR EIN VIRTUELLES TRAGEERLEBNIS DER UHR

IWC-Manufakturkaliber 69380 · Gangreserve 46 Stunden · Datums- und Wochentagsanzeige · Stoppfunktion Stunde, Minute und Sekunde · Wasserdicht 6 bar · Durchmesser 44,5 mm

IWC BOUTIQUE · BAHNHOFSTRASSE 61 · 8001 ZÜRICH

IWC
SCHAFFHAUSEN

NEUES AUS DER SCHWEIZ

DESIGN

1971 Reloaded

Eine Schweizer Ikone erlebt ein Revival: Der «Rey»-Stuhl von Dietiker, benannt nach Designer Bruno Rey. Der einstige Zögling von Willy Guhl legte 1971 einen innovativen Entwurf vor: den ersten Stuhl mit einer unver-schraubten Holz-Metall-Verbindung. Markant sind die abgerundeten Kanten und die grafische, geschwungene Rückenlehne. Heute ist der «Rey» eines der erfolgreichsten Möbelstücke der Schweiz und wurde über 1,5 Millionen Mal verkauft. Dank einer Kollaboration mit der dänischen Marke Hay gibt es den Klassiker in neuen, frischen Farben und einer leicht angepassten Sitzhöhe, um den Anforderungen von heute gerecht zu werden. (kid.)

dietiker.com



Dietiker lanciert mit Hay neue Farben des berühmten «Rey»-Stuhls.

BEAUTY

Rebellische Pflege

Fabienne Bolliger arbeitete für einen grossen Beauty-Konzern und wünschte sich, vieles anders zu machen. Mit Rebelle stellt sie nun ihre Vision von guter Gesichtspflege vor: clean, aufs Wesentliche reduziert und dank der Zusammenarbeit mit dem Ärzteteam eines ETH-Spin-offs wirksam und sicher. Produziert werden «The Face Cream», «The Eye Cream» und «The Lipbalm» in der Schweiz. (rud.)

rebellebeauty.ch



Entwickelt mit einem ETH-Spin-off: Die Pflegeprodukte von Rebelle.



Kurz-Pyjama, Supima-Baumwolle, (99 Fr.), von Calida x HSLU.

MODE

Nächtliche Parallelwelten

«Next Generation Sleepwear» war das Motto eines praxisnahen Projekts für Textildesign-Studierende der Hochschule Luzern (HSLU). Aus den dabei entstandenen Entwürfen wurde ein Konzept erkoren und kürzlich vom Wäschehersteller Calida als limitierte Capsule-Kollektion lanciert. Entstanden sind genderlose Teile mit wunder-samen Sujets wie Mondgesichtern, Flüssen und Augen. Eine Einladung, um mit Pyjama, T-Shirt, Boxershorts, Sweatpants und Hoodie in eine Parallelwelt einzutauchen. (kid.)

calida.com

Multifunktional



Bikini-Top und Pantie «Ascona» (je 94 Fr.), von Neumühle.

Das sogenannte «Fishing for Compliments» erhält mit dem Bikini «Ascona» der Zürcher Marke Neumühle eine neue Bedeutung. Es wird nämlich aus gebrauchten Fischernetzen gefertigt. Sein minimalistischer und zeitloser Schnitt sorgt dafür, dass man den Bikini länger als eine Sommersaison tragen möchte. Gerade auch, weil das Ober-teil unangenehmes Verrutschen, wie man es von anderen Modellen kennt, ausschliesst. Und weshalb das Top nicht einmal mit Jeans kombinieren? Komplimente sind garantiert. (clm.)

neumuhle.ch

ACCESSOIRES

Flechtwerk

Diese Tasche macht Lust auf Sommer. Hergestellt wird sie von den Canaán, einem indigenen Volk, das zurückgezogen in Kolumbien lebt. Sie wird dort in traditioneller Handarbeit aus Pflanzenfasern und Stroh geflochten. Verkauft wird sie im Zürcher Shop Tauta Home, der sich auf fair produzierte Accessoires aus der ganzen Welt spezialisiert hat. (ban.)

tauta-home.com



«Sabrosoura Bag» (154 Fr.), geflochtene Fasern, bei Tauta Home.

HOTEL

Hôtel des Horlogers

Route de France 8, Le Brassus

Beim Essen in der Brasserie Le Gogant rätselt man, ob die Lampen an Austern oder Trüffeln erinnern. Und wieso hängt in der Lobby ein aus der Decke wachsender Baum? Das Hôtel des Horlogers im Vallée de Joux setzt neue Massstäbe, nicht nur wegen der extravaganten Optik. Das Vier-Sterne-Haus verfolgt einen ganzheitlich nachhaltigen Ansatz. Und alle Zimmer sind für maximales Abschalten auf den Risoud-Wald ausgerichtet. (ijo.)

hoteldeshorlogers.com



Neu eröffnet: Hôtel des Horlogers im Vallée de Joux (DZ ab 330 Fr.).



Neuer Outdoor-Showroom von Zingg-Lamprecht in Erlenbach (ZH).

SHOPPING

Zingg-Lamprecht, Showroom

Seestrasse 76, Erlenbach

Das Einrichtungsgeschäft Zingg-Lamprecht, das 1902 als kleine Schreinerei im Zürcher Seefeld entstand, feiert den 120. Geburtstag. Für Feierlaune sorgt insbesondere der neue Showroom in Erlenbach. Ergänzend zur bestehenden Filiale am Neumühlequai im Zentrum Zürichs punktet der neue Standort am Zürichsee nicht nur mit 1200 Quadratmetern Fläche, sondern hat nebenan auch noch einen neuen Outdoor-Showroom zu bieten. Exklusiv sind Arbeiten lokaler und international bekannter Kunsthandwerkerinnen und -handwerker, etwa die Glasarbeiten von Matteo Gonet. (kid.)

zingg-lamprecht.ch

Quaglia Zurich

Weinplatz 3, Zürich



Casual Chic bei Quaglia Zurich.

Nach über fünfzig Jahren schloss kürzlich das traditionsreiche Couture-Haus Gross seine Pforten am Paradeplatz – was aber nicht heissen will, dass sich das geschäftsführende Inhaberpaar, Corina und Roberto Quaglia, vom Metier zurückzieht. Im Gegenteil: Neu mit ihrem Sohn Gian-Marco an Bord, eröffneten sie am Weinplatz das Geschäft Quaglia Zurich. In dem zeitgeistigen Multibrand-Store werden auf drei Etagen Casual Chic für Damen und Herren, exklusive Abendkleider und Massanzüge «made in Zurich» angeboten. (kid.)

quagliazurich.com



“SCHÖNHEIT OFFENBART SICH
IM GROSSEN WIE IM
KLEINEN.”

ORAÏTO,
ARCHITEKT UND DESIGNER, TRÄGT DIE
VACHERON CONSTANTIN PATRIMONY.


VACHERON CONSTANTIN | ONE OF
GENÈVE | NOT MANY.

NEUES AUS DER WELT



«Bejeweled Carré 90», Seide (410 Fr.), von Louis Vuitton.

ACCESSOIRES

Ketten aus Seide

Metallene Ketten, Anhänger, Schlösser und Verschlüsse, üppig um den Hals geschlungen – ein cooler Look, der aber für manche Trägerin zu schwerfällig ist. Leichtfüssigere Alternative: als Siebdruck-Motiv auf Seide. Eine neue Foulard-Serie von Louis Vuitton zitiert die eigene Modeschmucklinie mit den Haus-Motiven «Damier» und «Monogram». (kid.)

louisvuitton.com

BEAUTY

App für die Haut

Bereits in ihrem Gründungsjahr 2007 überzeugte die Pflegemarke myBlend, die zu Clarins gehört, mit ihren personalisierbaren Produkten. Jetzt wurde sie unter der Leitung von Olivier Courtin komplett überarbeitet. Der neue Ansatz ist ganzheitlich: Neben Hautpflege kommen Nahrungsergänzungsmittel und technische Hilfsmittel wie die App «my SkinDiag» sowie eine LED-Maske zum Einsatz. (rud.)

my-blend.com



Ab Juni in einem Pop-up-Store im Jelmoli Zürich erhältlich: die ganzheitliche Pflegemarke myBlend.

MODE

Liebungsverkleidung

A Kind Of Guise, was zu Deutsch so viel heisst wie «eine Art von Verkleidung», nennt sich jenes deutsche Modelabel, das seit 2009 langlebige Lieblingsprodukte kreiert. Dahinter steckt das Ehepaar Yasar Ceviker und Susi Streich aus München: Ihre Kleider und Accessoires sind zeitgemäss und doch zeitlos, edel wie auch funktional. Schön, ist der Grossteil «made in Germany», so etwa das handgefertigte, von kolumbianischen Artefakten inspirierte «Hombrecito»-Hemd. (kid.)

akindofguise.com



Hemd «Hombrecito», Baumwolle (etwa 288 Fr.) von A Kind Of Guise.

AUSSTELLUNG

«Moved by Schlemmer»

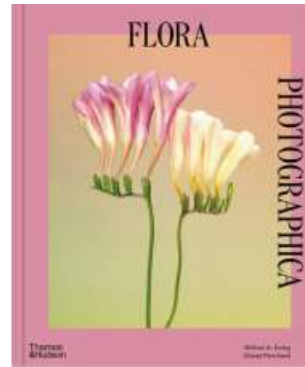
Bis 9. 10. 2022, Staatsgalerie Stuttgart



Inspirierend: das «Triadische Ballett» von Oskar Schlemmer.

Wer noch nie etwas vom «Triadischen Ballett» gehört hat, macht in dieser Ausstellung als Erstes einen Abstecher in den Seitenraum mit Beispielen aus der Pop-Musik, Mode und Theater der vergangenen hundert Jahre: Klaus Nomi, David Bowie, Depeche Mode und Karl Lagerfeld liessen sich alle vom Look des 1926 uraufgeführten Balletts mit heiter-burlesken Figuren von Oskar Schlemmer inspirieren. In einer Ausstellung zeigt die Stuttgarter Staatsgalerie originale Kostüme und Artefakte sowie thematisch passende zeitgenössische Installationen. (kid.)

staatsgalerie.de



Erwan Frotins «Freesien» auf dem Cover von «Flora Photographica».

BUCH

Eine Ode an die natürliche Schönheit, aber auch an die Symbolkraft von Blumen – etwa die weissen Blüten der Anti-Regime-Protestanten in Minsk – ist die zweite Auflage von «Flora Photographica» von William A. Ewing und Danaé Panchaud. Mit Essays und Abbildungen von Künstlern wie Cindy Sherman, Thomas Ruff oder Viviane Sassen wird die Beziehung zwischen zeitgenössischen und traditionellen Blumendarstellungen erforscht. (kid.)

thamesandhudsonusa.com

SHOPPING

Le Doukane

212 Rue Saint-Martin, 75 003 Paris

Der Sternekoch Alan Geaam und der Food-Blogger Anthony Rahayel von NoGarlicNoOnions haben in Paris gemeinsam ein Feinkostgeschäft eröffnet. Das Sortiment lädt mit levantinischen Aromen und kunsthandwerklichen Produkten auf eine Reise in die Region um den Libanon. Mehr als ein blosser Lebensmittelladen ist es ein Ort des Teilens, um die Arbeit libanesischer Produzenten und Handwerker im Herzen von Paris zu präsentieren. (kid.)

ledoukane.com



Eingemachte wilde Gurken aus der libanesischen Bekaa-Ebene.

WOHNEN

Edelsteine für den Tisch

Als hätten sich die guten Feen des Disney-Films «Dornröschen» in Geschirr verwandelt: Die «Signum»-Sammlung, die Swarovski in Kollaboration mit dem Porzellanexperten Rosenthal entwarf, erinnert mit ihren kristallverzierten Deckeln an eine Märchenwelt. Die komplette Sammlung umfasst Teesets, Espresso-sets und vollständige Speiseservices in einem satten Grün mit handgemalten goldenen Akzenten. Gewürdigt wird das Markenerbe in Form von Oktagon und Swarovski-Schwan vielfach vertreten. Die raffinierten Sets sorgen (clm.)

swarovski.com

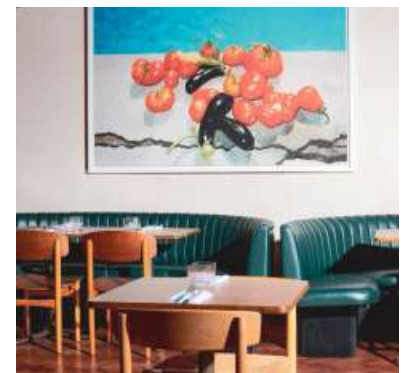


Märchenhaft: Die Swarovski x Rosenthal-«Signum»-Kollektion.

RESTAURANT

Toklas

1 Surrey Street London WC2R 2ND



Das Londoner Restaurant von Amanda Sharp und Matthew Slotover.

Seitlich des Londoner «Strand» haben die Gründer der Kunstmesse Frieze ein Restaurant mit Bar, Bäckerei und Lebensmittelladen eröffnet. Interieur und Küche des Lokals im Brutalismus-Bau aus den 1970ern sind modern und geradlinig – mit etwas Vintage bei den Möbeln und einer Prise Italien, Frankreich und Spanien beim Essen. Pluspunkt: die schöne Terrasse. (kid.)

toklaslondon.com



NAVITIMER
FOR THE JOURNEY



BREITLING
1884

BREITLING BOUTIQUE
ZURICH • GENEVA • ZERMATT • BASEL
LUCERNE • LAUSANNE • ST. MORITZ

KATZENAugEN

EXOTISCH UND SPANNUNGSGELADEN IST DER POP-SONG «CAT PEOPLE» VON DAVID BOWIE VON 1981 – UND AUCH DER IDEALE SOUNDTRACK ZU DEN EXZENTRISCHEN EVERGREENS UNTER DEN SONNENBRILLEN, DEN CAT-EYE-FORMEN

Redaktion **KIM DANG, CLAUDE MENZI** Fotos **JOHANNA HULLÁR**

A

Flutterhaft
Wie die Flügel von Schmetterlingen ragen die spitzen, in goldfarbenes Metall gefassten Gläser ins Weite und sorgen wahlweise für ein rosafarbenes oder gelbes Blickfeld.

