

ICONⁱ

DEZEMBER 2023

SWING TIME



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906



Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906





DIOR



PRADA.COM

PRADA



SPEEDMASTER

Begeben Sie sich in dieser Weihnachtszeit auf eine imaginäre Reise zu unserem schneebedeckten Mond – ein Ort, an dem traumhafte Zeitmesser entstehen und der an die großen Momente der OMEGA Historie erinnert. Die Speedmaster 38 mm ist ein Geschenk, das nur noch darauf wartet, verpackt zu werden. Mit ihrem Gehäuse aus Edelstahl und 18K Sedna™ Gold sowie einem Cappuccino-Zifferblatt bringt sie feminine Raffinesse an das Handgelenk.





BVLGARI
ROMA

SERPENTI
75 YEARS OF INFINITE TALES

EDITORIAL

Vom Walde. Oder so.

Projektor raus, Bild rein, und schon steht der Weihnachtsbaum vor der Wohnzimmerwand. Die nächste Dimension von künstlich nach den Dingen, die sich voll geschmückt einfach aufspannen lassen. Irre praktisch das alles. Und wenn KI mitspielt, dann sieht es auch richtig magisch aus. Das Setting mit dem Baum hier rechts ist auch eine Illusion. Ich könnte ewig darauf schauen, weil mir die Atmosphäre sehr gefällt und genau dem entspricht, was ich mir für diese Stelle von den Kollegen gewünscht hatte: „Eine Tanne mit Magie, bitte.“ Ich schätze es sehr, dass sie mich so gut verstehen. Die Fotosammlung gab nicht genug her, also wurde der neue Kollege künstliche Intelligenz mit eingeschaltet. Zack. Schon spannend. Bild wie Entstehung. Schon weil es eine echte Aufnahme zu besonderer Stunde sein könnte, die wir, unwirklich schön, ja durchaus aus der Natur kennen. Sonnenuntergänge, Morgenröte, Sternenhimmel, Polarlicht – was ist schon „wirklich“? Faszination hat viele Komponenten.

So interessant ich allerdings alle digitalen Möglichkeiten und Entwicklungen finde, so klar bin ich, wenn es um Weihnachten geht, ausschließlich für „in echt“. Menschen, Geschenke, Dekoration, Gottesdienst, Essen, Champagner, Lachen, die großen Gefühle. Alles ganz real, sehr persönlich und Mensch mit Mensch. Das Innehalten und das Festhalten an Heiligabend. Man muss nicht besonders gläubig sein, um das, was wir den göttlichen Moment nennen, zu spüren. Zu sehen, was nicht sichtbar ist.

Unser Tannenbaum wird wieder üppig und hoch sein, von großen und vor allem kleinen Händen geschmückt, die Kerzen aus Wachs. Wir werden sicher wieder zu viel essen, zu viel trinken, zu viel schenken. Ich freu mich schon beim Schreiben drauf. In diesem Jahr besonders. Nur beim Singen würde ich mir – und meine Familie wäre sicher froh – Unterstützung von KI wünschen. Aber gerade weil KI Perfektion beherrscht, wird der menschliche Faktor, davon bin ich überzeugt, wieder an Bedeutung und Wertschätzung gewinnen. Und so haben wir in dieser Ausgabe mit der Haute-Couture-Strecke ein wenig in die Zukunft geschaut, aber vor allem Geschichten von Hand und von Mensch zu Mensch zusammengetragen. Möge unsere Freude die Ihre sein! Haben Sie es gut und seien Sie behütet.

AUF DEM COVER: Haute Couture von Thom Browne



VON INGA GRIESE



IMPRESSUM

Chefredakteurin: Inga Griese (verantwortlich); Dr. Philip Cassier (Senior Editor), Caroline Börger (Managing Editor), Heike Blümner (Textchefin), Jennifer Hinz (Contributing Editor), Silvia Ihring, Gabriele Thiels (Head of Design). ICON Digital: Sara Krüger.

Alle: c/o Axel Springer Deutschland GmbH, Axel-Springer-Straße 65, 10888 Berlin

Autoren: Tom Junkersdorf (Editor-at-Large), Sven Michaelsen, Susanne Opalka, Silke Wichert. Korrespondentin in Paris: Silke Bender.

Art Director: Philippe Krueger; Gestaltung: Brandon Bradley (ext.)

Fotoredaktion: Julia Sörgel (Foto Director), Elias Gröb. Bildbearbeitung: Malte Wunder, Sven Janssen, Kerstin Schmidt.

Lektorat: Matthias Sommer, Andreas Stöhr. ICON Office: Jasmin Seikowsky

VERLAG: Axel Springer Deutschland GmbH: Geschäftsführer: Claudius Senst, Christoph Eck-Schmidt, Carolin Hulshoff Pol.

ICON ist ein Supplement in WELT AM SONNTAG, das in der Axel Springer Deutschland GmbH erscheint.

CEO WELT: Carolin Hulshoff Pol. VERLAGSLEITUNG WELT: Bettina Formen; Stv.: Heiko Rudat;

Anzeigen ICON: Jacqueline Ziob, Objektmanagerin, (jacqueline.ziob@axelspringer.de),

Publisher: Carola Curio (carola.curio@axelspringer.de) Druck: BPW sp. z o.o., sp. j. 59-730 Nowogrodziec, Polen. Herstellung: Thomas Künne

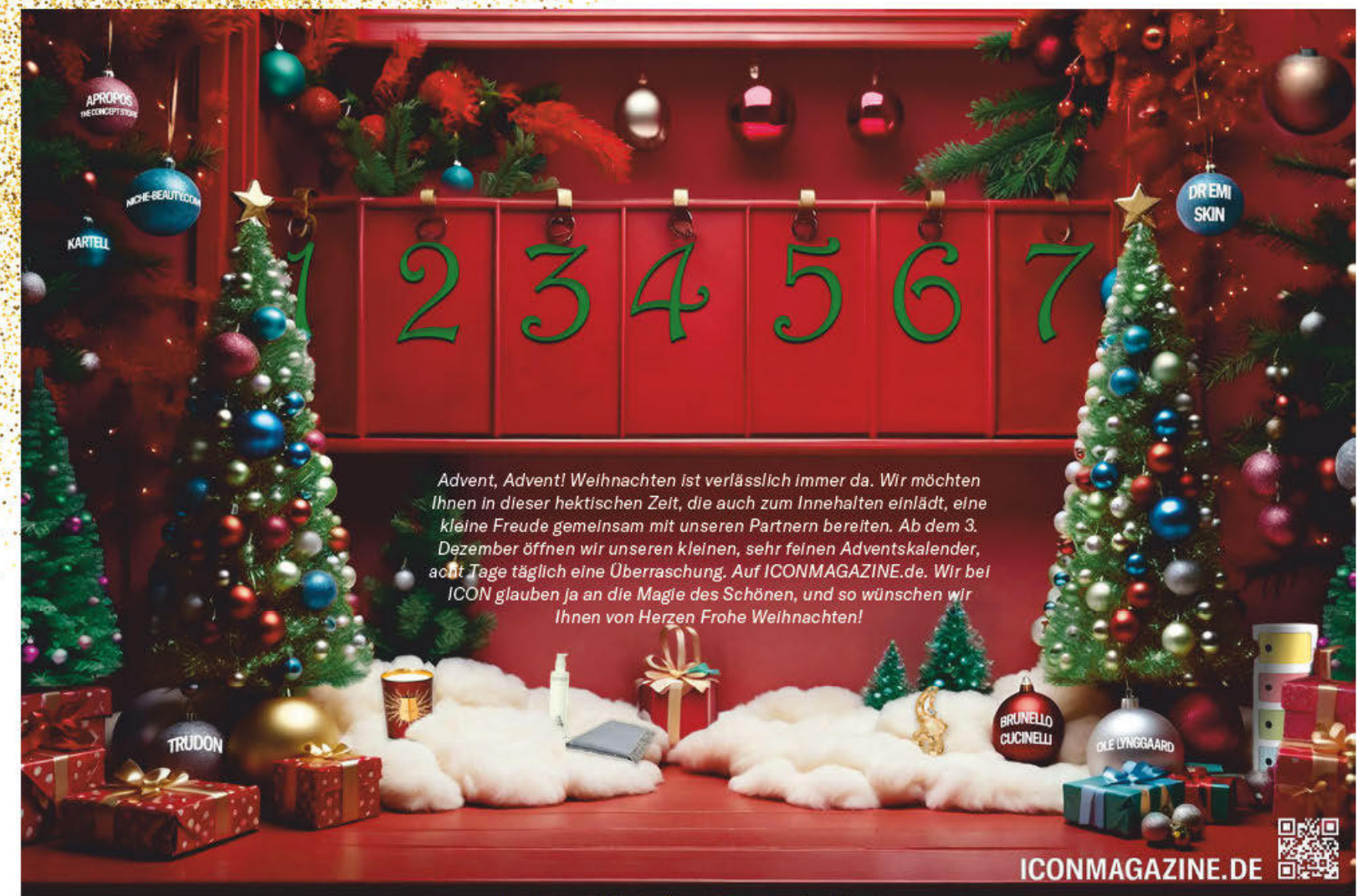
Unsere Standards der Transparenz und journalistischen Unabhängigkeit finden Sie unter

www.axelspringer.com/de/unabhaengigkeit. Informationen zum Datenschutz finden Sie unter www.welt.de/datenschutz.

Sie können diese auch schriftlich unter Axel Springer Deutschland GmbH, Datenschutz, Axel-Springer-Straße 65, 10969 Berlin, anfordern.

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906



Advent, Advent! Weihnachten ist verlässlich immer da. Wir möchten Ihnen in dieser hektischen Zeit, die auch zum Innehalten einlädt, eine kleine Freude gemeinsam mit unseren Partnern bereiten. Ab dem 3. Dezember öffnen wir unseren kleinen, sehr feinen Adventskalender, acht Tage täglich eine Überraschung. Auf ICONMAGAZINE.de. Wir bei ICON glauben ja an die Magie des Schönen, und so wünschen wir Ihnen von Herzen Frohe Weihnachten!

ICONMAGAZINE.DE



INHALT

AUSGEWÄHLT

- 16 Froh und munter.
Unsere Lifestyleweisen sind in Festtagsstimmung
- 24 Hals und Beinbruch
Icona und Iken beim Wintersport
- 59 Heiliger Bimbam
Wie man gut durch die Feiertage kommt
- 62 Stella by Starlight
Das erhellende Jahreshoroskop

MODE

- 28 Kunst am Fuß
Seit den 30er-Jahren verzaubern die Schuhentwürfe von Roger Vivier
- 30 Auf Tasche
Die Künstlerin Billie Zangewa gestaltet die Capucines-Tasche
- 34 Beste Reste
Coco Brandolini fertigt aus edlen Überbleibseln Mode



Neue Welten: In unserer Haute-Couture-Strecke sind die Models echt und die Settings von der KI miterdacht. Emma trägt hier einen Bodysuit von Valentino. Bestickte „501“-Jeans: Levi's. Halskette: „Nil Blanc“ von Van Cleef & Arpels. Seite 46

38 All-Gegenwärtig

Die Sehnsucht der Mode nach Mond und Sternen

46 Unikat und Replikat

Unser großes Haute-Couture-Shooting vor KI-generierten Kulissen

UHREN & SCHMUCK

42 Hochsicherheits-Shooting

Vor und hinter den Kulissen bei der Präsentation von Bulgari Haute Joaillerie

70 Mansardenzauber

Besuch im Haute-Joaillerie-Atelier von Dior in der französischen Hauptstadt

72 Noch mehr Träume ...

Eindrücke von den Preziosen der großen Schmuckhäuser

74 On Time

Neues aus der Welt der Uhren

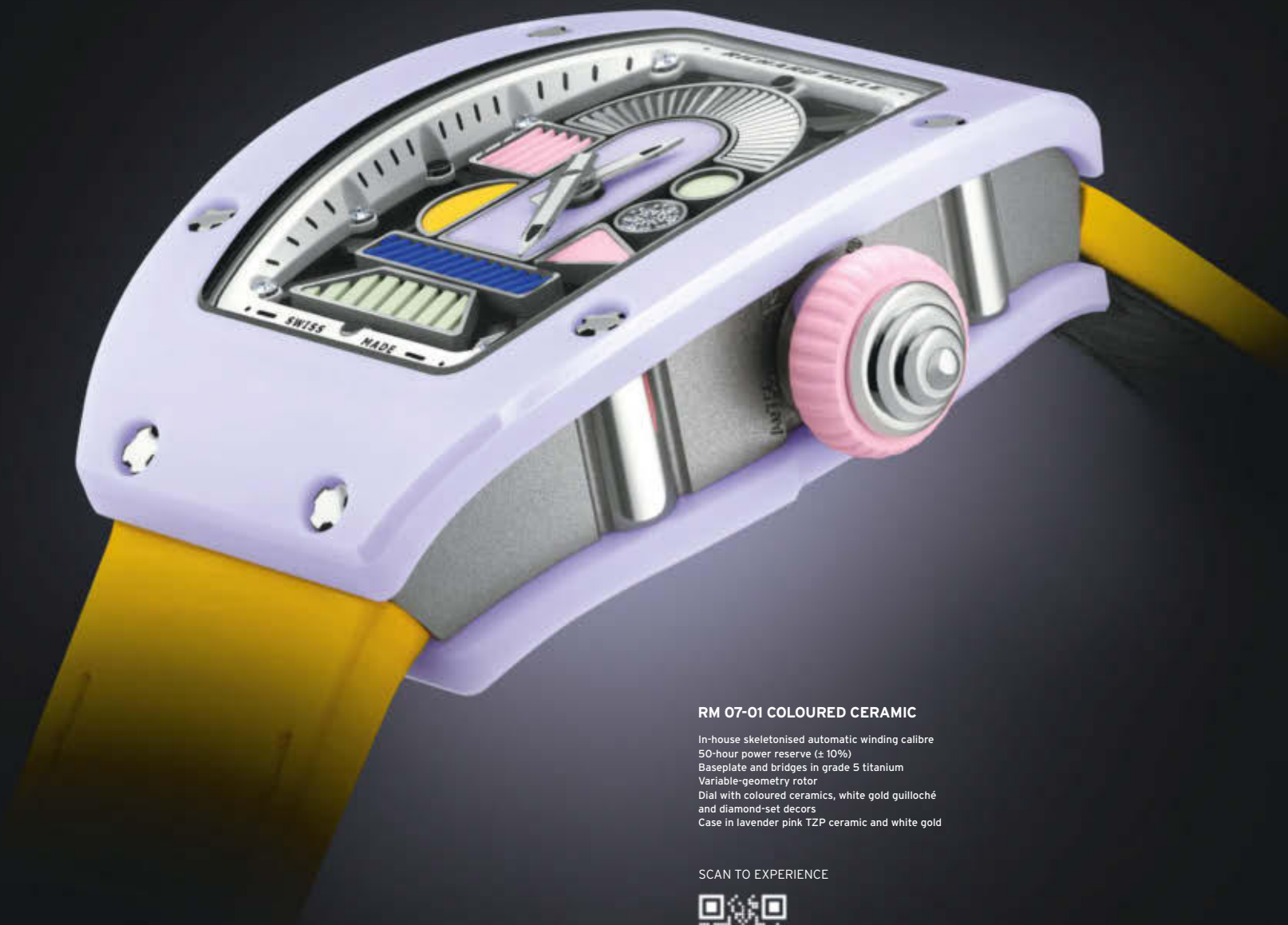
75 Rennen um die Zukunft

124 gezüchtete Diamanten funkeln auf der neuen „Carrera Plasma“ von Tag Heuer

86 Abenteuerlich

Mit Hublot unterwegs für den Artenschutz

RICHARD MILLE



RM 07-01 COLOURED CERAMIC

In-house skeletonised automatic winding calibre
50-hour power reserve (± 10%)
Baseplate and bridges in grade 5 titanium
Variable-geometry rotor
Dial with coloured ceramics, white gold guilloché
and diamond-set decors
Case in lavender pink TZP ceramic and white gold

SCAN TO EXPERIENCE



A Racing Machine On The Wrist



Hingucker Made
in Hamburg:
Ohrhänger von
Juwelier Willer



Ringelreih:
Armband „Freccia“
mit Diamanten, Jade und
Bergkristall von Vhernier

Im Doppelpack:
Pavé-Ringe „Anna“
von Desiree Sialaff
Fine Jewellery



Lass krachen:
Armband von Marni



Il Grande: Ohrhänger „Gioia“
aus Diamanten und Mondstein.
Von, si, Giorgio Armani

INHALT

GESCHICHTEN

- 32 Unverblühtbar**
Die Kreationen der Seidenblumen-
künstlerin Dorothee Catry
- 36 Unbeirrbar**
Mika' Ela Fisher macht nur ihr Ding
- 58 Und jetzt alle zusammen**
Fragen für die große Zeit des Miteinanders
- 60 Goldener Boden**
Interview mit dem CEO von
LVMH Métiers d'Art
- 78 Ciao bella**
Von Venedig an den Hudson. Inga Griese
war gern schlaflos im „Casa Cipriani“
- 88 Liebe und Magen**
Chefkoch Assaf Granit zu
Essen und Erinnerung
- 89 Hello, bonjour**
Grüße aus London und Paris
- 90 Bauplan**
So wird der Horsebit-Loafer
von Gucci gefertigt

LORI HABERKORN; MALTE WUNDER

DESIGN

- 40 Bling Ding**
Swarovski bringt die Fifth Avenue und
Kim Kardashian zum Funkeln
- 76 In der Bubble**
Neues aus der Designwelt

KOSMETIK

- 80 Top-Tipps**
Unsere Kosmetik-Expertinnen
haben Geschenkideen
- 81 Guter Stoff**
Professor Volker Steinkraus und seine
Liebe zum Moor
- 82 Très français**
Parfums de Marly bedient sich
eines mythischen Erbes
- 84 Schöne Weihnachten**
Neues aus der festlichen Kosmetik-Welt

CONTRIBUTORS



Der Blick in die Sterne offenbart Lori Haberkorn mehr als manch anderem. Seit ihrer Kindheit beschäftigt sich die gebürtige Österreicherin und Wahlberlinerin mit den Kräften des Mondes und Astrologie. Bevor sie sich 2018 als „Modern Astrology- und Women's Empowerment-Coachin“ selbstständig machte, arbeitete sie in der Musik- und später auch in Modebranche. Für das ICON-Jahreshoroskop schaute sie, wie die Sterne für 2024 stehen. So viel vorweg: Es stimmt uns zuversichtlicher. **Ab Seite 62**



Malte Wunder gehört seit sechs Jahren zum ICON-Team und kümmert sich um die Postproduktion. Für diese Ausgabe gestaltet er die Hintergründe der Haute-Couture-Modestrecke mit der künstlichen Intelligenz „Midjourney“. So entstanden surreale Welten, in denen digitale Kunst und reale Fotografien elegant verschmelzen. Mehrere Jahre selbst als Fotograf tätig, hat sich Malte intensiv mit den Potenzialen der bildgebenden KI beschäftigt. „Sie wird uns zukünftig in allen Bereichen begleiten. Es ist bemerkenswert, wie dynamisch sich diese Entwicklung vollzieht – die Geschwindigkeit und Präzision, mit denen heutzutage eine ästhetische Vorstellung in eine visuelle Realität überführt werden kann, sind beeindruckend. Eine derartige Modestrecke wäre vor einem halben Jahr noch undenkbar gewesen.“ **Ab S. 46**

STILISTEN
UNSERE
LIFESTYLE-
WEISEN
WERDEN
FESTLICH

Von wegen
Tradition!
Für Wedgwood
durfte
Charles Jeffrey
„Loverboy“ die
Weihnachtskugeln
gestalten

GIBT'S ÜBER HARRODS



DER LETZTE MACHT DAS LICHT AUS

Fällt der Schnee in großen Mengen, trauen sich nur noch die Mutigen vor die Tür – oder jene mit der richtigen Kleidung (siehe unten). Fast heimlich war aber noch einer unterwegs, um diese nächtliche Szene auf den Faröern hoch im kalten Norden unter dem Titel „The Sheep“ aufzunehmen. Fotograf Christophe Jacrot ist draußen, wenn alle anderen lieber drinnen sind. In seinem Bildband „Lost in the Beauty of Bad Weather“ zeigt er schönsten Schietwetter. TeNeues



CHRISTOPHE JACROT

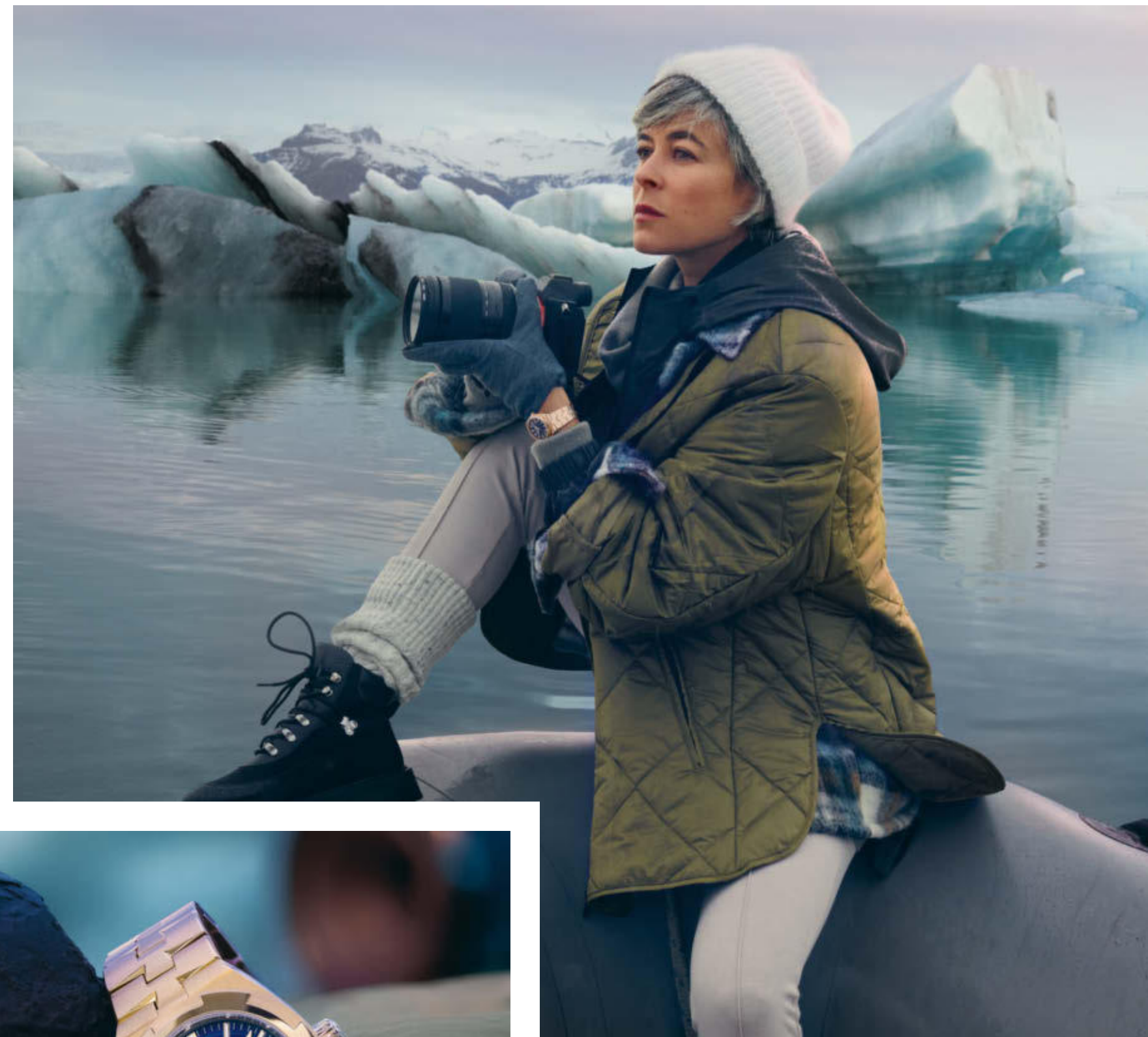
BLIESWOODS X-MAS-TIPPS

Schenken oder nicht schenken? Beer or not to beer or two beer? Spenden, vererben, vergessen? Karte schreiben oder nicht mehr schreiben? Es ist die Season der Entscheidungen. Weihnachten ist Liebe schenken oder Apple.
X-Mas-Tipp: Verschenken Sie Zeit – oder eine Zeitmaschine wie ein gutes altmodisches Buch.
Beste Biografie? „Elon Musk“ von Walter Isaacson, der schon „Steve Jobs“ schrieb. 95 (!) Kapitel enträtseln den reichsten Menschen der Welt.
Bester Spionage-Thriller? „Wie Sterben geht“ von Andreas Pflüger, ein BND-Moskau-Krimi mit 007-Heldin, eine Art deutscher le Carré.
Bestes Sex-Buch? „The Secret Life of John le Carré“ von Adam Sisman.
Bestes Fitnessbuch: Lou Reed „The Art of the Straight Line – Mein Tai Chi“.
Bestes kurzes Buch: „Regen“ von Ferdinand von Schirach – mit Kult-Interview von Sven Michaelson.
Bester Comic? Blake & Mortimer: „Acht Stunden in Berlin“. Oder neuestes Asterix Nr. 40: „Die weiße Iris“.
Beste Tragetasche? „The Suit Carrier Holdall“ (benettwinch.com, Savile Row). Ohne Rollen.
Beste Lampe? „Falling Sun Trace“ von Tobias Grau – mit dimmbarer Sunset-Abendröte.
Bestes Parfüm? „Aesop Hwyl“ – Aroma schottisches Jagdschloss

und knisternder „Kamin to go“. Bestes Amalfi-Hotel? „Caruso“, Ravello. Bestes Ostsee-Hideaway? „The Cozy Hotel“, Timmendorf. Bester Katalog? Wieder „Manufactum“. Duftkerzen? Die guten von Zara.
Bestes Handtuch? Hermès-Strandlaken. Bestes Humidor-Wasser: „Boveda“ 4er-Pack-Feuchtigkeits-Pads (Amazon). Uhr: Apple Watch „Ultra 2“ mit lebendem Smiley-Cartoon-Zifferblatt. Bester Gutschein? Keiner! Oder ein Dinner im Lieblingslokal. Beste Eismaschine? „Hoshizaki“ Kugelmaschine IM-65NE-HC-Q! Bestes iPhone? Das alte mit Bruchfalten. Oder Mut zum Klapphandy von Samsung.
Bestes Weihnachtsskino? „Napoleon“ vom „Rembrandt von Hollywood“ Ridley Scott mit Joaquin Phoenix („Gladiator“). Haltung? Aufrecht wie ein Augsburger Puppenkisten-Kasperl.
Beste günstige Flug-Website: going.com (49-Dollar-Jahres-Member-Karte). Beste Spende? Yad Vashem: donate@yadvashem.org.il.
Beste Weihnachten? In der Familie. Bester Christbaum? Der an der Decke kratzt! Bester Vorsatz? – Frieden.



David Blieswood
Connoisseur aus
Hamburg



„ICH ERSCHAFFE SCHÖNHEIT, IMMER WIEDER, UND DABEI ZÄHLT JEDES DETAIL.“

ZARIA FORMAN,
KÜNSTLERIN, TRÄGT DIE
VACHERON CONSTANTIN OVERSEAS.

VACHERON CONSTANTIN | ONE OF NOT MANY.
GENÈVE



DER BERG RUFT

Ski fahren in Colorado ist eine Sache, nach Aspen fahren eine ganz andere. Der Winter wartet hier schon mal mit der größten Star-Dichte auf. Wer nicht im Helikopter anreist, bewältigt die Serpentina mit dem Porsche – den Hund auf der Rückbank. Und wer dann feststellt, dass sich alle Klischees erfüllen, muss auch einem weiteren zustimmen: Ja, es ist so malerisch, wie alle sagen. Fotograf David Yarrow zeigt mit seinem Bild „Aspen – 1973“, dass der Ruf lang erarbeitet ist. Seine Ausstellung „Storytelling“ läuft bis 6. Januar bei Camera Work in Berlin.



Von Wolfgang Joop

Ich verspreche mir von künstlicher Intelligenz auch Heilung von einigen Dingen. Es mag zwar beängstigend sein, so wie alles Neue für uns erst mal beängstigend war. Wie der Fernseher in den 50er-Jahren. Er galt als Bedrohung, sollte Familien zerstören und dumm machen. Nur einer in der Straße hat damals gewagt, einen Fernseher zu haben. Die Menschen hatten immer Angst vor ehemals utopischen Gedanken, die Realität werden. In der Mode ist es ohnehin so. Dabei können wir die Menschen, für die wir Mode

machen, nicht verändern, obwohl das hilfloserweise versucht wird. Stichwort: Ganzkörperoptimierung. Doch wir bleiben unperfekte Wesen. Und brauchen das Neue, das uns aus dieser alten Misere befreit. Wir können gar nicht so denken, wie eine Maschine es kann. Emotionsfrei und auf unendlich viel Erfahrungen basiert, die gebündelt abgerufen werden. Das ist gar nicht nicht so weit entfernt vom Charakter der Mode, die ihrerseits Bildung braucht und für die Sehnsucht nach Veränderung und Schönheit steht, für die Hoffnung, dass es noch Harmonie gibt. Sicher, Mode ist nicht immer schön. Aber schon meine Mutter hat mir einst beigebracht, dass man nicht sagt „Die Frau ist aber hässlich.“ Sondern: „Die Frau ist interessant.“ Es wird immer noch auf die altmodische Art Krieg geführt, ich denke manchmal, dass ich im Mittelalter lebe. Ich sehne mich nach einer Zukunft, wo so etwas gar nicht angedacht wird. Das Unvorstellbare zu realisieren ist etwas, das wir dringend brauchen. In der Mode wiederum wird der menschliche Faktor immer wichtiger. Das Humane, Imperfekte, wird eine andere Bedeutung bekommen. Wie die Natur als einmaliges Geschenk des Universums. Die Idee, sich Ressourcen auf anderen Planeten zu holen, funktioniert nicht. Wasser vom Mond auf die Erde zu bringen, ist nicht möglich. Wir sollten uns also darauf besinnen, dass wir nur diesen einen Planeten haben, nur das eine Leben und dass alles einmalig ist. Die Einmaligkeit, die der Mensch auch hat – mit all seiner Sensibilität und Multifunktionalität –, müsste in seiner Imperfektion viel mehr geschätzt werden, wenn es die Konkurrenz KI schon gibt.

**Das ist Kunst!
Ai Wei Wei
zum Umhängen.
Die Anhänger sind
von seinem
Circle of Animals/
Zodiac Heads
(2010)
inspiriert**



STILISTEN
UNSERE
LIFESTYLEWEISEN
WERDEN
FESTLICH

EINER FÜR ALLE

Herbert Seckler,
„Sansibar Sylt“



Ich kann schwer stillsitzen. Aber immer auf Trab sein hält jung, bilde ich mir ein. Viele gehen in Rente und dann werden sie krank. Das habe ich schon so oft gesehen. Ich denke nicht ans Aufhören. Auch wenn ich nun vom „Schlemmer Atlas“ für mein Lebenswerk geehrt wurde. Kommen sehen habe ich den Erfolg vor rund 45 Jahren nicht, als ich am Sylter FKK-Strand in meinem kleinen Kiosk stand und Würstchen mit Pommes frites durchs Fenster verkaufte. Man muss auch ein bisschen verrückt sein, um so viel zu machen, wie ich es getan habe. Geklappt hat vieles, warum, weiß ich nicht. Ich bin halt immer drangeblieben. Der Hunger hat's gemacht. Wenn du nichts hast, dann musst du was tun. Einer der ersten wichtigen Weinmacher, mit dem ich bis heute zusammenarbeite, war Markus Schneider aus der Pfalz. Sein Talent: Egal, was er macht, die Menschen lieben es. Es gibt Kritiker, die sagen, das sei zu Mainstream, aber das ist Unsinn. Wein muss den Leuten schmecken. Spartenweine, die braucht die Welt nicht. Die „Sansibar“ ist auch für alle da. Deswegen kommen ja auch alle.

DAVID YARROW / COURTESY OF CAMERA WORK GALLERY



MONTBLANC



SEVENTY ONE GIN

NACHTGEWÄCHS

Der Epiphyllum oxypetalum oder auch „Königin der Nacht Kaktus“ blüht nur für kurze Zeit in der Dunkelheit. Ein Hauch davon befindet sich im Seventy One Gin. Hinter dieser metaphernstarken Spirituose steht der Fotograf Mert Alas. Dessen Adressbuch liest sich wie das Königreich der Nacht: Stars und Models, die ihren Ruhm bevorzugt in diesem Destillat konservieren. Das liegt an seinem Erfinder, aber auch an der Flasche. Oder eher dem Flakon. Vermutlich kann man das Getränk auch als Parfüm tragen.

KEIN STRESS

Sophie Lehmann, 100/200 Kitchen, Hamburg



Weihnachten bleibt unser Restaurant geschlossen. Wir feiern mit unseren drei Kindern und wollen möglichst wenig Zeit in der Küche verbringen. Also gibt es viele Kleinigkeiten, die leicht vor- oder rasch zuzubereiten sind. Kochen und Essen, sonst ein großes Thema, spielt an den Feiertagen bei uns eine kleine Rolle. Ich kann nur jedem ans Herz legen, das Weihnachtsessen so entspannt wie möglich zu halten. Warum ein vermeintlich festliches Gericht zuzubereiten, für das einem die Routine fehlt? Besser sind Dinge, die man sowieso gern isst und regelmäßig macht.

Bei uns, die Kinder eingeschlossen, stehen Austern mit ausgelassenem Speck und Gurken hoch im Kurs, und die zu essen ist für uns stets ein Gänsehautmoment. Wichtig auch, sich auf eine Beilage zu konzentrieren – nur Rotkraut etwa, oder nur Maronen, diese aber von wirklich hoher Qualität. Es geht nicht um besondere, aber immer um die Wertschätzung guter Lebensmittel. Sorgen Sie für einen schönen Rahmen – macht man sich schick, kommen Freunde, deckt man eine Tafel, was trinkt man? Das kann man viel persönlicher gestalten als das große Essen.



Lass funkeln!
Metallic-Tasche
„Jodie“ von
Bottega Veneta
ÜBER MYTHERESA.COM

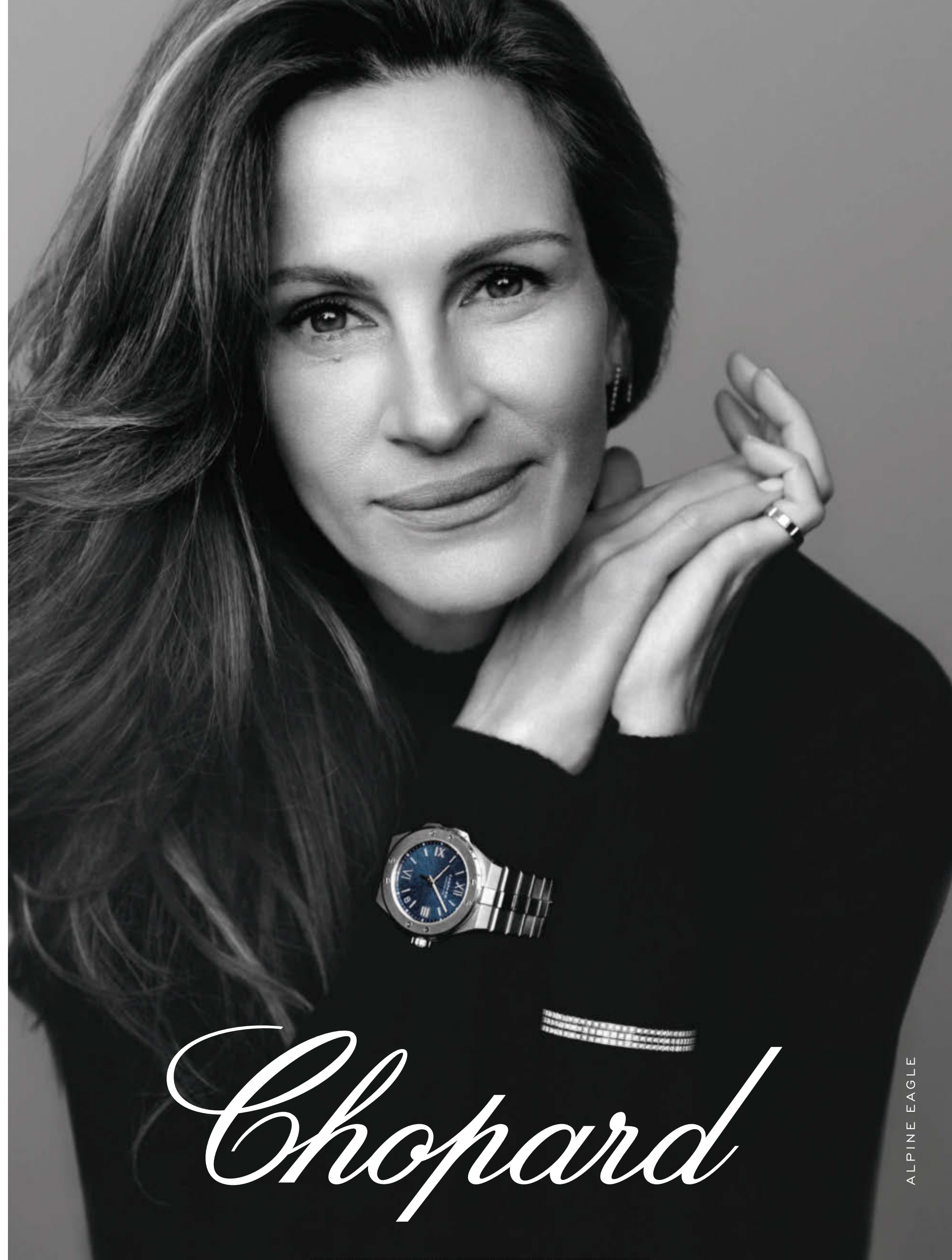
STILISTEN
UNSERE
LIFESTYLEWEISEN
WERDEN
FESTLICH

FREUDE SCHENKEN

Michael Meyer,
Modeunternehmer in Düsseldorf



Willkommen, schöne Weihnachtszeit! Draußen schweigt die Natur, Sylt ist eingehüllt in wattigen Nebel und in Kitzbühel zeigen sich die ersten zarten Schneeflocken. Schon bald stehen die Festtage vor der Tür und mit ihnen auch immer wieder dieselbe Frage – was soll man verschenken? Denn, so ganz komplett ist Weihnachten doch eigentlich erst, wenn man auch eine Freude machen kann. Und das sollte nichts sein, das man noch schnell am Flughafen en passant gefunden hat, sondern etwas Besonderes, das genau zur beschenkten Person passt. Der Philosophie des nachhaltigen Modekonsums folgend, überrasche ich meine Liebsten mit zeitlosen Klassikern, die – losgelöst von Trends – einen langlebigen Wert haben. Am wertvollsten aber finde ich die Idee eines immateriellen Geschenks, das verspricht, zu einem guten Zweck beizutragen. Spenden schenken (etwa an thembalabantu.de oder vier-pfoten.de) und die Herzen anderer berühren – was könnte besser in diese Zeit passen?



Chopard

ALPINE EAGLE



DREI ENGEL FÜR EIN HALLELUJA

Florentine Joop, *Illustratorin und Autorin in Potsdam*



Einigen wir uns doch auf Engel. Oder? Niemand blickt mehr wirklich durch, an wen oder was wer nun wie viel glaubt und warum und was in den dazu (über-)gelieferten Büchern steht. Was Erstes, Zweites oder gar kein Testament ist, was Folklore, was Aberglaube und was der Osterhase nun mit Jesus zu tun hat. Und was war noch mal das mit dem Fisch? Und wann wird der gefüllt und wann muss der halal sein? Warum die Frauen in allen Versionen immer den Allerkürzesten ziehen? Und warum steht bei fast allen am Ende der zutiefst heidnische Weihnachtsbaum in der Hütte und warum muss man sich für diese ganzen Ideen eigentlich erschließen? Nun, der Hase mag jetzt weiterhin zittern, denn, wenn er keine Eier bringt, wird der ja gern geschossen. Das Huhn scheidet als Gottheit leider überall aus, was ich zutiefst nicht unterschreibe. Ohne Hühner könnten wir einpacken. Alle. Die Bienengöttin klingt wie

ein minderer Fantasieroman, und die Kuh kann ein Leid, äh Lied davon singen, wenn sie zum Heiligtum verklärt wird. Aber das andere bringt doch auch nix. Das Kerngeschäft, die Angst vor dem Tod nehmen und über den Verlust von geliebten Menschen trösten, Fragen beantworten zum Ursprung, ein bisschen Ordnung ins Gesellschaftschaos der Egozentriertheit bringen, und ein bisschen Feierlichkeit schaffen, damit es übers Jahr verteilt Gelegenheiten gibt, wo man sich endlich mal ohne Schuldgefühle betrinken kann, bisschen die Liebe feiern und die Geburt – das übernehmen doch längst andere. Therapeuten, Physiker, das Oktoberfest, Richard David Precht und Hochzeitsplaner. Und die Mutis natürlich allen voran. Wozu der ganze Terror? Aber Engel hingegen sind: körperlos, geschlechtslos, ganz und gar geistig, liebend und helfend, immer schon da gewesen, ganz und gar dienende

Wesen von allen Weltreligionen als gesichert existent anerkannt. Und längst auf dem vierten Laterankonzil und dem ersten vatikanischen Konzil 1870 als Lehre bestätigt. Natürlich müssen wir uns dann auch auf Dämonen einigen, denn dem Newtonschen Gesetz folgend, dass Kräfte immer paarweise auftreten, quasi in Actio und Reactio geteilt. Aber das ist doch vollkommen o. k., denn wer könnte bitte nicht an die Existenz von Dämonen glauben, schaut man sich bisweilen mal um in dieser Welt. Aber zurück zu meinem Vorschlag. Weihnachten macht mich dieses Jahr ratlos. Ich fühle mich ganz unheilig, so viel wie ich zurzeit fluche. Engel würden so viel lösen, denn sie können ja mit uns Menschen kommunizieren im Gegensatz zu den Gottens von ganz oben. Und fliegen können sie auch. Da wäre dann auch die Fernreise mit Flugzeug, die wir mit immer schlechterem Gewissen wieder vermehrt antreten, gleich mit abgefrühstückt. Verkünden und Versenden, die gelben Engel liefern unsere liebevoll bestellten Amazonpäckchen und singen gleich noch Halleluja vorm immergrünen heidnischen Jahresendgewächs. Die Idee eines Christkinds, einer Engelsgestalt, die die Geschenke bringt, ist mir immer näher gewesen, denn es sind doch sehr selten die Männer, die genug Skills haben, um Pakete mit der nötigen Hingabe zu verpacken.



Alles echt,
was hier funkelt:
Die Mini-Schmuck-
handtasche
„Sac bijou Chaîne
D'ancre“ besteht aus
11.668 Diamanten
KLAR, VON HERMÈS

STILISTEN UNSERE LIFESTYLEWEISEN WERDEN FESTLICH

Einige meiner Freundinnen sitzen dieses Jahr wieder oder immer noch als fabulöse Singles neben der Nordmamtanne, egal wie viel wir darüber sprechen. Send me an angel statt Tinder und schwuppdwupp sitzt eine Top-Lichtgestalt neben der Einsamen und tröstet, dass die Heidin rauscht. Ich bin total dafür, dass wir die Engel ausenden nach überallhin, und die himmlischen Heerscharen lösen ab jetzt Konflikte mit Pauken und Trompeten. Ganz schlimmen Fingern geht's mit der Military Version, mit Rüstung und Schwert des Schicksals an den Kragen. Engel sind doch auch much more fashion, Victoria ließ sie laufen und wenn es auch nicht so klingt, die Mischung aus Gans und genderneutralem Menschen sieht mega aus. Und schaut man sich um, egal ob Religion, Aberglaube, Esoterik, ob Pop-Rock-Rammstein oder klassische Musik, Hollywood und Erzgebirge, Computergames oder Tiktok: Der Engel an sich muss nicht mal mehr kompliziert eingeführt werden, er flattert sowieso schon durch alle Sparten. Das macht's doch mit der Entscheidung auf Engelseinigung leichter. Ich lege mir jetzt Engelskarten und schaue „Drei Engel für Charlie“ und trinke Engelen-Likör. Ich habe es jetzt mal gesagt, vielleicht ist das ja mal eine Idee, über die man sprechen könnte am Heiligabend, ich bin dafür, wer noch? Weihnachtsbonus: Engel gibt es sogar in der menschlichen Version. Frohes Fest.



GETTY IMAGES; ILLUSTRATION: FLORENTINE JOOP

FLEXFORM

Perry
modulares Sofasystem

Antonio Citterio Design
Made in Italy

**Flagship Store München
by böhmmler**
Tal 11
T +49 89 2136 0
flexform@boehmler.de

**Flagship Store Stuttgart
by behr**
Paulinenstrasse 41
T +49 711 620 51 550
flexform@behr-einrichtung.de

Auch bei anderen
autorisierten Händlern.

Besuchen Sie die
www.flexform.it

LOOK!!
UNSERE
ICONA
ZEIGT
IHRE
AKTUELLEN
LIEBLINGS-
TRENDS

ILLUSTRATIONEN:
JAMES DIGNAN
(JAMESDIGNAN.COM)

Selbst eine Ikone: „Arctic Parka“ aus der Evolution Capsule Collection von Woolrich

Rasant: Schlittschuhe „F.I.T.“ von K2

Braucht VIEL Eis! Champagner „Moët & Chandon Ice Impérial“

Auf die Ohren: Mütze von Künstler Joshua Vides für Colmar

Hält warm: Funktionsjacke „Miguel“ von Bogner

Damit die Pirouette gelingt: Stretchhose „Levian“ von Bogner

Luftgepolstert: Parfüm „Sunrise Pour Homme“ von Moncler

= 2026 €

HELI-SKI ICONA

Ohne geht auf der Piste nix mehr: Skihelm von Oakley x Prada Linea Rossa

Auch perfekt für den Après-Ski-Auftritt: Anzug von Louis Vuitton

Mit Karabinerhaken: „Fusion Gel Sport SPF 50“ von Isdin

Fürs Nötigste: Minitasche „Small CD Vanity Case“ von Dior

Schößchen! Daunenjacke von Louis Vuitton

Live dabei: Mit den „Smart Glasses“ von Ray-Ban und Meta kann Icona streamen, telefonieren und filmen

Im Affentempo: Ski von Head & Porsche

= 12.480 €

ZUSAMMENGESTELLT VON CAROLINE BÖRGER



VHERNIER
MILANO



GELLNER

THE SPIRIT OF PEARLS

Es gibt Schuhe, mit denen ist es eigentlich völlig egal, was man noch trägt: Für Allure ist gesorgt. Wahrscheinlich würden Roger Vivier-Pumps selbst Jogginganzügen noch zu einer gewissen Eleganz verhelfen. Die Bühne, die der Franzose, der zunächst Bildhauer werden wollte, Füßen seit den 30er-Jahren schuf, sind bis heute Absätze, die die Welt bedeuten. Er hat sich im Wortsinn von unten nach oben hochgearbeitet, seine Schuhe bestimmten den Look, nicht umgekehrt. Sie waren weder praktisch noch dekorativ im herkömmlichen Sinn, sie waren ein Stil, eine Ansage, eine Attitüde. Sie nannten ihn den „Fabergé des Schuhwerks“, das bezog sich auf die Raffinesse, das Skulpturenhafte, das Kunsthandwerk. Vom Preis gar nicht zu sprechen. Aber das Geld allein noch keine Klasse macht, war schon in jenen Jahren bekannt, als Luxus im Wesentlichen den „happy few“ vorbehalten war. 1959 hatte er unter anderem bei Christian Dior den „Choc“-Absatz entwickelt, Stilettohoch, aber statt einer geraden Linie wölbte er sich (von einem Stahlkern gehalten) nach innen, was die Spitze des Stöckelabsatzes abmilderte und für bessere Balance sorgte. Ein „It-Piece“, wie man damals noch nicht sagte. Vier Jahre später verließ Vivier den großen Couturier, um sich selbstständig zu machen. Den Absatz, auf dem er die neue Freiheit aufbaute, nannte er „Virgule“, wie Komma. Das Zeichen dafür, dass ein Text noch weitergeht. Der neue Schuh stand auf dem diametralen Gegenteil des konvexen „Choc“ und galt als bequeme und elegante Alternative zum hohen Stiletto. Eben in der Form eines Kommas, die Neigung des Chocs in umgekehrter Form. Übertrieben und avantgardistisch, lautete das Urteil. Ein Kompliment für Monsieur Vivier. Und sein endgültiger Durchbruch, von da an arbeitete er unter eigenem Namen auch für

Haute-Couture-Häuser wie Yves Saint Laurent, Grès, Nina Ricci und Balmain. 60 Jahre später steht das Unternehmen, das seit 2006 zu den Perlen der Della Valles gehört, sicher und stabil auf den zauberhaften Schuhen, High Heels wie Flats und längst auch auf Männer-Sohlen und Sneakergummi. Als der Tod's-Präsident die Mehrheit übernahm, engagierte er instinktsicher Model-Ikone Inès de la Fressange, um die Marke aus dem Dornröschenschlaf zu erwecken. In der Rue Faubourg Saint-Honoré richtete sie im Boudoir-Stil von Roger Viviers ehemaligem Appartement ein Geschäft ein, das seinen Zauber nicht verloren hat, verpflichtete Bruno Frisoni als Designer. 2018 klingelte dann das Telefon von Gherardo Felloni. Eine Stimme sagte: „Jemand möchte dich für einen neuen Job engagieren.“ Eigentlich war er da ganz zufrieden, er arbeitete nach einigen Jahren bei Dior, Galliano und Raf Simons wieder für Miu Miu und hatte sich ein schönes Haus in Mailand gebaut. Aber als das Zauberwort „Roger Vivier“ fiel, zögerte er keine Sekunde. Seinetwegen war er schließlich ins Schuhgeschäft eingestiegen. Das war ihm zwar von klein auf vertraut, „ich bin im Prinzip in einer Fabrik aufgewachsen“, in der Produktion seiner Familie wurde für Hermès, Gucci, Prada gearbeitet, aber eigentlich wollte er lieber „was mit Biologie machen“. Oder Architektur studieren. Der Vater schlug zur Abwechslung ein Praktikum im Prada-Konzern vor. Dort wurde er gleich Junior-Assistent von Helmut Lang, war „vor allem für Fotokopien zuständig“, wie er einmal selbstironisch erzählte. Aber die Fußstapfen waren gezeichnet. Schuh-Architekt, das beste aus beiden Welten, sollte seine Bestimmung sein. Und auch deshalb hat sich bei Vivier sein Kreis geschlossen, der war ja auch einer. Zur Architektur der Schuhe kam die Gestaltung der großen Bühne. Besucht man eine der Präsentationen von Fel-

loni, fühlt man sich in einer eklektischen Kulisse, und so wie man sagt, dass Kleider Leute machen, begleiten die Installationen imaginär die Schuhe auf ihrem weiteren Weg. Auch deswegen hat es einen besonderen Reiz, sie im Pariser Geschäft zu kaufen. Ihre Wirkung entfalten können sie gleichwohl auch ganz allein. Es ist, als würde Felloni, der mit großem Respekt das Erbe, „es ist ein kulturelles Erbe“ von Vivier selbst, aber auch von Vorgänger Bruno Frisoni antrat, seinen Kollektionen das eigene Selbstbewusstsein und die Freude mitgeben. Die typische Glitzerschnalle steckt auf flachen, quietschgrünen und rosa Slingpumps, aber es gibt sie auch klassisch elegant, tutto Lack, auf halbhoher Absätzen. Sein Humor, sein Sinn für Interieurs, seine Freude an Farbe, das Faible für antiken Schmuck ist in seinen Designs so präsent wie die üppigen Ketten, die er schon lange trug, bevor Alessandro Michele sie bei Gucci propagierte. Und man darf sich ruhig vorstellen, dass er beim Zeichnen singt, opernbühnenreif.

„An meinem ersten Arbeitstag bei Roger Vivier“, schrieb Felloni kürzlich, „blättere ich in einem Buch über Monsieur Vivier und verliebte mich in einen fuchsiafarbenen Schuh aus Seidenfäden: Er hatte einen Virgule-Absatz, den ich zum ersten Mal in meinem Leben entdeckte, und von dem ich sofort besessen war. Heute bewahre ich diesen Schuh in meinem Büro in Paris auf...“. Den Nachkommen hat er seine eigenen Interpretationen hinzugefügt, vor allem neue Materialien und Verzierungen. Chartreusegrün und Eisrosa, Ringelblume und Rubinrot. Maryjanes aus Tüll mit kubistischen Kristallschnallen. Spitze Sandalen mit Cutaway-Profil aus Satin oder Bouclé-Tweed, elegante Schleifen aus Lackleder. Die Komma-Form aber ist geblieben, nun glänzend und mit geprägtem Kalligrafie-Logo, die Geschichte geht weiter. *Inga Griese*

Das Komma ist laut Definition ein Zeichen,
das einen zusammengesetzten Satz sinnvoll gliedert.
Bei Roger Vivier erzählt es hingegen eine ganze Geschichte

Schuh, Schuh



Der „Virgule“-Absatz, hier mit spitzer Sandale in vollem Glitzer mit Gherardo-Felloni-Schleife

ROGER VIVIER



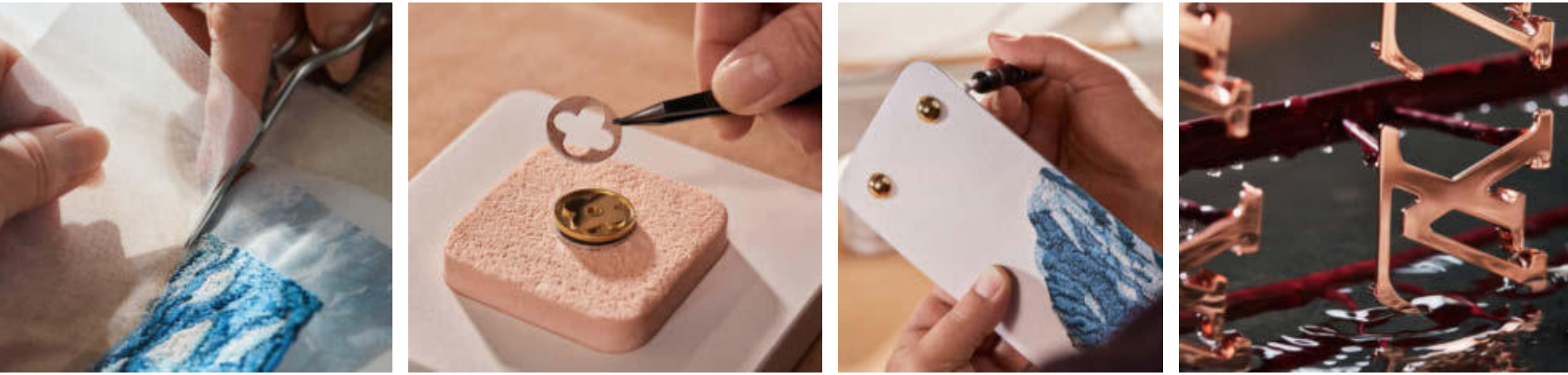
WEMPE

FEINE UHREN & JUWELEN

CLASSICS

Für einen Moment, der ewig bleibt

Handwerkskunst – im Wortsinn: Der bronzene Hintergrund des Originalbildes wird durch präzises Einscannen eines Stücks Rohseide reproduziert und auf das Leder gedruckt. Der Pool wird mit verschiedenen Fäden und Sticktechniken nachgebildet. Die Kunsthandwerker von Louis Vuitton in den Ateliers machen's möglich



OBJEKT DER BEGIERDE

Tasche wie Kunst

Alle Jahre bittet Louis Vuitton internationale Künstler, eine persönliche „Capucines“ zu gestalten. So wie Billie Zangewa, die ihre Tasche ihrem Sohn widmet

Kunstwerke hängen meist an der Wand oder stehen auf einem Sockel, sind versteckt hinter Glas oder in Depots. Dass auch Handtaschen zur Leinwand und somit zu Kunstobjekten werden, die (zumindest in der Theorie) herumgetragen werden können, initiiert Louis Vuitton seit einigen Jahren. Zwar ist es nicht die erste Luxusmarke, die mit Künstlern zusammenarbeitet, aber mit der Kooperation mit Haruki Murakami Anfang der 2000er-Jahre, einer Hommage an Stephen Sprouse sowie der „The Masters Collection“ mit Jeff Koons 2007, wohl eine der prägendsten Marken dieser neuen Gattung. Vor vier Jahren wiederum hat Louis Vuitton das „Artycapucines“-Projekt ins Leben gerufen. Es entstehen Künstlereditionen der „Capucines Bag“, benannt nach der Adresse, an der Louis Vuitton 1854 die erste Boutique eröffnete: die Rue Neuve-des-Capucines. Was 2019 mit Künstlern wie Sam Falls, Urs Fischer, Nicholas Hlobo, Alex Israel, Tschabalala Self und Jonas Wood begann, geht nun in die fünfte Runde. Mit Koons war dem

Konzern ein großer Marketing-Scoop gelungen, dabei ging es um eine ganze Taschenkollektion, ein großer kommerzieller Erfolg auch. Die „Artycapucines“ sind limitiert (200 Stück pro Modell weltweit) und für ein kleineres, intellektuelleres Publikum. In diesem Jahr legen Billie Zangewa, Ewa Juszkiewicz, Liza Lou und Ziping Wang sowie das Duo Tursic & Mille Hand und Kreativität an. Die in Südafrika lebende Zangewa etwa gestaltet „ihre“ Capucines mit einem Seidenpatchwork ihres Werkes aus dem Jahr 2020, „The Swimming Lesson“, das ihren Sohn Mika zeigt. Der kleine Junge sitzt am Rande eines Pools, die Beine baumeln im glitzernden Wasser, er weiß noch nicht, ob er einen Sprung wagen soll oder nicht. Generell sind Alltagsszenen das Sujet der Künstlerin. „Das tägliche Leben, alltägliche Dinge und Häuslichkeit sind die großen Themen in meinen Arbeiten.“ Und dafür eignete sich „The Swimming Lesson“, eine 1,07 x 2 Meter große Seidenstickerei, bestens. „In erster Linie wollte ich meinen Sohn ehren, dessen Geburt das wichtigste Ereignis in meinem Leben und meine größte Inspiration ist. Die Farben haben eine Leuchtkraft, die ich für diese ikonische Tasche für angemessen hielt. Obwohl das Wasser friedlich scheint, war es in Wirklichkeit ein sehr schwieriger Moment im Leben meines Sohnes, in dem mir klar wurde, dass ich bei manchen Herausforderungen nur von der Seitenlinie aus zujubeln kann und dass ich die Last nicht für ihn tragen kann“, erzählt sie. Ihre Werke sind in zahlreichen öffentlichen und privaten Sammlungen, darunter das Centre Pompidou, die Tate Modern oder die Norval Foundation, Kapstadt zu sehen. „Der Gedanke, dass sie von verschiedenen Frauen auf der ganzen Welt getragen wird, ist super aufregend.“ C. Börger



Billie Zangewa, die in Südafrika lebt, liebt es, mit Texturen und Taktilität zu arbeiten. Von ihrer „Artycapucines“ gibt es 200 Stück

WWW.PIOTRSTOKLOSA.COM; BILLIE ZANGEWA; ULRICH KNOBLAUCH



Luxury goes a long way

Dank der hohen Reichweite und dem Schnellladesystem des Lucid Air, verbringst du weniger Zeit an der Ladesäule und mehr Zeit unterwegs.

Lucid Air. 487 - 1'126 PS. 358 - 828 kW. WLTP: 648 - 883 km kombinierte Reichweite, 0g CO₂/km, 16,6 - 14,1 kWh/100 km.

LUCID

KUNSTHANDWERK

Zucht und Färbung

Die Belgierin Dorothee Catry fertigt Seidenblumen per Hand und färbt sie in Natursuden. Die zarten Pflänzchen werden als Schmuck getragen.
MARTINA MEISTER besuchte die Künstlerin in ihrem Atelier

Mitten im Getümmel, im Herzen von Brüssel, in einem Haus im Zentrum der Stadt, blühen ewige Blumen in zarten Nuancen, ein wahrer Garten aus Seide. Sie tragen die Namen der Pflanzen, der sie ihre Farbe verdanken: Zwiebel, Salbei, Indigo, Johanniskraut, Feige und Avocado, Schnur- und Blutholzbaum. Unecht ist diese Pracht und dennoch poetisch. „Jardin des Simples“ hat Dorothee Catry die Farbpalette ihrer dekorativen Seidenblumen genannt, nach dem Vorbild der Mönche, die in den Höfen der Klöster kleine Heilpflanzengärten angelegt hatten. Catry ist Kostümbildnerin und Modistin, Putzmacherin hätte man früher gesagt. In Wahrheit ist sie Blumenmacherin. Das Farbspiel ihrer Gärten wechselt jedes Jahr. Die Komposition hängt von ihrer geistigen Ernte ab, ihren Reisen und Entdeckungen, ihren Ausflügen nach Marrakesch, Montpellier oder ins Piemont, von Begegnungen mit Menschen, die, wie sie, Traditionen und Techniken bewahren oder wieder zum Leben erwecken. Catry, blondes, leicht gewelltes Haar, die Augen stahlblau und neugierig, wirkt wie ein aus der Zeit gefallenes Wesen. Die Franko-Belgierin erforscht seit einem guten Jahrzehnt die alte Kunst der Pflanzenfärberei. Ihre Seidenblumen sind von A bis Z handgemacht. „Dorothee l’a fait“ – Dorothee hat’s gemacht – heißt ihr kleiner Betrieb. Sie hat kein Geschäft, kein Schaufenster in ihrem Brüsseler Atelier, ihr Ladentisch ist das Internet. Und wer dort eine ihrer Kreationen bestellt, wird vorgewarnt: „Bitte stellen Sie sich auf zwei bis vier Wochen Wartezeit ein.“ Sie gibt zu, dass es nicht viele Gleichgesinnte gibt in einer Gesellschaft, für die „Wachstum und Ertrag alles ist“. Ihr Rhythmus ist ein anderer, ihr Blumengarten gedeiht langsam. Manch-

mal verbringt sie eine ganze Woche nur damit, aus Zwiebelschalen Sude anzurichten und Seide darin einzutauchen, einmal, mehrfach, immer wieder. An diesen Tagen gleicht ihr Wäscheständer der Palette von Jan Vermeer. „Färben mit Naturfarben hat etwas Magisches. Man lässt eine Pflanze im Wasser ziehen, weicht einen Stoff darin ein, und allmählich nimmt die Faser die Farbe an. Es ist jedes Mal ein kleines Wunder.“ Die 52-Jährige ist in Belgien geboren, aber in Paris aufgewachsen. Nach dem Siebdruck-Studium an der Brüsseler Kunsthochschule La Cambre hat sie in Belgiens Hauptstadt als Kostümbildnerin an der Oper La Monnaie gearbeitet. Knapp zwanzig Jahre lang assistierte sie dem aus Chile stammenden Kostümbildner Jorge Jara und machte nebenbei eine Ausbildung als Modistin, bis der Wunsch immer stärker wurde, nur mit den Händen zu arbeiten und ihren eigenen Weg zu gehen. Seit 2011 betreibt sie nun ihre Zucht aus Seidenblumen. „Meine erste war ein Offenbarungserlebnis“, sagt sie, als sei ihr ganzes Leben auf geheimnisvolle Weise auf diesen Punkt zugelaufen. Der Zufall wollte es, dass sie von dem Atelier einer alten Dame erfuhr, die im Brüsseler Bezirk Schaerbeek Hüte machte. Mireille van den Borne stand kurz vor der Pensionierung, Catry durfte ihr die letzten Monate bei der Arbeit über die Schulter schauen und kaufte ihr die Werkzeuge ab, die durch die Hände von vier Generationen von Putzmacherinnen gegangen waren: Blumenpressen, Formen, Stempel, Waffeleisen. Die Künstlerin fühlt sich von Farben angezogen, die man schwer beschreiben und kaum benennen kann. „Ich mag ambivalente, diskrete, verwaschene und helle Farben. Aber man kann eine Farbe gar nicht

isoliert sehen“, erklärt sie. Eine einzelne Farbe sei für sie immer Teil einer Komposition. „Am liebsten spiele ich mit verschiedenen Farben, die ich in Bouquets arrangiere, um ihnen eine Harmonie zu entlocken.“ Ständig tauscht sie sich mit Farbhistorikerinnen, Wissenschaftlern, Gärtnern und Archivarinnen aus, die ihr manchmal, wie unlängst in Montpellier, eine handgeschriebene Anleitung der Naturfärberei aus dem 18. Jahrhundert aus dem Regal ziehen. Sie betrachtet ihre Arbeit als einen Lernprozess, der nie zu einem Ende kommen wird. „Meine Lebenszeit reicht nicht aus, um die Pflanzenwelt zu verstehen“, sagt sie lachend. Ihre Kundinnen sind Frauen und immer häufiger auch Männer auf der derselben Wellenlänge. „Ich habe großartige Menschen kennengelernt, denen ich sonst niemals begegnet wäre.“ Ob große Seidenchrysantheme an der Bluse oder diskrete Blüte am Revers des Mantels, Catry verwandelt sie in alte Meister.