Brillen «Missdior B1U», Metall (je 420 Fr.), von Dior



B

Auf der Lauer
Die Faszination eines unberechenbaren Wildtieres strahlt die sportive Brille mit rot verlaufenden Spiegelgläsern und «Vielfrucht»-Tarnmuster aus.

Brille «Xpander Rectangle», Bio-Nylon-Spritzguss (450 Fr.), von Balenciaga



D

Heiter bis böse
Vage erinnern die weissen Aufsätze auf blauem Acetat an Papa Schlumpfs Augenbrauen, wäre da nicht ihre spitze Form, die eher nach Gargamel anmutet.

Sonnenbrille, Acetat (etwa 744 Fr.), von Gucci



C

Viva la diva
Eine prägnante Cat-Eye-Brille verleiht jeder grauen Maus eine Prise Starallüre.

Brille «Kelly», Acetat in Hornoptik (770 Fr.), von Jacques Marie Mage, bei Zeiss Vision Center Zürich



Italian Masterpieces

Get Back sofa designed by Ludovica + Roberto Palomba
Kyoto small table designed by Gianfranco Frattini

poltronafrau.com



Sonnenbaden

Vier neue Produkte zur Vor- und Nachsorge an einem Sommertag und Antworten auf die Frage, warum auch das Haar einen Sonnenschutz verdient hat

Text MALENA RUDER



5 FRAGEN AN



Hélène Dafflon,
Training-
Manager bei
Nuxe Suisse SA.

Wofür braucht man überhaupt einen Sonnenschutz für das Haar?

Wie die Haut ist das Haar verschiedenen Angriffen ausgesetzt, vor allem während der Sommermonate. Faktoren wie Chlor, UV-Strahlen, Salz, Sand und Wind schädigen das Keratin und die Haarfasern, entziehen dem Haar Feuchtigkeit, bleichen es aus und machen es brüchig. Ein geeigneter Mehrfachschutz hilft.

Wie wendet man das «Moisturizing Protective Milky Oil for Hair» von Nuxe Sun am besten an?

Das Produkt vor der Anwendung gut schütteln. Vor der Sonnenbestrahlung oder dem Schwimmen in einer Entfernung von 20 Zentimetern auf das trockene oder feuchte Haar aufsprühen.

Kann das Spray auch den Scheitel schützen?

Ja. Dank seiner Kombination aus zwei hochwirksamen und perfekt verträglichen Filtern schützt das Spray auch diesen Bereich optimal. Allerdings empfehlen wir für Männer mit Glatze eher einen Sonnenschutz für die Haut.

Wie oft sollte man nachlegen?

Für einen optimalen Schutz empfehlen wir, die Anwendung alle zwei Stunden sowie nach jedem Schwimmen zu wiederholen, am besten nachdem das Haar mit frischem Wasser ausgespült wurde.

Muss man das Spray am Abend auswaschen?

Die ultraleichte Zwei-Phasen-Textur fettet und beschwert nicht. Das Haar muss also nicht gewaschen werden, wenn es nicht mit Sand, Meer- oder Chlorwasser in Berührung gekommen ist.

1

Nachsorge
Aloe Vera und Kokosöl in Bioqualität aus Schweizer Produktion pflegen die Haut nach dem Sonnenbad.

K rper l «Bye Sunny», 100 ml (37 Fr.), von Natapura



2

Huttersatz
Dieses Produkt schützt, pflegt und repariert mit Bio-Kokosnuss l, Jojoba l und Panthenol.

«Moisturizing Protective Milky Oil for Hair», 100 ml (25 Fr.), von Nuxe Sun



3

Gesichtsschutz
Die schweiss- und wasserfeste Anti-Aging-Crème ist jetzt umweltfreundlicher verpackt.

«Expert Sun Protector Face Cream Age Defense 50+», 50 ml (45 Fr.), von Shiseido



4

Duftwolke
Dank speziellen Molekülen vereinen sich Duft l, Wasser und Haut zum persönlichen Sommerduft.

«Cloud Collection No.1», EdP, 100 ml (315 Fr.), von Zarkoperfume, bei Zalando





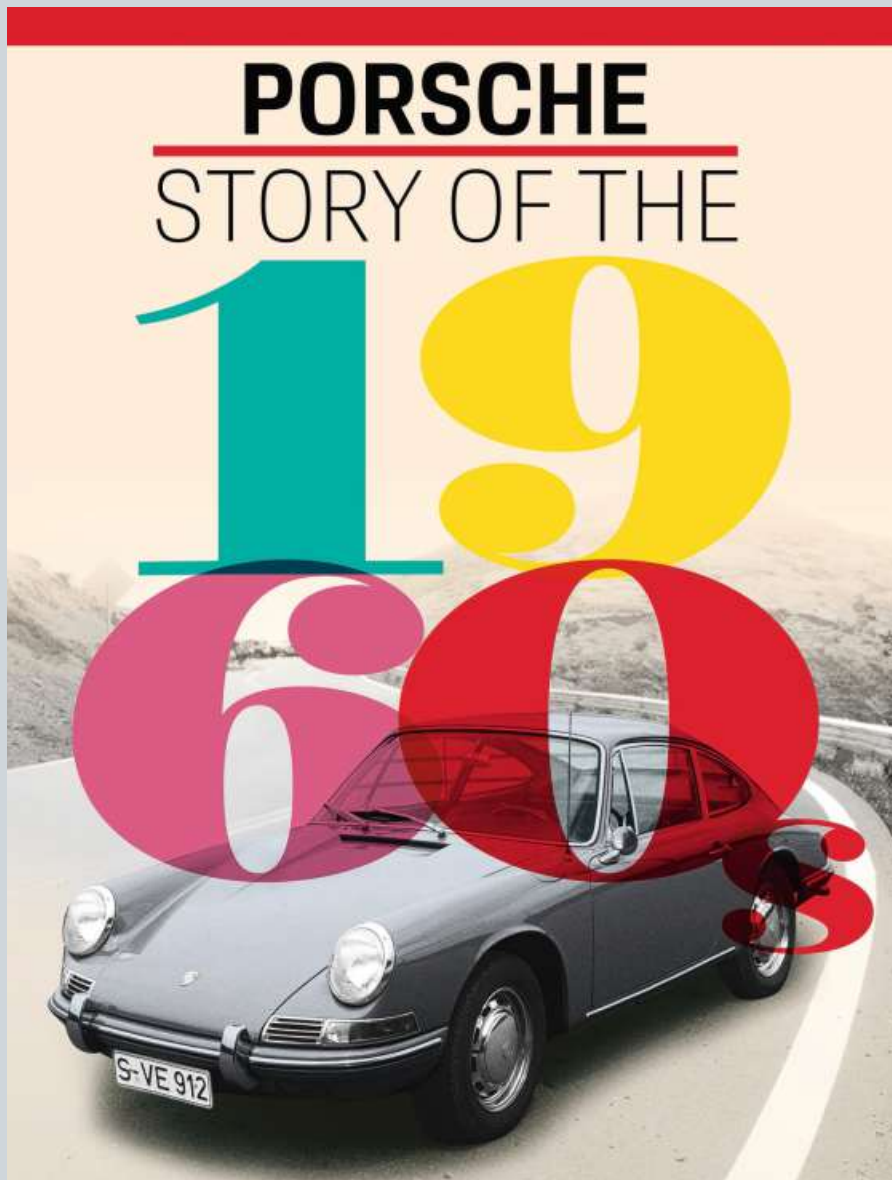
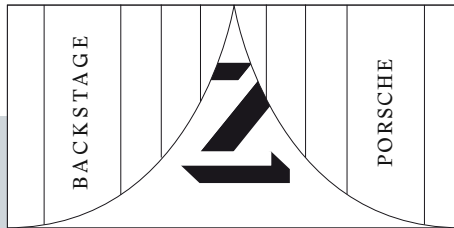
BACHMAIR WEISSACH

SPA & RESORT

„GLÜCKSMOMENTE DAUERN BEI UNS
IM SPA & RESORT BACHMAIR WEISSACH AM
TEGERNSEE EINFACH EIN BISSCHEN LÄNGER.“

-Ihr Korbinian Kohler-





Historie neu gedacht

Design-Elemente von früher mit der Power von heute: Das zweite Modell der Heritage-Design-Strategie von Porsche ist optisch vom sogenannten «Ur-911» inspiriert

Text **MALENA RUDER**

Für seine Heritage-Design-Strategie interpretiert die Porsche-Exclusive-Manufaktur ikonische Design-Elemente aus der Geschichte des deutschen Autoherstellers neu und greift dabei typische gestalterische Merkmale wieder auf: «Die Heritage-Design-Modelle stehen für die besonders emotional ausgeprägten Konzepte der Porsche-Produktstrategie», so Alexander Fabig, Leiter Individualisierung und Classic. Insgesamt vier Sammlerstücke in limitierten Kleinserien werden gestaffelt lanciert. Das erste Modell dieser Kollektion war die im Jahr 2020 präsentierte 911 Targa 4S Heritage Design Edition im Stil der fünfziger und sechziger Jahre.

Jetzt folgt der 911 Sport Classic, der den Stil der sechziger und frühen siebziger Jahre wiederaufleben lässt. Das neue Fahrzeug ist optisch vom sogenannten «Ur-911» (1964–1973) inspiriert und insbesondere auch vom 911 Carrera RS 2.7 aus dem Jahr 1972.

Die Inspirationen

Beim neuen 911 Sport Classic fällt die breite Karosserie auf, die sonst den 911-Turbo-Modellen vorbehalten ist, und natürlich der feststehende Heckspoiler im legendären «Entenbürzel»-Design, wie ihn auch der 911 Carrera RS 2.7 von 1972 spazieren fuhr (im Bild rechts oben auf der linken Seite, daneben der neue 911 Sport Classic). Auch prägnant: die Lackierung in Sportgrau-Metallic, kombiniert mit lackierten Doppelstreifen. Im Innenraum ziert das ikonische Stoffmuster Pepita die Türspiegel und die Mittelbahnen der Sitze im Kontrast zur Bi-Color-Semianilin-Lederausstattung in Schwarz und Cognac.

Das Sammlerstück hat aber auch innere Werte: Mit 550 Pferdestärken ist er der momentan stärkste handgeschaltete Elfer. Der 3,7 Liter grosse Sechszylinder-Biturbo-Boxermotor überträgt seine Leistung von 405 kW (550 PS) ausschliesslich über die Hinterräder auf die Strasse.

Das Sammlerstück



THE LUXURY OF LIBERTY.
Unlimited creativity. Unlimited emotions.



A. ODENWALD



Est. 1882

Ronja Furrer

Die 30-jährige Solothurnerin arbeitet international als Model, ist Markenbotschafterin von Breitling und hat im letzten Jahr ein Management für den Nachwuchs gegründet. Ein Gespräch über Uhren, Zeit und darüber, was sich im Model-Business (nicht) verändert hat

INTERVIEW KERSTIN NETSCH



Ronja Furrer mit der Uhr «Navitimer Automatic 35» von Breitling.

Ronja Furrer, wofür verschwenden Sie zu viel Zeit?

Ich mache mir zu oft Gedanken über unnötige Dinge, besonders vor dem Einschlafen.

Worüber denken Sie nach?

Meistens ist es banal; ich reise zum Beispiel schon so lange aufgrund meiner Arbeit als Model, und dann erwische ich mich trotzdem dabei, wie ich mich auf einmal deshalb stresse und alles akribisch in meinem Kopf durchgehe. Das ist unnötig.

Was tun Sie dagegen?

A-t-m-e-n.

Und wofür hätten Sie gerne mehr Zeit?

Ich versuche, bewusst Prioritäten zu setzen, so dass das Gefühl, etwas vernachlässigt zu haben, gar nicht erst aufkommt. Natürlich bin ich oft auch gestresst, vom Job, von der Corona-Krise, meiner Selbständigkeit. Umso mehr ist es nötig, eine Balance zu finden zwischen Verpflichtungen und Dingen, die wirklich wichtig sind.

Welche sind das? Meine Familie, meine Freunde, ich kann Leute in den wildesten Konstellationen zusammenbringen, um sie alle zu sehen. Als ich zuletzt in der Schweiz war, bin ich ausserdem Töff fahren gegangen, ich mache gerade die Prüfung. Ich brauche solche Abenteuer.

Sie sind seit rund sechs Jahren Botschafterin von Breitling, inwiefern passt die Schweizer Uhrenmarke zu Ihrem Lebensstil?

Es ist schon speziell, dass Breitling seinen Ursprung so wie ich im Kanton Solothurn hat. Ausserdem passen die Themen, welche die Marke setzt, perfekt zu mir.

Zum Beispiel?

Im vergangenen Jahr hatten wir ein Shooting für die Top Time Classic Cars Capsule Collection. Eine Kollaboration mit Ford Mustang. Ganz unabhängig davon hatte ich mir selbst einen alten Ford Mustang gekauft.

Welches Uhrenmodell tragen Sie am regelmässigsten? **Die «Chronomat 36» aus der Damenkollektion, sie ist sehr alltagstauglich und trotzdem elegant. Ich mag auch maskulinere Modelle wie die «Premier Chronograph 42», die ich gerne zu schwarzen Anzügen an Events trage. Und die «Superocean Heritage» kommt tatsächlich zum Einsatz, wenn ich surfe.**

Was waren Ihre ersten Uhren, erinnern Sie sich?

Eine Swatch, als ich noch sehr klein war, dann hatte ich so ein Modell von Casio, bevor ich richtig Geld verdient habe.

Sie modeln, seit Sie **14** sind, und haben im letzten Jahr mit Ihrer Geschäftspartnerin Jenny Bachmann ein eigenes Model-Management, The Kinship, gegründet – gibt es einen Punkt, an dem Sie bewusst aufhören wollen, als Model zu arbeiten? Darüber mache ich mir keine Gedanken. Ich habe im Laufe der Jahre gelernt, es kommt eh immer anders, als man denkt. Der Schritt mit der Agentur war wichtig, um privat und beruflich einen Schritt weiterzukommen und mir ein zweites Standbein aufzubauen. Meine Geschäftspartnerin und ich sind beide nicht finanziell abhängig davon und können langsam wachsen.

Es gibt also keinen äusseren Druck auf Ihre Arbeit als Model?

Nein, es macht mir immer noch Spass, und ich habe sogar neue Kunden dazugewonnen wie La Mer oder Victoria's Secret. In diesem Jahr bin ich 30 geworden, hätte mir früher jemand gesagt, dass ich im jetzigen Alter einmal diese Kunden haben würde, ich hätte es nicht geglaubt. Das Model-Business hat sich schon zum Positiven verändert.

Tatsächlich haben Sie sich auch schon kritischer über die Modewelt geäussert.

Ich glaube, das hatte in der Vergangenheit auch mit meiner eigenen Unsicherheit tun, die mich manchmal gelähmt hat. Mein Körper ist mein Kapital in diesem Job, und wir Frauen kennen den Druck, einem gewissen Bild entsprechen zu wollen. Nur weil ich Model bin, heisst das nicht, dass ich nicht ähnliche Zweifel habe wie andere auch.

Was war am schwierigsten?

Die Selbständigkeit

Man weiss nie, wie es weitergeht, ob es weitergeht. Wenn du schon so jung auf eigenen Beinen stehst, gibt dir das viele Freiheiten, aber wenn du finanziell von Haus aus kein Polster hast, gehst du auch ein Risiko ein. Ich war auf mich allein gestellt und habe hart gearbeitet. Das war nicht immer einfach, aber ich habe von diesen Erfahrungen profitiert und meinen Weg gefunden.

Was genau hat sich verändert?

Es ist immer noch ein schnelllebiges Business, aber inzwischen heisst es nicht, nur weil man nicht mehr zu den Top 10 zählt oder älter geworden ist, dass man nicht mehr arbeiten kann. Die Kunden schätzen, dass ich eine erwachsene Frau bin und ein anderes Körpergefühl habe. Und je älter ich werde, um so positiver sehe ich das alles auch. Ich habe gute Beziehungen aufgebaut und fühle mich insgesamt sicherer.

Mal ehrlich, was denken Sie, warum die meisten Models immer noch *dünn* sind?

In den USA sieht das Bild inzwischen ganz anders aus. Schade finde ich allerdings, dass es immer in die Extreme geht und die Branche keinen Mittelweg findet, es sei denn, die Models haben berühmte Eltern wie die Hadids zum Beispiel, da gelten dann andere Regeln. Alles muss immer einen Wow-Effekt haben. Bei gewissen Labels, gerade in Paris, wird die Nachfrage nach dünnen Models bestehen bleiben, weil diese Modehäuser sich nicht gross verändern wollen. So ist es einfach.

Welche Werte vertreten Sie bei Ihrer eigenen Modelagentur?

Uns ist wichtig, dass wir eine persönliche Verbindung zu unseren Models aufbauen und offen kommunizieren, gerade wenn es um solche Themen wie Gewicht und Masse geht. Wenn wir die Schauen vorbereiten, gehen wir das mit Trainern und Ernährungsberatern an, die unsere Models professionell begleiten. Wir lassen unsere Models nicht allein damit.

Wurden Sie allein gelassen



Ja. Ganz zu Beginn hiess es einfach: «Du bist kein Model für die Shows.» Als ich bei IMG, der Agentur in New York, unterschrieb, sagten die mir, ich müsse die richtigen Masse dafür haben, arbeiten musste ich dann ganz allein daran. Das war mit ein Grund, The Kinship zu gründen und es anders zu machen.

Sie sind im Januar 30 geworden, kurz vorher wurde die Trennung von Ihrem langjährigen Partner Andres Andrekson (Stress) verkündet. Das Jahr ist nun fast zur Hälfte rum – wie würden Sie es in wenigen Worten zusammenfassen?

**Mega gut.
Ereignisreich.**

Eine Erklärung dazu?

Manchmal braucht es einfach Veränderungen, und auch Risiken, die man eingehen muss, um weiterzukommen. Die Momente, in denen man solche Entscheidungen fällt, sind schwierig, aber das sollte einen nicht davon abhalten, sie zu treffen. Die Trennung fand schon lange vor der Kommunikation statt, es war ein Prozess. Es mag heftig klingen, aber für mich fühlt sich eine Trennung ähnlich an, wie wenn man jemanden durch den Tod verloren hat. Man muss Abschied nehmen, trauern, loslassen und danach weitergehen.

RONJA FURRER

Heimat

Lüterkofen
(nahe Solothurn)



Stadt

New York



Feriedestination → Sumba, Indonesien

Restaurant



Raoul's, New York;
raouls.com



Getränk

Schweizer Quellwasser

Farbe

Rot



Modedesigner

The Row, Ashley
und
Mary-Kate Olsen



Tier

Serie



Game of Thrones

Schmuck



Geschenke
meiner Liebsten
und die
«Chronomat 36»
von Breitling



Pferd

Museum



OMM, Istanbul; omm.art

Blume

Weisse Orchidee





AUS DEM AUGENWINKEL

Die Suche

Text und Fotografie **BICE CURIGER**

BICE CURIGER ist künstlerische Direktorin der Fondation Vincent van Gogh Arles und war Chefredaktorin der Kunstpublikation «Parkett». Zuvor war sie ausserdem während zwanzig Jahren Kuratorin am Kunsthaus Zürich.

lasst uns ins Museum gehen und dabei nicht nur das ausgestellte gut betrachten! Nein, unser Blick richtet sich ebenso auf die ganz besondere Stimmung und Energie im Raum, die von den anwesenden Menschen ausgeht.

Sich auf diese Menschen konzentrieren, die im Stande grosser innerer Offenheit sich ruhig bewegen und immer wieder stillstehen vor einem Bild oder einem Objekt. Sie scheinen etwas zu suchen, ohne Hast, ohne Not.

Diese Magie, die sich einstellt, als würden sie unter einem Baum stehen – sie ist ein plötzlich geschenk der besonderen, ja der metaphysischen Art!

Wir betrachten verstohlen von der Seite diese betrachtenden Menschen und wundern uns, wie unzureichend funktional und einschränkend einem die Bezeichnung "Publikum" in diesen Momenten erscheint.



Unser Kolumnist schrieb diesen Text am Muttertag. Und wünschte sich dabei nicht nur das Ende von Alibi-Blumensträssen. Schluss muss auch damit sein, dass es wenig braucht, um als schlechte Mutter und «Hausfrau» dazustehen, aber noch viel weniger, um als toller Vater, Ehemann und Koch zu gelten.

Der Titel bezieht sich auf eine Schlagzeile, die ins Auge sprang. Sie lautete nicht genau so. «Hausfrauen» stand nämlich da, nicht «Macker». Darunter der Report über ein vielbeachtetes Bundesgerichtsurteil. Geschiedene Frauen können Unterhaltsansprüche, die ihnen ihren bisherigen Lebensstandard garantieren, künftig vergessen. Wobei, was bedeutet Hausfrau? Frauen, die ein Haus bewohnen? Die zu Hause eingesperrt sind? Frauen, die das Zuhause «in Ordnung» halten? Bis vor kurzem war «Hausfrau» auch eine Berufsbezeichnung. Einfach eine ohne Lohn. Gang und gäbe war es, dass nicht anderweitig schuftende Frauen sich auf Formularen/Fragebögen als genau das bezeichneten. Es war mir immer ein Rätsel, hatten die allermeisten doch einen Beruf erlernt oder studiert.

Zurück zum Urteil. Mein viriles Gerechtigkeitsgefühl – aber auch der Feminist, der mir innewohnt – sagt, höchste Zeit, weg mit dem alten Zopf. Doch so einfach ist es nicht. Frauen, die sich jetzt, ob mit oder ohne schulpflichtige Kinder, scheiden lassen – womöglich nach vielen Jahren Teilzeitarbeit, weil die traditionelle Rollenverteilung es nicht anders zuliess –, kommen möglicherweise in die finanzielle Breddouille. Wie auch immer man diesen Richterspruch beurteilt, eines ist klar: Das «nur» Mutter-/Hausfraumodell ist Vergangenheit. Vom Ex durchfüttern lassen, bis die Kids ausfliegen, das war damals. Und damals ist vorbei.

Für Macker wird es ungemütlich

Text RICHARD KÄGI Illustration GRAFILU.CH

Die Ernte dieser Entwicklung fährt die Nuller-Generation ein. Die jungen Frauen heute, für sie ist der Wink mit dem Richterhammer obsolet. Lernen sie Jungs – sollte es für mehr als guten Sex und Gespräche sein – kennen, wird nicht mehr zuerst der Status, der Beruf, die Familie ausgecheckt. Nein, seine Einstellung zur gemeinsamen Umschiffung dessen, was das Leben alles an Klippen und Untiefen für eine Beziehung in den Weg stellt. Ein Ort, den ewiggestrige Dudes meiden wie der Teufel das Weihwasser, eignet sich besonders als Testfeld: die Küche. Die Ausreden von früher, die ziehen nicht mehr. Wird das Zusammenleben und was es dazu braucht, hälftig aufgeteilt, gilt das nicht nur für Geldverdienen, Kidsbetreuung, Putzen, Waschen.

Zu oft höre ich von Hausfrauenmännern, doch, sie kochen. Aber nur wenn Gäste kommen. Da kann kein Aufwand zu gross, keine Zutat zu teuer, keine Sauerei in der Küche (die dann die Frau noch tagelang aufräumt) schlimmer sein. Der Macker holt sich auch noch die Lorbeeren ab und sonnt sich als Möchtegern-Frauenversther und Hausmann. Auch das Steinzeit-Narrativ mancher Machos verfängt bei den Jungen nicht mehr. «Kochen nein, aber ich grilliere das Fleisch!» Wie anno bei den Höhlenbewohnern schleppen diese Kerle mächtige Fleischberge heim und werfen sie auf glühende Kohlen. Und zum harten Kerl am Grill gehört natürlich auch viel Bier.

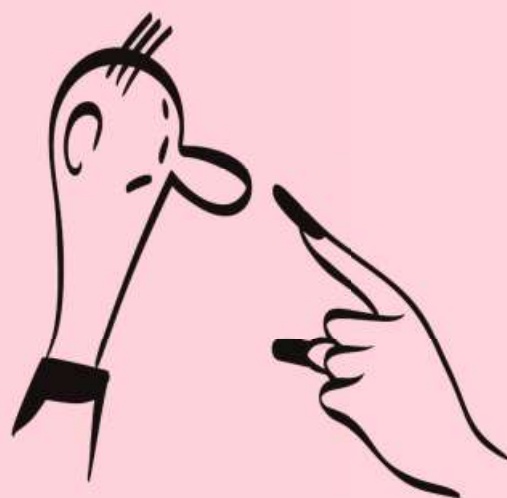
Ihr Chauvis dieser Couleur, ihr seid ein Auslaufmodell! Meine Hoffnungen liegen auf den feministisch motivierten Massstäben der jungen Generation Frauen. Und deren Kids. Der Sohn einer guten Freundin kocht mich mit seinen 14 Jahren fast schon an die Wand. Über eine Pastamaschine und

eine persönliche Delicatessa-Führung im Globus von mir freute er sich mehr als über sein neues Skateboard.

Meine israelische Freundin schüttelt nur den Kopf über das Mackertum bei uns: «Wann merken die Männer bei euch endlich, dass nur eine Frau, die jederzeit auch gehen kann, glücklich ist? Die unter keinem Bleibzwang ihre Lebens- und Liebeslust verliert!» In Israel seien Frauen in der Arbeitswelt präsent, so selbstverständlich wie Männer. Sie seien in wirklich jeder Beziehung auf Augenhöhe. «Es ist uns darum viel leichter möglich, Ehegefängnisse hinter uns zu lassen», führte sie weiter aus: «Unser Betreuungssystem für Kinder ist derartig strukturiert, dass Frauen selbstverständlich arbeiten gehen können.» Verhältnisse, die uns hierzulande träumen lassen. Und die so neu nicht sind. Kurz vor dem Mauerfall lag in der DDR die Frauenerwerbsquote bei über 90 Prozent. Ja, sie mussten trotzdem noch den Haushalt erledigen. Ihre finanzielle Unabhängigkeit resultierte dafür in einer hohen Scheidungsquote, die ihresgleichen suchte. Während sich hier die Frauen lieber verbiegen, als ihre Macker endlich in die Wüste zu schicken.

Doch ich bin zuversichtlich. Die heranwachsende Generation benötigt keine Hilfe mehr von Gerichtsurteilen. Wer seinen Mann nicht steht, bei allem, was echte Partnerschaft erfordert, hat verloren. Für diejenigen, die es lernen wollen: Ich zeige gern, wie alltagstauglich kochen geht, wie die Spülmaschine korrekt eingeräumt wird und beim Wäschewaschen die Feuerwehr nicht aufgeboden werden muss.

RICHARD KÄGI ist Foodscout und Autor. Er kocht gerne mit und für Frauen. Rezepte finden sich in seinem Kochbuch «Kägi kocht» oder auf richardkaegi.ch.



Alles neu

Text **BARBARA VINKEN**

Alles ist ganz anders: Alle klassischen Formen sind endgültig über den Haufen geworfen, alles Gewohnte, Eingefahrene auf den Kopf gestellt, alles Passende unpassend zusammengewürfelt, kein Ausschnitt mehr, wo erwartet. Das zeigt auch die Sprache, in der wir über Mode reden. Ganz neu hat sie sich erfunden. Englisch hat das Französische als Lingua franca der Mode abgelöst. Wussten Sie, was ein «skort» ist? Aus «skirt» und «short» zusammengesetzt, bezeichnet der «skort» eine Mischung aus Minirock und Short, beide absolute Lieblinge der Saison. Doch schon schlägt das Französische zurück: De Nîmes, macht das «Denim» der Jeans wieder französisch. Und die «bralette»? Auch das eine Neuschöpfung, die aus dem Mieder, der «brassière» und dem englischen «bra» etwas sexy Leichtes macht. Am besten, Sie tragen die Bralette gut sichtbar und nur mit dünnen Schnüren gebunden unter der Jacke, die sie nicht mehr mit Knöpfen, sondern mit einem Gürtel, und nicht um die Taille, sondern unter der Brust schliessen.