Es blüht am Revers. Dorothee Catry (rechts) liebt natürlich verwaschene Farben für ihre Seidenblumen



KAREN HILMERSSON PHOTOGRAPH (3)



BY APPOINTMENT TO THE ROYAL DANISH COURT

CELEBRATING OLE LYNGGAARD ANNIVERSARY

SINCE 1963

COPENHAGEN PARIS MUNICH STOCKHOLM SYDNEY

For store locator, visit www.olelynggaard.com

EKLEKTISCH SCHÖN

Klein, aber Coco

Coco Brandolini d'Adda hat eine elegante Familie und langjährige Erfahrung in der Modebranche. Beste Voraussetzungen für ein Label, das aus kostbaren Stoffresten wenige, aber sehr persönliche Entwürfe erschafft



Manche Italiener huldigen der Mode mit ebenso großer Hingabe wie andere dem Papst. Und doch würde man beim Eintritt eines Gebäudes auf der Via Montenapoleone in Mailand, wo sich die Boutiquen namhafter Luxusmarken aneinanderreihen, keine Orgelmusik erwarten. Die Adresse von Coco Brandolini d'Addas Atelier entpuppt sich nicht als gewöhnlicher Palazzo mit edlen Apartments, sondern als der Zugang zur Rückseite der Kirche San Francesco da Paola. Deren Fassade wiederum blickt auf die Via Manzoni direkt um die Ecke. Wer unter Rundbögen bis zum Ende eines langen Ganges läuft und mehrere schwere Holztüren passiert, kann direkt in die Kirche eintreten. Eine Treppe sowie ein enger Fahrstuhl wiederum führen zu den oberen Stockwerken, wo Priester wohnen – und wo die 44-jährige Nachfahrin italienischer wie französischer Aristokraten mit besten Kontakten in der Modewelt an ihrem eigenen Label d'Adda arbeitet. „Niemand geht jemals in diese Kirche, dabei ist sie wunderschön“, sagt Coco Brandolini d'Adda, als sie in ihr Atelier führt, wo die Wände in Korallenfarben leuchten wie ein Bellini auf der Piazza. Mehrere Fächer hängen direkt unter der Decke, eine Chaiselongue in Toffifée-Braun dominiert den Raum.

Ihr Auge für schöne Dinge liegt in der Familie. Ihre Mutter Giordina Brandolini war eine gute Freundin und Kundin von Valentino, ihre Großmutter Cristiana Brandolini d'Adda eine Schwester von Gianni Agnelli. Ihre Familie besitzt Palazzi am Canal Grande in Venedig, und als Kind wuchs sie auf dem norditalienischen Anwesen ihrer Großmutter in Vistorta auf, in Räumen eingerichtet von Renzo Mongiardino und Gärten gestaltet von Russell Page. „Ich glaube, was den Stil meiner Familie am meisten ausgemacht hat, war Eklektizismus. Es gab keine Regeln, keine bestimmten Vorlieben. Da konnte ein prächtiges Bett aus dem 19. Jahrhundert neben einem Stück von Gio Ponti stehen. Man war einfach neugierig und offen“, sagt sie. An eine Karriere in der Mode dachte sie nicht. Mit 21 Jahren war sie schon verlobt und dabei, ein Politik- und Philosophie-Studium zu beenden, nur ein Praktikum fehlte noch. Das führte sie zu Oscar de la Renta nach New York, wo es ihr so gut gefiel, dass sie ihren Verlobten verließ und für sieben Jahre blieb. „Ich war dort sehr frei, auch von meiner Familie, konnte so leben, wie es mir gefiel.“ Später beriet sie Designer von Alberta Ferretti bis Tomas Maier, als er Bottega Veneta führte, lernte auf einer Party zufällig Domenico Dolce kennen, der ihr 2012 die Leitung der Alta-Moda-Linie von Dolce & Gabbana übertrug. Zehn Jahre lang blieb sie in der Rolle, bis die Neugierde auf etwas Eigenes immer größer wurde. „Domenico hat mir Mut gemacht, das Projekt anzugehen“, sagt sie. Seine wichtigste Botschaft: Sie solle ganz und gar sie selbst sein, und sich mit ihren Erinnerungen, Erfahrungen und ihrer besonderen Familiengeschichte in ihre Marke einbringen. Sie folgte seinem Rat und auch deswegen sehen die Entwürfe von d'Adda im besten Sinne eklektisch und sehr persönlich aus. Es sind kleine Kollektionen aus einfach geschnittenen Kleidern, Blusen, Röcken, Jacken sowie Taschen an, die ausschließlich aus bereits existierenden italienischen Seidenstoffen und Brokaten bestehen. Die Farben er-

innern an Schatullen voll antiker Edelsteine, die Muster reichen von Blumen über Farbtupfer bis zu glitzernden Schuppen. Die Stoffe kommen aus den Archiven der besten Webereien rund um den Comer See, antike Knöpfe und Kurzwaren aus ganz Italien. Alles zusammen ergibt einzigartige Kleidungsstücke, die man nicht in jedem Schaufenster in den globalen Metropolen sehen wird. „Es ist wirklich etwas für Frauen, die etwas Kleines, Feines suchen, das sonst keiner hat“, sagt Brandolini d'Adda. Von jedem Teil gibt es nur so viele Exemplare, wie es die Stoffreste hergeben. Verkauft wird im Rahmen von Pop-up-Events während der Modenschauen oder Terminen im Atelier auf der Via Montenapoleone. „Mir macht der Austausch mit den Kundinnen Spaß, das Verhandeln mit den Lieferanten, die Überzeugungsarbeit, die ich leisten muss, damit sie meine kleinen Bestellungen annehmen.“ Sie wollte „etwas Intimes erschaffen, mit dem ich die Dinge genau so entscheiden kann, wie ich es will. Wir wissen ja, wie es in der Mode ist, je mehr man wächst, desto mehr Freiheit muss man aufgeben.“ Und warum sollte sie etwas verändern, wenn sie ihre anspruchsvollste Kritikerin schon überzeugt hat? Großmutter Cristiana sei von den Sachen begeistert. „Darauf bin ich so stolz. Für mich ist sie einfach die Frau mit dem besten Geschmack auf der Welt.“ Und eine, die sich so manche Geheimnisse bewahrt: Ihr Alter solle man in dem Artikel bitte nicht erwähnen. *Silvia Ihring*



Coco Brandolini d'Adda in ihrem Atelier in Mailand, in dem sie auch Kundinnen empfängt (oben). Aus Brokaten und Seidenstoffen, die sie in Webereien rund um den Comer See findet, lässt sie Accessoires und Kleidungsstücke fertigen. Nur solange der Vorrat reicht

SCHENKT EUCH FUNKELNDE WEIHNACHTEN.



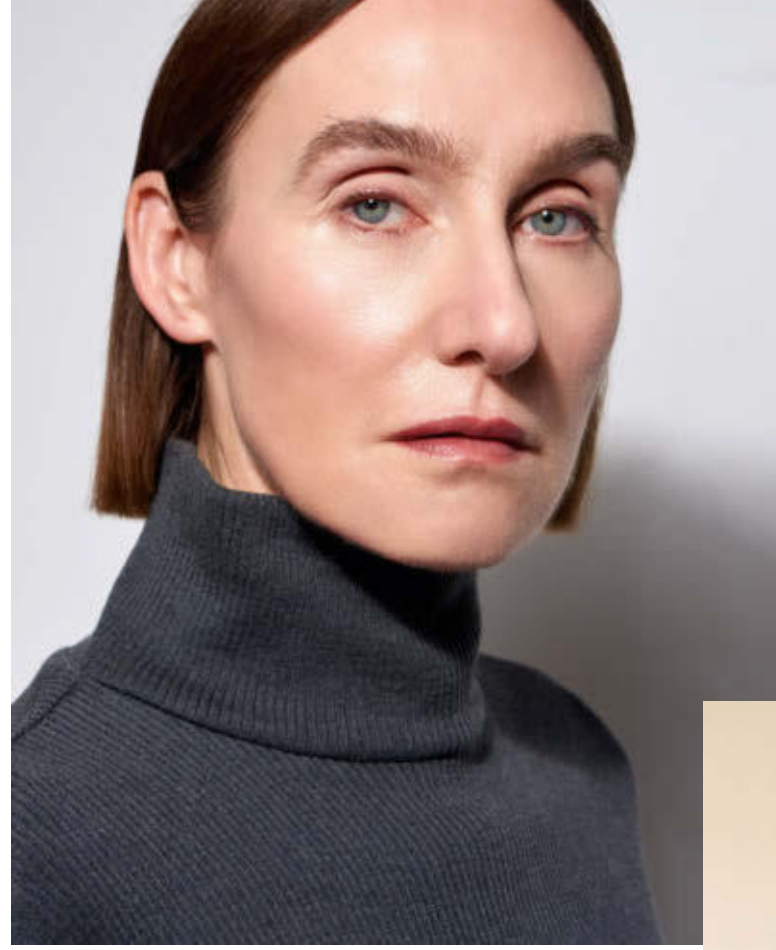
ADRIANO CISANI (2); GERMAN LARKIN



SCHMUCK IST EIN GEFÜHL
160
JAHRE

CHRIST
seit 1863

www.christ.de



Das Maß KOMPROMISSLOS ihrer Dinge

Wer kann von sich wirklich behaupten, konsequent seinen eigenen Weg zu gehen? Die Maßschneiderin und Filmemacherin Mika'ela Fisher lebt diesen Luxus. HEIKE BLÜMNER traf sie in Berlin



Skulptural: Ein Kostüm der Meister-Maßschneiderin und Filmemacherin Mika'ela Fisher (oben links)

Regie geführt und koproduziert, spielt eine der Hauptrollen und ist für einen Teil der Kostüme verantwortlich. Denn sie ist auch Meisterin für Maßschneiderei und in all ihren Arbeiten – sei es Film, Schauspielerei oder auch das Modeln – findet ihre Ausbildung Nachhall.

Das Eigenwillige hatte sie schon von klein auf: „Ich habe die Schule nicht fertig gemacht, weil sie mich gelangweilt hat. Ich war zwar ausgezeichnet, aber ich fühlte mich dort manipuliert.“ Lieber machte sie eine Damen- und Herrenschnneiderlehre in Landshut und ging von dort zum Münchner Maßschneideratelier von Max Dietl, es folgte eine sehr kurze Anstellung bei der Staatsoper in München: „Ein Beamtenjob, jeder Handgriff geregelt und auf Kommando. Das hat für mich nichts mit Kreativität zu tun.“ Nachts entwarf und nähte sie für sich selbst Kostüme.

Über die Hamburger Designerin Sibilla Pavenstedt kam Fisher nach Paris und arbeitet dort für sie als Schnittmeisterin und Model. Bald wurden andere Designer auf die charaktervolle Schönheit aufmerksam: John Galliano holte sie zu Christian Dior. Für Martin Margiela, mit dem sie

heute noch befreundet ist, war sie sechs Jahre lang eines seiner wichtigsten Models. Zwischenzeitlich hatte sie ihr eigenes Atelier an der Place des Victoires eröffnet. „Maßkostüme und Abendroben. London, Casablanca, New York, Emirate. Ich war nur noch unterwegs.“ Nach fünf Jahren war sie erschöpft – und von dem Business auch ein bisschen gelangweilt.

Über ihre Arbeit als Model werden Regisseure und Casting-Agenturen auf sie aufmerksam. Fisher nimmt Schauspielunterricht in New York und Paris und wird von Guillaume Canet in dem mehrfach ausgezeichneten Thriller „Kein Sterbenswort“ besetzt. Nach diesem Erfolg werden ihr „immer wieder die gleichen Rollen angeboten, das hat mich dann auch nicht mehr interessiert“. Lieber führt sie selbst Regie.

Das Handwerk bleibt das Bindeglied zu allem, was sie tut – zuletzt auch als Professorin für Schnitttechnik an der École supérieure des métiers artistiques, wo sie „aussterbende Techniken“ unterrichtet. Bei den Universitäten wäre das leider noch nicht angekommen. „Die setzen die Schüler lieber vor den Computer. Die können nicht zeichnen, sie schauen lieber auf Pinterest.“ Und das, obwohl die Schüler das Handwerk lernen wollten. Sie ist mit ihrer Arbeit inzwischen im Verzeichnis der renommierten Michelangelo Foundation, die das Kunsthandwerk weltweit fördert. Ihre skulpturalen Werke wirken so architektonisch wie elegant. Und was passiert als Nächstes? „Kompromisse haben für mich noch nie geklappt. Und ich habe gelernt, keine Angst zu haben. Alles fällt im richtigen Moment vom Himmel.“ Was auch immer es sein wird, sie wird es mit der ihr eigenen Art angehen.

Da kommt sie an einem Novemberabend angelaufen, ein klein bisschen zu spät. Es ist kalt. Aber ich sitze in Decken gehüllt vor dem Charlottenburger Café auf dem Logenplatz und sehe wie sich Mika'ela Fisher aus der Dunkelheit herausschält. Und man

muss sagen, dass sie selbst für Berliner Verhältnisse eine Erscheinung ist: groß, schlank, braune Cordhose mit Schlag, schwarze Lederjacke und runde Nickelsonnenbrille mit blauem Verlauf. Ein bisschen wie John Lennon. Und dann die nächste Überraschung: Fisher, die seit fast einem Vierteljahrhundert in Paris lebt, spricht für preußische Ohren allerbreitestes Bayerisch. All diese Eindrücke muss man erst mal zusammenführen, und letztlich lassen sie nur einen Schluss zu: Diese Frau macht, was sie für richtig hält. In einer Welt, die uns auf Social Media und sonst noch wo ständig erzählt, wie wir zu sein oder nicht zu sein haben, hört sie einfach nicht hin.

Die 48-Jährige wird am Abend ihren Film „Die Höhenluft – für Alle und Keinen“, an dem sie fast zehn Jahre gearbeitet hat, in einem Programmkino um die Ecke vorstellen. Im Umfeld von Berchtesgaden in voralpiner Idylle gedreht, ist es der vermutlich sperrigste und theatraleste Heimatfilm, den man sich vorstellen kann. Wenn man Heimat als abstrakten Ort von Menschlichkeit definiert, in dem Gut und Böse in Form von einem Mann und einer Frau um eine weitere Frau mit dem Namen „X“ ringen: „Viele Menschen verstehen den Film gar nicht“, sagt Fisher. Stören tut sie das anscheinend nicht. Vermutlich geht es auch eher um ein Gefühl, den ihr Werk evokiert: Es ist grandios, irgendwie verstörend und auch absurd. Nebenbei ist es auch persönlich: Fisher hat



Gut und böse auf der Alm: Bild aus dem Film „Die Höhenluft“

ANDREAS LICHT; MIKA'ELA; CHRYSOPRAS FILMS



REVOLUTION
COLMAR
Kaufberatung

colmar.com

GALAKTISCH



Nicht für diese Welt

Prada fertigt Raumanzüge für eine Mondmission im Jahr 2025. Auf dem Laufsteg sind die Space-Marken der Sixties wieder angesagt. Warum die Luxusmode gerade so gern nach den Sternen greift, weiß DENNIS BRAATZ

Auf dem Mond wird also bald Prada getragen: Das Modehaus fertigt die Astronautenanzüge für die 2025 geplante Nasa-Mission zum natürlichen Satelliten der Erde. Nicht im Alleingang, sondern mit der texanischen Raumfahrtfirma Axiom Space. Das Ganze ist also keine Marketing-Kooperation, sondern eine ernst zu nehmende Zusammenarbeit. Obendrein ist sie überfällig. Nicht nur, weil Prada absolute Expertin in Performance-Wear und Verbundstoffen ist. Die Kompetenz kommt weniger durch den Laufsteg, sondern mehr durch den Segelsport: Der Konzernableger Luna Rossa nimmt seit 1999 mit Regattayachten regelmäßig am America's Cup teil. Nun geht es darum, vor allem die äußere Schicht der Raumanzüge leicht und sicher gegen scharfkantigen Mondstaub zu machen. Mindestens genauso wichtig: Die Luxusmode flirtet schon lange mit der Raumfahrtbranche.

Zum ersten Mal war es André Courrèges. Mitte der Sixties, also genau in dem Moment, in dem die Welt begann, der ersten bemannten Mondmission im Jahr 1969 entgegenzufiebern, kreierte er den Mondmädchen-Look. Parallel lieferten Pierre Cardin und Paco Rabanne (der auch den legendären Weltraumfilm „Barbarella“ ausstattete) ziemlich futuristische Kollektionen. Überall kurze Röcke, hohe Stiefel, Op-Art-Muster und Metallplaketten. So stellten sich Modekreative damals den Look fürs Leben auf fremden Planeten vor. Eine Sci-Fi-Sehnsucht. Eine Form von Eskapismus, der man sich in der Mode seitdem immer dann gern hingibt, wenn es auf Planet Erde mal wieder kaum auszuhalten ist.

Prada steigt ins Raumanzug-Business ein. Wir haben das schon mal KI-siert

Zum letzten Mal so richtig in der Herbstsaison 2017: Karl Lagerfeld zündete seine berühmte Chanel-Rakete. Mitten ins Grand Palais ließ er eine täuschend echte Geschoss-Attrappe bauen. Die Models liefen auf einer Rampe in Tweed-Kostümen drumherum und am Ende sprühten sogar Funken aus Triebwerken und ließen den Flugkörper ein paar Meter in die Höhe steigen. Es war eine der spektakulärsten Modenschauen aller Zeiten – und die weltpolitische Lage damals geprägt von Trump, Brexit und dem Klimawandel. Lagerfeld erklärte seinen Griff nach den Sternen später in einem Interview so: „Im Moment ist hier unten nicht viel zu holen, also gehen wir lieber woanders hin.“

Fünf Jahre später ist hier unten immer noch nicht wirklich mehr zu holen. Im Gegenteil: Kriege, Inflation, Energie. Der Klimawandel immer noch da, Trump womöglich bald wieder. Die Mode serviert auf dem Laufsteg zwar keine Entwürfe für ein neues Space-Age, dafür sind die Zukunftsmarken von damals plötzlich wieder angesagt. Bei Courrèges hat ein neuer Designer namens Nicolas Di Felice dem Mondmädchen-Look des Hausgründers ein Upgrade verpasst: Miniröcke aus knautschigem Lackleder, dazu die passenden Kastenjacken und Tops und Kleider mit kreisrunden Cut-outs. Bei Rabanne gibt es jetzt wieder glänzende Metallplatten-Roben und neuerdings auch die passenden Beauty-Produkte dazu (vor allem Lippenstifte und Lidschatten mit viel Metallic-Glanz). Zu den Fans der beiden Labels zählen Stars wie Gigi und Bella Hadid, Dua Lipa und Rosalía.

Warum im Jahr 2023 zum ersten Mal eine Luxusmarke wie Prada ernsthaft einen Schritt ins All wagt, mag am Ende auch noch einen ganz anderen Grund haben: Raumfahrt-Tourismus. Denn dort liegt laut Trendforschern und Marketing-Experten die Zukunft der Luxusreisen. Ein riesiger Markt. Komfortable Flugsuiten mit extragroßen Panorama-Fenstern, mehrtägige Aufenthalte in Hotelmodulen, die wie die internationale Raumstation um die Erde kreisen: alles längst in Planung. Sogar ein spezieller Champagner. Warum sollte da auch nicht das Logo einer Designermarke auf einem Raumanzug prangen? Na dann: Nichts wie weg hier.



Abgehoben: Eine der spektakulärsten Modenschauen aller Zeiten war von Karl Lagerfeld für Chanel 2017

MALTE WUNDER MIT MIDJOURNÉS; AFP VIA GETTY IMAGES/PATRICK KOVARIK; PICTURE ALLIANCE/UNITED ARCHIVES

Das war die Zukunft: Im Film „Barbarella“ von 1968 sah sie so aus



HOFACKER

s c h m u c k f ü r s i c h



Das große Staunen

Mehr ist mehr und genau richtig: Giovanna Engelbert macht aus Swarovski eine moderne Marke für Luxus, den man sich leisten kann. GABRIELE THIELS hat sich das in New York angesehen



Es kommt keine Kutsche. Es kommt ein Taxi in Silber und ganz mit Kristallen besetzt. Ihm entsteigt Kim Kardashian, in Top und Minirock, die auch nur aus großen Kristallen bestehen. Sie schenkt der Menge einen Blick, posiert vor der silbernen Fotowand, eilt dann, umringt von Bodyguards, durch die Tür und zur Party im fünften Stock – und würde sie auf dem Weg noch einen ihrer silbernen Schuhe verlieren, man wäre nicht verwundert. Was an diesem Novemberabend an der Fifth Avenue in New York gegeben wird, wirkt wie ein modernes Märchen, und die Hauptrolle spielt Kim Kardashian – Reality-Star, Unternehmerin, 364 Millionen Follower auf Instagram. Aber eigentlich handelt es von Swarovski und davon, wie der größte Kristallhersteller der Welt wachgeküsst worden ist und sich als High-Fashion-Label neu aufstellen will. Deshalb die wahre Protagonistin der Geschichte Giovanna Battista Engelbert ist, Swarovskis Kreativdirektorin, die erste überhaupt in 128 Jahren Unternehmensgeschichte. Die Mailänderin, 44, Tochter einer Bildhauerin, Mutter zweier Töchter und verheiratet mit einem Stockholmer Immobilienentwickler, hatte schon seit 2016 als Beraterin für Swarovski gearbeitet und brachte eine Expertise als international gefragte Stylistin, Moderatedakteurin und Streetstyle-Star mit. Im Mai 2020 wurde sie zur Kreativdirektorin ernannt, mitten in der Corona-Zeit. Die Traditionsmarke aus Österreich hat ihr und ihrem Team Carte

blanche gegeben für die gesamte kreative Richtung. Und bald konnte man Schmuck sehen, mit Kristallen, zu Achtecken geschliffen und groß wie Hustenbonbons, sodass sie das handwerkliche Know-how betonten, aber erkennbar keine Edelsteinimitate sein wollten. Giovanna Engelbert legte das Achteck auch als Rahmen um den Schwan, seit 1989 das Marken-Tier von Swarovski, und schuf so ein neues Logo. Sie etablierte die Form für die Verpackungen und für die setzkastenartige Wandverkleidung in den Läden, welche jetzt, streng monochrom, in Rosa, Hellblau, Knallgelb oder Grün gehalten sind und sofort ins Auge springen. Und selbst die Glasfiguren gibt es nun als Hulk, Spiderman und Black Panther. Stets ist es ein feines, wohlkalkuliertes „too much“, das für gute Laune sorgt und Swarovski viel positive Aufmerksamkeit verschaffte. Das Event in New York ist jetzt so etwas wie die nächste Zündstufe und die Kreativdirektorin gleich aus doppeltem Anlass die Gastgeberin: Zum einen wird der Launch von „Swarovski x Skims“ gefeiert, einer Kollektion aus Unterwäsche und Körperschmuck, für die sich die Kristallfirma auf Giovanna Engelberts Initiative mit der höchst erfolgreichen Shapewear-Marke Skims von Kim Kardashian zusammentat: Die schlichten, angenehm zu tragenden und gut sitzenden Catsuits, Bodys, Bandanas, Kleider sind mit kleinen Kristallen besetzt und in den verschiedensten Hauttönen zu haben. Sie werden kombiniert mit BH-, Bauch- und Körperketten mit Kristallsteinen. Am Morgen erst

war die Kollektion auf den Markt gekommen, jetzt am Abend ist sie schon nahezu ausverkauft. Die Stücke sind aber im neuen, von Giovanna Engelbert entworfenen Flagshipstore ausgestellt, der (fast) fertig ist und, das ist der zweite Anlass, zur Party vorab gezeigt wird. Mit gut 1300 Quadratmetern auf zwei Etagen ist er der größte Swarovski-Laden überhaupt, und die Adresse könnte besser nicht sein: direkt an der Fifth Avenue, im glamourösen Abschnitt zwischen Bergdorf Goodman und Rockefeller-Center. Lage und Gestaltung sind



Mehr ist mehr: Im neuen Flagshipstore an der Fifth Avenue treffen Farben, Formen und die neue „Swarovski x Skims“-Kollektion aufeinander. Entworfen hat ihn Kreativdirektorin Giovanna Engelbert. Die berühmten Kristallfiguren lehrte sie mit dem Hulk und anderen Marvel-Superhelden das Fürchten



Meisterklasse: Der Vogel, eine Kronenbekarde aus der „Idyllia“-Kollektion, ist von den Rokoko-Wandmalereien in Schloss Schönbrunn in Wien inspiriert. „Millenia“-Kette und -Ring gibt es in mehreren Farben

ein Statement, wie es auch die Kollaboration mit Skims ist, und beides zusammen bildet ziemlich klar die Vision ab, die Giovanna Engelbert für Swarovski verfolgt. „Ich wollte, dass der Flagshipstore eine Destination ist. Man fährt nach New York, geht zur Fifth, betritt den Laden und hat das Gefühl, sich eine Freude zu machen“, sagt sie am Tag vor der Party. Es findet in den Swarovski-Büros keinen Block weiter statt, wo Giovanna Engelbert umsummt wird von wechselnden Teams, letzte Hand an die Outfits geladener VIPs und Influencer legt, eigentlich überhaupt keine Zeit hat, sich aber trotzdem welche nimmt. Aus Druck scheint sie Energie zu ziehen: „Sind Sie Psychologin?“, fragt sie wie ertrapt und lacht ein kehliges Tresen-Lachen. Man ahnt den Spaß hinter all dem Stress und findet ihn am nächsten Abend auch im Laden wieder, gegen den Wes Andersons Filmkulissen wie Schwarz-Weiß-Bilder erscheinen.

Der große Raum im Erdgeschoss trägt alle Swarovski-Farben auf einmal, Gelb, Grün, Blau, die zentrale Wendeltreppe in den ersten Stock ist pink, selbst ihre Stufen sind aus roséfarbendem Marmor. Auch die Achteckform ist in Vitrinen und Spiegeln gegenwärtig, und auf silbernen Büsten wird der Schmuck präsentiert, der das uralte Bedürfnis triggert, einmal Prinzessin zu sein. Vielleicht gibt es sogar seriöse Untersuchungen dazu, wie sich das Funkeln geschliffener Steine auf den menschlichen Instinkt auswirkt. Aus persönlicher Erfahrung kann berichtet werden: Man muss die haben. „Genau wie bei mir!“, ruft Giovanna Engelbert zufrieden. „Wer braucht den Schmuck, die Kleider, die Taschen? Es ist das Verlangen, dass einen dazu bringt, so etwas haben zu wollen. Also muss es – unwiderstehlich sein“, sagt sie, schiebt eine kleine Pause vor das Wort und senkt die Stimme, damit es genauso, nämlich „irresistible“, klingt. Sie kennt sich aus mit der Unwiderstehlichkeit, sie ist der Motor ihrer Laufbahn, ihrer raffinierten farbigen Looks, ihres wunderbar schnatterigen Buchs „Gio_Graphy“ (von

2017), und ihrer Sammellust (fragt man nach dem Inhalt ihres Kleiderschranks, fragt sie lachend zurück: „Wie viel Zeit haben Sie?“). Doch während es dabei meist um Couture-Stücke und schwer erschwingliche It-Pieces geht, schätzt Giovanna Engelbert an Swarovski gerade „die Demokratisierung der Schönheit“, wie sie das nennt. Weil der Schmuck tendenziell eher wenige Hundert statt Tausende Euro kostet, können „mehr Leute sich mehr davon kaufen. Es ist weniger gewichtig und öffnet viel größere kreative Möglichkeiten.“ Und warum dabei nicht auch mal ästhetisch – und höchst instagramable – auf den Putz hauen? Dafür und vor allem für zugänglichen Luxus steht kaum jemand so wie Kim Kardashian. Mit ihrer Vita als Selfmade-Milliardärin, ihrer Reichweite auf Instagram und im TV und durch die Cleverness, mit der sie moderne Unternehmenskonzepte erkennt und entwickelt. Skims, mit dem schwedischen Unternehmerpaar Jens und Emma Grede auf den Weg gebracht, hat seinen Umsatz seit der Gründung 2019 von zwei auf 500 Millionen Dollar gesteigert. Kein Wunder, dass Giovanna Engelbert gleich sah, wie gut sich der traditionsreiche Gigant aus Tirol und die moderne Firma aus den USA ergänzen könnten. „Außerdem wollte ich gern Körperschmuck machen.“ „Ich sah diese Halsketten und großen Steine und dachte: Was ist das für eine Veränderung bei Swarovski?“, sagt Kim Kardashian in einem Werbefilm für die gemeinsame Kollektion, zeigt auf Giovanna Engelbert und fügt hinzu: „Das ist die Veränderung!“ – und die lacht dazu leicht verlegen. Am Ende liegt das Geheimnis ihres Erfolgs bei allem Mut in der Behutsamkeit. Die Farben, die Formen, die fröhliche Fülle, das alles steckt in der DNA dieser Marke. Das Bonbonnierien-Glück des Flagshipstores auf der Fifth ist nicht so weit entfernt von den „Kristallwelten“, dem funkelnden Erlebnispark, den André Heller vor fast 30 Jahren am Firmensitz in Wattens schuf. Giovanna Engelbert hat das große Staunen zurückgebracht.



SICHER IST SICHER

Diamanten auf Dienstreise



Mit Segen von ganz oben: Im Anhänger der Halskette „Esedra“ (oben links) prangt ein Saphir von 68,8 Karat. Anderthalb Jahre Arbeit stecken in der vom Meeresleben inspirierten Schmuckuhr „Giardino Marino Grande Secret Watch“ (oben). Im Schlangenkopf mit Saphir-Quaste mündet die „Mediterranean Sapphire Serpenti Necklace“ (links)

Die Haute-Joellerie-Kollektion „Mediterranea“ von Bulgari lotet künstlerische und technische Grenzen aus. Sie zu inszenieren ist allerdings auch nicht ohne. SILKE BENDER war in Vicenza dabei. WILFRIED WULFF fotografierte

Wie beschützt man 340 Schmuckstücke im Gesamtwert von 600 Millionen Euro? Nun ja, mit viel Polizei und privaten Sicherheitskräften, die in schwarzen Anzügen, mit Knopf im Ohr und staatsmännischem Ernst jeden Schritt und jede Geste der Anwesenden überwachen. Für einen Sommertag war die Villa Cordellina Lombardi der wohl höchstgesicherte Ort in ganz Norditalien: Alle Zugangsstraßen gesperrt von Carabinieri mit Maschinengewehren. Nur Wagen mit bestätigtem Kennzeichen und Insassen, die sich ausweisen konnten, durften die Auffahrt zur Villa passieren. Für Käufer und Journalisten präsentierte das römische Schmuckhaus Bulgari seine Haute-Joellerie-Kollektion im Herzen Venedigs: im Dogenpalast und auf dem Markusplatz. Die Kollektion versteht sich als eine Hommage an das Mittelmeer, erzählt Kreativdirektorin Lucia Silvestri: „Ein inspirierender Schmelztiegel, in dem sich viele Kulturen über Jahrhunderte hinweg vermischt und gegenseitig bereichert haben. Unsere Gastfreundschaft und Aufgeschlossenheit sind in dieser Geschichte verwurzelt.“ Norah Jones sang dazu und die Markenbotschafter waren aus allen Ecken der Welt angereist – von der Oscar-Preisträgerin Anne Hathaway über die koreanische Sängerin Lisa von Blackpink bis zum chinesischen Kinostar Yang Yang. Den Laufsteg inszenierte die französische Ex-„Vogue“-Chefin Carine Roitfeld mit Topmodels wie Stella Maxwell oder Eva Herzigova. Doch ein paar Tage zuvor waren die Preziosen bereits ins benachbarte Vicenza gereist,

um sie in der Villa aus dem 18. Jahrhundert für Shootings zur Verfügung zu stellen. Eigentlich ist der Neorenaissance-Bau mit den berühmten Tiepolo-Fresken und der Gartenanlage eine öffentlich zugängliche Sehenswürdigkeit. An diesem Tag war er schwer gesichertes Bulgari-Land: 18 Teams aus 18 Ländern, von „Harper's Bazaar“-Kasachstan über „Vogue“-Thailand bis „Grazia“-Mexiko waren vor Ort. Jedes Team bekam in den ehemaligen Stallungen des Anwesens eine Box zugewiesen, in dem die Kleider für die Models und das Fotomaterial aufbewahrt wurden. Ebenfalls vor Ort waren ein Restaurant, ein IT-Büro, Garderoben zum Umziehen und Schminken und die gesamte Villa mit Park diente als Fotostudio. Ein bewährtes und kompaktes Verfahren, das Bulgari an wechselnden Locations so schon seit einigen Jahren pflegt – die Organisation schnurrt zuverlässig wie das Schweizer Uhrwerk, das in den teuersten der italienischen Schmuckuhren tickt.

Wie zum Beispiel in der sogenannten Secret Watch „Giardino Marino“, mit 2,8 Millionen Euro eine der wertvollsten Uhren der Kollektion. Sie ist Schmuckstück und Uhr in einem, eine verspielte, Bulgari-bunte Unterwasserfantasie, die zum Kollektionsthema passt, mit dreidimensionalem Wimmelbild aus Seesterne, Anemonen, Korallen, Muscheln und Fischen und mit verborgenen, charmanten Gimmicks: Eine der Muscheln lässt sich per Fingertipp öffnen und offenbart eine Perle. Das Ensemble zittert und schwingt am Handgelenk, als würde es von der Meeresströmung bewegt. Mehr als 3900 Handarbeitsstunden brauchte es, die über 4800 farbenfrohen Edel-

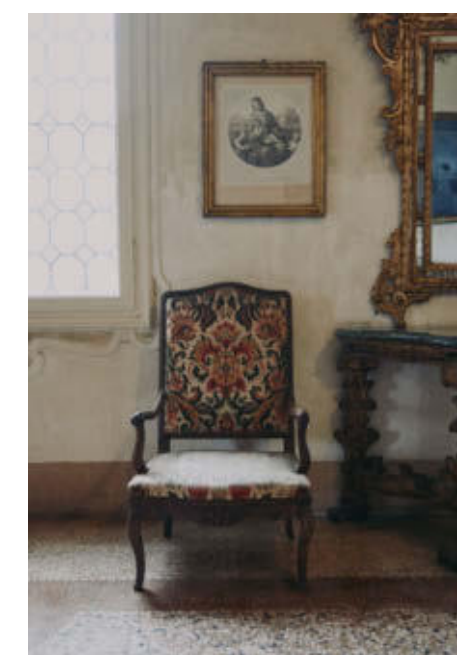


Hochsicherheitstrakt für einen Tag: Die Villa Cordellina Lombardi in der Nähe von Vicenza ist sonst für alle geöffnet



WILFRIED WULFF (7)

Wachsamer Blick: Die Statuen haben bestimmt schon einiges gesehen – aber dieser Aufwand war auch für sie neu



Gesamtkunstwerk: In der Villa Cordellina in Vicenza

Aufwand im Regen: Fotografen und Models aus aller Welt trafen sich zum Schmuck-Shooting in Vicenza

Alles im Blick: Überall auf dem Gelände zeigte sich Polizei und Security



Lebendig: Die Bonazza-Skulpturen wären tolle Models gewesen – waren aber zu kratzig für Preziosen



steine auf der raffinierten gelbgoldenen Unterfassung lebendig werden zu lassen. Der Seestern, mit einem zentralen 3,96-Karat-Cabochon-Rubellit, und die mit Diamanten und Paraiba-Turmalinen besetzte Muschel sind abnehmbar und können als Ohrhinge getragen werden.

Hinter dem aufklappbaren Fisch in der Mitte verbirgt sich die stolze technische Neuentwicklung, die Bulgari im vergangenen Jahr vorstellte: Das „Bulgari Piccolissimo Calibre BVL 100“ gilt als das bislang kleinste und präziseste mechanische Uhrwerk der Welt. Mit einem Durchmesser von 12 und einer Höhe von 2,5 Millimeter wiegt es nur 1,3 Gramm und ist somit prädestiniert dafür, Liebhaber der Haute Joaillerie als auch der Haute Horlogerie gleichermaßen zu begeistern. Mit simplen Quarzwerken gibt sich die anspruchsvolle Juwelierkundlerin heute nicht mehr zufrieden. Damit sich beide Handwerkskünste auf Augenhöhe begegnen können, ist Miniaturisierung das Gebot der Stunde. Die Toleranzen der mechanischen Uhrwerke müssen dabei auf ein Mindestmaß reduziert werden. Dies erfordert insbesondere eine hochpräzise Laminierung der Hauptfeder und der Spiralfeder. Die geringsten Abweichungen des Federprofils haben Auswirkungen auf die Leistung der Uhr.

Seine Premiere gab das „Piccolissimo“ im Kopf der Schlange, einer geschlungenen Secret Watch mit dem ikonografischen Serpenti-Motiv. Da die Bulgari-Schlange dieses Jahr ihren 75. Geburtstag feiert, wurde ihr diesmal ein eigenes Kapitel innerhalb der Kollektion gewidmet.

Schlange stehen musste man vor dem Showroom, in dem die 340 Schmuckstücke versammelt waren. Ein rund zehn Meter langer, schwarz gedeckter Tisch, auf dem das Geschmeide geradezu profan in transparenten Sicherheitsboxen aufgebahrt lag – wie Sushi in einer Supermarktheke. Fotografieren strengstens verboten! Das Prinzip ist einfach: Wer zuerst kommt, wird zuerst bedient. Im Gerangel um die größten Stücke musste man schnell sein – oder sich ein zweites oder drittes Mal anstellen. Dann wurde der Barcode auf der Box gescannt und auf die obligatorischen zwei Begleiter gewartet: Einen Bulgari-Mitarbeiter, der das Schmuckstück sorgsam in eine Lederschutulle legt und seine sachgerechte Behandlung während des Shootings übernimmt, sowie eine Security-Kraft mit Body-Cam vor der Brust, die jeden Handgriff aller Beteiligten filmt. Die Idee des Fotografen, die so lebendig wirkenden Bonazza-Skulpturen im Park mit den bunten Hochkarättern zu schmücken, erntete ebenso ein entrüstetes „impossibile“ wie die Idee, sie in den Zitronenbäumen zu drapieren. Das sei viel zu gefährlich: Auf den Skulpturen könnten sie verkratzen, von den Bäumen herunterrutschen. Fündig wurden wir in dem Kaminzimmer, dessen Wände mit Stichen bekannter Heiligendarstellungen verziert sind. Und hier – schwarz auf weiß – entwickelt sich der sakrale Zauber der mittelmeerblauen Tansanite und Saphire, der türkisarbenen Paraiba-Turmaline, der tiefgrünen Smaragde oder die wie Sonnenuntergänge flammenden Mandarin-Granate ganz still und mächtig. Auch ohne Models, Superstars und Blitzlichtgewitter.

WILFRIED WULFF (7)



Kunst und Schmuck für die Ewigkeit: Der „Santa Chiara Granatring“ trägt einen Mandarin-Granat von 11,21 Karat, der Ring „Eden“ einen Tsavorit (oben links). Saphire und Diamanten erinnern an Griechenland mit der „Aegean Dream Necklace“ (oben); die „Venetian Fantasy Necklace“ reflektiert die Farben der Handelsstadt Venedig



GROSSE MODE

Sie vertritt die Masterklasse der Mode, ist so kostbar und einzig, dass wir die Haute Couture stets (und gern) nur in Paris fotografieren können. So war es auch dieses Mal, und wie immer im Juli. Für diese Ausgabe haben wir dazu allerdings einen ungewohnten Rahmen gewählt, quasi aus gegebenem Anlass. ICON-Art Director Philippe Krueger und Fotoexperte Malte Wunder haben mit künstlicher Intelligenz für die Hintergründe experimentiert. Das Resultat ist im Wortsinn unheimlich schön. Aber klar ist auch: Ohne die große Schneiderkunst der „petites mains“ wäre das alles nichts

Haute KITure



FOTOGRAF: **ALEX WALTL** C/O KATHRIN HOHBERG

STYLING: **SILJA LANGE**; MODELS: **EMMA GOUNÉ** C/O VIVA & **VALERIO MACCARIO** C/O M MANAGEMENT

HAARE: **PAOLO FERREIRA** C/O CALLISTE AGENCY; MAKE-UP: **THOMAS LORENZ**

ASSISTENZ: **ALICE DUBOIS** (FOTO), **KATRIN SILLEM** (STYLING), **DAVID RUDOLF** (DIGITAL); CASTING: **SIMONE** C/O SIMOBART

Valentino
„Un Château“



Chanel



Balenciaga Couture



Christian Dior



Jean Paul Gaultier



Rahul Mishra.
Ohringe und Armband: Tiffany & Co.



Alexis Mabille.
Schmuck:
„Golden
Oasis“-
Collection
von Piaget



Dolce & Gabbana Alta Moda



Ashi.
Armband und Ring
„Le Voyage Recommencé“: Cartier



Giorgio Armani Privé



Alexandre Vauthier

SAG MAL

Momente

Verspüren Langweiler selbst keine Lange-
weile, weil sie dieses Gefühl ihren Mit-
menschen aufbürden?

Meinen Sie, man müsse dem Kind treu
bleiben, das man war, oder ist das der aus-
sichtsloseste und verhängnisvollste Ehr-
geiz, den man auf der Welt haben kann?

Ist das Wichtigste am ersten
Eindruck, dass man überhaupt
einen hinterlässt?

Wenn Ihr Mann Sie beim Shoppen mal
wieder mit der Frage nervt, ob Sie „das
wirklich brauchen“ – einfach mal zurück-
fragen: „Brauche ich dich wirklich?“

Ist Glück, wenn alle,
die man liebt, leben?

Löschen Sie auf Ihrem Smartphone die
Kontaktdaten von Menschen, sobald sie
gestorben sind, weil es sich unbehaglich
anfühlen würde, in Ihrem Handy einen
kleinen Friedhof mit sich herumzutragen?

Haben Sie die Ehe gebrochen, oder hat
die Ehe zuerst Sie gebrochen?

Welche Art Einsamkeit finden Sie schlim-
mer: Man hat niemanden gefunden, den
man lieben kann, oder der Mensch, den
man geliebt hat, wurde einem genommen?

Haben Sie bereits begriffen, dass
Gefühle immer eine Berechtigung,
aber nicht immer recht haben?

Prägt das Selbstbild eines Mädchens
nichts mehr als der Blick der Mutter auf
das Bild, das die Tochter abgibt?

Sollte man einem Trauernden niemals
mit dem Wort Trauerarbeit kommen?

Angenommen, Sie und Ihr Partner wären
gleichgeschlechtlich: Wären Sie dann
auch ein Liebespaar geworden?

Wie oft sucht Sie das Gefühl
heim, Sie hätten seit Tagen
nichts mehr von sich gehört?

Sollten Sie sich bei wichtigen Entschei-
dungen vorstellen, in einer Fernseh-Talk-
show mit fünf anderen Gästen zu sitzen,
die alle eine Gegenposition einnehmen?

Sind Meinungsschwäche und Mei-
nungslosigkeit ein Indiz für Wissen
und Intelligenz, weil die Lebenserfah-
rung zeigt: Je dümmer ein Mensch ist,
desto mehr Meinungen versprüht er
zu unbeantwortbaren Fragen?

Gehören auch Sie zu den Menschen, die ihr
Handy im Tagesschnitt länger anschauen
als irgendeinen Artgenossen – Ihre Kinder
und Ihren Partner eingeschlossen?

SVEN MICHAELSEN
beherrscht die große Kunst des
Fragens. Was antworten Sie?

Ist Dankbarkeit das Gefühl, das
Glück am nächsten kommt? Oder
ist Dankbarkeit bereits Glück?

Nimmt mit der Schönheit einer Frau die
Zahl der Tage zu, an denen sie sich beim
Blick in den Spiegel nicht mag?

Wird es Zeit, sich zu trennen, wenn
einen die Gesichtserkennung des ei-
genen Smartphones nach einem Streit
mit dem Partner nicht mehr erkennt?

Sollte man Hobbyrennfahrern mal
sagen, dass der Kauf eines Rennrads
nicht zum Tragen von würgenden
Radlerhosen verpflichtet?

Ist mutterseelenallein das traurigste
Wort der deutschen Sprache? Oder ist
so zu denken ein Geschlechterklischee,
weil es auch Menschen gibt, die sich
vaterseelenallein fühlen?

Ist es aussichtslos, ein interes-
santes Leben führen zu wollen,
wenn man keine Interessen hat?

Wenn Sie anfangen, mit einem Idioten
zu diskutieren: Gibt es dann sehr
schnell zwei Idioten?

Verändern sich Fühlen und Denken eines
Bahnreisenden je nachdem, ob er in
Fahrtrichtung sitzt oder andersherum?

Von etwas übermannt sein:
Was mag das heute bedeuten?

Gibt es in Ihrem Leben eine offene
Wunde, die nach innen blutet, eine
Art umgekehrter Geysir?

Ist den meisten Menschen das
Glück längst nicht so wichtig wie
die Suche danach?

Ist Erziehung zu zweit auch deshalb
vorteilhaft, weil dann jeder zum Zeu-
gen der Liebe wird, die das Kind für
den andern empfindet?

Sollte, wer einen Stammbaum braucht,
ins Gartencenter gehen?

90 Prozent der Menschen tragen
80 Prozent der Zeit nur 20 Pro-
zent ihrer Garderobe. Mal den
Kleiderschrank ausmisten?

Schafft man es, wenn die
Traumschlösser zu groß sind, oft
nicht einmal in den ersten Stock?

Verletzlichkeit und das Selbstbewusst-
sein, sich diese anmerken zu lassen:
Bringt dieses Paradox Menschen dazu,
einen zu mögen, einem zu vertrauen?

des Miteinander

Wie würde sich die Welt verän-
dern, wenn die Penisgröße von
Männern so sichtbar wäre wie die
Brustgröße von Frauen?

KIA
Movement that inspires



Neue Dimensionen

Echte Größe

Mit dem EV9 präsentiert Kia ein Elektro-SUV, das Größe zeigt. Das für eine neue Dimension von Elektromobilität steht. Denn mit fünf Meter Länge und 1,78 Meter Höhe bietet der Kia EV9 reichlich Platz, ist smart und nachhaltig. Gemacht für den Business-Trip wie für den Familienausflug. Ein innovatives Auto, mit dem Fahrerinnen und Fahrer ein Statement setzen – im Hier und Jetzt und für die Zukunft.



Echte Leistung

Das futuristisch markante Exterieur lässt bereits erahnen: Der Kia EV9 hat Power. Er wird mit 800-Volt-Technologie¹ betrieben und hat mit knapp 100 kWh die bisher größte Batterie der Kia E-Flotte. Das heißt: kürzere Ladezeiten, längeres Fahren. An einer Schnellladesäule kann er in 15 Minuten 249 Kilometer Reichweite² „tanken“. Voll geladen schafft der Kia EV9 über 500 Kilometer Reichweite². Zum Vergleich: Das ist in etwa die Strecke von München nach Mailand. Zusätzlich ist der Kia EV9 durch seine bidirektionale E-Architektur ein fahrender Stromspeicher und kann externe Elektrogeräte wie ein E-Bike ganz einfach laden.



Echter Komfort

Kurzfristiger Kundentermin mit Kolleginnen und Kollegen? Kein Problem. Carpooling mit den Kindern aus der Nachbarschaft? Jederzeit. Der Kia EV9 bietet auch innen echte Größe und maximalen Komfort. Auf drei Sitzreihen finden bis zu sieben Personen bequem Platz. Die zweite Reihe lässt sich sogar um 180 Grad drehen.³ Alternativ erhalten Kundinnen und Kunden auf Wunsch Premium-Relaxation-Sitze³ – perfekt für eine kleine Kaffee- oder Ruhepause, während der Kia EV9 an einer Schnellladesäule lädt. Weitere attraktive Extras: Getränkehalter bis in die dritte Sitzreihe und Ladeanschlüsse für mobile Geräte.

³Kostenpflichtige Sonderausstattung

¹ Maximale Ladegeschwindigkeit: Um die maximale Ladegeschwindigkeit erreichen zu können, muss der EV9 an einer 800-Volt-Ladestation mit mindestens 240 kW geladen werden. Die reale Ladegeschwindigkeit und Ladedauer hängen von der Batterie-Temperatur und den Wetterbedingungen ab.
² Reichweite: Die tatsächliche Reichweite hängt von vielen Faktoren ab, zum Beispiel der vorherrschenden Außentemperatur, Batteriezustand und Ladezustand der Batterie zum Startzeitpunkt der Ladung, sowie Batteriealter, Fahrzeugzustand und Zuladung. Die Reichweite wurde nach dem vorgeschriebenen EU-Messverfahren ermittelt. Die individuelle Fahrweise, Geschwindigkeit, Außentemperatur, Topografie und Nutzung elektrischer Verbraucher haben Einfluss auf die tatsächliche Reichweite und können diese u.U. reduzieren.



Echte Persönlichkeit

Kia setzt seine Designphilosophie „Opposites united“ beim EV9 mit einer futuristischen und zugleich von der Natur inspirierten Linienführung fort. Der Kia EV9 fällt auf, ohne aufdringlich zu sein: Die prägnante Tigernase mit Z-förmigen Leuchten, große Räder, eine markante und doch organische Form geben dem SUV ein kraftvolles und selbstbewusstes Äußeres – ergänzt durch edle Elemente wie die klar strukturierte Heckklappe.

Das optional gegen Aufpreis erhältliche gläserne Panoramadach unterstreicht Kias Idee von „Bold for Nature“: der Blick frei auf die Umgebung und im Innenraum natürliches Licht. Die Verbindung zur Natur wird im Interieur des Kia EV9 weitergedacht: Sitze, Verkleidungen und Stoffe sind aus vorrangig recycelten oder bio-basierten Materialien. Auf Leder wird komplett verzichtet.



Echte Stärke

Mit fast 2,6 Tonnen ist der Kia EV9 kein Leichtgewicht. Er schafft eine Anhängerlast von bis zu 2,5 Tonnen in der AWD Version und kann damit sogar einen Wohnwagen ziehen.³ Auch die Performance des vollelektrischen SUVs wird durch sein Gewicht nicht gemindert. Die Allradversion mit 385 PS erreicht eine Höchstgeschwindigkeit von 200 km/h und beschleunigt durch Extra-Boost-Funktion in 5,3 Sekunden auf 100 km/h. Und soll sogar noch schneller gehen: Zukünftig wird es v. Kia EV9 eine GT-Version geben. Und damit eine noch kraftvollere Dimension von Elektromobilität.

Der Kia EV9 eröffnet eine neue Ära vollelektrischer Mobilität. Das Flaggschiff von Kia erschließt neue mobile Dimensionen – mit einem einzigartigen Fahrerlebnis auf der Straße wie im Gelände.

Verbrauchswerte: Kia EV9 GT-line Launch Edition, 99,8 kWh, AWD (Strom/Reduktionsgetriebe), 283 kW (300 PS), 0-100 km/h in 5,3 s, Höchstgeschwindigkeit 200 km/h, CO₂-Emission kombiniert 0 g/km, Effizienzklasse: A+++
Stromverbrauch kombiniert 22,8 kWh/100 km; CO₂-Emission kombiniert 0 g/km. Effizienzklasse: A+++.

Echte Intelligenz

Die Zeiten, in denen man genervt nach dem Autoschlüssel sucht, sind vorbei. Der Kia EV9 lässt sich digital über das Smartphone öffnen. Easy. Genauso smart ist das E-SUV beim Parken: Das macht es auf Knopfdruck. Auf der Autobahn hält es automatisch die Spur und warnt vor Kollisionen. Digitale Intelligenz für mehr Sicherheit. Apropos Sicherheit: Im Cockpit haben Fahrerinnen

und Fahrer dank des großzügigen Panoramadisplays alles Wichtige im Blick. Auch das Infotainment-System lässt sich intuitiv und ohne Ablenkung bedienen. Plus: Wer den Kia EV9 über die App Kia Connect mit dem Smartphone verbindet, ist immer informiert: über Verkehrsdaten, Ladestatus oder Klimatisierung – alles in Echtzeit, alles im Griff.



O du fröhlicher!

Wie deeskaliert man Weihnachten?

DAGMAR VON TAUBE und JOACHIM BESSING erklären, wie das Fest der Feste dieses Mal wirklich unvergesslich bleibt

Weihnachten steht vor der Tür, das Fest der Liebe und Vergebung und – der Tücken. Mittlerweile ist es ja so, dass die Männer das Weihnachtsfest beinahe vollständig an sich gerissen haben.

Früher waren es Bodybuilding, Aktien oder am Auto rumschrauben, momentan ist Kochen zu ihrem neuen Leistungssport geworden. Rehkeulen werden bei 800 Grad Hitze im Infrarot-Beefer gegrillt, Champagnerflaschen mit Champagneräbeln aufgesäbelt, dabei kann freilich auch einiges schiefgehen. *No risk zeitigt bekanntlich no fun.* Aber gilt das nicht ungefähr so auch für Weihnachten insgesamt?

Fakt ist, so verzuckert die Industrie auch ihr Harmonieversprechen streut, es lauern anstelle von Lichtern auf Tannenwipfeln vor allem Gefahren, sobald es allzu sehr weihnachtet. Denn Weihnachten hat einen Gelingzwang. Gerade, wenn die Welt unschön scheint, soll wenigstens drinnen in der dekorierten Behausung an diesem einen einzigen Abend einmal alles noch so schön sein, wie es früher vielleicht auch noch nie war, aber *who cares*. Dieses eine Jahr muss es doch ein Mal wirklich klappen! Der Stresslevel ist dementsprechend erhöht. Also extrem. Die Hoffnungen dito – heißt: himmelhoch. Und man weiß nicht, was man bald noch mehr fürchten soll: das Versagen der eigenen Nerven oder das Ausrasten der anderen. Doch jetzt die frohe Botschaft: *Art & Weise* ist gekommen, um zu helfen. Mit diesen Tipps können Sie Ihr Weihnachtsfest deeskalisieren.

Was immer hilft, ist Alkohol, und an Weihnachten wirkt er wahre Wunder. Hier ein Portweinchen, da ein Schlückchen Punsch, Alkohol federt halt herrlich ab, man kennt es vom Oktoberfest, weil er besinnlich und friedlich macht. Einer der besten Tricks gegen Kater ist, rund um die Uhr zu trinken, dann kriegt man gar nicht erst einen. Sollte Ihr Mann jedoch freiwillig anfangen, lauthals Weihnachtslieder zu jubilieren – rufen Sie mit Engelsstimme die allerletzte Runde aus.

Es hat noch keiner einen Krieg bei Kerzenlicht, zärtlichem Trompetenspiel und Tannenduft erklärt. Je mehr Lichter, Glitzer,



Plätzchen, bunte Kugeln, Düfte, Chöre, Zimtgeruch auf das Thema Weihnachten, Gemütlichkeit und Beisammensein hinweisen, desto zufriedener wird der Mensch. Die Kulisse ist die Fernsteuerung unseres Gehirns. Wir schnuppen und denken sofort: Friede. Die wunderbare Judy Garland singt in „Have Yourself a Merry

Little Christmas“ die tröstende Zeile „*next year all our troubles will be out of sight*“: Dass im nächsten Jahr all unsere Probleme verschwunden sein werden, ist natürlich Quatsch. Was Judy meint, ist, dass die Probleme jetzt einfach mal nicht da sind, sie fangen erst nach dem 6. Januar wieder an. Bis dahin ist Sendepause. Wer Wolle trägt, ist nicht allein. Namhafte Hersteller haben ja oftmals eine sogenannte Holiday Collection – ultrasamtige, radikal kuschelige Slouch Pants und Wämse für die allerschönste Familienzeit. Gerade, wenn die mühsam ist oder wird: Schals, Mützen, Kaschmirpullis, dicke Socken, Lammfellschuhe, all das kann so wohltuend sein wie eine Umarmung, manchmal fast noch schöner. Ein Fair-Isles-Pullover von Loro Piana kostet zwar ein kleines Vermögen, aber er widerspricht wenigstens nicht und hält auch länger.

Auch die Tiere spüren gerade, dass sich etwas verändert im Tagesablauf und ein besonderes Fest naht. Es hilft, zu studieren, wie der Geist der Weihnacht auf die kleinen Kreaturen einwirkt: demütig sein. Statt dauernd negative Weltnachrichten zu rezipieren, tut es gut, mal wieder etwas selbst herzustellen. Sofort wer-

den Sie ein ruhigerer Mensch, weil Sie sich wieder selbst als sinnvoll agierend erfahren. Madame Zorro in Berlin lehrt, wie man mit einer Nadel zum Beispiel Krippenfiguren (Foto) aus Ziegen-, oder Schafwolle filzt.

Wir erwähnten eingangs den neuen Eifer der Männer, das Weihnachtsfest zu einem einzigen kulinarischen Höhepunkt zu erklären. Bereits acht Wochen vorher wird das Subskriptionsangebot für die Kapaune verschickt, am Festtag die Familie gemästet wie eine Weihnachtsgans und permanent von der verschneiten Dachterrasse irgendetwas reinserviert. Es kann zu einem echten Stressfaktor werden, wenn zum zehnten Mal Hand geknetete Piadini reingetragen werden, und die Frau höflich flüstert: „Schatz, du, ganz lieb, aber ich kann wirklich nicht mehr.“ Er empfindet es als Zurückweisung seiner Liebe – die ganze Mühe umsonst! Ihr, die außer Nahrungsergänzungsmittel eh sonst fast gar nichts mehr isst, schlägt es doppelt auf den Magen. Bitte, Ihr dauerkochenden Spezialitäten-Köche: Zuneigung bedeutet nicht nur, die ganze Zeit aufzutischen. Tipp an die Frauen: Vor dem Fest noch eine Schnellkur buchen. Oder das Küchentuch schwenken mit dem Aufdruck: „Weihnachten kommt wieder 5 kg zu früh.“

Verwandte und nähere Bekannte, die an Weihnachten eingeladen werden *müssen*, können ein Riesenreizfaktor sein. Warum? Sobald Onkel Bernd zur Tür reinschneit, ist das Gehirn konditioniert auf seine schrägen Verhaltensweisen wie sein touretteartiges Gemoser über praktisch alles. Man hofft jedes Mal, dass es dieses Mal nicht so arg schlimm wird, weil es sonst wie immer eskaliert. Aber Macken bleiben halt Macken. Unser Rat: Die Weihnachtsfestplatte komplett löschen. Versuchen Sie, alles, was Sie mit einer schwierigen Person wie zum Beispiel Ihrer Schwiegermutter verbinden, zu vergessen, am besten auch ihren Namen – entweder durch Hypnose oder aber durch Maxidosing. Und wenn sie dann zur Tür reinkommt, können Sie sie oder ihn ganz neu annehmen wie das Geschenk der Weihnacht. Heißen Sie die Person so willkommen, als sähen Sie sich zum ersten Mal, und alles wird leuchten. Sollte sich Ihre Schwieimu erschrecken, weil sie eine solche Empfangsfreude noch nie von Ihnen erlebt hat, nicht persönlich nehmen. Einen einschenken und weiter so. Sie kennen das Loriot-hafte Anschweigen. Statt laut, kann es auch unangenehm leise werden. Meist dann, wenn entweder zu viel getrunken wurde oder der Vater schon wieder in der Küche steht, um eine neue kulinarische Sensation vorzubereiten, schnaubend, schwitzend Messer wetzend – deeskalierend: sofort einen Film einlegen. Die unsterbliche Unschuld des „Kleinen Lords“ verliert seine Wirkung nie. In „Die Peanuts feiern Weihnachten“ gibt es diese herzerreißende Szene: Snoopy auf der Schlittschuhbahn, wie er auf Kufen mit fliegenden Ohren über den See tanzt. Alle müssen in der Schule das große Krippenspiel proben. Charlie Brown, der Regisseur, aber ist so ambitioniert, dass sich alle streiten. Die ganze Sache scheitert. Erst durch Snoopys versöhnliche Energie sehen alle ein, dass Weihnachten, egal wie perfekt, immer ein schönes Fest sein wird – und trällern dann im Chor: „Christmastime is here, happiness and cheer“. In diesem Jahr gilt mehr noch die alte Regel der Tischkonversation: keine Politik, keine Religion, kein Geld, keine Krankheiten, keine KI. Sonst kippt wieder die Stimmung. Besser: Gegenseitig Interesse zeigen, was bewegt den anderen, wie geht es ihm wirklich? Es sind die kleinen Gesten: sich in die Augen zu schauen, Hand in Hand zu spazieren, ohne Handschuhe. Ein Kompliment zu machen und, umgekehrt, es auch anzunehmen, statt es zu übergehen. Unsere Anweisung schlechthin ist, die eigene Weichheit auch mal zuzulassen. Nicht nur einen weichen Pullover zu tragen, sondern auch darunter weich zu werden. Wenn Sie all das berücksichtigen, werden Sie sich an die Geschenke gar nicht mehr erinnern können. Dann wird das Fest das größte Geschenk sein. Ab dem 23.12. werden übrigens die Tage auch wieder länger.