Und die Farben, von wegen «Ton in Ton». Gekonnt stellte man durch subtiles Beherrschen der Farbskala die Distinktion der Bourgeoisie aus. Auch Dunkelblau und Beige, vornehm zurückhaltend, sind lange nicht mehr. Alles leuchtet jetzt in kräftigen, in überwältigend starken Farben. Sie sind nicht nur laut; sie schreien, ja sie beißen sich. Auf keinen Fall, wussten die Geschmacksrichterinnen des «bon ton» einst, durften Farben

BARBARA VINKEN ist Professorin für Allgemeine Literaturwissenschaft und Romanische Philologie an der LMU in München. Ein breites Publikum erreichte sie mit ihren Überlegungen zur deutschen Familienpolitik und zur Mode.

sich beißen. Dagegen jetzt: Pink, Orange und Magenta. Petrolblau und Smaragdgrün, Froschgrün, und immer wieder Miami in Rosa und Peppermint. Wenn es weicher, «natürlicher» sein soll, Sonnen-gelb, Curry, Feuerrot. Magisch bannen diese knatschigen oder knallenden Farben das Auge.

Verwirrend wild wie die Farbkombinationen scheint es, als wollte die Mode den Basics, dem Norm-Core, dem Diktat der Funktionalität – praktisch, quadratisch, gut – ein Schnippchen schlagen: gehäkelte Sneaker! Sneaker mit kristallglitzernden Schnallen rufen den adeligen Schuh par excellence des 18. Jahrhunderts auf, der zum Logo einer begehrten Marke geworden ist. Bizarre Mischungen aus Badelatschen und High Heels, wo das Logo einer Marke, das immer als römischer Metallstud kam, übergross aus Plastik gegossen ist. Witzig das Spiel mit dem Logo, das vom nicht zu übersehenden Bling-Bling zum Erkennungszeichen einer Masse von «Einge-weihten» geworden ist.

Das Wehen, üppige Schwelgen der Stoffe in Hülle und Fülle hat wieder Scharfgeschnitten-Superkurzem Platz gemacht. Aber die erotisch absehbare Silhouette mit klassischer Busen-, Tailen- und Po-Betonung ist dahin; alles scheint durcheinandergewürfelt. Die Ausschnitte sitzen jetzt asymmetrisch an den unerwartetsten Stellen. Der erotische Reiz – immer wieder eine Überraschung – alles Trompe-l'œil. Er wirkt durch die alten Techniken des Schliessens wie Bändchen, die verknotet oder zu Schleifen gebunden werden, fast unschuldig kindlich. Noch die raffiniertesten Raffungen haben etwas Improvisiertes, Zufälliges.

Es ist, als ob wir uns vom erwachsenen Mann- und Frauen-Sein verabschiedet hätten. In den Schränken unserer Eltern sind wir unbeschwert auf die Suche nach der verlorenen Zeit gegangen, die wir mit Kindergeschmack – bunt, glänzend – übergestreift hätten, um uns mit Körben, Riesenhüten und vichy-karierten Bikerhosen aus Frottee auf hohen, beschleiften Plateauschuhen aufgereggt und gutgelaunt zum Gelato am Strand aufzumachen.



Mit gewohntem Sex-Appeal: Kourtney Kardashian trägt an ihrem Hochzeitstag ein Minikleid von Dolce & Gabbana.

STILKRITIK

Die Braut bleibt sich treu

Text **MALENA RUDER**

So freizügig wie derzeit war die Mode lange nicht: kurze Röcke, freigelegte Bäuche, Cut-outs. Eine Branche allerdings blieb bisher verschont von dieser Stoffknappheit: die Brautmode. Nach wie vor erscheint beim Erwähnen eines Hochzeitskleids vor dem inneren Auge der Menschen, zumindest in unseren Breitengraden, eine lange weisse Robe, gerne mit Schleppe, mit einem bestickten Tüllrock, aus dessen Stoff man Vorhänge für eine ganze Etage schneiden könnte. Das hat natürlich damit zu tun, dass Stoff kostet und einst noch viel mehr kostete; mit diesem Material-Überschwang unterstrich man die Wichtigkeit dieses Tages. Auch nimmt die Braut – mit ihrem Angetrauten die Hauptperson des Festes – so den Raum ein, der ihr zusteht.

Sowieso gibt es nach wie vor kaum ein Kleidungsstück, das mit mehr Bedeutung aufgeladen wurde denn das Brautkleid. Die meisten sind heutzutage eigentlich obsolet; so glaubt kaum noch jemand daran, dass böse Geister sich von einem Schleier verwirren lassen, und auch die Züchtigkeit und Jungfräulichkeit der Braut, für welche die Farbe Weiss steht, ist nicht mehr von Bedeutung.

Dennoch, gerade bei royalen Hochzeiten lässt sich beobachten, dass blosse Arme, tiefe Ausschnitte und betonte Popos bei Hofe nach

wie vor überhaupt nichts zu suchen haben. Und da die Hochzeiten von Prominenten, seien es Prinzessinnen oder Reality-TV-Stars, jeweils die Brautmodetrends auslösen oder diese erhalten, blieb es beim Status quo der gut verhüllten Vermählungswilligen. Das führte auch dazu, dass so manche Bräute an ihrem grossen Tag wie verkleidet aussahen – so wenig hatte ihr Outfit mit ihrem sonstigen Look zu tun. Meghan Markle löste dieses Dilemma zum Beispiel, indem sie bei ihrer Hochzeit mit Prinz Harry ein braves Kleid für die dem Protokoll des britischen Königshofes gemässe Zeremonie trug, ein anderes, viel moderneres zur Party.

Kourtney Kardashian, die älteste Tochter des bekannten Reality-TV-Influencer-Clans aus Amerika, blieb ihrem sexy Stil auch an ihrem Hochzeitstag treu: Sie gab dem Musiker Travis Barker ihr Jawort in einem weissen, körperbetonten Minikleid von Dolce & Gabbana, das knapper kaum hätte sein können – obwohl die Arme sogar von einer etwas seltsam anmutenden Schleier-Stulpen-Kombination bedeckt waren. Kardashians Outfit muss einem natürlich nicht gefallen. Es ist aber ein Schritt in die richtige Richtung für mehr Individualität, was Kleidung angeht. Gerade an einem so bedeutenden Tag wie dem Hochzeitstag.

MALENA RUDER ist redaktionelle Leiterin des Magazins «Z» und schreibt über Mode und Schönheit. Sie interessiert sich nicht nur dafür, was Menschen tragen, sondern auch dafür, warum sie es tun.



Alles Routine

Von NICOLAS POLLI

Der Bieler Fotograf und Grafiker Nicolas Polli beschäftigt sich in seinen Werken mit seiner Umgebung; und er schaut sehr genau hin. Wie können Alltagsgegenstände neu wahrgenommen werden? Mit der Bildserie «Alles Routine», die hier gezeigt wird, fordert Polli mit Ironie und Witz die Erwartungen seiner Betrachter heraus. Polli lebt seit kurzem mit seiner Freundin zusammen – und noch empfindet er es als neu, ihre Zahnbürste im Badezimmer anzutreffen. Deshalb hat er beschlossen, zwei Zahnbürsten miteinander zu verschmelzen; was entstand, ist ebenso die Darstellung eines Paares wie ein gemeinsames Objekt für ein solches.



DAS UNVERGESSLICHE GEFÜHL
DER PROVENCE. MIRABEAU ETOILE ROSÉ:
DER GEHEIMTIPP DIESES SOMMERS.

Le désir d'été

 GLOBALwine







An der Ostseeküste

FOTOS RENÉ FIETZEK STYLING ALMUT VOGEL @ BIRD PRODUCTION

CASTING JULIE SINIOS MODEL GRETA BULTMANN @ TIGERS MANAGEMENT

LINKE SEITE Overall, Baumwoll-Satin mit Lederpaspellierung und feinen Nieten (4150 FR.), Plateausandalen (930 FR.) **HERMÈS**
COVER Unterkleid, Seide (PREIS AUF ANFRAGE) und Jacke, Faux Fur (4700 FR.) **GUCCI**



RECHTE SEITE Kleid, Seiden-Crêpe (6200 FR.) **CHANEL**, Jacke im Vintage-Look, Lammfell, Merinostrick (ETWA 2450 FR.) **MAISON MARGIELA**



Verkürzter Pullover, Cashmere (1090 FR.) **MIU MIU**



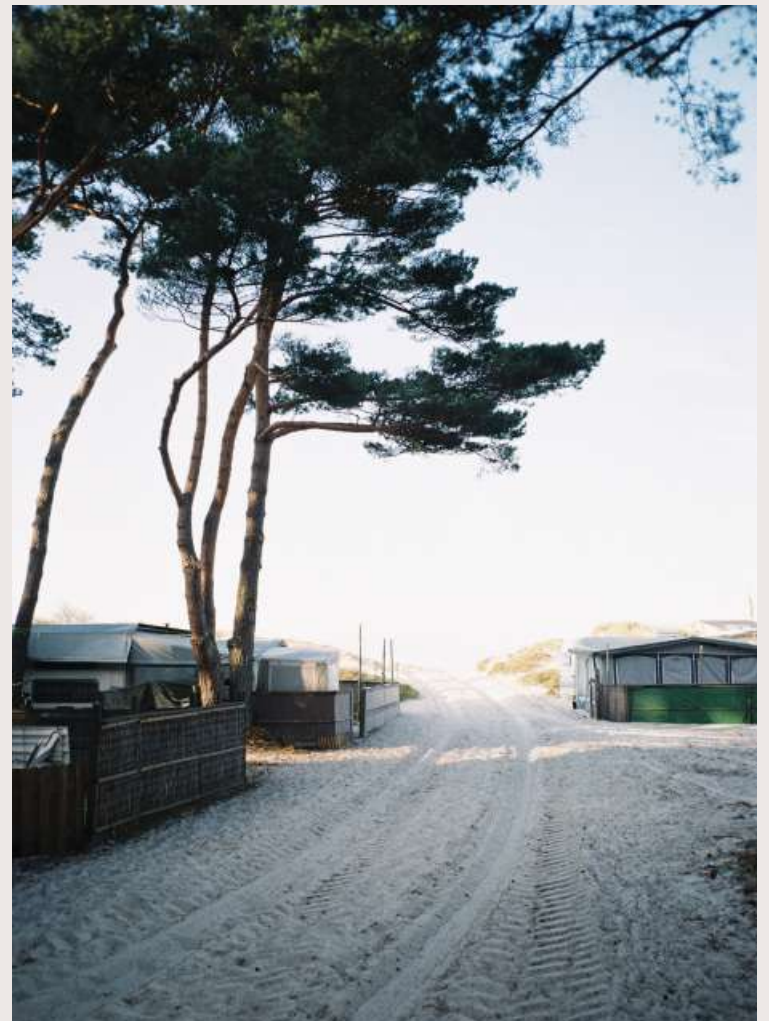




Wattiertes Kleid mit Tüll-Überrock (ETWA 1800 FR.),
Jacke im Vintage-Look, Lammfell, Merinostrick (ETWA 2450 FR.) **MAISON MARGIELA**



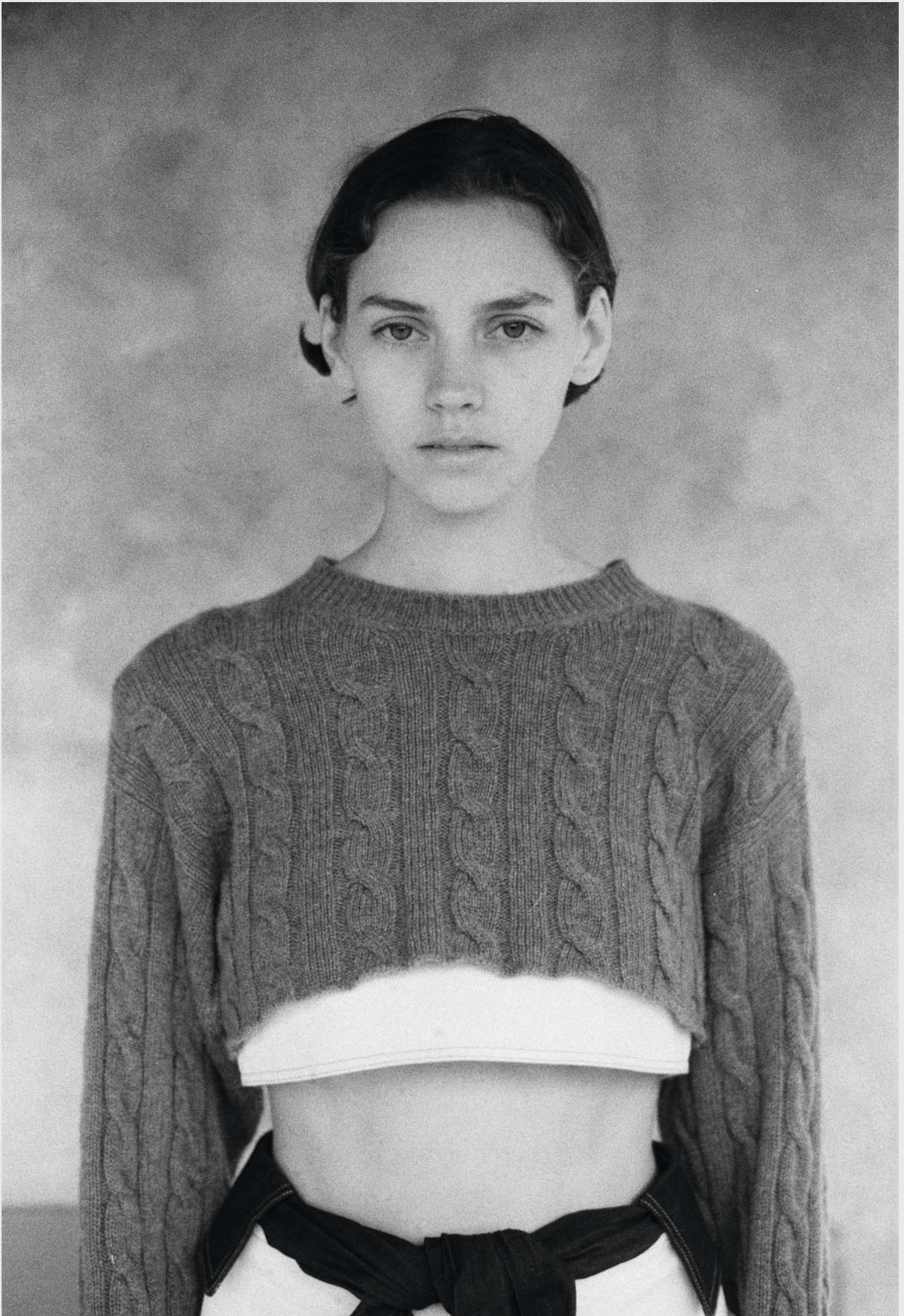
Rock, beschichteter Denim (1400 FR.), Spizentop (3500 FR.) **LOUIS VUITTON**