INNOVATIV

Gestern für morgen

Um Traditionen zu bewahren, muss man manches völlig neu denken. Und machen. Matteo De Rosa leitet LVMH Métiers d'Art, das globale Netzwerk für Kunsthandwerker der Luxusgruppe. Mit HEIKE BLÜMNER sprach er über seine Ziele

Matteo De Rosa arbeitet gleichermaßen in der Vergangenheit wie in der Zukunft. Als CEO des Netzwerks LVMH Métiers d'Art ist er dafür verantwortlich, traditionelles Wissen fit für einen globalen Luxusmarkt zu machen. Seine Dachorganisation vereint kunsthandwerkliche Betriebe aus aller Welt, die oft über Generationen in Familienhand waren. Sie sind hoch spezialisiert und arbeiten mit Leder, Stoffen oder Metall. Alles Komponenten, die in einer globalen Luxusindustrie in höchster Qualität und Anzahl benötigt werden. Wie dieser Spagat gemeistert werden kann, erklärt der 42-Jährige, der über den Bildschirm aus Paris zugeschaltet ist.

Herr De Rosa, Sie sind gerade aus Japan zurückgekehrt, mit einem neuen Partner an Bord. Um welches kostbare Handwerk handelt es sich?

Wir haben zwei Partner in Japan: Kuroki, die auf Denim spezialisiert sind, und nun kommt Hosoo dazu, ein Unternehmen, das seit fast 400 Jahren in Familienhand ist. Es ist eine Seidenmanufaktur, und uns interessiert nicht nur, wie sie die Seide verarbeiten, sondern auch, dass sie sich mit der Herstellung, also mit Seidenkokons, auskennen. In Europa ist dieses Wissen verloren gegangen, und alle verlassen sich bei dem Thema inzwischen hauptsächlich auf China. Aber Japan hat ebenfalls eine große Seidentradition. Was Kunsthandwerk angeht, ist Japan aufgrund von kulturellen und sprachlichen Barrieren wie eine verschlossene Goldmine. Es braucht sehr viel vertrauensbildende Maßnahmen, um dort Türen zu öffnen. Deshalb haben wir dort ein Büro eröffnet, das unseren

und diesen Teil der Welt zusammenbringen kann.

Das klingt nach einer wunderbaren und nützlichen Akquisition für die Luxusmarken von LVMH. Was bringt es dem alten Familienbetrieb?

Es bedeutet, dass ihr Know-how mit den Maisons geteilt werden kann. Das führt zu besseren Produkten und zu mehr Innovation. Wir können über sensible Projekte sprechen, gemeinsam planen und die Herausforderungen unserer Zeit angehen, was zum Beispiel Qualität, Haltbarkeit und Nachhaltigkeit angeht. Auf sich allein gestellt, würden viele dieser traditionellen Unternehmen es nicht schaffen, ihre Produktionen an die Anforderungen der heutigen Zeit anzupassen. Mit uns zusammen klappt das.

Das heißt, Ihre Aufgabe ist es, traditionelles Handwerk in die Zukunft zu führen?

Genau. Die Identität des Handwerks dauerhaft zu bewahren. Deshalb müssen wir uns anschauen, wie die Dinge gemacht werden, die Methoden hinterfragen und verbessern.

Wie erhöht man den Output in Metiers, die von hoch spezialisierter Handarbeit, Sorgfalt, wenn nicht gar bewusster Langsamkeit handeln?

Als Luxusgruppe geht es uns um Exzellenz. Unser Job ist es aber auch, die Reproduzierbarkeit von Luxus zu gewährleisten. Das ist nicht leicht, denn viele Kunsthandwerker werden sagen: „Ich habe es schon immer so gemacht, und so soll es bleiben.“ Nur, das funktioniert auf Dauer oft nicht, und deshalb pushen wir Innovation, wo es nur geht. Es geht nicht nur um Skalierbarkeit, sondern auch um die Menschen, denn einige Gewerbe sind nicht



Wertgeschätzt: Krokodilleder wird in Singapur aufgespannt, um es nicht zu beschädigen. Und in Italien auf Qualität geprüft (oben)



gerade förderlich für die menschliche Gesundheit oder die Umwelt.

Aber kommt dann nicht doch irgendwann der Punkt, wo Kunsthandwerk nicht mehr Kunsthandwerk, sondern sehr hochwertige Massenproduktion ist?

Das wird nicht passieren, denn die Unternehmen, mit denen wir arbeiten, stehen für eine Art von Exzellenz, an der sich nichts ändern darf. Wir machen ihre Arbeit relevant für die Zukunft. Wachstum passiert in der Konsequenz, aber es ist nicht das Ziel unserer Bemühungen.

Wie finden Sie die Ateliers, mit denen Sie zusammenarbeiten? Gibt es in diesem Bereich Trendscouts, und stehen Sie dabei in Konkurrenz zu anderen Luxusmarken?

Ja, wir scouten. Da geht es nicht nur um das exzellente Produkt, sondern auch um die Einstellung der Gründer. Wenn wir auf jemanden zugehen, sprechen wir nicht als Erstes über Zahlen, sondern darüber, wo wir langfristig hinwollen. Sie müssen neben der Tradition auch der Zukunft zugewandt sein. Es gibt einen riesigen Wettbewerb in diesem Bereich, auch durch Hedgefonds oder andere Marken. Dabei geht es vielen aber nur um die Kapazitäten. Uns geht es um den Erhalt und Weiterführung des Handwerks – nicht nur für LVMH, sondern für alle. Viele unserer Kunden sind gar nicht Teil unserer Gruppe.

Kunsthandwerk ist auch ein romantisches Synonym für Beständigkeit. Nun ist es ein globales Geschäft. Wo liegt da der Vorteil? Exzellenz gibt es überall auf der Welt: von der Mongolei über Australien bis Afrika oder Singapur. Es macht unseren Job vielschichtiger und manchmal komplizierter. Es braucht viel Feingefühl, Geduld und Respekt, sodass es auf

das Beste für beide Welten hinausläuft. Was die Romantik angeht: Damit kann man Nachwuchskräfte nicht mehr locken. Die jungen Leute, die bei uns anfangen, wollen natürlich auch stolz auf ihren Beruf sein, aber wir bieten ihnen eine globale Karriere. Unsere Auszubildenden beginnen vielleicht in Italien, aber danach gehen sie nach Singapur, Japan oder die USA, je nachdem, was sie genau machen.

LVMH Métiers d'Art unterhält auch Produktionsstätten für exotisches Leder. Das empfinden manche eher als grstig. Warum verwenden Sie diese Materialien noch?

Bei jeglichem Leder, nicht nur exotischem, ist Leder das Abfallprodukt der Fleischindustrie. Dazu kommt, dass in vielen Ländern, zum Beispiel in Afrika, ganze Kommunen von dieser Arbeit leben. Auch das ist für uns ein nachhaltiger Aspekt: Wir feuern nicht 150 Leute, um kostengünstiger zu produzieren. Es ist nicht meine Aufgabe zu beurteilen, was der Kunde am Ende kaufen möchte oder nicht. Mein Job ist es, dass die Materialien dafür hochwertig sind und dass transparent produziert wird.

Echte Nachhaltigkeit entsteht, wenn wir den Verführungen widerstehen und weniger konsumieren, oder?

Bedenken Sie am Beispiel von Leder: Wenn wir das Leder nicht verarbeiten würden, würde es auf der Müllkippe landen. Es geht immer um die Fragen: Was brauchen wir, und wie können wir es am besten herstellen? Wir müssen die Produktion ändern und unseren Konsum. Und das ist ein langer Weg. Wenn in fünf Jahren die Kunden in unsere Läden kommen und fragen, wie etwas hergestellt wird und wo etwas herkommt, dann wird das ein großer Erfolg sein und ein Schritt voran.



Feuer und Flamme: Auf den Denim der Firma Kuroki wird eine dünne Schicht von geschmolzenem Bienenwachs appliziert (oben); Denim wird gefärbt und aufgespannt (unten)



„Goldgrube“ Japan: Matteo De Rosa (oben) und LVMH Métiers d'Art haben in Japan ein Büro eröffnet. Seiden- und Denimhersteller sind Teil des Netzwerks. Die Manufaktur Hosoo lotet Grenzen des Materials aus



LVMH MÉTIERS D'ART (4); PIER CARLO QUECCHIA; NAGATA-T@IB-P.COM(8)

Der Wandel der Zeit

JAHRESHOROSKOP

Wird's besser, wird's schlimmer?
Was die Sterne für uns im kommenden Jahr bereithalten, weiß Astrologin LORI HABERKORN.
Mit Illustrationen von MARTINA HUESGEN

Ein Jahr voller Potenzial und Möglichkeiten liegt vor uns – sind Sie bereit, durchzustarten? Eines ist klar: 2024 steht im Zeichen des Wandels. Und auch wenn das neue Jahr gelegentliche Herausforderungen mit sich bringt, so überwiegen 2024 die positiven Momente, ganz im Sinne des Sonnenjahres. Die Sonne bringt uns mit ihrer leuchtenden Strahlkraft unseren eigenen Stärken und Qualitäten näher und ebnet den Weg zu höchsten Zielen. Während das vergangene Jahr mit dem Jahresregenten Mars alles auf den Kopf gestellt und zusammen mit Uranus fortlaufend Impulse zur Veränderung geliefert hat, so gilt es nun vor allem bis März, nochmals alle letzten wichtigen Schritte abzuhaken, sodass Sie 2024 im Sonnenjahr richtig ankommen können. Es ist Zeit, zu scheitern, die eigene Kraft zu erkennen und richtig einzusetzen, sodass Sie zu Freude und neuen Erfolgen gelangen. Doch da, wo Licht ist, da ist auch Schatten, und so wird 2024 all das beleuchtet, was (noch) nicht so gut läuft, alten Mustern verhaftet ist und nach vorn gebracht werden muss. Kehrt Pluto Ende Januar zurück in den Wassermann, stehen alle Sterne auf Innovation und Veränderung. Für neue Perspektiven und eine bessere Zeit – für das Kollektiv, aber auch für das Individuum. Großes schafft man am besten gemeinsam. Dabei unterstützt uns ab Ende Mai Jupiter in den Zwillingen. Durch Austausch und Zusammenhalt bringt er nicht nur einen persönlichen, sondern auch beruflichen Aufschwung mit sich. Selbstverständlich kommt auch die Liebe im neuen Jahr nicht zu kurz. Venus und Mars schenken uns im Mai, Juni und Juli romantische Abenteuer. Das ICON-Jahreshoroskop verrät Ihnen Ihre persönlichen Chancen im Sonnenjahr 2024. Lesen Sie zu Ihrem Sternzeichen auch gern noch das Horoskop Ihres Aszendenten. Gemeinsam wird es Ihr 2024!



Widder

21. MÄRZ – 20. APRIL

2023 haben Sie jedes Hindernis mit Ambition und Bravour überwunden. Kein Weg war zu weit, keine Aufgabe zu schwer. Das Marsjahr hat Kräfte in Ihnen geweckt, die Ihnen auch im Jahr 2024 zugutekommen. Als Sonnenjahr ist das Glück auch dieses Jahr an Ihrer Seite. Sie surfen auf der Erfolgswelle, und das 2024 vor allem in Ihren zwischenmenschlichen Beziehungen. Als erstes Tierkreiszeichen und Feuer-element haben Sie stets mindestens ein Ziel vor Augen. Sie lieben das Abenteuer, das Risiko und haben große Visionen. Diese gilt es 2024 jedoch nicht mehr allein zu bewältigen.

Ja, Sie können alles allein schaffen.

Aber ist man zusammen nicht weniger allein? Die Sonnenfinsternis in Ihrem Zeichen am 8.

April katapultiert Sie in ein neues Level Ihres Selbst und eröffnet Möglichkeiten der Gemeinsamkeit, die vor allem im Mai und Juni tiefer erforscht werden möchten. Während zur selben Zeit Ihre beruflichen Projekte so einiges von Ihnen abverlangen können, gilt es bereits im April mit dem rückläufigen Merkur in Ihrem Zeichen, Ihre Bedürfnisse unter die Lupe zu nehmen.

Als Widder sind Sie für Großes bestimmt, also treffen Sie spätestens im Juni eine Entscheidung für sich und Ihren Weg. Jupiter ist an Ihrer Seite und unterstützt Sie tatkräftig bei einem Aufstieg, Wechsel oder gar Neustart. Und auch der November bringt die eine oder andere berufliche Überraschung mit sich. Das ist Ihre Zeit, um zu strahlen! Bleiben Sie neugierig, wagen Sie Risiken und genießen Sie vor allem die romantischen Stunden zu zweit. 2024 bringt eine neue Kraft der Fülle!

Stier

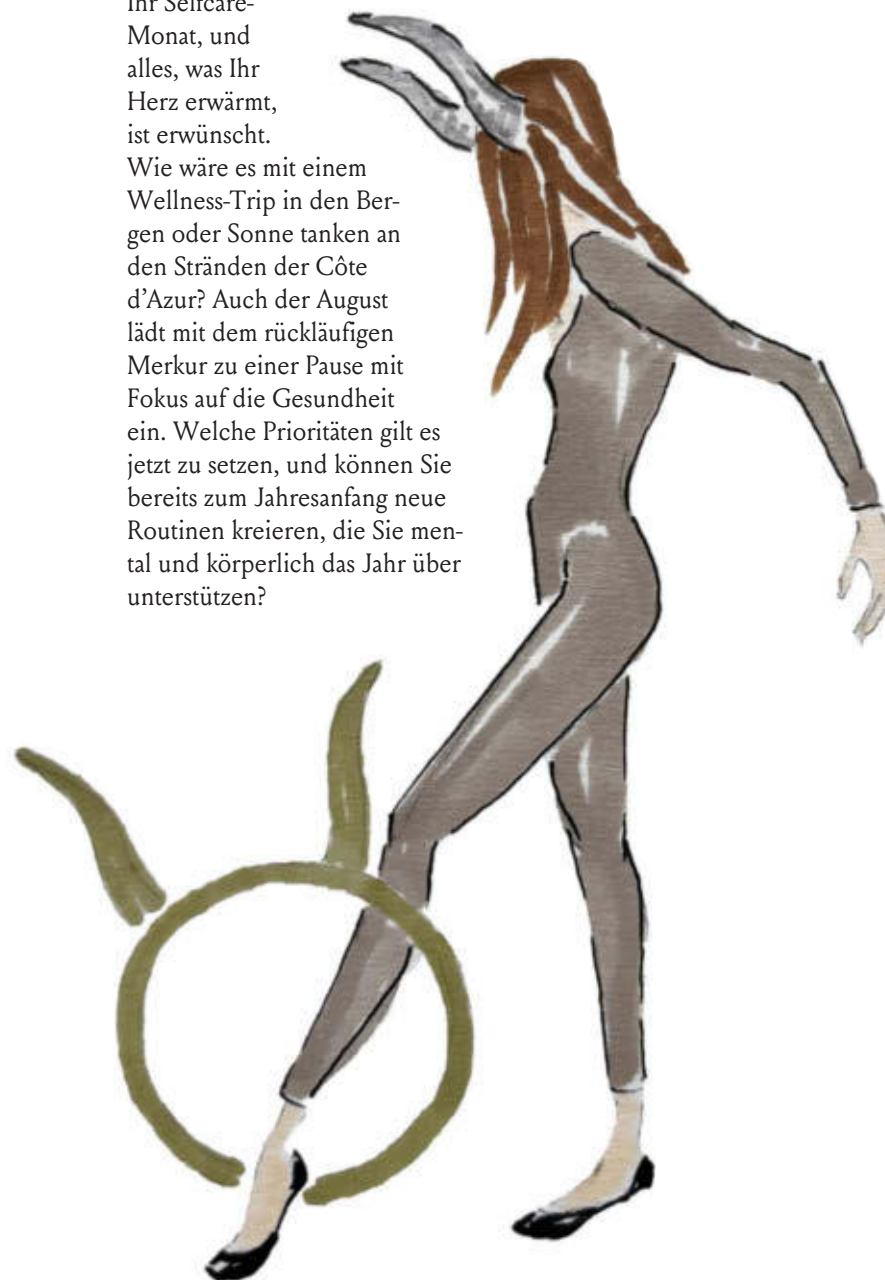
21. APRIL – 20. MAI

Uranus in Ihrem Zeichen sorgt für eine Achterbahnfahrt der Gefühle – und das bereits seit 2018. Das Gute: Sie haben sich an die stetigen Veränderungen gezwungenermaßen gewöhnt und es fällt Ihnen immer leichter, die Komfortzone zu verlassen, um neue Wege zu gehen. 2024 und 2025 erreichen diese Veränderungen nun ihr Endstadium. Nicht immer einfach, aber spätestens 2025 werden Sie verstehen, warum Sie so durchgerüttelt werden müssen, denn all dies passiert für Sie.

Die letzten Jahre haben Sie stark zu Ihren wahren Werten zurückgebracht. 2024 möchte dieses neu gewonnene Bewusstsein in all Ihre Tätigkeiten miteinbezogen werden. Träumen Sie groß und erlauben Sie sich, endlich anzukommen. „Was lange währt, wird endlich gut.“ Genau das ist Ihr Motto für 2024. All Ihre Mühen werden nun belohnt, und bereits im ersten Halbjahr können Sie mit Jupiter in Ihrem Zeichen die ersten Lorbeeren ernten. Vor allem eine Entscheidung rund um den 20. April könnte dafür ausschlaggebend sein.

Stärken Sie im Januar Ihr soziales Netzwerk und genießen Sie die über das gesamte Jahr stetig wachsenden Freundschaften. Venus erweckt im Mai in Ihrem Zeichen nicht nur Lust auf Liebe und Genuss, sondern legt hierbei auch den Fokus auf Sie selbst. Der Mai ist definitiv Ihr Selfcare-Monat, und alles, was Ihr Herz erwärmt, ist erwünscht.

Wie wäre es mit einem Wellness-Trip in den Bergen oder Sonne tanken an den Stränden der Côte d'Azur? Auch der August lädt mit dem rückläufigen Merkur zu einer Pause mit Fokus auf die Gesundheit ein. Welche Prioritäten gilt es jetzt zu setzen, und können Sie bereits zum Jahresanfang neue Routinen kreieren, die Sie mental und körperlich das Jahr über unterstützen?



ANZEIGE

NIESSING SPANNRING® ÄRA HIGHLIGHTS
Sind Sie bereit für das Original einer neuen Ära?



NIESSING

150TH ANNIVERSARY
OF NIESSING
SINCE 1873



Zwillinge

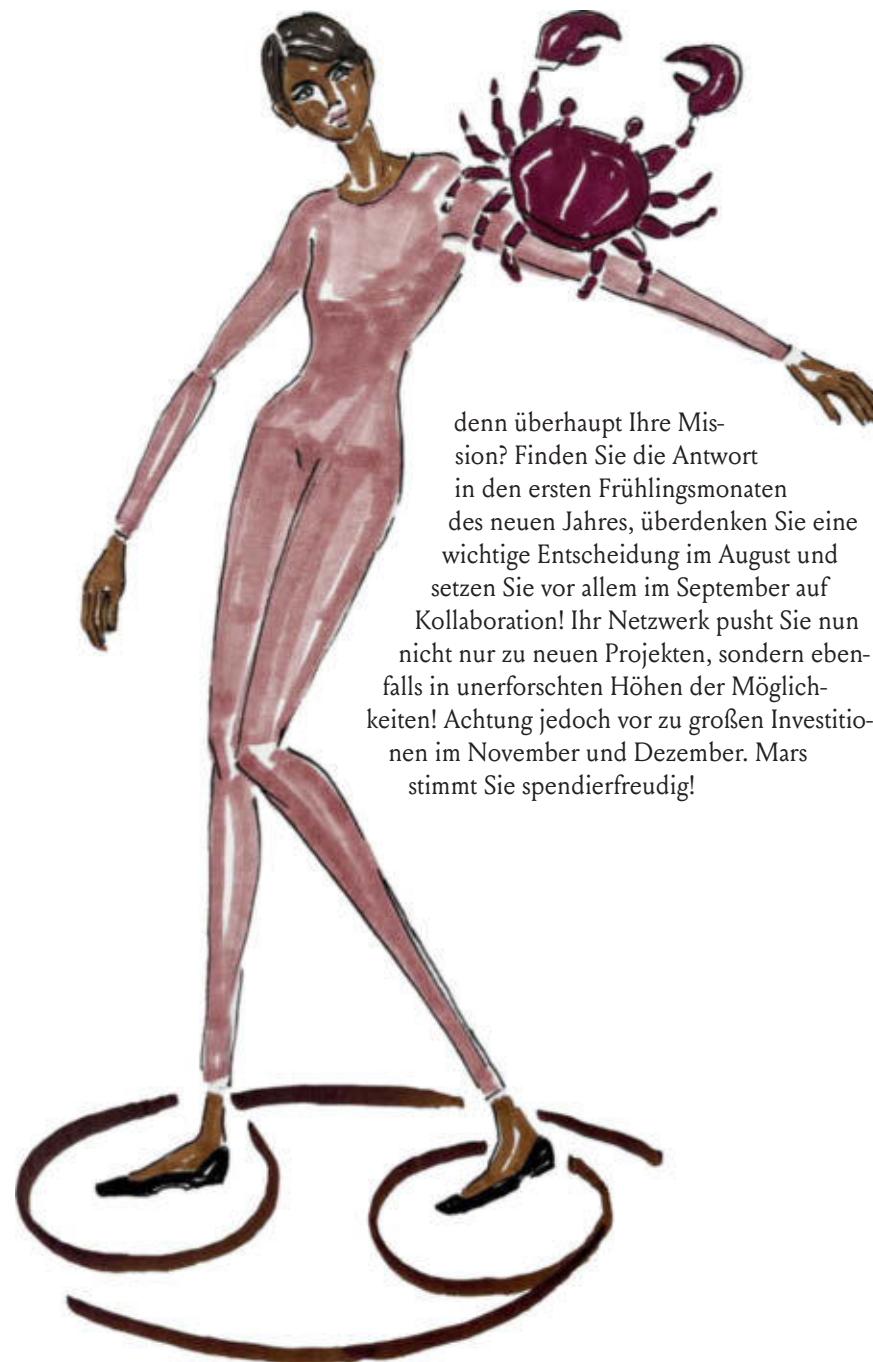
21. MAI – 21. JUNI

Glücklich, glücklicher – Zwillinge! Sie sind zusammen mit den Löwen die Glückskinder des neuen Jahres. Warum? Glücksplanet Jupiter wandert am 25. Mai in Ihr Zeichen und beschenkt Sie für ein gesamtes Jahr mit Erweiterung, Fülle und Erfolg! On top fühlen Sie sich ab März im Sonnenjahr so richtig wohl, und auch Pluto im Wassermann bringt Schritt für Schritt Ihren persönlichen Wandlungsprozess zum fulminanten Finale. Als Luftikus Zwilling sind Sie stets voller Optimismus und zukunftsorientiert und verfügen auch über einen sehr aktiven Geist und ein Gedankenkarussell, das nur selten stoppt. 2024 wird ein schnelles und bewegtes Jahr, und umso wichtiger ist es, Stabilität und Sicherheit in Ihren Alltag zu bringen. Während Sie sich in der ersten Jahreshälfte noch mit Sport und körperlichen Aktivitäten erden, so ist es spätestens im Herbst die seelische Arbeit, die Ihnen ein ganz neues Gefühl verleiht. Positive Affirmationen, „Breathwork“ und „Moon Manifesting“ gehören nun zu ihren Routinen und deren Benefits machen sich nicht nur im Job, sondern vor allem auch in entspannten Beziehungen und Partnerschaften bemerkbar. Obwohl Sie es lieben, mit dem Leben zu flirten, erweckt Saturn auch in Liebeshingen eine Sehnsucht nach Stabilität, Ehrlichkeit und einer Entscheidung. Venus schenkt Ihnen nach einem aufregend wilden Sommer mit Schmetterlingen den Kick, Nägel mit Köpfen zu machen. Die Antwort lautet Ja, wie auf so viele andere Fragen im neuen Jahr.

Krebs

22. JUNI – 22. JULI

Als feinfühler Krebs lieben Sie die Nähe und Geborgenheit zu Ihren Liebsten, denn Sie sind ein Familienmensch. Und vor allem dieses Jahr löst Neptun in den Fischen noch mehr Streben nach Liebe und Wertschätzung in Ihnen aus. Saturn zeigt Ihnen im Laufe des Jahres immer mehr, wie wichtig und wohltuend starke, emotionale Verbindungen sind. Während Sie zum Jahresbeginn noch im Liebesglück schwelgen, liegt Ihre Aufgabe ab Februar glasklar in der Selbstliebe. Denn jede glückliche und erfüllte Beziehung im Äußeren beginnt bekanntlich mit der Beziehung zu sich selbst. Eventuell ist es auch Zeit, sich für Unterstützung von außen zu öffnen. Sie müssen die Intensität Ihrer Emotionen nicht immer allein tragen. Denken Sie daran: Sie sind es wert, geliebt zu werden! Und das Sonnenjahr erfüllt ab April dann nicht nur Ihr Herz, sondern Ihren gesamten Körper. Mit der Kraft des Frühlings dürfen auch Sie wieder zurück in Ihre Stärke kommen. Mit einem neu gefundenen Selbstwert und klaren Zielen gilt es vor allem in der zweiten Hälfte des Jahres, in Sichtbarkeit zu kommen. Welche Projekte und Wünsche dürfen verwirklicht werden? Wie können Sie dabei noch mehr Ihrer wahren Bestimmung nachgehen? Und was ist



denn überhaupt Ihre Mission? Finden Sie die Antwort in den ersten Frühlingsmonaten des neuen Jahres, überdenken Sie eine wichtige Entscheidung im August und setzen Sie vor allem im September auf Kollaboration! Ihr Netzwerk pusht Sie nun nicht nur zu neuen Projekten, sondern ebenfalls in unerforschten Höhen der Möglichkeiten! Achtung jedoch vor zu großen Investitionen im November und Dezember. Mars stimmt Sie spendierfreudig!

Löwe

23. JULI – 23. AUGUST

Spotlight on you! Das Sonnenjahr ist ein Löwe-Jahr und somit sind 2024 alle Augen auf Sie gerichtet. Als feuriger Löwe verfügen Sie über eine Aura, die jeden noch so dunklen Raum erhellt und Ihre Lebensfreude ist nicht nur motivierend, sondern auch ansteckend. Ab 20. März sind Ihre Qualitäten und Fähigkeiten mehr gefragt denn je, und nach möglichen Strapazen des letzten Jahres ist es Zeit, mit Selbstbewusstsein und Selbstdisziplin voll präsent zu sein. Die Welt ist Ihre Bühne und Sie sind der Mittelpunkt. Ihre Superkraft ist Ihr positives Mindset und dieses bringt Sie vor allem ab Juli zu einigen Höhen. Merkur und Venus in Ihrem Zeichen machen Sie unwiderstehlich, und nun können Sie nicht nur in Verhandlungen überzeugen, sondern auch Stück für Stück von alten Ängsten loslassen, sodass Sie spätestens mit dem Neumond in Ihrem Zeichen am 4. August so richtig in Ihrer Essenz ankommen. Eventuell ist es dann Zeit, über größere Verantwortungen nachzudenken. Ein beruflicher Aufstieg, eine neue Führungsposition oder die Realisierung eines lange in Ihnen schlummernden Wunsches? Tauchen Sie im August nochmals in die Reflexion ein, schenken Sie sich Zeit für sich und beherzigen Sie Tipps und Tricks Ihrer Freunde. Mars möchte Sie ab November auf ein neues Level katapultieren, und eins ist klar: Sie sind bereit dafür – so was von. Wichtig dazu: Strukturen, Disziplin und eine klare Vision. Dann steht einem spannenden Jahresende auch nichts mehr im Wege.



COLLEEN B. ROSENBLAT



RINGE AUS 18 KARAT WEISSGOLD
MIT TANSANIT, BERYLL UND TURMALINEN.
HANDGEFERTIGT IN HAMBURG.

MITTELWEG 49 A · 20149 HAMBURG

WWW.ROSENBLAT.DE

Jungfrau

24. AUGUST – 23. SEPTEMBER

Statt Perfektionismus regiert die Liebe, und obwohl Vernunft und Verstand noch immer stetige Begleiter sind, so kommen Sie dank Neptun und Saturn in den Fischen 2024 vollkommen im Vertrauen und somit in einer neu gewonnenen Gelassenheit an. Der Frühling lässt mit Venus Ihr Herz tanzen und im Mai und Juni dürfen Sie immer mehr die To-do-Liste ruhen lassen, um in den wilden Alltags-Abenteuern ein neues Gefühl von Leichtigkeit und Freude zu finden. Tatsächlich erweckt Jupiter in den Zwillingen ab Juni eine neue spontane Seite in Ihnen, die nicht nur Ihre Liebesbeziehungen, sondern auch Ihre Freundschaften in neue Sphären der Verbundenheit katapultiert. Behalten Sie sich diese Verspieltheit auch in Ihren beruflichen Entscheidungen bei. Denn tatsächlich reiten Sie ab Ende Mai im Job auf der Erfolgswelle, und dies könnte im Sommer und Herbst einiges von Ihnen abverlangen. Verhandeln Sie klug, hören Sie im September und Oktober bei Entscheidungen auf Ihr Bauchgefühl und bringen Sie die notwendige Balance in Ihren Arbeitsalltag. Als fleißige Jungfrau arbeiten Sie gern, oft und nicht selten zu viel. Und dabei ist gerade der Ausgleich von geistigen, aber auch seelischen und körperlichen Aktivitäten für Sie besonders wichtig. Um Überforderungen vorzubeugen, planen Sie mehr als genug Zeit für Ihre Liebsten, spontane Abenteuer oder auch sportliche Aktivitäten ein. Denn 2024 sind es neben den beruflichen Erfolgen vor allem die persönlichen Erfahrungen, die Ihr Jahr prägen.



Waage

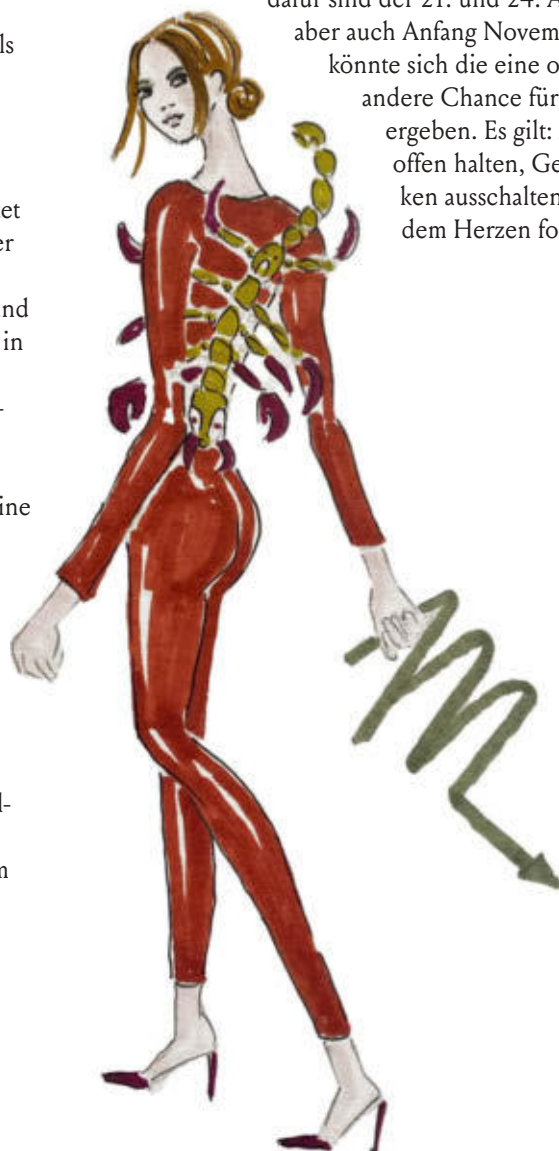
24. SEPTEMBER – 23. OKTOBER

Als Waage lieben Sie das Schöne im Leben. Kunst, Kulinarik, Mode und ein Hauch von Luxus dürfen nicht fehlen. 2024 wissen Sie mehr denn je, dass das Leben hier ist, um gelebt und genossen zu werden – in vollen Zügen. Sie stellen Ihre eigenen Bedürfnisse und Prioritäten an erste Stelle, und das nicht aus Egoismus, sondern aus Selbstliebe. Klare Kommunikation ist essentiell und diese bringt Sie nicht nur in Ihren zwischenmenschlichen Beziehungen, sondern auch im Job voran. Als Waage haben Sie ein gutes Händchen für Diplomatie und Zusammenarbeit und das können Sie im Juli für sich nutzen. Merkur unterstützt Sie bei Verhandlungen, und gute Konditionen können nun für Sie ausgearbeitet werden. Ihre Finanzen sind rosig, und Jupiter in den Zwillingen löst ein neues Gefühl von Freiheit und dem Wunsch nach Expansion und Fülle in Ihnen aus. Vielleicht ist es nun Zeit, in ein Eigenheim zu investieren? Doch auch die Romantik kommt in 2024 definitiv nicht zu kurz. Gleich zu Jahresbeginn schweben Sie mit Venus auf Wolke sieben, und besonders der April erweckt mit Mars eine leidenschaftliche und wilde Seite in Ihnen. Stellen Sie sich auf prickelnde Abenteuer und einen Neuanfang in Sachen Liebe ein. Beziehungen können nun geknüpft, vertieft oder begonnen werden! Die Sonnenfinsternis in Ihrem Zeichen bringt auch am 2. Oktober eine Überraschung mit sich. Ob Zuwachs oder ein Ring an Ihrem Finger, oder ... – die Sterne werden es zeigen. Halten Sie sich auf alle Fälle Zeit für spontane Kurztrips frei und stellen Sie vor allem zum Jahresende Ihre Gesundheit in den Fokus, um topfit ins neue Jahr zu starten!

Skorpion

24. OKTOBER – 22. NOVEMBER

2024 lässt Sie größere Zusammenhänge verstehen, bringt Sie Ihrer Essenz näher und öffnet dabei Ihr Herz für das Ausleben Ihrer sensiblen und intuitiven Seite. Mit Pluto ist 2024 für Sie ein Jahr des vermeintlich unscheinbaren, inneren Wandels, der jedoch am Ende des Jahres im Außen deutlich sichtbar wird. Als Skorpion sind Sie kritisch, und es ist nicht immer einfach, an Ihren wahren Kern ranzukommen. 2023 haben Sie sich jedoch für neue Beziehungen geöffnet, und bereits zum Anfang 2024 dürfen Sie immer mehr Unterstützung durch tiefgründige Verbindungen in Ihr Leben einladen. Ihr Vertrauen in sich und das Leben wird stärker, und vor allem ab Mai regieren Leichtigkeit, Spaß und Freude Ihr Leben. Behalten Sie jedoch im März Ihre Finanzen gut im Blick. Dann können Sie sich im Juni den ein oder anderen Trip an Lieblingsorte gönnen. Denn Auszeiten für Körper, Geist und Seele sind in der Mitte des Jahres ein Muss. Kreieren Sie am besten bereits in der ersten Jahreshälfte eine Work-Life-Balance und engagieren Sie gegebenenfalls auch einen Business-Coach. Als ehrgeiziger Skorpion können Sie zwar alles allein schaffen, müssen es aber nicht. Dieses Jahr benötigt sowohl privat als auch beruflich mehr Planung und Struktur, damit Sie Ihre Vorstellungen zielstrebig aufs nächste Level bringen können. Wichtige Tage dafür sind der 21. und 24. April, aber auch Anfang November könnte sich die eine oder andere Chance für Sie ergeben. Es gilt: Augen offen halten, Gedanken ausschalten und dem Herzen folgen!



Schütze

23. NOVEMBER – 21. DEZEMBER

2024 startet mit Merkur, Venus und Mars total in Ihrem Zeichen. Nutzen Sie diesen kosmischen Push, um sich mit genügend Energie für dieses Jahr aufzuladen, denn Sie werden sie brauchen. Das Sonnenjahr löst ab dem 20. März einen Drang nach Selbstverwirklichung in Ihnen aus. Der Wunsch nach Erweiterung und dem großen Abenteuer namens Leben sprudelt in Ihnen, und gleichzeitig zeigt Saturn weiterhin Grenzen auf, die es zu überwinden gilt. Nicht immer findet Fortschritt im stetigen Tun statt. Meist benötigt es einen kurzen Stillstand, um sein eigenes Glück zu finden. Klappen wird das 2024 mit Sicherheit, denn Sie gehören definitiv zu den ambitioniertesten Zeichen des neuen Jahres. Reden Sie also nicht lange um den heißen Brei herum, sondern nehmen Sie Ihr Leben selbst in die Hand. Möchten Sie Ihren Beruf wechseln oder eine eigene Business-Idee umsetzen? Familie gründen und in den Süden ziehen? Just do it! Und ja, auch beides ist möglich. Karriere und Familie. Sie wissen, was Sie wollen, und mit Jupiter erhalten Sie ab Juni genau den Push, den Sie für die Umsetzung Ihrer Wünsche benötigen. Planen Sie im März und September immer wieder Pausen zur Reflexion und Körperarbeit ein. Die Eklipsen könnten Sie in dieser Zeit stark beeinflussen, und es gilt, mit langen Spaziergängen in der Natur, einer gesunden Ernährung und Me-Time das Immunsystem (und die Psyche) zu stärken. Mit dem 18. Oktober richtet sich der Fokus immer mehr auf Liebe und private Erwartungen. Erlauben Sie sich, das Jahresende gemütlicher und ruhiger anzugehen.

ANZEIGE

IHR REZEPT FÜR ZEITLOSE SCHÖNHEIT.

Effektive Wirkstoffkosmetik für alle Hauttypen.



Dr. Luise Berger



Erfahren Sie mehr

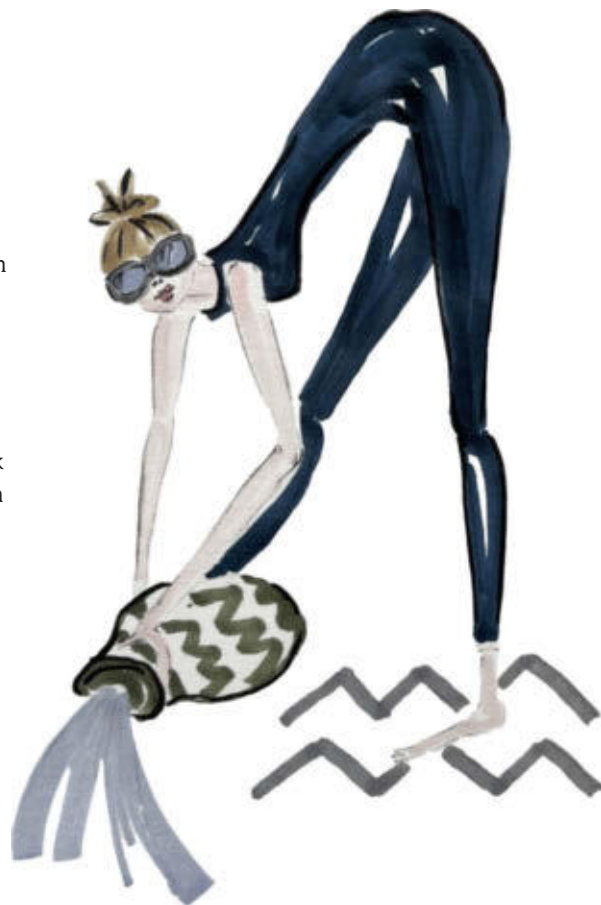
DOC.BERGER | EFFECT

Steinbock

22. DEZEMBER – 20. JANUAR

Ambitioniert, ruhig und mit einem Power-Plan to go – so kennen wir Sie. Sie sind ein echtes Arbeitstier, stets mit einem klaren Ziel vor Augen. Mit jedem Jahr kehrt jedoch auch mehr Gelassenheit und Ruhe in Ihr Wesen und anstatt Ruhm, Ehre und Erfolg regieren die Werte von emotionaler Fülle durch Glück und Zufriedenheit. Immer mehr löst sich auch 2024 mit Saturn in den Fischen Ihre harte Schale als Workaholics und wir lernen die Vorzüge Ihres weichen Kerns kennen. Öffnen Sie sich bereits im Februar für neue Kontakte und pflegen Sie diese über das gesamte Jahr mit gemeinsamen Aktivitäten, kleinen Aufmerksamkeiten und Quality-Time. Diese können Sie im Laufe des Jahres nicht nur privat erfüllen, sondern vor allem gegen Jahresende zu einem geschäftlichen und finanziellen Erfolg führen. Denn auch die Goldmarie aka Jupiter ist im ersten Halbjahr, vor allem aber ab Juni an Ihrer Seite und bringt Schwung in Ihre Projekte und Vorhaben.

Achten Sie dabei im April auf Ihre Gedanken und Ideen. Ein Geistesblitz durch Uranus könnte dieses Jahr ausschlaggebend für Sie werden! 2024 führen Sie jedoch nicht nur Ihre präzisen Herangehensweisen zum Erfolg, denn es sind vor allem die spirituellen Praktiken, die Ihnen eine neue Superkraft und Stärke verleihen. Der November überschüttet Sie mit Venus in Ihrem Zeichen mit Liebe und freudigen Momenten und Ihr Jahr endet leidenschaftlicher denn je!



Wassermann

21. JANUAR – 19. FEBRUAR

2024 sind Sie das Role-Model der Zukunft. Ihre optimistische, innovative und zukunftsorientierte Art ist genau das, was die Welt nun für Fortschritt und neue Perspektiven benötigt. Umso wichtiger ist es, dass Sie sich 2024 treu bleiben und Ihren eigenen Weg gehen. Auch und vor allem, wenn Pluto von Februar bis September und dann wieder ab Ende November in Ihrem Zeichen ist und somit auch in Ihnen vieles verändert. Das neue Jahr ist durchaus geprägt vom Suchen und Finden Ihres Seelenweges, und es gilt, stets nach vorn zu blicken. Schärfen Sie Ihre Visionen für das neue Jahr gleich am Jahresanfang und setzen Sie sie Schritt für Schritt um. Manche benötigen etwas mehr Zeit, und das ist gut so, denn jetzt bereiten Sie Großes für die Folgejahre vor.

Der Juni eröffnet Ihnen neue Wachstumsschancen, und spätestens im November haben Sie nicht nur den Überblick, sondern auch die Kontrolle über all Ihre kreativen und geistigen Projekte – auch für das folgende Jahr.

Juni, September und Oktober stehen für Sie ganz im Zeichen der Liebe, und obwohl Sie als unabhängiger Freigeist gelten, so löst Saturn doch einen gewissen Wunsch nach Stabilität, Loyalität und Bindung in Ihnen aus. Überdenken Sie Ihre Beziehungen mit dem rückläufigen Merkur im August und lassen Sie sich in Ihr Glück fallen. Eine Bindung bedeutet nicht das Aus der Selbstbestimmung. Vielleicht können Sie genau durch eine Beziehung zu einer neuen Form von Freiheit kommen. Achten Sie im April auf Ihr Nervensystem. Es könnte eine Auszeit benötigen!

Fische

20. FEBRUAR – 20. MÄRZ

Mit wichtigen Aufgaben und Herausforderungen machen Sie die wohl großen Quantensprünge des Jahres und zählen somit zu den Hidden Champions des neuen Jahres! Saturn lehrt in Ihrem Zeichen so einiges. Vor allem aber, Verantwortung für Ihre Gefühle und Bedürfnisse zu übernehmen und für sich selbst einzustehen. Es gilt, eine neue Selbstverantwortung mit Präsenz und Bewusstsein an den Tag zu legen, um damit auch zu mehr Lebenslust zu gelangen. Dabei unterstützt Sie ab dem 20. März vor allem die wärmende und optimistische Qualität des Sonnenjahres. Ein frischer Wind von Fröhlichkeit darf in Ihr Leben gehaucht werden, und das wird im Liebesleben deutlich spürbar. Mit dem Frühling und der Sonne blühen auch Sie auf, und jeder Moment möchte bewusst genossen werden. Kommunizieren Sie im März und im September klar Ihre Wünsche, denn nur dann können Sie auch Unterstützung erhalten. Meiden Sie wichtige Gespräche hingegen im April und August. Hier befindet sich Merkur nämlich in seiner Rückläufigkeit und verursacht häufig Missverständnisse. Nutzen Sie diese Zeit lieber für Ihre emotionale und mentale Gesundheit und verbringen Sie viel Zeit mit der Familie und Aktivitäten, die Ihnen Geborgenheit schenken. Auch in sportlichen Hobbys finden Sie 2024 eine besondere Kraft, und Work-outs bringen genau den nötigen Ausgleich in stressigen Phasen, die Mitte Mai beginnen. Jupiter bereitet in der ersten Hälfte des Jahres die besten Voraussetzungen für einen beruflichen Aufstieg vor und dieser wird nun immer stärker spürbar. Wichtig: Neben Ihren kreativen Fähigkeiten, sind nun auch Struktur und Planung erforderlich. Dann heimsen Sie ab September einen Erfolg nach dem anderen ein und dürfen im Scheinwerferlicht erscheinen!



BUCHERER 1888



CERTIFIED PRE-OWNED

AUTHENTICATED BY EXPERTS

TWO-YEAR GUARANTEE

BUY, SELL & TRADE

Das „Mini Milly“-Set von Dior gleicht einem fröhlichen Kinderbild, gemalt in Edelsteinen. Seine Herstellung ist alles andere als kinderleicht. SILKE BENDER besuchte das Haute-Joallerie-Atelier



Handwerk, Hightech und Idylle

Ganz oben, in der Mansardenetage der Maison Dior in der Avenue Montaigne, gleich über dem Haute Couture-Atelier, wird auch gestickt, modelliert oder genäht – aber mit Hochkarättern, Edelmetallen, 3-D-Druckern oder Laser-Lötmaschinen. Hier entstand die Haute-Joallerie-Kollektion „Les Jardins de la Couture“, mit 170 Stücken die bisher größte in der Geschichte des Hauses. „Nicht alle Stücke, das könnten wir 15 Mitarbeiter hier gar nicht allein schaffen“, präzisiert Werkstattleiter Eric, während wir durch diverse Sicherheitsschleusen gehen, in Wänden versteckte Türen nehmen und den Aufzug nach oben fahren. „Aber hier laufen alle Fäden zusammen. Hier ist die Forschungs- und Entwicklungsabteilung, hier werden die Sonderbestellungen von Kunden gefertigt – und das „Mini Milly“-Set mit Collier, Ring und Ohringen aus der aktuellen Kollektion.“ Alles beginnt mit einer Gouache-Skizze von Victoire de Castellane, seit 25 Jahren Kreativdirektorin für den Schmuck von Dior, und einem kurzen Briefing für Eric. Ihr Credo bei jedem Entwurf: Geht nicht, gibt's nicht. Das „Mini Milly“-Set ist benannt nach dem Garten von Christian Dior in Milly-la-Forêt, eine alte Mühle im Pariser Umland, die der Modeschöpfer ab 1948 zu seinem ersten Landsitz machte. Auf den Perlmutter-Plättchen schweben winzige Wolken aus Diamanten, Regenbogen, Bienen und Schmetterlinge, Bäume und Blumen aus Smaragden, Rubinen, gelben, rosa und blauen Saphiren, lila Purpuriten, grünen Demantoid-Granaten und Tsavoriten, Spessartiten in Oran-

ge und türkisfarbenen Paraiba-Turmalinen: wie die Miniatur eines fröhlichen Kinderbildes von einem Garten. „Und genau so hat Victoire auch ihre Idee beschrieben“, erzählt Eric und führt in einen Nebenraum mit diversen Hightech-Maschinen. „Im 3-D-Drucker bilden wir zunächst ein maßstabgetreues Modell in Kunstharz nach“, sagt er und zeigt jenes vom Ring, der Schicht für Schicht, Element für Element, darin Form annahm. Erst, wenn Victoire de Castellane mit diesem Modell zufrieden ist, werden die Juweliere aktiv. Mit dem Wachsauflöschverfahren, einer Technik, mit der bereits die alten Ägypter ganze Götterstatuen in Bronze gossen, werden die verschiedenen Edelmetallelemente des Schmuckstücks hergestellt: Wie zum Beispiel die hintere Stützstruktur aus Weißgold von Ring und Collier, mit der die Perlmutter-Plättchen eingefasst und verstärkt sind, oder Details wie der Baum aus Roségold und die Umrisse der Wolken. In der Juweliersprache sind das die „Kätzchen“, die Chatons: Edelmetallformen, die mit ihren Krallen die Steine später an ihrem Platz halten. „Dafür stellen wir zunächst ein Modell aus Juwelierwachs her, woraus die negative Gipsform entsteht, in die das flüssige Edelmetall gespritzt wird“, sagt Eric. An einem Arbeitstisch im Atelier dreht und neigt sich neben

Kein Kinderspiel: Man braucht bereits eine sehr ruhige Hand, um das Collier zu skizzieren (oben links). Das x-förmige Geflecht aus Weißgold schließt das Collier (oben rechts). Mit „Krallen“ werden Edelsteine befestigt (rechts)

einem Computermonitor gerade eine futuristische Art von rundem Plattenteller: In der Mitte zwei winzige Pflanzenblätter aus eben jenem Juwelierwachs, welche im blauen Laserlicht von allen Seiten gescannt und digitalisiert werden. Gearbeitet werde aber in erster Linie mit Handwerk, nicht mit Hightech. Die meisten Mitarbeiter polieren, schneiden oder fräsen jetzt schon an den „Kätzchen“ für die nächsten Dior-Schmuckstücke, die in etwa zwei Jahren präsentiert werden. „Von der Gouache-Skizze bis zum fertigen Juwel braucht es im Schnitt 18 Monate“, sagt Eric. Um das anschaulich zu machen, dreht er das Schmuckstück von der repräsentativen Vorderseite zur schmiegsamen Kette, einem x-förmigen Geflecht aus Weißgold und Diamanten, mit der es um den Hals verschlossen wird. „Es besteht aus 80 Weißgoldelementen, die eines nach dem anderen von den Juwelieren von Hand oder manchmal auch mithilfe der Lasermaschine verlötet sind.“ Erst danach kamen die Edelsteinfasser zum Zuge, die diese Struktur mit 120 Diamanten

WWW.PIOTRSTOKLOS.COM/6

besetzen. Er führt zum Tisch von Arthur, der gerade dabei ist, unter einem Mikroskop winzige Diamanten in ein filigranes Netz aus Gold zu setzen. In seiner linken Hand: Ein auf 15 Zentimeter abgeschnittener Stiel mit einem Kopf aus sogenanntem Faserzement, auf dem das Netz fixiert wurde. Immer wieder ein geübter Griff mit rechts zu Zange, Punzen, Pinzetten, Stichel oder Fräsen. Simplex Kleben ist ein No-Go in der Haute Joallerie. „Eine Präzisionsarbeit, bei der es auf einen Zehntel Millimeter ankommt“, sagt Eric. „Ein echter Profi ist man erst nach frühestens zehn Jahren.“ Diamanten seien da noch die leichteste Übung, weil es die härtesten Steine sind. Eine Herausforderung für die Edelsteinfasser beim „Mini Milly“-Set seien die vielen bunten

Steine gewesen, vor allem die grünen Tsavoriten, die sehr zerbrechlich sind. Eine kleine Unaufmerksamkeit und nicht nur der kostbare Edelstein ist hinüber, sondern auch das Gold-Kätzchen, was ihn hält – und alles muss von vorn gemacht werden. „Das passiert aber nur sehr, sehr selten“, weiß Eric aus seiner 30-jährigen Erfahrung als Juwelier. Einen solch gravierenden Patzer habe es jedenfalls bis zum allerletzten Fertigungsschritt nicht gegeben: dem Fixieren der fertigen Edelstein-Motive auf den Perlmutter-Plättchen mittels

Empfindliche Natur: Die winzigen Motive der Edelsteine erinnern an die Landschaft rund um das Landhaus von Christian Dior in Milly-la-Forêt und sind höchst empfindlich

mikroskopisch winziger Schrauben und Gewinde. Und so schweben heute die Diamant-Wolken, bunt schillernden Regenbögen, Bienen, Blumen und Bäume scheinbar kinderleicht in diesem blühenden Juwelengarten, den sich Victoire de Castellane vorgestellt hat. 18 Monate und babylonische 1200 Arbeitsstunden später.

ZUR ANPROBE

Alles, was geht, und mehr

Am Türsteher vorbei

Um die legendären Nächte im „Studio 54“ selbst erlebt zu haben, dafür ist Valérie Messika, Jahrgang 1976, viel zu jung. Als dort in New York am 4. Februar 1980 die letzte Party stieg – mit Liza Minelli und Diana Ross im Duett als Show-Act – spielte Valérie noch mit einer besonderen Art von Klötzchen: den Edelsteinen ihres Vaters André Messika, einem der damals führenden Pariser Diamantenhändler. Und doch fühlt sie sich von dieser Epoche magisch angezogen. „Ich wünschte, ich hätte sie erlebt“, sagt sie. „Von der Halston-Mode zur Kunst von Andy Warhol und der Musik von Diana Ross: Ich sauge die Geschichten nur so auf.“

Eines der Sets, das an die letzte Nacht im „Studio 54“ erinnern soll, heißt „Ultimate Party“: Sein Star ist ein breiter geschwungener Choker aus Weißgold mit einem „Duett“ von zwei Ausnahmesteinen: ein gelber Diamant mit 20,04-Karat im Birnenschliff und ein weißer Diamant von 9,07 Karat im Kissenschliff. Die makellose Fläche des Weißgoldes hat einen Spiegeleffekt und verstärkt noch die Reflexionen der Diamanten. Den oberen Rand des Chokers schmückt ein Pavé aus zart gefassten weißen Diamanten, die zusätzlich Lichtreflexe ins Gesicht der Trägerin werfen.

Das Spiel von weißen und gelben Diamanten ist so etwas wie der Refrain dieser Kollektion, wobei die weißen an den Mond und die gelben an die Sonne erinnern sollen: als Symbole von Tag und Nacht, die hier verschmelzen. Das wertvollste Stück der Kollektion ist das Collier „Glitter Fever“, in dem 15 gelbe Diamanten auf quadratischen Pavés aus Weißdiamanten funkeln. Zum ersten Mal wendet Messika hier das traditionell aus der Uhrenindustrie stammende „Snow Setting“ ein: Bei dieser Technik werden Diamanten unterschiedlicher Größe in einem scheinbar zufälligen Muster so angeordnet, dass so wenig Metall wie möglich sichtbar bleibt: Wie eine Schneedecke, die im Sonnenschein glitzert – oder hier besser als ein Dancefloor auf dem jeweils ein gelber Hochkaräter tanzt. Insgesamt 87,68 Karat Diamanten sind hier verarbeitet.

Womit sich der Kreis zu Valéries kreativen Spielen mit den Diamanten ihres Vaters schließt: „Meine erste Kette bastelte ich mit einer Angelschnur, an der ich die Steine auffädelt. Die Schnur war fast unsichtbar, man sah nur die Diamanten, die auf der Haut funkeln wie ein Tattoo. Ich glaube, da habe ich bereits instinktiv die Codes des Hauses gelegt.“



Messika

Natur als Metapher

Eines der ausgefallensten Stücke, der „Alata“-Earcuff, schaffte den Flug nach Paris nicht mehr. Er blieb direkt bei seiner neuen Besitzerin in Florenz, wo das Genfer Haus seine Haute Joaillerie bei einem Gala-Event erstmalig vorstellte. Wie ein majestätischer Vogelflügel schmiegt er sich ums Ohr, eine filigrane Schwinge, deren Federn aus gelbem und weißem Perlmutter, Diamantenpavés und im Piaget-typischen „Decor Palace“ gravierten Gelbgold bestehen und sich um zwei Diamanten aufrichten. Die Natur ist schon immer das große Thema von Piaget, die im 19. Jahrhundert als Uhrmacher in der Schweiz begannen und längst auch zu den Platzhirschen der Haute Joaillerie in Paris zählen. Oft veredelt die französische Federkünstlerin Nelly Saunier die hochkarätigen Schmuckstücke mit echtem Gefieder und minutiösen Intarsien.



Piaget

Diesmal geht Piagets Kreativdirektorin Stéphanie Sivrière einen Schritt weiter und übersetzt die Federn gleich in Hochkaräter und Edelmetalle.

Die Natur wird in „Metaphoria“ zur Metapher. Die kühlen Wasserstrudel in Gebirgsflüssen standen Pate beim „Mineralis“-Set, dessen Hauptstück eine asymmetrische Halskette aus Diamanten, Saphiren, Aquamarin und Bergkristall ist. Lichtreflexe der fließenden, amorphen Linien aus Diamanten und dunkelblauen Saphiren werden durch Überlagerungen von was-

serklaren Bergkristallen noch verstärkt. Deren innovative, von unten nach oben gekehrte Fassungen scheinen sich wie Tropfen und Rinnsale über die Strudel rund um den Hauptstein zu ergießen: ein lagunenblauer 13,25-Karat-Aquamarin im Kissenschliff. Smaragde aus Kolumbien und Intarsien aus Chrysopras, eine intensiv grüne Quarz-Varietät, dominieren das „Foliatum“-Set. Das außergewöhnlichste Stück darin ist eine Schmuckuhr, die sich als Armband tarnt. Zum Betrachter hin präsentiert sie einen dunkelgrünen Smaragd mit einem Gewicht von 6,59 Karat, um den sich stilisierte Blätter aus Chrysopras und graviertem Weißgold mit Diamantenpavés ranken. Am Puls der Trägerin befindet sich eine kleine Uhr mit Quarzlaufwerk mit einem Gehäuse aus Weißgold. So kann sie, falls sich der Abend doch langweiliger entwickelt als erhofft, im Handumdrehen diskret die Uhrzeit ablesen. Und falls es kein Entrinnen gibt, sich an der Schönheit ihres Schmuckstücks erfreuen.

MESSIKA; PIAGET; CLÉMENT ROUSSET - STUDIO CONTRASTE SARL; POMELLATO

Die Meister der Haute Joaillerie machen Jahr für Jahr das Unmögliche möglich. Und jedes Mal übertreffen sie sich selbst. SILKE BENDER bestaunte die neuesten Kreationen

Stadt, Land, Schmuck

Für Kreativdirektor Vincenzo Castaldo ist diese Kollektion in vielerlei Hinsicht eine besondere: In „Ode to Milan“ hat er nicht nur die kontrastreichen, architektonischen Facetten der Stadt in Edelsteinen nachempfunden, sondern auch seinen eigenen Lebensweg. „Mailand hat mich persönlich ebenso geprägt wie die modische Energie der Stadt unser Schmuckhaus“, sagt er bei der Präsentation in Paris. Seit 20 Jahren arbeitet Castaldo bei Pomellato, seit 2015 als Designchef.

Als Architektur- und später Modestudent machte er seine ersten Schritte: Das Mailänder Kopfsteinpflaster blitzt auf in den dreizehn, rauchig-grauen Mondsteinen des „Nudo Cascade Necklace“, ein Schmuckstück, das durch seine ungewöhnliche Monochromie ins Auge fällt. „Ich sehe darin auch die Flanellanzüge der Geschäftsmänner, die immer noch das Straßenbild prägen“, erzählt er. Doch Castaldo nimmt in dieser Kollektion nicht nur Details des historischen Mailänder Stadtbildes auf, von den Fensterformen des Doms oder die Ziegelverkleidung des Castello Sforzesco, sondern er blickt vor allem auf die Moderne: das Hochhaus von Pirelli aus den 1960er-Jahren sowie die Skyline in den Neubauvierteln Porto Nuova und Tre Torri.

Eines der herausforderndsten Stücke, so sagt er, sei das „Skyline“-Collier, in dem sich 128 farblich abgestufte Spinelle in zwei Doppelreihen um den Hals schmiegen: Wie die Fensterfronten des Pirelli-Hauses, in denen sich die Abendsonne spiegelt. Die leuchtenden, kissenförmig geschliffenen Spinelle reichen vom klassischen Rot bis zu den seltenen Farbgebungen wie Scharlach, Altrosa, hellem Mauve, Himmelblau oder eben Grau. Es habe Jahre gedauert, die passenden Spinelle für diesen besonderen Farbverlauf zu finden. Zwei seiner Lieblingsgebäude, die Zwillingstürme Bosco Verticale anno 2014 und das mit grünen, rautenförmigen Fliesen verkleidete Montedoria-Haus von Gio Ponti anno 1971, verschmelzen in den „Giardini Verticali“-Ohringen. 52 grüne und blaue Turmaline bilden dabei Dreierreihen, die beweglich mit jeder Bewegung der Trägerin mitschwingen. Die horizontal und vertikal gesetzten Steine scheinen auf den ersten Blick fassungslos verbunden zu sein: Jeder Stein ist in ein fast unsichtbares Netz aus leichtem, grünem Titan gefasst. Es sind Haute-Joaillerie-Stücke, die nicht nur die Gegenwart einer Stadt widerspiegeln, sondern die durchaus auch im urbanen Alltag tragbar sind.



Pomellato

Knock out!

Der Boxing, den Boucheron in seinem Stammhaus für die Präsentation aufbauen ließ, gab das Thema vor: Die Traditionen der Haute Joaillerie herauszufordern. Einmal im Jahr bekommt Kreativdirektorin Claire Choise die Carte blanche, und diesmal trat sie dafür wortwörtlich in den Ring. Der Kontrast zwischen dem fein ziselierten Goldstück an den Wänden aus dem 18. Jahrhundert und der Installation im typischen Memphis-Design in Bonbonfarben, Schwarz-Weiß-Streifen und geometrischen Figuren wie Kugeln, Würfeln oder Zylindern, hätte nicht größer sein können.