LINKE SEITE Netzkleid mit Perlen und Unterkleid, Seide (7200 FR.) **BRUNELLO CUCINELLI**



Trenchcoat, Rohseide (ETWA 3750 FR.), Top, Rohseide mit Fransen und Metallschmuck (ETWA 2100 FR.), Jupe, Rohseide (ETWA 2300 FR.), Sneaker (ETWA 629 FR.) **CHLOÉ**



Verkürzter Pullover, Cashmere (1090 FR.), schwarzer Jupe, Denim (377 FR.) **MIU MIU**,
crémeweisser Jupe, Denim (300 FR.), Bandeau-Top (83 FR.) **MAX MARA**



Neuen Luxus braucht das Land

Für einen Kurztrip ins Urbane mag das gute alte 5-Sterne-Haus ja noch passen. Doch der Trend in der gehobeneren Ferienhotellerie geht in eine ganz andere Richtung: raus aus der Stadt, rein in die Natur, am liebsten mit viel Platz, Ruhe und Nachhaltigkeit

TEXT PATRICIA ENGELHORN

Die Anreise führt über schmale Landstrassen und kurvenreiche Bergpässe an Weingärten, Olivenhainen und massigen Felsbrocken vorbei. Sie dauert länger, als es der Blick auf die Karte vermuten lässt, und verwirrt selbst das Navi, das plötzlich einen Weg anzeigt, den es gar nicht gibt. Die wenigen Fremden, die sich in diese abgeschiedene Gegend am östlichsten Finger des Peloponnes verirren, wollen meist nach Porto Heli, von wo aus die Schiffe nach Hydra ablegen, und fahren achtlos an der Abbiegung zum Hotel Amanzoe vorbei. Dessen von Oleanderbüschen flankierte Einfahrt ist von der Strasse ebenso wenig zu sehen wie das majestätische Eingangsportale und das Ferienparadies, das sich dahinter befindet.

Man geht also durch den Eingang, der mit seinen weissen Marmorquadern und den Säulen an einen griechischen Tempel erinnert, und kommt an ein türkis glitzerndes Wasserbecken, das sich dem Horizont entgegenstreckt. Hier hält man erstmal die Luft an: Da stehen Olivenbäume, elegante Pavillons und noch mehr Säulen, aber vor allem ist da der grenzenlose Blick über Hügel, Landschaft und Meer bis auf die Insel Spetses, die an klaren Tagen in Schwimmdistanz auf der Ägäis zu schweben scheint. Es duftet nach Rosmarin, Lavendel, Jasmin und Salbei, zu hören ist nichts als Vogelgezwitscher und das sonore Zirpen der Zikaden.

Die 38 über verschiedene Ebenen verstreuten Pavillons sind gut 200 Quadratmeter gross und mit schön abgeschirmten, beschatteten Terrassen versehen. Am privaten Pool stehen bequeme Liegestühle, im Patio Tisch und Stühle, und wieder ist da eine Aussicht, die jedes mitgebrachte Buch überflüssig macht. Natürlich bietet diese puristisch gestaltete Edelherberge auch ein grossartiges Spa, mehrere Pools und einen eigenen Beach Club. Billig ist



GANZ OBEN Die Finca Legado auf Ibiza ist urban und dennoch ganz mit der Landschaft verwoben.

OBEN Von den Betten im «Experimental» auf Menorca konnte der Bauer, der hier früher lebte, nur träumen.

das nicht, die Übernachtung kostet ab 1250 Euro (ausser an zehn Tagen im November, dann gibt es den Pavillon auch für 900 Euro), dafür sind Service und Gastronomie kaum zu toppen. Schliesslich gelten die Hotels der Aman-Gruppe als Nonplusultra im Gastgewerbe. Doch es sind die gigantischen Platzverhältnisse, die Stille und das unbezahlbare Gefühl, in eine beinahe unberührte Natur einzutauchen, die den echten Luxus des «Amanzoe» ausmachen. «Alle unsere Häuser sind mit dem Ziel entstanden, ein Gefühl von Frieden und Ruhe zu vermitteln», sagt der Schweizer Aman-COO Roland Fasel. «Grosszügige Platzverhältnisse, maximale Privatsphäre und das Bestreben, die Zeit zu entschleunigen, gehören von jeher zur Aman-DNA.»

Griechenland bietet dafür beste Voraussetzungen – gerade auf dem Peloponnes, wo es jede Menge

Platz und vergleichsweise wenig Menschen gibt. Ganz im Westen der Peninsula und direkt am langen Kourouta-Strand steht das durchgestylte Dexamenes Seaside Hotel, untergebracht in einer ehemaligen Weinkellerei aus den zwanziger Jahren: 35 Zimmer, industrielle Beton-Architektur, minimalistisches Design, private Patios, schicke Taverna. Ringsherum nichts als Wasser und Weingärten. Weiter südlich schwebt das «Zen Rocks Mani» hoch über der Küste in einer biblisch anmutenden Hügellandschaft voller grüngrau schimmernden Olivenbäume. Wenige schlicht-schöne Zimmer sind in grosszügig gebauten Steinhäusern mit breiten Terrassen zwischen Rosmarinsträuchern, blühenden Präriekerzen und Kakteen untergebracht. Nachts ist das ferne Bellen wilder Hunde zu hören, tagsüber gibt es Yogakurse auf einem Open-Air-Holzdeck, gegessen wird an grossen Gemeinschaftstischen im rundum offenen Café mit Meerblick. «Meine Gäste sagen oft, dass sie hier durchatmen können», erzählt Vivi Letsou, Inhaberin der Anlage, «viele liegen tagelang auf der Terrasse und schauen in die Landschaft. Sie geniessen die Stille und die Weite und das Bild ländlichen Friedens. Dass es gar nicht weit von hier hübsche Kiesstrände und kleine Küstenorte mit netten Läden und Lokalen gibt, interessiert sie erst in zweiter Linie.»

Man könnte den Wunsch nach «splendid isolation» mit den Auswirkungen der Pandemie erklären, doch das wäre zu kurz gedacht. Hotels, gerade die der Luxuskategorie, entwickeln sich schon länger in diese Richtung. «Corona mag den Trend befeuert haben, doch das wachsende Bedürfnis nach Platz und Privacy war bereits vor dem Virus spürbar», sagt der Stuttgarter Reiseveranstalter Martin Stroheck, der sich vorwiegend im obersten Preissegment bewegt und für zahlungskräftige und oft prominente Kunden aus ganz Europa Reisen an die weltweit

schönsten Orte organisiert. «Wer einmal in einer Villa mit Poolterrasse oder in einem weitläufigen Landhaus gewohnt hat und sich diesen Luxus leisten kann, der möchte nicht mehr ins Zimmer 512 mit Balkon», glaubt er. Smarte Hoteliers kommen diesem Wunsch entgegen. Oder haben sie ihn durch ihre immer individueller werdenden Angebote überhaupt erst geweckt?

Sicher scheint dies: Bei urbanen, zeitgeistorientierten Millennials mit Geld macht sich derzeit ein Wertewandel bemerkbar. Die standardisierten Angebote der klassischen Fünf-Sterne-Paläste haben an Attraktivität verloren, gewünscht werden stattdessen überzeugende nachhaltige Konzepte, viel möglichst wildwachsende Natur und eine Gästegemeinschaft, die wie ein locker zusammengewürfelter Freundeskreis wirkt.

Wie das aussehen kann, zeigen die Wiener Andreas Oberkanins und Andreas Lackner in ihrer Finca Legado auf Ibiza. Die elf Zimmer des gut 250 Jahre alten Bauernhofs sind mit selbst entworfenen und von lokalen Handwerkern gefertigten Möbeln aus rezykliertem Holz und Cortenstahl eingerichtet, die farbenprächtigen Tapeten wurden eigens für das Hotel bedruckt. Die blütenweisse Bettwäsche ist aus ägyptischer Biobaumwolle, in den Bädern mit Regenwaldduschen und Wänden aus Mikrozement stehen die veganen Produkte der Salzburger Mini-Manufaktur Be Soap My Friend.

Man wacht morgens auf, hört die Vögel durch die offene Terrassentür, streift sich etwas über, läuft barfuss auf die Veranda und schaut in ein Meer grüner Hügel, in dem vereinzelte weisse Wohnwürfel stehen. Wer möchte, kann sich im Gemüsegarten ein paar Tomaten und Himbeeren zum Frühstück holen.



Hotel Amanzoe, Peloponnes, Griechenland. Bei dieser Aussicht braucht es keine Ferienlektüre.

Das Sauerteigbrot, das dazu serviert wird, backt ein ausgewandeter deutscher Bäcker, der Kaffee stammt von einer kleinen Rösterei der Insel, die Konfitüren sind hausgemacht, die Eier tagesfrisch von den eigenen Hühnern. Inhaber und Gäste treffen sich mehrmals pro Woche zum Abendessen an einer langen Tafel am Pool. Hier entstehen neue Kontakte, Bekanntschaften, manchmal auch Freundschaften – auf jeden Fall ein Community-Gefühl, das der Finca viele Stammgäste beschert hat. «Wir verstehen uns als Gastgeber und machen unsere Gäste miteinander bekannt», sagt Andreas Oberkanins, «genau so, wie es auch in privatem Rahmen geschieht.»

Ein leicht urbanerer Look prägt ein paar Inseln weiter das 2019 eröffnete «Menorca Experimental» der hippen Pariser Experimental-Gruppe. Auch dort wurde eine alte Finca restauriert und in ein rural-schickes Landhotel verwandelt. Innendekorateurin

Dorothee Meilichzon gestaltete die 43 Zimmer mit viel Weiss und bunten Farbtupfern, am Pool stehen stromlinienförmig Daybeds, das Yogadeck wurde zwischen Pinien, Wacholdersträucher und Wildblumen in die Felsen über dem Meer gebaut. Gekocht wird biologisch, regional und saisonal, viele Produkte stammen aus dem eigenen Garten und von den benachbarten Bauernhöfen.

«Wir bieten unseren Gästen Ruhe und Natur», sagt ECC-Mitbegründer Olivier Bon, «dazu ein paar weitere Nettigkeiten wie gut durchdachten Komfort, unangestregten Boho-Chic, leckere Regionalküche und eine tolle Bar, in der man sich mit anderen Gästen treffen und austauschen kann. Mehr braucht es nicht.» Klingt simpel? Ist es aber nicht! Wer viel in der Welt herumgereist ist und viel gesehen hat, weiss, wie leicht auch teure Hotels in die Wannabefalle tappen und Dinge, die zwar fotogen, aber nicht wesentlich oder originell sind, in den Vordergrund stellen: eine coole Bar ohne regionale/nachhaltige Spirituosen, durchgestylte Zimmer, in denen man aber bestenfalls gut schlafen kann, einen blühenden Garten, in dem nichts Brauchbares wächst – alles ohne auf Ressourcen, Umwelt und echte Entspannung zu achten.

«So geht das nicht», sagt Carlo Lanzini. Der Italiener und der britische Interior-Designer Andrew Trotter eröffneten 2016 die «Masseria Moroseta» bei Ostuni in Apulien und schufen ein bewusst undekoriertes, teilweise rustikales und ausgesprochen lässiges Sechs-Zimmer-Hotel mit grosszügigem Pool und kleinem Spa. Das Besondere: Das Gebäude ist neu und zeigt, wie schön moderne Architektur den historischen Masseria-Stil (vergleichbar mit einer Finca) mit seinen alten Bautechniken sowie Materialien

ANZEIGE

DIE NÄCHSTE ÄRA BEGINNT DER NEUE RANGE ROVER



ABOVE & BEYOND



Jetzt entdecken auf landrover.ch



Die «Masseria Moroseta» in Apulien zeigt, dass Innendesign nicht viel braucht – ausser natürlich ein paar edlen Stücken.

aufgreifen kann. Der ökologische Fussabdruck der Anlage ist winzig: Dank fast ein Meter dicken Wänden muss kaum künstlich geheizt oder gekühlt werden, Sonnenkollektoren versorgen die hauseigene Küche, die dort zubereiteten apulischen Köstlichkeiten richten sich nach der Jahreszeit und der Ernte im eigenen Gemüsegarten. Gekostet wird am langen Gemeinschaftstisch, als Höhepunkt gilt die Dachterrasse mit ihrer sensationellen Aussicht über den eigenen, fünf Hektaren grossen Olivenhain und das nur zehn Kilometer entfernte Meer.