„More is More“ heißt die neue Kollektion und meint das wörtlich. Der Schmuck, den die Models auf den Tatamimatten des Boxrings trugen, war nicht nur vom Volumen her XXL, sondern drehte so gut wie alle Schmuckgewohnheiten auf links: Mit Pop-Art-Anleihen, Comics, Memphis-Design, einem raffinierten Spiel mit optischen Illusionen und klassischen Edelsteinen wie Diamanten, Saphiren oder Tsavoriten, die mit hochinnovativen Materialien und Techniken gemixt werden.

„Tie the Knot“ zum Beispiel. Eine 29 Zentimeter große und nur 94 Gramm schwere Haarschleife, auch als Brosche zu tragen, die aussieht wie aus einem zweidimensionalen Pop-Art-Bild von Lichtenstein entsprungen. Das rote Band ist aus recyceltem Bio-Acetat gefertigt, einem Material aus der Brillenherstellung, seine Rückseite aus Magnesium, einem Metall, das ein Drittel von Aluminium wiegt und so noch nie als Fassung für Diamanten in der Haute Joaillerie eingesetzt wurde. Eine absolute Herausforderung für die Handwerker in den Ateliers, die es schafften, darauf unzählige Streifen aus Diamantenpavés zu setzen.

Ein Trompe-l'Œil auch das Collier aus flachen Perlen, die mit Bindegliedern aus Diamantenpavés zusammengehalten werden. Während in der Malerei mit dieser Technik Dreidimensionalität vorgetäuscht wird, macht es Choise andersherum. Sie kriert optisch Flächigkeit, wo eigentlich keine ist. Auf die 5,5 Zentimeter großen Scheiben, die aussehen wie echte, platt gedrückte Perlen, wurde Perlmutterpulver gesprüht und mit Digitaldrucktechnik die Schattierungen herausgearbeitet. Beschützt wird jede der Scheiben von einem leicht konvexen Saphirglas, wie es in der Uhrmacherei für die Abdeckung von Zifferblättern verwendet wird.

„Diese Kollektion dachte ich mir vor drei Jahren während der Covid-Lockdowns aus“, erklärt Choise. „Ich wollte aus der lähmenden Grundstimmung ausbrechen: raus mit Beschränkungen, raus mit Konventionen. Rein mit Freude.“ Ein klarer Sieg.

Boucheron



UHREN INSIDE UNSERE LIEBLINGE 2023



Dresswatch:
Jaeger-LeCoultre
„Master Ultra
Thin Moon“.
Sehr diskret –
Roségold mit
blauem Blatt
und Mondphase



Grande
Complication:
Audemars Piguet
„Code 11.59 RD#4
Universelle“.
Vereint
23 Komplika-
tionen auf sich



Damenuhr:
Chanel
„Mademoiselle
J12 La Pausa“.
Coco Chanel's
Silhouette auf
dem Ziffer-
blatt macht
einfach Spaß



Sportuhr:
Rolex
„Yachtmaster“
in Titan.
Die erste Serien-
Titanuhr des
Hauses wirkt
sehr „toolig“



Design:
Louis Vuitton
„Tambour“.
Das neue
Zifferblatt ist
detaillierter,
aber nicht
unruhig

VOM SOHN FÜR DEN VATER

In einer Industrie voller Geschichten kann Patek Philippe tatsächlich von sich sagen, dem eigenen Werbeslogan getreu zu agieren. Eine Uhr dieser Manufaktur gehöre einem nie ganz allein, heißt es da, man bewahre sie auf für die nächste Generation. Thierry Stern, der momentane Chef, hat das Motto nun umgedreht und seinem Vater Philippe zum 85. Geburtstag eine besondere Uhr bauen lassen. Das Zifferblatt zeigt das Konterfei des Seniors in winzigen Pinselstrichen, in dem Platingehäuse arbeitet ein Repetierwerk mit Alarmfunktion, das nur für die 30 Stück angefertigt wird, die



das Unternehmen je bauen wird. Den Mikrorotor für den automatischen Aufzug ziert die Unterschrift des Seniors. Der Preis liegt bei knapp einer Million Euro – aber das ist egal. Diese Uhr teilen die größten Sammler des Hauses unter sich auf. Und bewahren sie dann hoffentlich auf für die nächste Generation.

DER FLÖTENTÖNER

Sebastian Naeschke,
Juniorchef bei Matthias Naeschke



Herr Naeschke, Sie bauen als einziges Unternehmen weltweit noch Flötenuhren. Was hat es damit auf sich?
Diese Art von Uhr stammt aus dem späten 17. Jahrhundert, es handelt sich um eine Mischung aus Uhr und Orgel.

Wie funktioniert das?

Im Inneren arbeitet ein von Mechanik angetriebener Blasebalg, der Luftdruck erzeugt. Über eine Walze werden dann Ventile angesteuert, die die Pfeifen bedienen, sodass zu bestimmten Uhrzeiten eine Melodie erklingt. Bis ins 19. Jahrhundert hinein war das der einzige Weg, überhaupt Musik wiederzugeben.

Und wie kommt man darauf, einen solchen Apparat wieder zum Leben zu erwecken?
Mein Vater Matthias ist Uhrmacher und auch Kirchen-



musiker. Ende der 70er-Jahre beschäftigte er sich intensiv mit Flötenuhren – er hat sich gefragt, wie man die wohl heutzutage bauen könnte. Drei Jahre später war er fertig.

Was muss man können, um diese Stücke zu fertigen?

Bei uns kommt es sehr aufs Machen und auf Geduld an. Wir bauen ja auch Standuhren nach Maß, das kann mehr als 1000 Stunden dauern. Ich arbeite mit einer gelernten Schreinerin. Die zeigte zu Beginn großes Interesse, nun ist sie schon seit 35 Jahren bei uns. Wir sind nur zu dritt in der Werkstatt, es ist sehr schwer, Personal zu finden. Aber wenn eine Flötenuhr zum ersten Mal ihre Töne erklingen lässt, bin ich glücklich. Das ist ein unnachahmliches Gefühl.

Eloxiertes Aluminium, Sandstrahlung, DLC-Beschichtung und ein Meer aus künstlichen Diamanten: Mit der „Carrera Plasma“ hat Tag Heuer das Zukunftsrennen gestartet. Produktchefin Maria Laffont und Emmanuel Dupas, Direktor des Tag Heuer Instituts, erklären die Faszination.

Carrera und Plasma. Richtig sexy klingt das nicht, wie kamen Sie darauf?

Emmanuel Dupas: Der Name bezieht sich auf den Prozess, den wir anwenden, um unsere Diamanten zu züchten. Es gibt da ja mehrere Verfahren. Wir benutzen CVD, Chemical Vapor Deposition, in einem Reaktor in der CVD-Maschine wird dieses Plasma aus Kohlenstoffionen erzeugt. Diese Kohlenstoffionen deponieren dann die Diamantensamen, einer nach dem anderen, und wir behalten das Plasma, solange wir die rohen Steine in der Größe, die wir für unsere Produkte brauchen, gezüchtet haben.

Es gibt keinen elektrischen Porsche Carrera, weil das nicht zu diesem legendären Auto passt. Warum verarbeiten Sie für die Uhr laborgezüchtete Diamanten, die für artifiziellen Fortschritt stehen?

Maria Laffont: Tag in unserem Namen steht für „techniques d'avant garde“, also für Innovation. Und für uns ist es sehr wichtig, innovative Technologie zu zeigen. Carrera ist unsere Ikone, eine sehr starke Kollektion. Die richtige Balance zwischen dem Erbe und dem Fortschritt zu finden gehört zu meinen Aufgaben. Das Erbe ist mit Sicherheit sehr wichtig, denn es definiert unsere Identität. Aber wichtig ist auch, wie man es in die heutige Zeit übersetzt. Für mich sind das keine Gegensätze.

Worin liegt die Magie bei laborgezüchteten Diamanten? Weil natürliche Diamanten schwieriger zu bekommen sind denn je?

Maria Laffont: Wir benutzen beide Sorten, aber ja, es gibt eine Magie bei im Labor gezüchteten Diamanten, weil wir damit Kreativität beweisen

können. Und wir können sie anders einsetzen, schon wegen der vielen Formen. Bei natürlich entstandenen Steinen sind wir limitiert.
Emmanuel Dupas: Zum Beispiel das Zifferblatt: Es besteht aus einem ganzen Stück festem, mehrkristalligem Diamant – was man in der Natur nicht findet, und insofern wäre es gar nicht möglich, es mit natürlichem Material herzustellen. Und sollten wir die große, monolithische Krone mit 2,5, oder 2,6 Karat aus natürlichem Material haben wollen, bräuchten wir einen Stein mit 15 Karat im rohen Zustand. Es wäre absurd, solch einen großen Stein zu verwenden, um daraus die Krone zu fertigen. Die Schönheit der Technologie, die wir benutzen, steckt darin, dass wir die Diamanten in der Größe, die wir brauchen, züchten können. Es gibt keinen Materialverlust, und wir können untypische Formen gestalten.

Aber Luxus ist ja kein Synonym für nützlich, oder? Ein echter Diamant braucht sehr lange, um eine gewisse Größe zu erreichen. Steht ein gezüchteter Diamant eher für unsere ungeduldige Zeit?

Maria Laffont: Es geht nicht um Nützlichkeit, sondern um Kreativität. Ich habe auch für Schmuckmarken gearbeitet, aber hier hat mein Designteam einen größeren Spielraum: Man kann unglaubliche Formen gestalten. Und für Tag Heuer hat Diamant eine besondere Bedeutung, da wir seit vielen Jahren Kohlenstoff schon für den technischen Teil des Uhrwerks benutzen. Und das Ziel war, die Grenzen des Kohlenstoffs sozusagen zu verschieben bis zu seiner ultimativen Form: dem Diamanten. Insofern geht es nicht um die herkömmliche Assoziation zwischen Luxus und Schmuck. Und nicht um die traditionelle Art, Diamanten einzusetzen.

Wie reagieren die Kunden?

Maria Laffont: Sie sind zufrieden, weil sich darin der Avantgarde-Spirit der Marke ausdrückt. Wir sind eine der ersten Marken in der Branche, die dieses Verfahren anwenden. Und da wir produktionsbedingt nur eine begrenzte Zahl an Uhren herstellen können, gibt es Wartelisten.

Labor-Diamanten werden als preiswerter wahrgenommen als natürliche. Ist das nur ein Gerücht?

Emmanuel Dupas: Das ist kein Gerücht. Es gibt immer mehr Firmen, die solche Diamanten herstellen, es entwickelt sich zu einer praktischen, wirtschaftlich effektiven Lösung, jedoch haben Sie die breite Palette: sehr günstige Produkte und sehr hohe Qualität. Wir legen natürlich sehr viel Wert auf die besten Lieferanten. In der Schweizer Uhrenindustrie braucht man viel Zeit. Und das gilt auch für die Diamanten: Wenn Sie hochwertige Gezüchtete wollen, müssen sie geduldig sein. Für die Rohsteine braucht es Wochen, für die Carrera Plasma zwischen einem und zwei Monaten.

Die Bilder auf Ihrer Webseite zum Zuchtprozess sind faszinierend: Ich kam nicht umhin, an KI zu denken.

Maria Laffont: Ich würde sagen, die Art, wie wir das Plasma und die Diamanten vorstellen, ist ziemlich innovativ. Das war aber auch so gewollt, da neue Technologie, Avantgarde die Stichwörter sind. Andererseits hat dieser Prozess nichts mit KI zu tun, da wir auch keine KI in der Entwicklung einsetzen.

LABORIERT

Grüße vom Firmament

124 gezüchtete Diamanten lassen die „Carrera Plasma“ von Tag Heuer funkeln. Klingt zunächst wie das Gegenteil von einem Porsche Carrera. INGA GRIESE ist interessiert

Diamanten in jeder Form: Das Labor ist der zuverlässige, materialschonende Lieferant für die „Carrera Plasma“ von Tag Heuer



INSIDE
HIER
KOMMEN
DESIGN -
UND WOHN-
EXPERTEN
ZU WORT



Let's rock:
 Hans J. Wegners
 Schaukelstuhl
 „CH45“ wird neu
 aufgelegt
 von Carl Hansen



AUFERSTANDEN

Von außen ist sie die Alte, von innen ein Loft im Bohemian Style: Die gründerzeitliche Villa Meeresstern, in Heringsdorf auf Usedom direkt an der Strandpromenade gelegen, war eine Bauruine. Interiordesignerin Katja Kessler (katjakesslerkreation.de) machte daraus ein Feriendomizil – mit so viel Stil und Gespür, dass sie dafür den renommierten „SBID Award“ der Society of British and International Interior Designers in London erhielt. Noch ehrenvoller: Komponist Engelbert Humperdinck, hier einst regelmäßiger Sommergast, würde „seine“ Villa jetzt wiedererkennen.



DESIGN UNTER DRUCK

Oskar Zieta bläst Blech zu Möbeln auf

Vor mehr als 15 Jahren haben Sie ein Verfahren entwickelt, mit dem man Blech aufblasen und daraus Möbel machen kann. Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

Es war ein Prozess, wie alles, was ich tue. Ich begann mit sehr technischer Arbeit an Methoden zur Stabilisierung von Stahl an der ETH Zürich. Ich habe seine technischen Eigenschaften erkundet, die Möglichkeiten zur Verformung untersucht und eine neue Technologie entwickelt, bei der interner Druck eingesetzt wird. Wir haben sie dann bei einem Hocker angewendet, weil die Stabilisierung bei einem Sitzmöbel besondere Aufmerksamkeit erfordert. So entstand „PLOPP“ ...

... ein moderner Designklassiker. Ihre Arbeit gründet sich auf „kontrollierten Kontrollverlust“, wie Sie sagen. Was ist damit gemeint?
 Wir vertrauen darauf, dass sich Metall frei verformen kann. Wir betrachten seine Eigenschaften, untersuchen die Kraftvektoren und definieren die Parameter, unter anderem, indem wir Stahlprofile mit dem Laser schneiden und fest miteinander verbinden. Diese Hüllen werden



Helix Nebula: Das sind Spiegel mit Farbverläufen



durch Einblasen von Luft dreidimensional, aber wie sie sich dabei verformen, bleibt ihnen überlassen. So kommt es zu einzigartigen, immer überraschenden Ergebnissen.

Verstehen Sie sich eher als Formgeber oder als Materialforscher?

Ich bin entweder ein Ingenieur, der sehr empfänglich für Schönheit ist, oder ein sehr technisch orientierter Künstler. Was wir tun, ist vielschichtig und facettenreich, und jede Phase unserer Arbeit anders zu benennen. Manchmal ist es Konzeption, manchmal Technologie, mal ein Prozess, dann Produktion, schließlich Montage. Dafür ist ein großes Team nötig. So muss man als Künstler heute auch Manager sein.

Gerade haben Sie „Helix Nebula“ gezeigt, runde Spiegel mit neuen Farbverläufen. Kommt die Idee aus dem All?

Genau. Die Farben sind inspiriert von den Spuren, die ein sterbender Stern – ein planetarischer Nebel – hinterlässt. Das Leuchten des Nebels ist besonders faszinierend, weil es in unterschiedlichen Lichtspektren von Ultraviolett bis Infrarot erscheint. Diese kosmischen Kunstwerke sind gigantische Wolken aus Staub und Gasen; die äußeren Schichten eines Sterns, 650 Lichtjahre von der Erde entfernt und in der Galaxie verstreut.

ARIO J. LAGANA / WWW.NORTE.IT; OSKAR ZIETA; CARL HANSEN

KALDEWEI

Vollendet geborgen



MEISTERSTÜCK OYO DUO
 Gefertigt in Deutschland aus glasiertem Titanstahl

PHOTOGRAPHER
 BRYAN ADAMS

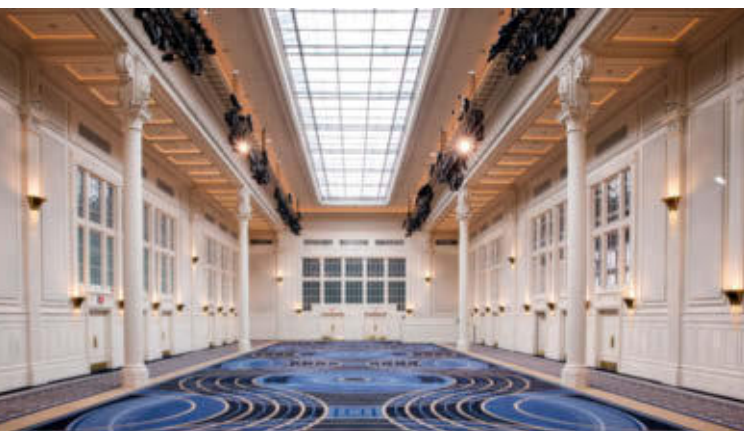


La Bellezza

Nie war Schlafen in New York schöner und das Aufwachen erst recht. Für INGA GRIESE ist das „Casa Cipriani“ das ultimative Hotel im Big Apple

Luxus können sie in New York. In einer bestimmt Liga von Hotels ist er selbstverständlich. Mal prächtiger, mal moderner, mal aufdringlicher, mal zurückgenommener. Doch dann öffnet Matteo Prodanì die Kajütentür zu Zimmer 403. In einer Stadt wie New York noch etwas Einzigartiges zu bieten, das muss man erst einmal schaffen. Signore Prodanì ist der Manager vom „Casa Cipriani“, dem ultimativen Hotel in Big Apple an der Südspitze von Manhattan. Zugegeben, ich bin ein Luft-Junkie, Räume, bei denen sich die Fenster nicht öffnen lassen, machen mich grundsätzlich wuschig. Aircondition aber ist das Klima-Heiligtum Amerikas. Der Italiener führt mit berechtigtem Stolz die kleine Suite, das elegante Bad, die Details und Klasse der Einrichtung vor, entschuldigt sich für die Touchpads, die als globale Hotel-Unsicherheit heute fast überall die Lichtschalter ersetzen. Aber das ist auch der einzige Makel, wenn man so will.

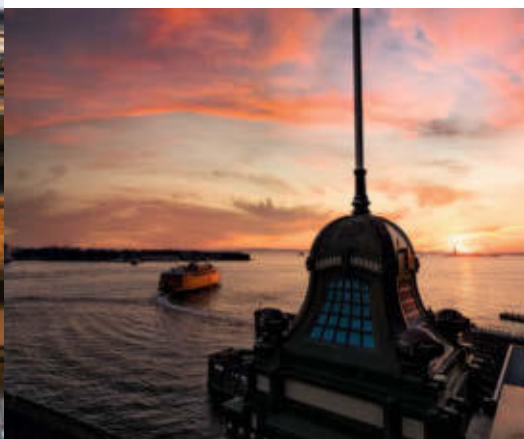
Und schon völlig egal in der Sekunde, als sich die Terrassentür öffnet. Terrassentür, richtig. Kein Austritt, sondern echte Fläche, mit Raucher-Sessel und Sitzgruppe. Einem spektakulären Blick Richtung Freiheitsstatue rechter Hand, Brooklyn Bridge linker Hand und Skyline am anderen Ufer des Hudson. Mehr Luxus geht nicht in Big Apple. Am Tag danach ziehe ich um ins „Editi-



Die ehemalige Tickethalle ist jetzt 9000 Quadratmeter Ballsaal

on Hotel“ am Times Square. Auch keine Absteige. Und mittendrin. Das gilt als Asset. Die Frage, die sich mir stellt, ist nur: Ist es das wirklich? Ich fürchte, ich bin für immer verdorben. Zu wissen, dass es das „Casa Cipriani“ gibt, lässt selbst das „The Mark“ an der Madison Avenue verblassen. Zum ersten Mal habe ich mich darüber gefreut, vorm Sonnenaufgang aufzuwachen. Auf dem ausgesprochen gemütlichen Bett mit vielen Daunnen lag eine Kaschmirdecke bereit, eine Sonderkollektion (die man im Spa kaufen kann wie die Ascher, die man auch als Nichtraucher unbedingt braucht), eine Kooperation mit Gigi Hadids Marke Guest in Residence Knitters. Überwerfen, Espresso durchkapseln, raus auf den Balkon und schauen. Du liebe Güte, ist das schön. Unten an den kleinen Docks geht allmählich das Leben los, die erste Fähre Richtung Staten Island legt ab, die Ansage an Deck schallt über den Fluss hinaus. So still ist es sonst. Man wähnt sich in diesem Hotel selbst an Bord, nicht auf einer Fähre, sondern auf einem der Luxusliner, die mit heutigen Kreuzfahrtschiffen nicht mehr viel gemein haben. Sondern jenen, die einst vermögende Amerikaner zur Grande Tour nach Europa brachten. Das Bullauge an der Zimmertür, die Reling im Gang aus lackiertem Mahagoni, die Wandmalereien, die ganze Einrichtung aus Yacht-Mahagoni mit Art-déco-Stoffen bezogen. Die vielen Fenster, das allgegenwärtige Licht,

SIMON TCHOUKRIEL; VIRGINIE CAROLINA; CASA CIPRIANI NEW YORK; MATTEO PRANDONI/BFA.COM(2); INGA GRIESE



Good Morning, New York! Der Panoramablick vom Hotelbalkon geht zur Freiheitsstatue und den Fluss hinauf und über die Brooklyn Bridge hinweg uptown



die gute Luft – und das in New York. Schon deswegen macht der Denkmalschutz Sinn. Das Battery Maritime Building (BMB) von 1909 ist ein kostbares Relikt aus dem goldenen Zeitalter der New Yorker Infrastruktur, als die Stadt öffentliche Gebäude mit Geld und Grandezza im Beaux-Arts-Stil errichtete. Heute vernimmt man staunend im riesigen Ballsaal mit blauem Oberlichtglas, dass dies die Tickethalle war. 1976 wurde das BMB gerade rechtzeitig noch unter Denkmalschutz gestellt, bevor der Modernisierungswahn zuschlagen konnte. Wie allerdings behutsame Modernisierung gelingen kann, hat die Cipriani-Familie unter Beweis gestellt. Unten legen weiterhin die Fähren an, auf fünf Etagen darüber (eine wurde draufgesetzt) wurde das „Casa Cipriani“ dazu- und umgebaut. Die alten Stahlkonstruktionen sind allenthalben sichtbar, im Fitnessraum inspirieren sie geradezu, umgehend Muskeln zu trainieren. Das Spa ist dem Anspruch würdig, in der Präsidentensuite darf man sich in jeder Hinsicht im Himmel wähen. Im obersten Stock sind ansonsten die Clubräume und das Restaurant eingerichtet, denn vor allem ist das „Casa Cipriani“ als Members Place gedacht. Die Jahresgebühr von ungefähr 3500 Euro ist für New Yorker Verhältnisse eigentlich ein Witz, aber den Eigentümern geht es um Stil und Klasse, es sind schon Mitglieder wieder eingeladen worden, weil sie Dresscodes, Manieren und Fotoverbot für unnötig hielten. „Was glauben Sie, mit wem Sie hier reden?“ – „Nun, mit einem Nicht-mehr-Mitglied.“ Man kann sich so eine Szene gut vorstellen, wenn man auf einem der perfekt proportionierten, bequemen Sessel im Restaurant Carpaccio und Szenerie genießt. Die Kellner alle im weißen Dinnerjacket. Richtig: Wir sind eigentlich in Italien. In „Harry's New York Bar“, die Giuseppe Cipriani im Mai 1931 auf 50 Quadratmetern im ersten Stock eines verlassenen Seillagers nahe dem Markusplatz in Venedig errichtet hat und zu einem legendären, nie kopierbaren Mythos machte. Seit 1931 unverändert. Aus dieser Keimzelle haben drei Generationen Ciprianis ein global agierendes Gastgewerbe aufgebaut, mit Restaurants, Luxushotels und privaten Mitgliedsclubs auf der ganzen Welt, darunter Venedig, Mailand, New York, Miami, Mexiko-Stadt, Dubai, Abu Dhabi, Hongkong, Monte Carlo, Ibiza, Marbella, Riad, Las Vegas, Istanbul, Doha, Bahrain und demnächst auch Beverly Hills und Punta del Este. Wie es gelingen kann, dabei den Charme des diskreten Luxus zu bewahren? Wenn man es wüsste, könnte man wahrscheinlich auch den perfekten Bellini nachmischen.

Einmal Präsident sein im Bad der Penthouse Suite. Die rundum laufende Terrasse erinnert absichtlich an das Deck eines Luxusliners

BHS

vom Bauhaus inspiriert



HOFACKER
schmuck fürs ich

www.goldschmiede-hofacker.de/bhs

STILISTEN UNSERE KOSMETIK- EXPERTEN SAGEN, WIE ES GEHT

IN HÜLLE UND FÜLLE

Judith Lang, *Inhaberin der „Parfümerie
Schönheitsräume“ in Ismaning und München*

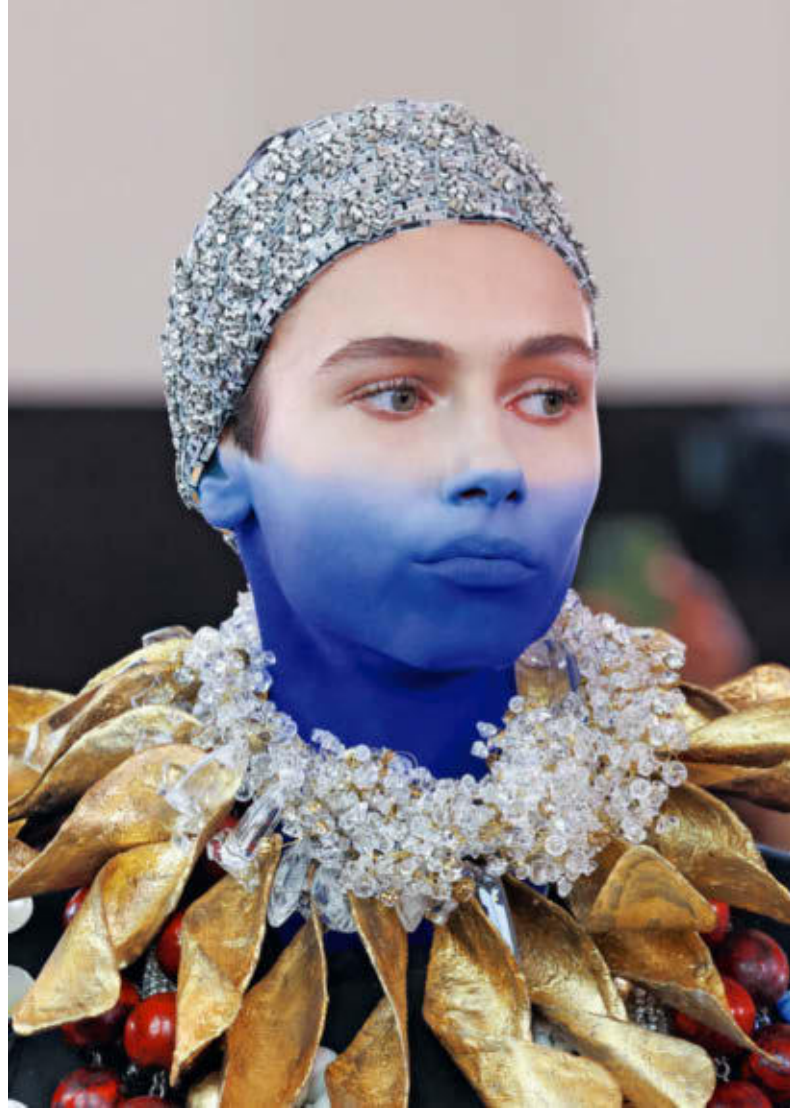


Das schöne Wort Opulenz scheint aus der Mode gekommen, dabei steht es für mich für den Luxus, auch für eine gewisse Fülle, die wir in der Weihnachtszeit bewusst zelebrieren; Opulenz bedeutet Pracht und Üppigkeit, es geht um Düfte von erlesener Herkunft, deren wertvolle Inhaltsstoffe das Verschwenderische möglich machen. Und um exquisite Flakons, denen man ihren kostbaren Inhalt schon ansieht, wie bei Xerjoff, Parfums d'Elmar oder Fragrance Du Bois, die sogar eigene Adlerholz-Wälder für die Gewinnung des kostbaren Oud besitzen.

MASKERADE

Sönke Ullrich, *Teamleiter der „Hamburger Hof Parfümerie“ in Hamburg*

Meine Must-have-Geschenke? Masken! Zum Beispiel von Cellcosmet. Wenn ich könnte, würde ich sie jedem schenken, in jedem Alter. Sie wirken probiotisch, also auf das Mikrobiom der Haut. Die „Anti-Stress Mask“ beruhigt und befeuchtet stark, „Masque Précieux“ hat eine botox-ähnliche Wirkung, glättet und liefert



GETTY IMAGES/PETER WHITE

SHE'S GOT THE BLUE

Nur vom Hinsehen frösteln ist ein Zustand, in den wir in den nächsten Monaten wieder häufiger kommen werden. Vor Kälte blau anlaufen muss aber niemand, reichhaltige Seren und Cremes schützen die Haut vor der rauen Umwelt. Bei der Haute Couture Herbst/Winter 23/24-Präsentation von Schiaparelli heizte man Winterblässe zudem mit großzügigem Make-up und funkelnden Accessoires ein.



Zu schön, dass Interior Designer James Heeley sein Faible für die Welt der Parfüms entdeckte: „Benediction“ im mundgeblasenen schweren Glas duftet nach Weihrauch und orientalischen Hölzern; spirituell und sexy zugleich. Göttlich!



Glow. Ob morgens oder abends, immer wenn Sie sich schönere, leuchtende Haut wünschen. Aber auch das Peeling „Exfoliant Phyto Cellulaire“ von Sophie's Garden liebe ich: Wie eine Maske auf die Haut geben, zehn Minuten einwirken lassen und den Weihnachtsbaum-Effekt bestaunen.



Ein Fest! Gold und Gewürze erinnern an feierliche Traditionen und eine Zeit, die wir mit dem Zubereiten weihnachtlicher Köstlichkeiten und: Schmücken verbringen: „Marvelous Mandarin & Spice Festive Bauble“. Aus der Limited Edition von Molton Brown



Myrrhe, dem kostbaren Harz, fügt Tom Ford Cosmetic sehr großzügig Amber- und Vanille-Akkorde hinzu: „Myrrhe Mystère“ scheint zu leuchten und vermittelt eine Aura aus Reichtum und Gelassenheit. Nehmen wir.

HAUTE BEAUTÉ

Denise Breig, *Duft- und Make-up-Expertin der „Parfümerie Kern“ in Freiburg*



Komplexe Duftnoten, die einen ausgeprägten Charakter haben, lange präsent bleiben, Eleganz und Üppigkeit ausstrahlen, sind ein wunderbares und kostbares Geschenk. Wie „Guidence“ von Amouage zum Beispiel, mit Birne, Haselnuss und Weihrauch in der Kopfnote, Osmanthus, Rose, Safran und Jasmin im Herzen. Ein einmaliges Parfüm. Jeder Tag, an dem ich es trage, wird zu einem besonderen. Unverzichtbares Highlight ist auch Diors „Rouge Forever No 999“ in Stickform; das Rot überhaupt, super haltbar, nicht austrocknend, einfach perfekt. Eben Haute Beauté!