Überhaupt darf sich das sonst eher verschlafene Apulien im Bereich Landhotels als echter Trendsetter fühlen: Chic gestylte Angebote gibt es dort schon lange, und es werden immer mehr. Ein Grund dafür dürften die vielen im Hinterland stehenden Masserie sein – alt, gross und wunderschön, aber auch verlassen, vernachlässigt und vergleichsweise erschwinglich. «Ich habe mein Landgut 2006 für 400 000 Euro einem Bauern abgekauft», erzählt die Schweizerin Caroline Groszer. «Es stand seit 30 Jahren leer, war aber gut in Schuss und bestens dazu

geeignet, in Wohneinheiten unterteilt zu werden.» Heute sind in der strahlend weissen «Masseria Alchimia» zehn lichtdurchflutete Studios untergebracht, jedes mit eigenem Eingang, Kitchenette und Sitzplatz im Freien. Pool, Restaurant und Spa gibt es nicht, dafür einen unverbauten Blick ins Grüne und das idyllische Fischerdorf Savelletri mit Strand und Restaurants ganz in der Nähe. «Meine Gäste brauchen kein Spa», sagt die gebürtige Bernerin, «ihr Luxus ist Platz, Natur und Stille.» Fast wie im «Amanzoe», nur nicht so teuer.

Claus Sendlinger

«Think different» fasst in zwei Worten zusammen, was Claus Sendlinger und seine Arbeit prägt. Der Augsburgener ist seit über 30 Jahren im Hospitality-Business, immer auf der Suche nach Alternativen zum konventionellen Reisestil. 1993 gründete er mit den «Design Hotels» ein kuratiertes Portfolio designorientierter Boutique-Hotels, sein neues Label SLOW steht für «sensibel, lokal, organisch, weise» und umschreibt auch eine sinnvolle Art, die Welt zu erkunden.



Stressfrei: Claus Sendlinger.

Wie sieht das Hotel der Zukunft aus?

CS Sendlinger Nach zwei Jahren Corona möchten die Menschen einfach nur verreisen – egal wohin. Dadurch haben Hotelkonzepte, die schon vor der Pandemie am Verfallsdatum kratzten, eine Schonfrist erhalten. Aber irgendwann wird diese Phase vorbei sein. Reine Zimmervermietung reicht dann nicht mehr: Gäste erwarten eine gute Bar, ein gutes Restaurant, Kultur im Haus. Im Moment macht sich das vor allem in den Städten bemerkbar, aber das wird sich ändern.

Wie?

CS Indem sich entsprechende Angebote vermehren. Mit unseren SLOW-Hotels in Tulum, auf Mykonos und Ibiza haben wir gezeigt, wie es geht: Wir haben Künstlerresidenzen, kleine Musikfestivals und regelmässige Talk-Runden organisiert. Inzwischen macht das jeder, der mit dem Zeitgeist mithalten und die Mover und Shaker aus den Metropolen als Gäste gewinnen möchte.

Wohin führt der nächste Schritt?

CS Auf's Land. Der Trend ist schon seit Jahren unverkennbar, und auch die Naherholung erlebt eine Aufwertung. «Back to the roots», sozusagen.

Sie meinen: Ferien auf dem Bauernhof?

CS Ja und nein. Der Landgasthof war früher ein Feriengasthaus für all jene, die sich kein Hotel am Meer leisten konnten, und die Bauern haben mit der Zimmervermietung ihren Betrieb mitfinanziert. Heute kommen die Gastgeber aus der Mode, Architektur, Kunst oder Finanzwelt. Sie sind kultivierte Menschen mit Geld und gutem Stil. Sie kaufen eine Masseria in Apulien, richten sie her, beziehen ein Nebengebäude und betreiben das Haupthaus als Hotel. Freunde und Freunde von Freunden kommen zu Besuch, bleiben länger, nach und nach entsteht eine Community, die für Gleichgesinnte sehr attraktiv ist.

Gibt es bei SLOW ein vergleichbares Projekt?

CS Sogar mehrere. Das bedeutendste wird gerade im Alentejo unweit von Lissabon umgesetzt, wo wir 120 Hektaren Land in eine biodynamische Farm verwandeln. Dazu kommen Wohnhäuser, Restaurants und ein Gesundheits- und ein Schulungszentrum sowie unterschiedliche Unterkünfte für Gäste auf Zeit. Als Modell dienen die Ländereien von früher, die sowohl als dörfliche Gemeinschaft als auch als landwirtschaftlicher Betrieb funktionierten.

Was macht man dort den ganzen Tag?

CS Sich mit wichtigen und wunderbar einfachen Dingen wie Ackerbau, Viehwirtschaft, Kochen und Handwerk beschäftigen. Einen guten intellektuellen Austausch pflegen. Ausruhen, entschleunigen. Wer Abwechslung braucht, kann unseren Gäste-Palacio in Lissabon besuchen oder an die Costa de Caparica fahren, wo wir einen «Beach Shack» mit Surfklub eröffnen werden.

Interview: Patricia Engelhorn



DON'T
live life
WITHOUT IT™

americanexpress.ch/moments



IHR PLATINUM MOMENT

Dank Late Check-out entspannt
in den Tag starten.



American Express Platinum Card®

Ein Besuch bei Jean Prouvé

Der französische Architekt und Designer Jean Prouvé liess sich beim Gestalten von den Prinzipien der Konstruktion leiten; das sieht man auch dem Haus an, das er 1954 für sich und seine Familie baute und das in Nancy besichtigt werden kann. Viele seiner Möbel gelten mittlerweile als Designklassiker – nicht zuletzt, weil Vitra diese heute vertreibt

TEXT LEA HAGMANN



Er war der vermutlich letzte grosse «Unbekannte». Jean Prouvé, ein aussergewöhnlicher Gestalter mit einem mengenmässig zwar bescheidenen, aber umso bedeutenderen Erbe an Entwürfen, wird heute als Pionier des industriellen Bauens und als einer der einflussreichsten Designer des 20. Jahrhunderts verstanden. Doch es sollte nach seinem Tod im Jahr 1984 noch einmal fast 20 Jahre dauern, bis der Name Prouvé auch ausserhalb Frankreichs ein Begriff war. Nicht unwesentlich beteiligt an diesem Wiederaufleben war das Schweizer Familienunternehmen Vitra, das 2002 die Möbel von Jean Prouvé in seine Kollektion aufnahm und in diesem Sommer um neue Stücke erweitert.

Im heutigen Design-Kontext wird Prouvé gerne neben Namen wie Marcel Breuer, Le Corbusier, Pierre Jeanneret oder Lilly Reich gelistet – obwohl er aus eben genau dieser Reihe auf erfrischende Art und Weise heraustritt. Im Gegensatz zu vielen grossen Designern und Designerinnen aus der Bauhaus-Ära arbeitete Prouvé nicht mit dem typisch glänzenden, gebogenen Chromstahl. Der französische Designer verfolgte eine Ästhetik, die man erst begreift, wenn man sich mit der Konstruktion beschäftigt. Ein schönes Beispiel ist sein «Standard»-Stuhl von 1934. Allein schon der Name verrät viel über den Macher und seine pragmatische Art zu denken. Dem Stuhl haftet wegen seiner Hinterbeine eine verspielte Eleganz an, dabei ist die Ästhetik sekundär, man könnte auch sagen, ganz nebenbei entstanden. Bei einem Sitzmöbel ist die Belastung auf den hinteren Beinen am stärksten, weil darauf das Gewicht des Rumpfes lastet. Um dieses optimal auf den Boden zu leiten, wendete Prouvé eine Konstruktion aus gefaltetem Stahlblech an. Der Hohlkörper gewährleistet, dass der Stuhl trotz hoher Stabilität immer noch leicht bleibt. Für die schwächer belasteten Vorderbeine reicht ein einfaches Stahlrohr. Es wäre wider seine Prinzipien gewesen, auch vorne die massiven Beine einzusetzen. Aus dem einfachen Grund der Nichtnotwendigkeit. Prouvé setzte immer nur genau so viel Material ein wie im Minimum nötig. Einen bestimmten Stil habe er nicht, sagte der Designer einst in einem Interview: «Ich habe nie eine Form gezeichnet, ich habe Konstruktionen gemacht, die eine Form hatten.» Das Entwerfen von Möbelstücken verstand er allem voran als eine konstruktive Aufgabe. Sein Antrieb war das Suchen von Lösungen.

Dennoch lässt sich ein Prouvé-Entwurf ziemlich leicht seinem Schöpfer zuordnen, ohne dass dafür ausserordentlich viel Design-Wissen vorhanden sein müsste, weil er über die Jahre hinweg immer denselben Prinzipien treu blieb. Holz- und Aluminium-Elemente beliest Prouvé wenn immer möglich in unbehandeltem Zustand. Lackiert wurde nur, was zu korrodieren drohte. Dann aber wählte er die Farben mit mindestens so grosser Sorgfalt. Für Möbelstücke und Architekturprojekte entwickelte Prouvé oft eigene Töne – etwa das prägnante Bleu Marcoulé, das Prouvé für eine

französische Firma anfertigte und ab da ausschliesslich für diese Auftragsarbeiten anwendete, was eine genaue Zuordnung der Originalstücke ermöglicht. «Er war nicht umsonst der Sohn eines Malers», sagte seine jüngste und einzige noch lebende Tochter Catherine Prouvé treffend. Sein Vater, Victor Prouvé, war ein berühmter französischer Künstler, dessen Gemälde im Musée des Beaux-Arts de Nancy neben einer dauerhaften Ausstellung zu Jean Prouvé zu sehen sind.

Aber nicht nur im Design, sondern auch in der Architektur nahm er eine einzigartige Stellung ein. Als Verfechter von Fertighäusern und der Massenproduktion wollte er preiswerten Wohnraum ermöglichen. Sein gesamter Werdegang war gekennzeichnet von seinem sozialen Gewissen und hohen Engagement. Entwürfe Prouvés fanden sich häufig in Schulen, Universitäten und Spitälern. Im Zweiten Weltkrieg war er Mitglied der französischen Résistance – ihre damalige Wohnung hatte laut den Erzählungen Catherine Prouvés fünf Ausgänge; Fluchtwege, um einer möglichen Gefangenschaft durch die Nazis zu entgehen. Im Jahr 1944 wurde er zum Bürgermeister von Nancy ernannt, worauf ihn jeder in der französischen Kleinstadt kannte, was für ihn ein weiterer Grund war, später aus dem Stadtzentrum wegzuziehen.

Das Haus, das Prouvé 1954 für sich und seine Familie baute und in dem er bis zu seinem Tod wohnte, ist eines seiner architektonischen Highlights. Von Juni bis September ist es eine Wochenend-Besucherattraktion. Führungen müssen im Voraus gebucht werden. Das macht eine Besichtigung nicht ganz einfach, es lohnt sich, trotz einigen weiteren Wermutstropfen, dennoch. Das Zuhause trägt bis zum Türgriff der Einbauschränke Jean Prouvés klare Handschrift. Typisch etwa ist die Aussenfassade mit den Aluminium-Bullaugenpaneelen links vom Eingang. Ausgerichtet ist das Haus gegen Süden, wo auch die grossen Fensterfronten sind. Fenster gegen Norden brauchte es seiner Meinung nach nicht. Umgeben von sehr viel Grün, überblickt man die Stadt Nancy. Man würde die Unterkunft heute als Hideaway anpreisen, was es für Prouvé zu dieser Zeit tatsächlich auch war. Er hatte kurz zuvor seine Fabrik verloren, weil er sich mit seinem Partner zerstritten hatte. Die Maschinen waren Prouvés Kapital, ohne sie konnte er keine neuen Objekte entwerfen. Laut seiner Tochter war dies damals eine sehr emotionale Zeit für ihn.

Nach seinem Tod wollten die Erben das Haus verkaufen. Aus heutiger Sicht kaum zu glauben, liess sich jedoch kein Käufer dafür finden. Zu der Zeit war der Name Prouvé eben noch nicht wert, was er heute wert ist, und der Stil der 50er Jahre mit viel Holz an den Wänden und Türen damals nicht gefragt. Schliesslich erwarb die Stadt Nancy das Haus. Sie vermietet es heute an eine Privatperson, die darin wohnt. Das verwässert natürlich die Spuren des Designers, die Einrichtung ist nicht mehr Original. Umso mehr freuen die Details, die übrig blieben. Zum Beispiel die Palme rechts hinten in der Ecke des Wohnzimmers, die nicht etwa aus einem Topf, sondern direkt aus dem Boden wächst. Catherine Prouvé erinnert sich, wie sie als Kind Samen in die Ecke warfen; heute ragt die Palme bis zur Hausdecke. Auch der Kachelofen von damals ist noch in Betrieb. Das Haus verfügt zwar bereits über eine Bodenheizung, aber der erste Winter nach Einzug war derart kalt, dass noch ein weiteres Wärme-Element eingebaut werden musste.

Was im Haus, das mittlerweile renovierungsbedürftig ist, immer mehr verloren geht, will Vitra im Möbeldesign umso konsequenter beibehalten: Wenn sie Prouvés Entwürfe neu auflegen, versuchen sie, möglichst nah am Original zu bleiben. Es wird nichts gemacht, von dem nicht angenommen wird, dass er es exakt so gemacht hätte. Vitra steht dafür einerseits in engem Austausch mit Catherine Prouvé, denn die Erben haben Mitbestimmungsrecht bei jeglichen Details. Andererseits tauchen die Zuständigen immer wieder tief in ihr hauseigenes Archiv – das Vitra Design Museum verfügt über eine der weltweit grössten Museumssammlungen an Möbeln und Objekten von Jean Prouvé. Es wird versucht, Methoden und Denkansätze zu rekonstruieren. Niedergeschrieben oder skizziert hat der Macher nur wenig.

Mit der Sammlung, und damit auch der Aufarbeitung, begonnen hat Rolf Fehlbaum, emeritierter Vorsitzender von Vitra, Anfang der 1980er Jahre in Paris mit dem Erwerb eines Antony Chairs. Es war die Zeit, als man einen Entwurf Jean Prouvés noch auf dem Flohmarkt ergattern konnte. Heute sind Originalstücke fast nicht mehr auffindbar und wenn, dann kaum noch bezahlbar. Mittlerweile ist Prouvé als das bekannt, was er zeit seines Lebens war: eine Ikone der Architektur und des Möbeldesigns.



GANZ OBEN 1954 erbaute Jean Prouvé bei Nancy ein Haus für sich und seine Familie.
 OBEN LINKS Der Stuhl «Standard» ist typisch für Prouvés Formensprache.
 OBEN RECHTS Der Sessel «Kangourou» in der originalen Prouvé-Farbe
 «Bleu Marcoule» ist in limitierter Edition bei Vitra erhältlich.
 UNTEN Im Haus bei Nancy ist bis heute Prouvés Design-Handschrift spürbar.
 LINKE SEITE Dieses undatierte Bild zeigt Jean Prouvé auf Seefahrt.



Pfeffer

(PIPER NIGRUM)

EGAL OB GRÜN, WEISS, SCHWARZ, ROSA ODER ROT – ES HANDELT SICH MIT EINER AUSNAHME IMMER UM DAS GLEICHE GEWÜRZ

Text **CHRISTINA HUBBELING** Illustration **PETER JAMES FIELD**

Vor kurzem ist mir bewusst geworden, dass ich zwar täglich die Pfeffermühle in der Hand halte, aber gar nicht so genau weiss, wie und wo der Pfeffer wächst. Auf einem Baum? An einem Strauch? Die Tatsache, dass es die Redewendung gibt, jemanden dorthin zu wünschen, wo der Pfeffer wächst, suggeriert jedenfalls, dass das weit weg sein muss. Was auch stimmt, denn ursprünglich stammt der Pfeffer aus Indien. Heute zählen daneben auch Vietnam, Indonesien und Malaysia zu den grössten Pfefferproduzenten.

Im Handel erhältlich sind oft Regenbogenmischungen aus grünen, schwarzen, weissen, roten und pinkfarbenen Pfefferkörnern. Es handelt sich dabei, abgesehen vom rosa Pfeffer,



immer um das Gleiche: um die Frucht der Pfefferpflanze, einer Kletterpflanze, die an Bäumen emporwächst. Die Farbe der Körner erlaubt lediglich Rückschlüsse auf deren Reifegrad: Grüner Pfeffer wird sehr früh geerntet und gelangt eingelegt in den Handel. Auch schwarzer Pfeffer wird im unreifen Stadium geerntet und anschliessend getrocknet, wobei er sich dunkel verfärbt. Weisser Pfeffer ist der Steinkern von vollreifem Pfeffer, während der kostbare echte rote Pfeffer am längsten am Baum reift und daher am fruchtig-süssesten schmeckt. Einzig der rosa Pfeffer fällt aus der Reihe. Denn es handelt sich dabei nicht um Pfeffer, sondern um die pinkfarbenen Beeren des Brasilianischen Pfefferbaumes.

Pfeffersauce

Sauce für Fleischgerichte (4 Portionen)

Je 2 dl Rotwein und Rindsbouillon, 1 Lorbeerblatt, 1 Knoblauchzehe, gepresst, 2 EL grüne, eingelegte Pfefferkörner, 200 g Crème fraîche, 2 TL Dijonsenf, Salz, einige Umdrehungen schwarzer Pfeffer aus der Mühle, 1 Prise weisser Pfeffer

Zubereitung

Wein, Bouillon, Lorbeerblatt und Knoblauchzehe aufkochen und auf die Hälfte reduzieren. Pfefferkörner abtropfen, zerdrücken, dann beifügen, kurz weiterköcheln. Crème fraîche und den Senf unterrühren und cremig werden lassen, mit Salz und Pfeffer abschmecken.



Panade für (Gemüse-)Schnitzel

Zutaten für 4 Personen

6 EL Mehl, 2 Eier, 18 EL Panko-Paniermehl, 1 EL Zitronenpfeffer, 1 TL Salz, 4 Kalbschnitzel oder 6 Zucchetti, längs in 5 mm dicke Scheiben geschnitten, ½ Zitrone

Zubereitung

Mehl auf einen grossen Teller geben. Eier in einem tiefen Teller verquirlen. Panko-Paniermehl, Zitronenpfeffer und Salz mischen und auf einen grossen Teller geben. Die Fleisch- oder Zucchettischnitzel zuerst im Mehl, dann im Ei und zum Schluss im Paniermehl wenden, beidseitig mit Pflanzenöl ausbacken und mit Zitronensaft beträufeln.



Gebeizte Lachsforelle

Zutaten für 4 Portionen: 500 g Lachsforellenfilets ohne Haut, ½ EL schwarze Pfefferkörner, ½ EL weisse Pfefferkörner, 1 Bio-Zitrone, 2 EL grobkörniges Meersalz, 2 EL Rohrzucker, ½ Bund Bio-Dill



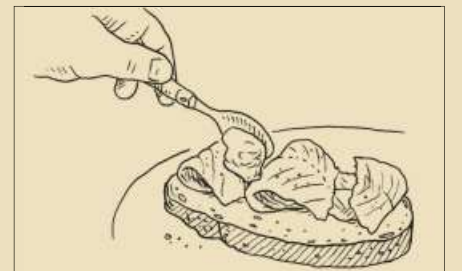
1. Die Fischfilets sehr sorgfältig auf Gräten kontrollieren, diese mit der Grätenpinzette vollständig entfernen. Fische nebeneinander in eine tiefe Form (Gratinform) legen.



2. Pfeffer im Mörser zerstoßen. Zitrone waschen, trocknen, Zesten abreiben. Pfeffer, Zitronenschale, Salz und Zucker vermengen. Den Dill abzupfen und untermischen.



3. Mischung auf die Filets streuen, sanft andrücken. Klarsichtfolie über die Fische legen, ein schweres Brett darauf platzieren. Die Fische zwei Tage im Kühlschrank beizen.



4. Marinade mit einem Messerrücken sorgfältig abschaben. Gebeizte Fische mit Dill-Honig-Senf-Sauce oder mit Meerrettichschaum und warmem Toastbrot servieren.



Weitere Rezepte finden Sie online auf bellevue.nzz.ch



Down by the river

DUMBO KLEMMT WIE EIN TORTENSTÜCK ZWISCHEN UND UNTER ZWEI MÄCHTIGEN BRÜCKEN. TROTZDEM NENNT ES DIE «NEW YORK TIMES» «THE MOST INSTAGRAMMABLE NEIGHBORHOOD IN AMERICA». DAS MAG STIMMEN – UND IST NOCH LÄNGST NICHT ALLES

Text **PATRICIA ENGELHORN**

Der schönste Weg, sich Dumbo zu nähern, führt über den East River. Zu Fuss. Welche Brücke? Gute Frage! Dumbo steht zwar für Down Under the Manhattan Bridge Overpass, doch auch die historische, im Jahr 1883 vollendete Brooklyn Bridge bietet einen Fussgängerweg, der einen wunderbaren Spaziergang ermöglicht.

Wer Letztere überquert, erreicht ziemlich genau jene Stelle, an der 1642 die erste Fähre anlegte, die Manhattan mit Brooklyn verband. Der Fulton Ferry Landing Pier existiert schon lange nicht mehr – nach und nach geriet auch das zwischen den zwei Brücken eingequetschte und unter donnerndem Auto- und Zugverkehr begrabene Hafenviertel in Vergessenheit. Noch vor knapp 50 Jahren war es ein schmutziges, namenloses Niemandsland mit verlassenen Industriehallen und Lagerhäusern, die von Künstlern illegal als Ateliers und zuweilen auch als Wohnort genutzt wurden.

Dann entdeckt David Walentas das Viertel. Der amerikanische Milliardär und Immobilien-Tycoon erkennt schnell dessen Vorzüge: die Lage direkt gegenüber Manhattan, die grossartige Aussicht und die perfekte Anbindung. In den späten 1970er Jahren kauft er elf heruntergekommene Lagerhallen für 12 Millionen Dollar und beginnt das Gebiet umzuwandeln – bekämpft und behindert von einer Stadtverwaltung, die die Arbeiten verzögert, und von Bürgerinitiativen, die eine Gentrifizierung befürchten. Doch David Walentas

und seine Frau Jane sind nicht darauf aus, die Immobilien möglichst schnell in möglichst viel Cash zu verwandeln. Ihre Vision sieht ein kulturell lebendiges Viertel vor, sie unterstützen Kulturschaffende und wählen sorgsam aus, wem sie grössere Flächen – zunächst teilweise gratis – überlassen.

Heute ist Dumbo eine sehr teure, sehr beliebte und komplett gentrifizierte Wohngegend mit coolen Cafés, schicken Restaurants, trendigen Läden und angesagten Kunstgalerien. Es gibt einen Ministrand, ein nostalgisches Karussell und kopfsteingepflasterte Strassen, an denen grosse alte Backsteingebäude neben neuen Stahl- und Glastürmen stehen. Das Viertel ist zur Lieblingsadresse von Digital-Startups, Werbeagenturen und kreativ tätigen Unternehmen geworden, deren Mitarbeiter das Strassenbild und die Stimmung in den Lokalen prägen.

Als Freiluft-Highlight gilt die komplett renovierte und begrünte Waterfront. Hier tummeln sich Schüler und Hausfrauen, Webdesigner und Touristen sowie unzählige Amateurfotografen, die den spektakulären Blick auf Manhattans Financial District festhalten. Der Instagram-Hotspot befindet sich an der Ecke von Water und Washington Street. Vor allem am Wochenende stellen sich New Yorker und Besucher vor der Kulisse der Brooklyn Bridge und der Skyline Manhattans in Pose. Der donnernde Verkehrslärm stört sie nicht – Hauptsache, das Selfie wird gut.

ANZEIGE:

NEW IQOS ILUMA ONE
**Das smarte
 Format**
 für erhitzten Tabak.
 Echter Tabakgenuss ohne Zigarettenrauch.

CHF
55.–



Gratis testen auf:
TryIQOS.ch

IQOS
 TOGETHER. FORWARD.

Empfehlung für Detailhandelspreis (RSP). IQOS ILUMA™ wurde ausschliesslich für den Gebrauch mit TEREAL™ Sticks konzipiert. Verwenden Sie IQOS ILUMA™ und TEREAL™ Sticks nicht mit früheren IQOS™ Generationen, denn dies kann Schäden an Ihrem Gerät verursachen. TEREAL™ Sticks keinesfalls einnehmen oder auseinandernehmen. Dieses Produkt enthält ein scharfes Metallteil, das bei Verschlucken zu schweren Verletzungen führen kann. Von Kindern fernhalten. Weitere Informationen auf iqos.com. Ausschliesslich für erwachsene Raucher bestimmt.

Dieses Tabakerzeugnis kann Ihre Gesundheit schädigen und macht abhängig. Ce produit du tabac peut nuire à votre santé et crée une dépendance. Questo prodotto del tabacco può nuocere alla tua salute e provoca dipendenza.



02 – Kein Salat: Wandgarten im Atrium



04 – Gran Electrica: Mexikanisch auf chic

ESSEN

02 Brooklyn Style

Atrium

Industriearchitektur, ja, aber auch eine üppig grün bewachsene Wand: Der typische Dumbo-Mix beschert diesem Lokal ein hippestes, oft auch prominentes Publikum. In der feinen New-American-Cuisine finden regionale Marktprodukte wie Meeresfrüchte aus Montauk und Gemüse von Upstate New York Verwendung.

atriumdumbo.com

03 Bella Italia

Al Mar

Hier sitzen Einheimische und wohl informierte Besucher an blanken Holztischen vor üppigen Portionen Pappardelle mit Wildschwein-Ragout und Rigatoni mit Salsiccia und Erbsen. Die lässige italienische Trattoria ist auch ein sehr beliebter Apéro-Treffpunkt, zu Cocktails und Wein gibt es leckere Bruschette.

almardumbo.com



03 – Meat-Balls beim Edellitaliener Al Mar



06 – Zum Apéro in die Time Out Bar

SCHLAFEN

01 Zimmer mit Aussicht

1 Hotel Brooklyn Bridge

Der grossartige Blick auf die Brooklyn Bridge ist nur ein Pluspunkt des vor rund fünf Jahren eröffneten Hotels. Dazu kommen ein umweltfreundliches Konzept, viel Licht dank raumhohen Fenstern, ein cooler Industrie-Look mit dunklen Holzdielen und freiliegenden Deckenrohren. Die 194 Zimmer und Suiten sind offen gestaltet, die Restaurants gut, und auf dem Dach lockt eine Terrasse mit Pool, Bar und Cinemascope-Aussicht auf Manhattan.

1hotels.com, DZ ab 350 USD

04 Mehr als Tacos

Gran Electrica

Mexikanische Küche in einem historischen Backsteingebäude mit begrünter Hofterrasse direkt unter der Brooklyn Bridge. Die frischen Tortillas aus alten Maissorten sind ebenso hausgemacht wie der Queso Fresco und die würzigen Chorizos. Man kann auch nur auf einen Drink vorbeikommen und sich die köstlichen Cocktails mit Jalapeño-Sirup oder Mole-Bitter schmecken lassen.

granelectrica.com

TRINKEN

06 Cocktail mit Aussicht

Time Out Bar

In den zwei Dutzend Restaurants, Takeaways und Bars des 2019 eröffneten Time Out Market gibt es eine gigantische Auswahl an kulinarischen Angeboten. Als Highlight aber gilt die Dachterrasse auf der fünften Etage: Insider kommen früh am Abend, bestellen eine Very Berry Sangria oder eine Salty Thyme Margerita und geniessen den Sonnenuntergang.

timeoutmarket.com



Oase unter der Brücke: Brooklyn Bridge Park

BROOKLYN BRIDGE PARK

Nach elf langen Jahren wurde 2020 eines der grössten öffentlichen Projekte in New York City fertiggestellt: Ein einst verfallenes Industriegelände ist zu einer lebendigen und blühenden 85 Hektar grossen Stadtlandschaft geworden, die sich über zwei Kilometer entlang der **UFERLINIE DES EAST RIVER** erstreckt. Der nachhaltig angelegte und bewirtschaftete Park bietet ein breites Spektrum an Nutzungsmöglichkeiten und wird von **NEW YORKERN JEDEN ALTERS** mit grosser Begeisterung genutzt. brooklynbridgepark.org

05 Pole-Position

Cecconi's

Entspannter als in London, kosmopolitischer als in Berlin: Das zur exklusiven Soho-House-Gruppe gehörende Restaurant ist in einem ehemaligen Kaffeelager untergebracht und bietet eine unschlagbare Terrasse direkt am Flussufer, kulinarische Klassiker wie Filet Mignon, Dover Sole, Holzofen-Pizzen sowie acht Negroni-Variationen.

cecconisdumbo.com



07 – Butler: Hausmannskost zum Kaffee

07 Coffee to stay

Butler

Solche Cafés findet man nur in amerikanischen Metropolen: Ohne viel Aufwand wird ein lässiger, cooler und total gemütlicher Ort geschaffen, an dem man auch gerne etwas länger sitzen bleibt, ein Buch liest oder am Laptop arbeitet. Dazu gibt es einen grossartigen Cappuccino, leckere Empanadas mit Eifüllung und Avocado-Dip, Chicken-Sandwiches oder Chili-Scones.

butler-nyc.com



DUMBO WALLS

Bunt, wild, phantasievoll oder einfach nur schön – die ersten Murals in Dumbo entstanden vor zehn Jahren in der Nähe der U-Bahn-Station York Street. Inzwischen schmücken die Auftragsarbeiten von Graffiti-Künstlern, Designern und Illustratoren wie **CAM**, **FAITH 47**, **STEFAN SAGMEISTER** oder **YUKO SHIMIZU** vier Blöcke des Viertels – als wolle man daran erinnern, wie hier alles begann, als Graffiti noch ein subversiver Akt waren.



Heute sind die Graffiti erwünscht: Dumbo Walls



08 – Thea Grant vor ihrem Laden

EINKAUFEN

08 Schmuck und Kuriositäten

Thea Grant

In antiken Vitrinen liegen alte Lesezeichen aus Messing neben Siegelringen, Diamant-Anhängern und in rezykliertes Metall gefassten Halbedelsteinen. Die kleine Boutique/Galerie/Werkstatt von Thea Grant und Nicolas Bazzani bietet eine phantastische Auswahl an Accessoires, antiken Juwelen sowie eigenen Entwürfen.

theagrants.com

09 Fundgrube

Brooklyn Flea

Jedes Wochenende findet unter dem mächtigen Brückenpfeiler der Manhattan-Bridge und davor ein lebhafter Flohmarkt statt. Man findet Möbel, Bekleidung, Schmuck, die handgearbeiteten Lederwaren von Louise Goods, bunte Socken von This Night sowie jede Menge originellen Plunder.

brooklynflea.com

10 Heisse Sohlen

John Fluevog

Zugegeben: Fürs Büro sind sie eher nicht geeignet. Doch wer sich traut, die kunterbunten und extravagant geformten Schuhe von John Fluevog zu tragen, wird selbst in New York nicht übersehen. Die meisten Modelle sind aus feinem, weichem Leder, perfekt verarbeitet – und nicht ganz billig.

fluevog.com



10 – Schuhe von John Fluevog fallen auf

STAUNEN

11 Antike Pferde

Jane's Carousel

Die Idee mit dem Karussell stammt von Jane Valentas, Ehefrau von Dumbo-Entwickler David Valentas. Sie fand ein 1922 gebautes, noch funktionierendes Modell, kratzte die über die Jahrzehnte aufgetragenen Farbschichten eigenhändig von den einzelnen Pferden ab und restaurierte es Stück für Stück. Seit 2011 dreht sich das prächtige Karussell an der Waterfront in einem Glaspavillon von Jean Nouvel.

janescarousel.com

12 Fotokunst

Klompching Gallery

Darren Ching und seine Frau Debra Klomp Ching leisteten Pionierarbeit, als sie 2007 die erste kommerzielle Kunstgalerie in Dumbo eröffneten. Von Anfang an haben sie sich primär auf zeitgenössische Kunstfotografie konzentriert: Hier stellen Namen wie Manuel Cosentino, Tessa Bunney, William Greiner sowie Jeanette May aus.

klompching.com



12 – Fotokunst in der Klompching Gallery

EIN TAG IM LEBEN VON ALEXANDRIA SICA, PRÄSIDENTIN DER GEMEINNÜTZIGEN ORGANISATION DUMBO BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICT

Die Organisation, die ich seit elf Jahren leite, setzt sich für die Aufwertung und Förderung von Dumbo ein (dumbo.is). Mein Büro liegt mittendrin, und mein Tag beginnt oft mit einem Cappuccino bei «One Girl Cookies» (onegirlcookies.com), einem kleinen Café mit hoher Fensterfront, vor der man sitzen und schauen kann.

In Dumbo lässt es sich gut shoppen. In den vergangenen Jahren haben hier viele Vintage-Boutiquen eröffnet. Zu den neuesten zählt der cool gestaltete Plattenladen Legacy (legacy-dumbo.com). Um Geschenke für mich und andere zu kaufen, stöbere ich gerne im Front General Store (frontgeneralstore.com), für bezahlbare Kunst und gute Kunstbücher ist Usagi (usaginy.com) perfekt.

Mittags gehe ich gerne zum Lunch ins «Superfine» (superfine.nyc), das sich in einem ehemaligen Lagerhaus mit Backsteinmauern befindet. Die Küche ist kreativ amerikanisch, und es gibt tolle Cocktails. Wenn ich es eilig habe, ist der Sandwichladen Bread and Spread (breadnspead.com) meine Rettung. Er duckt sich im Erdgeschoss eines Gebäudes, in dem Tech- und Kreativunternehmen ihre Büros haben – entsprechend lang ist mittags die Warteschlange.



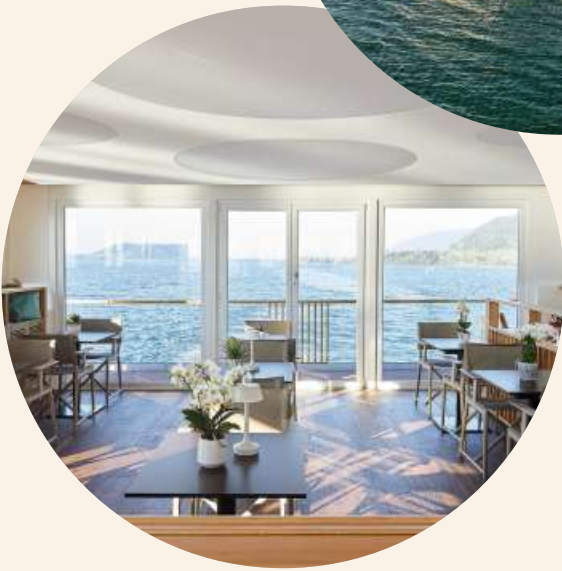
01 – Schlaf muss sein: 1 Hotel Brooklyn Bridge

11 – So alt wie Dumbo: Jane's Carousel



05 – Hotspot am East River: Cecconi's

ZU GEWINNEN



1

Das erste Boutique-Boatel der Schweiz

Das MS «Attila» cruist gemütlich über den Murten-, den Neuenburger- und den Bielersee. Und das mit einer Ausstattung, welche nichts zu wünschen übriglässt und stilvolle Akzente setzt. Geniessen Sie eine exklusive Kreuzfahrt in einer der neun komfortablen, modern eingerichteten Doppelkabinen. Die grosszügige Captain's Lounge auf dem Oberdeck sorgt für unbeschwerte und unvergessliche Momente – wenn Sie mit einem Drink den Sonnenuntergang erleben, einen feinen Apéro trinken oder ganz einfach die erfrischende Seebrise geniessen wollen. Und falls Sie Lust auf eine Abkühlung haben, steht Ihnen unsere Badeplattform für den Sprung ins Wasser zur Verfügung. Lassen Sie sich verwöhnen, während Sie ganz entspannt durch die Drei-Seen-Region reisen und die lokalen Sehenswürdigkeiten und Ortschaften kennenlernen. Wir tun alles, damit Sie sich wohlfühlen und eine unvergessliche Kreuzfahrt auf unserem komfortablen Boutique-Boatel erleben.

1 Wir verlosen eine Kreuzfahrt für 2 Personen mit 5 Übernachtungen in der Doppelkabine inkl. Halbpension und Getränken an Bord im Wert von 5000 Franken. Weitere Informationen unter www.attila.swiss.

Teilnahmeschluss **19. 6. 2022**



Am Wettbewerb teilnehmen können Sie online auf nzz.as/msattila

Mitarbeiter der NZZ sind zur Teilnahme am Wettbewerb nicht berechtigt. Aus den richtigen Einsendungen wird eine Woche nach Erscheinen des Magazins in der Redaktion ein Los gezogen. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Versand der Produkte erfolgt ausschliesslich in der Schweiz. Mit der Teilnahme am Wettbewerb erklären Sie sich damit einverstanden, dass die Neue Zürcher Zeitung AG alle für die Durchführung und Abwicklung des Wettbewerbs erforderlichen Daten erhebt und diese

für den Zeitraum des Wettbewerbs speichert. Ausserdem erklären Sie sich damit einverstanden, dass Ihre Daten für Marketingzwecke, zur Kundenpflege und für personalisierte Werbung verwendet werden dürfen. Die Daten können zu diesen Zwecken auch innerhalb der NZZ weitergegeben werden. Die Gewinnerlisten werden nicht öffentlich publiziert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, Mehrfachteilnahmen werden gelöscht. Teilnahmeschluss für den Wettbewerb ist der 19. Juni 2022.

IMPRESSUM

Z – Die Substanz des Stils
ist ein Magazin der NZZ

Chefredaktion
Nicole Althaus (na.)

Redaktionsleitung Lifestyle
Kerstin Netsch (ker.)

Redaktionelle Leitung Z
Malena Ruder (rud.)

Redaktion
Andrea Bornhauser (ban.),
Kim Dang (kid.)
Lea Hagmann (lhg.)
Jocelyne Iten (ijo.)
Peter Keller (kep.)
Claude Menzi (clm.)
Patrizia Messmer (mep.)
Sonja Siegenthaler (sie.)

Autorinnen und Autoren
Bice Curiger, Patricia Engelhorn,
Christina Hubbeling, Richard Kägi,
Nicolas Polli, Barbara Vinken

Art-Direction
Claudio Gmür (clg.)

Produktionsleitung
Daniela Salm

Bildredaktion
Ulrike Hug-Stüwe (uhu.)

Adresse Redaktion
NZZ am Sonntag
Postfach
CH-8021 Zürich
E-Mail: vorname.nachname@nzz.ch
www.z.nzz.ch

Adresse Verlag
NZZ-Verlag
Falkenstrasse 11
Postfach
CH-8021 Zürich
verlag@nzz.ch

Anzeigenverkauf Deutschschweiz
NZZone
Neue Zürcher Zeitung AG
Falkenstrasse 11
Postfach
CH-8021 Zürich
Telefon +41 44 258 16 98
sales@nzz.ch
www.nzzzone.ch

Nathalie Ruklic
Product-Managerin
Telefon +41 44 258 13 57
nathalie.ruklic@nzz.ch

Anzeigenverkauf Westschweiz
Carole Pochon
Key-Account-Managerin
Telefon +41 21 311 48 95
carole.pochon@nzz.ch

Anzeigenverkauf International
Andrew Schuster
International-Sales-Manager
Telefon +41 44 258 12 63
andrew.schuster@nzz.ch

Lithos
NZZ Media Services AG

Druck
Swissprinters AG
Brühlstrasse 5
4800 Zofingen

Konzept und Creative Direction
Winkreative
www.winkreative.com

Verbreitete Auflage
182 302 Exemplare

Alle Artikel wurden exklusiv für «Z – Die Substanz des Stils» geschrieben. Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Texte (insbesondere deren Vervielfältigung, Verbreitung, Speicherung und Bearbeitung) bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion. Ferner ist diese berechtigt, veröffentlichte Beiträge in eigenen gedruckten und elektronischen Produkten zu verwenden oder eine Nutzung Dritten zu gestatten. Für jegliche Verwendung von Inseraten ist die Zustimmung der Geschäftsleitung einzuholen.

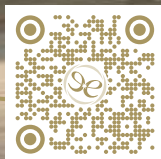
Unternehmensleitung
Felix Graf

ISSN 1662–1573
© 2022 Neue Zürcher Zeitung AG

BEZUGSQUELLEN

Balenciaga
balenciaga.com
Bottega Veneta
bottegaveneta.com
Brunello Cucinelli
brunellocucinelli.com
Chloé
chloe.com
Dior
dior.com
Gucci
gucci.com
Hermès
hermes.com
Loro Piana
loropiana.com
Louis Vuitton
louisvuitton.com
Maison Margiela
maisonmargiela.com
Miu Miu
miumiu.com
Natapura
natapura.ch
Nuxe
nuxe.com
Prada
prada.com
Shiseido
shiseido.de
Zeiss Vision Center
zeissvisioncenter.com

WELTWEIT EINZIG- ARTIG



Entdecken Sie unsere unvergleichlich komfortablen Matratzen, Boxspring und Unterfederungen. Hergestellt in der Schweiz aus natürlichen Materialien, sind sie weltweit einzigartig ...

Wenn Sie in einem Elite-Bett schlafen, sind Sie nachts in der ersten Klasse unterwegs. Erst wenn Sie es selber erlebt haben, wird Ihnen der Unterschied klar!

Testen Sie diesen Komfort – willkommen in unseren Elite Gallery.

Elite⁺

HANDGEFERTIGTE SCHLAFKULTUR



SCHWEIZER MANUFATUR SEIT 1895
FINDEN SIE DIE NÄCHSTGELEGENE ELITE GALLERY AUF WWW.ELITEBEDS.CH



CLASH
DE
Cartier