KOSMETIK

Moor is Moor

Nach vier erfolgreichen Jahrzehnten in der Dermatologie will Volker Steinkraus weiterhin Brücken schlagen – zwischen Natur und Wissenschaft, Haut und Moor, Schönheit und Gesundheit und noch so vielem mehr. Alles hängt mit allem zusammen, erlebte SUSANNE OPALKA beim gemeinsamen Spaziergang

Das Moor geht vor! Und wenn sich der norddeutsche November alle Mühe gibt, sein Image zu über-treffen, ist das auch wunderbar so, findet Volker Steinkraus. Denn das Pietzmoor bei Schneverdingen, welches wir hier gerade zusammen auf Holzstegen überbrücken, ist ein Hochmoor; und die haben keine Verbindung zum Grundwasser, sondern müssen sich ausschließlich aus Regen speisen. „Alles hängt mit allem zusammen“, bestätigt der Professor für Dermatologie. Wie sehr Wissenschaft und Natur in seiner Arbeit, seiner Person, seiner Leidenschaft und Erfahrung zusammenfinden, wird mit jedem Schritt deutlich. Konsequenz ist also auch die Kernaussage seiner Pflegeserie: „Bridging Nature and Science“. Wieder bleibt der renommierte Wissenschaftler stehen, trotz des trüben Himmels leuchten die Moorgräser kraftvoll, geradezu unwirklich. Beseelt legt Steinkraus los: „Moorgräser sterben, aber sie geben den in ihnen gespeicherten Kohlenstoff nicht an die Atmosphäre ab, sondern belassen ihn in ihrem wässrigen Milieu. Deshalb ist es so wichtig, dass ein Moor nass bleibt. Und zwar für immer und ewig. In den knapp vier Prozent Mooren, die unseren Planeten bedecken, steckt doppelt so viel Kohlenstoff wie in den 30 Prozent Wald unserer Erde. Das Moor wächst pro Jahr einen Millimeter. Und das tut dieses hier seit über 6000 Jahren.“ Da ist es nur konsequent, dass der Professor mit seiner Pflegeserie „TetCode4“ die Renaturierung fördert. Ein Euro pro verkauftem Produkt, und ein Euro kann einen ganzen Quadratmeter retten. 300 Hektar groß ist diese Fläche hier insgesamt. Gut fürs Moor läuft die Pflegeserie gut.

PROFESSOR STEINKRAUS

Hingezogen zu dieser Landschaft fühlte er sich von Kindesbeinen an: Volker Steinkraus wuchs in der Nordheide bei Ollsen auf und zog vor fast 30 Jahren zurück auf den elterlichen Hof. „Aber natürlich ist erst in den letzten zehn, 15 Jahren im Klimakontext auch die große Bedeutung der Moore klar geworden.“ Alles hängt mit allem zusammen: Es sei schön, zu wissen, dass sich zurückdrehen lässt, was von Menschenhand zerstört wurde. Konkret wird das Moor zunächst „entkusselt“ (also von Pollenflug und bereits wachsenden Bäumen befreit, die ihm das Wasser nehmen) und „wieder vernässt“. Kennen wir aus der Dermatologie: Reinigen und befeuchten. „Man auch die Haut nicht isoliert sehen, genauso wenig wie das Herz oder alle anderen Organe. Wenn die Haut biologisch gut in Takt ist, dann ist sie schön, dann arbeitet sie auch für den Menschen. Ich interessiere mich für ihre Struktur und Funktion, die gilt es zu erhalten oder zu verbessern.“ Anti-Aging gebe es schlicht nicht. Es gehe, wenn dann, ums Good Aging. „Ich will den Leuten kein X für ein U vormachen, ich will ehrlich sein. Hautalterung lässt sich bestenfalls verlangsamen. Und wenn du glücklich sein willst, dann solltest du das akzeptieren.“ Sein „Renaturierungskonzept“ für die Haut hat er mit den Tetcode4-Produkten definiert: „Pflicht sind Reinigung und Moisturizing, die Kür Vitamin C und Hyaluron am Morgen und Vitamin A und Niacin am

Gut behandelt und geschützt, dann regeneriert es sich. Da ähneln sich Moor und Haut durchaus. Für beide ist Professor Volker Steinkraus Spezialist. Seine Tetcode4-Serie gibt's über steinkraus.com

Abend.“ Ein überschaubares, strukturiertes Konzept, für das es „gesicherte Daten gibt“ und in dem alles steckt, was Haut so braucht: Die Hochleistungsklassiker Vitamin A, C und E, der Alleskönner Niacin, hochwertige Botanicals (etwa Arganöl) und Biomimetika, die der Natur oder unserer Haut abgeschaut sind. Ceramide beispielsweise, aber auch Extrakte aus Roggen und Heide – ihre Moleküle schützen die Pflanze selbst und sind genauso wertvoll für den Schutz der Haut. „Viele Leute unterschätzen Kosmetik, viele überschätzen sie aber auch. Ich möchte, dass sie sie richtig einschätzen.“ Scheint zu klappen. Der Erfolg seiner Serie übertrifft die Erwartungen, wer sie ausprobiert hat, bleibt meist dabei. Dieser Nachhaltigkeit sieht sich der Professor ganz generell verpflichtet. „Inzwischen sehe ich es als das Wichtigste an, etwas aufzubauen, das sich über Generationen trägt.“ Im September 1997 gründete er das „Dermatologikum“ in Hamburg, ein damals einzigartiges Kompetenzzentrum für Dermatologie, Labormedizin und plastische Chirurgie. Heute praktizieren dort 40 Ärzte. „Durch den Verkauf vor ein paar Jahren an eine Klinikette konnte die Position des Dermatologikums langfristig gesichert werden. Die Überlegung war auch, ich werde nicht ewig da sein. Jetzt habe ich mehrere Nachfolger.“ Trotzdem hält Volker Steinkraus nach wie vor täglich seine Sprechstunden in der Oberpostdirektion, operiert, forscht, bildet aus. Auch mit bald 70 Jahren denkt er nicht daran, aufzuhören. Da ist er wie die Heidelandschaft.



Auferstanden

Das Pariser Parfümhaus Parfums de Marly kreiert historisierende Düfte – und hat damit großen gegenwärtigen Erfolg. Nun wird das nächste Kapitel aufgeschlagen

Kann ein Duft wärmen? Und ob! „Althair“ übersetzt die kuschelige und erhabene Wirkung eines Kaschmirmantels in Parfüm: warm und leicht zugleich. Es ist ein Gourmand-Parfüm par excellence, ein Duft, der so köstlich riecht, dass man ihn essen möchte. Mit einer Herznote aus Bourbon-Vanille, einem Kopf aus Bergamotte und Orangenblüte und einer Basis aus Holzaroma, Moschus und schokoladiger Praline. Damit wollten der deutsch-iranische Parfümeur Hamid Kashani und Julien Spreter, der Gründer und künstlerische Direktor von Parfums de Marly, eigentlich Männer ansprechen. Doch schon bei dem Launch des Parfüms im Stadtpalais Le Marois in Paris entschieden die Frauen anders: Es wurde der erste Unisex-Duft des Hauses. In der Boutique in der Rue Cambon, direkt gegenüber von den berühmten Chanel-Ateliers, greifen Männer wie Frauen gleichermaßen häufig zu der ziegelfarbenen Flasche, die auf der linken Seite des Präsentationstisches aufgereiht ist – und werden es bald wohl auch an der neuen Adresse Rue Saint-Honoré tun. Dort gilt: links die Männer, rechts die Frauendüfte. Bei Parfums de Marly ist die Welt noch binär: Die Männerflakons sind rechteckig und

geprägt mit zwei sich aufbäumenden Pferden, in der Mitte ein Wappen mit der Jahreszahl 1743. Die Frauenflakons sind geschwungen, mit verspielten Troddeln. „Dem liegt ein bewusst traditionelles oder besser klassisches Konzept zugrunde, das uns von vielen Anbietern unterscheidet“, sagt CEO Julien Sausset. Auch wenn die Jahreszahl 1743 suggeriert, dass das Haus eine lange Geschichte hat, wurde es erst 2009 gegründet, zeitgleich mit der Maison Francis Kurkdjian, einem anderen weltweit erfolgreichen Pariser Nischenanbieter, die Sausset mit Parfums de Marly so bald wie möglich vom Thron des Marktführers in diesem Bereich schubsen möchte. Sie sind auf gutem Weg dorthin: Bei Rekord-Wachstumsraten von jährlich über 40 Prozent rechnet der CEO damit, das Jahr 2023 mit 350 Millionen US-Dollar Umsatz abzuschließen. Bis Juni dieses Jahres war Parfums de Marly noch eines der letzten unabhängigen Nischenparfümhäuser. Was sich seitdem geändert hat, ist, dass der amerikanische Private-Equity-Fonds Advent International eine Mehrheitsbeteiligung an dem Unternehmen erworben hat. Der Deal wurde von Branchenexperten auf mehr als 700 Millionen Dollar geschätzt. Mit diesem Partner kann man nun Schritt für Schritt expandieren – an der exklusiven inhaltlichen Positionierung soll sich jedoch nichts ändern.

So ist der Name Parfums de Marly eine Hommage an das nach der Französischen Revolution zerstörte Château de Marly nahe Versailles, ein neoklassizistisches Lustschloss für König Ludwig XV. samt zwölf Pavillons für seine Entourage. Zwei sich aufbäumende Pferdeskulpturen säumten den

Eingang zum heute noch erhaltenen Park. Die originale Pferdegruppe von 1743 steht im Marly-Flügel des Louvre, eine Kopie davon am unteren Ende der Champs Élysées. Julien Spreter, der nahe dem Park von Marly aufgewachsen ist, hat die Geschichte seines Parfümhauses zwischen diese Skulpturen gespannt: Die Liebe von Ludwig XV. galt neben seiner Mätresse Madame de Pompadour nämlich prächtigen Pferden – und Parfüm. Täglich soll er seine Privatgemächer dort mit einem anderen Duft aromatisieren haben lassen – und zu besonderen Anlässen sollen sogar die Wasserspiele im Park beduftet worden sein. Ein Storytelling, das besonders in den USA verfangt, wo das Haus über 50 Prozent seines Umsatzes macht – und in Deutschland, dem größten Markt in Europa.

„Die royale Opulenz, der verschwenderische Luxus des 18. Jahrhunderts und die französische Tradition der klassischen Parfümkunst holen unsere Gründer in die Gegenwart“, sagt Sausset, der die geschäftlichen Zügel des Hauses seit 2016 in der Hand hält. Auch heute liebt man Auffälligkeit. „Wer unsere Düfte trägt, will bemerkt werden. Sie bleiben lange auf der Haut und sind so deutlich wahrnehmbar wie die Kleidung, wenn nicht sogar deutlicher.“ Von den 28 bisher lancierten Düften sind 16 dem Mann gewidmet – auch wenn die Kundinnen und Kunden in der Praxis oft ganz anders entscheiden. „Selbst wenn Julien Spreter kein gelernter Parfümeur ist, gilt er in der Branche als olfaktorisch Hochbegabter mit der Nase für Trends“, sagt Sausset. Spreter, dessen Vater bereits als Vertriebsagent für diverse Parfümhäuser tätig war, hat auch das geschäftliche Talent seines Vaters geerbt. Mit den historisierenden Düften, dem starken Storytelling und einem neuen Partner im Rücken geht es nun im Galopp hinaus in die Welt. *Silke Bender*

Für alle: Der Herrenduft „Althair“ hat Noten von Kakao und legt sich auf die Haut wie Kaschmir – und wird deshalb auch von Frauen geschätzt



FF
FREIFRAU®
MANUFATUR

LEYASOL

designed by HOFFMANN KAHLEYSS DESIGN – Handmade in Germany by FREIFRAU MANUFATUR GmbH – www.freifrau.com



EIN LICHTLEIN BRENNT

Er erfand das Big Hair, die Looks der Supermodels und wollte, dass sich alle Frauen stets wunderschön fühlen; 2018 hinterließ Oribe Canales eine trauernde Fashion-Welt und seine erfolgreiche Marke, die Luxus in die tägliche Haarpflege brachte. Sein Signatur-Duft „Côte d'Azur“ schwebt nun in der ersten Kerzenkollektion weltweit durch Salons und Räume und kündigt von Glamour und weicher Wärme. Über de.oribe.com



BOTSCHAFT

Make-up-Künstlerin Charlotte Tilbury ist stolz darauf, Gründungspartnerin von The Rocket Fund zu sein, der AIDS Foundation von Elton John. Ihre gemeinsame Kampagne verbreitet die Botschaft von Liebe, Freude und Akzeptanz – nun auch in Form zweier Lippenstiftfarben: „Holiday Rock Lips Limited Collector's Edition“ – im Design von Sir Eltons ikonischem Bühnenkostüm.

FESTTAGSHAUT

Äußerlich feierlich goldschimmernd überzeugt Babor mit der Linie „HSR Lifting“ inhaltlich umfassend und nachhaltig als Pionier und Anti-Falten-Experte. In der neuesten Generation der Erfolgsserie (Premiere war bereits 1986) agieren gleich sechs Hochleistungswirkstoffe im Einsatz für glatte, strahlende Haut. Jetzt im Set mit Creme und Serum: „X-Mas Set HSR Lifting“.



ZIPFELTREFFEN

Make-up-Artistin Gucci Westman findet, dies sind alle Pinsel, die jemals für einen perfekten Teint gebraucht werden. In Japan handgefertigt aus Nylonfasern und nachhaltigem Holz im limitierten, hochwertigen Mini-Set. Die entzückende „Petite Brush Collection“, (die ein wenig an ein weihnachtliches Zipfelmützentreffen erinnert) von Westman Atelier gibt es bei niche-beauty.com



WINTERTALES

Zum diesjährigen Fest schneiderte Jean Paul Gaultier seinen Erfolgsdüften (aus den Jahren 1993 und 1995) glänzende Eisprinzessinnen-Outfits und rattscharfe Silberwesten auf ihre ikonischen Flakon-Körper. „Classique X-Mas Collector“ und „Le Mâle X-Mas Collector“ – skaten gemeinsam in ihr sexy Winter-Weihnachtsmärchen.



psssstt! NEULINGE

Auch den Kosmetikweisen wird es feierlich ums Herz – neben Myrrhe, Weihrauch und Gold legt SUSANNE OPALKA noch andere Kostbarkeiten untern Baum



ESPRIT DE PARIS

Leuchtendes Kupfer, zartes Rosa, helles Gold – insgesamt neun Töne matt oder metallisch schimmernd hat Visagistenlegende Terry de Gunzburg in ihrer Lidschattenpalette vereint. „VIP Expert Palette – Opulent Star“ von By Terry verbreitet Weihnachtsstimmung à la mode parisienne.



BRAVISSIMO

Die Tradition, im Freundeskreis Weihnachts- oder Silvesterkonzerte zu besuchen und gemeinsam die Atmosphäre feierlicher Opernaufführungen zu genießen, hat der künstlerische Leiter Christopher Chong in den Flakon gebannt. „Bravi“ von Thameen London aus der Britologne Collection feiert die Musik, das gemeinsame Erleben und die Kunst – in Covent Garden genauso wie all überall auf dem Erdball. Gibt es im KaDeWe in Berlin, Oberpollinger in München, Osswald Zürich, Le Parfum Wien sowie bei Aus Liebe zum Duft.

UND ES DUFTET SO SCHÖN ...

... nach Orange und Mandarine. Ein Spaziergang durch einen Winterwald voller schneebedeckter Tannen, die Rückkehr in die Wärme und Gemütlichkeit unseres Zuhauses. Der Klassiker „Noël Une Forêt d'Or“ beschwört genau dieses Gefühl, auf das wir in keinem Jahr (immer in neuem Glasdesign-Gewand) verzichten mögen. Von Goutal



GÖTTINNENLICH

Kiphy ist das traditionelle ägyptische Parfum der Götter, Könige und Heilkünstler. Das Eau de Parfum Concentrée „Queen of the Night“ im Flakon aus Murano-Glas nimmt die antike Komposition zum Vorbild und interpretiert sie mit zeitgenössischen Noten (neben Myrrhe, Weihrauch unter anderem Safran, Lotus, Zimt, Tonkabohne). Taugt als Zauberelixir. Für die eine, die wahre, die einzige Königin an unserer oder Ihrer Seite ... Von The Merchant of Venice.



ZUSAMMENGESTELLT VON SUSANNE OPALKA

BURBERRY GODDESS



THE POWER WITHIN
THE NEW FRAGRANCE

WILD Auf die Hörner genommen

Hublot und Cricket-Star Kevin Pietersen unterstützen den Kampf gegen Nashorn-Wilderer in Südafrika. ALEXANDER STILCKEN war dabei

Nachts brüllen Löwen in der Ferne. Morgens schweift der Blick im Sonnenaufgang in Richtung eines Fels-Plateaus, auf dem Paviane ins Morgenrot blinzeln. Alles wirkt friedvoll. Und doch sprechen sie hier vom Krieg. Von einem ungleichen Kampf von Mensch gegen Tier, der in Folge auch in einen Konflikt zwischen Menschen ausartet: zwischen den Wilderern und den Nashorn-Schützern. Die Auseinandersetzung ist so virulent, dass die meisten Involvierten im Kampf für die Tiere in den kommenden Tagen nicht fotografiert werden dürfen. Zu groß ist die Gefahr, dadurch ins Visier der Wilderer zu geraten. Teils werden die Beobachter aus Europa sogar gebeten, nur ohne GPS-Signatur zu fotografieren – um unseinen Standort beim Füttern von Kinder-Nashörnern nicht versehentlich zu verraten. All das spielt sich mitten im Krüger Nationalpark ab, diesem weltberühmten Touristen-Magneten – und unter der Führung von einem, der sich den Mund nicht verbieten lässt. Dessen Name und Gesicht ist in Südafrika zu prominent, als dass man ihn bedrohen könnte, und genau diesen Vorteil nutzt er, um den Krieg zu gewinnen: Kevin Pietersen, 42 Jahre alt, einst Kapitän der britischen Cricket-Nationalmannschaft, Hublot-Markenbotschafter und Gründer von Sorai, einer Charity-Organisation, die sich dem Artenschutz von Nashörnern verpflichtet hat. „Sorai“ ist ein Akronym für „Save Our Rhino Africa India“.

Für eine Uhrenmarke ist diese Reise in mehrerlei Hinsicht außergewöhnlich: Gewalttätige Konflikte vertragen sich schließlich nicht mit den Marketing-Interessen von Luxus-Manufakturen. Hublot ist so auch eher als Partner

des Sports und der Kultur bekannt, als Förderer des Fußballs, im Team mit Sternekoch Yannick Alléno oder dem Künstler Takashi Murakami. Dass man auf den Sport-Star Kevin Pietersen zuzuging, war da einerseits naheliegend, doch der wollte sich nicht nur als Cricket-Idol verpflichten lassen. Stattdessen sagte er den Marketing-Experten: „Kommt her, ich zeige euch etwas, das ist größer als jedes Cricket-Turnier, das ist größer als du und ich, das ist etwas, das ist größer als eure Marke.“ Da waren die Schweizer erstaunt – und neugierig. Pietersen zeigte ihnen die Natur des Krüger Nationalparks und den Kampf gegen die ausufernde Wilderei gegen Nashörner. Nun macht er genau das mit den Journalisten. „Es geht um Artenvielfalt! Und was bitte schön ist wichtiger als die?“, fragt Pietersen. Ausgangspunkt ist der winzige Flughafen von Skukuza. Mit seiner Bambushütten-Optik und der Nashorn-Statue vor dem Eingang sieht er wie der Zugang ins Wildlife-Touristen-Paradies aus, was er ja auch sein soll. In offenen Jeeps geht die Fahrt in die Jock Safari Lodge, eine luxuriöse Unterkunft mit Villen, mit Außendusche sowie einem Moskitonetz-geschützten Outdoor-Bett, falls die Gäste unter freiem Sternenhimmel nächtigen wollen. Eine Destination mit großer Tradition und das Basis-Camp für Pietersens Sorai-Bestrebungen. Dem Sport-Star im Ruhestand merkt der null komma null Cricket-affine Besucher aus Deutschland an, dass dieser ein gewisses Maß an Bewunderung gewöhnt ist. Heute ist er TV-Kommentator, macht in Immobilien und betreibt selbst eine Lodge in Südafrika. Doch hier irgendwo ganz weit draußen, nur 30 Kilometer von der mosambikanischen Grenze



Segen von oben: Aus dem Hubschrauber heraus werden die Nashörner per Schuss betäubt



Schnell und präzise: 20 Minuten ist das Nashorn betäubt. Solange hat der Veterinär Zeit, das Horn abzuzägen

entfernt, geht es ihm nicht um seine Person oder wie er es formuliert: „Ob das hier auch mein Vermächtnis sein soll? Ach was!“ Es gehe ausschließlich um die Rhinos und um die Heimat, denn: „Was wäre Südafrika ohne die Big Five?“ Als da wären: Löwen, Leoparden, Nashörner, Elefanten und Büffel.

Die Wilderer stammen überwiegend aus dem Nachbarstaat. Sie marschieren zu Fuß in den Krüger-Park und machen dort Jagd auf die Tiere, weil Nashornhörner in Vietnam und China für teures Geld verkauft werden können. 60.000 US-Dollar pro Kilo! So ein Nashorn-Aschenbecher gilt dort als ultimates Statussymbol, obwohl die Hörner aus nichts anderem als Keratin bestehen, so wie auch beim Menschen die Nägel und Haare. Noch vor zehn Jahren starb im Durchschnitt alle acht Stunden ein gewildertes Rhinozeros, also drei pro Tag, mehr als 1000 pro Jahr. 90 Prozent der südafrikanischen Population wurden in diesem Zeitraum ausgelöscht, während sie in anderen Teilen der Welt stabil blieb. Initiativen wie Sorai ist es zu verdanken, dass es im vergangenen Jahr „nur“ noch 124 verlorene Nashörner waren, und es nun langsam wieder sicherer für die Tiere wird.

Denn der Kampf gegen die Wilderei ist aufwendig, wie sich am selben Tag zeigt, der sich als typisch erweisen wird: Per Helikopter suchen und betäuben Suchmannschaften Rhinozerosse – mit einem Anästhetikum, das 10.000-mal stärker als Morphium ist. Geschickt lenkt der Pilot das Tier nach dem Betäubungsschuss in ein für das Team zugängliches Gelände, wo es sich ablegen und der Heli landen kann. Dann werden dem Nashorn unter tierärztlicher Aufsicht seine beiden Hörner abgesägt. Die Logik dahinter: Ohne Hörner hat das Tier für die Wilderer keinen Wert. Zudem werden die Tiere während der Betäubung veterinär untersucht und mit Peilsendern ausgestattet. Die Mannschaft arbeitet schnell und hoch konzentriert, keine 20 Minuten ist das Nashorn im Tiefschlaf. Dennoch schmerzt der Anblick des betäubten Rhinozeros – wie es mit gefesselten Füßen und abgedeckten Augen so daliegt, während die Kettensäge ihre Arbeit verrichtet und Keratin-Späne durch die Luft fliegen. Ein Trauerspiel, dass all das nötig ist.

Es ist ein drastisches Mittel, aber ein wirksames – denn im Nationalpark-Alltag kommen die Tiere auch ohne Hörner gut zurecht. Doch weil die Hörner schnell nachwachsen, ist die Prozedur rund alle 18 Monate notwendig. Sie schützt das Rhinozeros und entlastet die Ranger, von denen es im ganzen Park gerade einmal 386 gibt. Viel zu wenige, um den ganzen Park zu schützen, der mit 20.000 Quadratkilometern halb so groß wie die Niederlande ist. Erst recht, wenn man bedenkt, dass 70 Prozent der Ranger als korrupt gelten.

Head Ranger Cathy Dreyer ist erst seit wenigen Monaten im Job. Sie ist bemerkenswert ruhig und gelassen, wenn man bedenkt, dass zwei Drittel ihrer Leute eben gar nicht ihre Leute sind. Sie spricht von der Not der Wilderer in Mosambik. Sie spricht von dem überschaubaren Gehalt ihrer Ranger – von den rund 10.000 Rand, also gut 500 Euro, muss meist die erweiterte Familie ernährt werden. Und sie spricht von Kredithaien, über die die Wilderer ihre Mitarbeiter in Abhängigkeiten zwingen. Oder noch brutaler agieren: 2018 wurde einer mit einer AK-47 erschossen.

Neuerdings sind Lügendetektoren-Tests erlaubt, bereits von 40 Mitarbeitern hat sich Dreyer seitdem getrennt, von der Wäscherin über Tor-Wächter bis hin zu leitenden Rangern. Die Tests dürften eine noch größere Wirkung haben als die drakonischen Strafen, die Wilderern drohen: Kürzlich wurde einer zu 29 Jahren Haft verurteilt. So hart geht man hier in

Südafrika nicht einmal mit Mördern und Vergewaltigern ins Gericht. In einer so armen, verzweifelten Gesellschaft, in der selbst die politische Führung als korruptierbar gilt, kann man nur mit Ortskenntnis und Finanzkraft etwas ausrichten. Jobs und bessere Lebensverhältnisse wollen geschaffen, finanzielle Mittel sinnvoll verwendet werden. Sorai fördert unterschiedliche Projekte, überweist das Geld aber nur an geprüfte Organisationen, und auch dann immer nur projektbezogen. Die Enthornung eines einzelnen Rhinos beispielsweise kostet mindestens 400 Euro, was nur Medikamente, Personal und Sprit für die gespendeten Helikopter einschließt. An guten Tagen schaffe man um die zwanzig Tiere, im November fliege man den ganzen Monat. Eine Luftschutzpatrouille hat sich als wesentlich zu teuer erwiesen, die Positionierung von Nachtsicht-Kameras als sehr nützlich.

Die Reise in dieses ebenso schöne wie bedrückende Krisengebiet endet bei Care For Wild, einer Privatinitiative, die an einem streng geheimen Ort von Wilderern verletzte Tiere wieder aufpäppelt, für eine Rückkehr in die Wildnis vorbereitet und inzwischen auch züchtet. 107 Tiere hat man schon gerettet, 35 wieder freigelassen. Sieben Babys wurden hier geboren – all das im Schutz von 54 Rangern, mit einer K9-Hundeschutzstaffel sowie bewaffneten Rangern auf Pferden. Mit einem aufwendigen digitalen System wird das riesige und stetig wachsende Reservat überwacht. Der Autor darf hier den hungrig heranpolternden 18 Monate alten Mavic – benannt nach dem Drohnenhersteller, dessen Geräte beim Schutz der Tiere helfen – mit Ersatzmilch füttern. Mavic nuckelt, wenige Sekunden später sind 1,5 Liter Milch weg.

Das ist bewegend, doch Kevin Pietersen hat sich Hublot nicht als Partner ausgesucht, um Gästen der Marke einmalige Erlebnisse zu bescheren. Vielmehr hilft das Geld, das durch den Verkauf von limitierten Sorai-Editionen generiert wird. Drei verschiedene Modelle wurden schon erfolgreich lanciert, ein viertes ist in der Entstehung. Sorai wird zudem durch Hublot bekannt, und was Pietersen bei dem Ganzen besonders wichtig ist: „In China und Vietnam, dort, wo die Hörner als Statussymbole gelten, spielt Cricket keine Rolle. Luxusmarken aber durchaus.“ Und so kommt seine wichtige südafrikanische Botschaft über den Umweg der Hublot-Zentrale im schweizerischen Nyon auch dort an. In Form von Uhren, deren Wert ein komplett anderer und größerer ist als ihr Preis. Es wäre zu kurz gedacht, diese Uhren als Charity-Modelle zu betrachten. Sie ticken auch für das Leben der Nashörner – und eigentlich darüber hinaus für jede Art von Artenschutz.



Wie spät ist es? Zeit zu handeln: Kevin Pietersen hat die Uhr bei der Nashorn-Enthornung stets im Blick



Nur Keratin: Das abgesägte Horn besteht aus demselben Material wie Haare



PERSÖNLICH

Grenzenlose Gastfreundschaft

Der israelische Gastronom Assaf Granit erzählt von seinen Großmüttern und der Prägung durch Familie, Essen und Tradition



Alles Familie: Das Restaurant „Berta“ (links) in Berlin ist nach Chefkoch Assaf Granits Großmutter (oben zu Pferd) benannt. Das Pariser Restaurant „Boubalé“ (oben) nach seiner Großmutter Léa

Er ist einer der erfolgreichsten kulinarischen Exporteure der israelischen Küche und ihrer multikulturellen Einflüsse: Assaf Granit startete seine Laufbahn in Jerusalem mit „moderner Jerusalemer Alltagsküche“ und expandiert seitdem mit immer neuen Gastronomiekonzepten nach Europa und sogar bis in die Karibik. Anfang dieses Jahres eröffnete der 48-Jährige mit dem „Berta“ sein erstes Restaurant in Berlin. Im Herbst folgte das „Boubalé“ im „Le Grand Mazarin“ (siehe Global Diary rechts), und soeben wurde „Kapara“ eröffnet, ebenfalls in Paris. „Berta“ und „Boubalé“, was übersetzt Püppchen bedeutet, sind seine persönlichsten Orte: Ersterer ist seiner gleichnamigen deutschen Großmutter Berta, Letzteres seiner polnischen Großmutter Léa gewidmet. Aus London, wo er gerade eines seiner nächsten Projekte plant, ist er über den Bildschirm zugeschaltet. Mit seinen ausufernden schwarzen Tätowierungen sieht Granit nicht gerade aus wie ein Püppchen, sondern eher, wie man sich einen zeitgenössischen Metropolen-Chefkoch eben so vorstellt. Stimme und Erzählweise sind jedoch sanft und gefühlvoll. Sein Kochstil bewegt sich ebenso innerhalb dieses Spektrums: Es sind eigenwillige und köstliche Interpretationen – getragen von Erinnerungen.

„Nachdem ich mich in den vergangenen 15 Jahren in meiner Arbeit vorwiegend auf kulinarische Einflüsse aus dem Mittleren Osten konzentriert hatte, wollte ich es persönlicher: Das „Boubalé“ in Paris zeigt die Verbindung zu meiner aschkenasischen Seite und zu meiner Großmutter Léa. Sie ist die Mutter meines Vaters und floh 1939 aus Polen aus einem Dorf in der Nähe von Warschau nach Israel. Dort lebte sie mit ihrer Familie in En Karem, einem altägyptischen Jerusalemer Stadtteil, und führte ein sehr bescheidenes Leben. Sie waren die einzige aschkenasische Familie in der Nachbarschaft und ihre polnische Küche war etwas

Besonderes. Jeden Freitag versammelten sich alle bei ihr zum Essen. Es gab Gefüllte Fisch, gehackte Hühnerleber mit Lauchzwiebeln, Paprikasalat und zum Nachtsch meinen persönlichen Höhepunkt: süßes Pflaumenkompott, das in einer riesigen Schüssel aufgetragen wurde. An Chanukka gingen mein Bruder und ich morgens zu ihr, um den Hefeteig für die traditionellen Krapfen vorzubereiten. Sie wurden mit Erdbeermarmelade gefüllt. Anders als Pessach ist Chanukka nicht so kulinarisch ausgefeilt. Es wird viel frittiert, es gibt zum Beispiel Latkes (Kartoffelpuffer) mit saurer Sahne. Jeder war bei Léa willkommen. Einer meiner Onkel war Basketballtrainer, und er arbeitete mit amerikanischen Spielerinnen. Deshalb saßen oft diese riesigen, Englisch sprechenden Frauen mit uns am Tisch. Aber es wurde nie Aufhebens darum gemacht, sie gehörten ab dem Moment zur Familie. Genauso wie die Nachbarin und Freundin meiner Oma. Sie war Marokkanerin und sprach nur Arabisch, meine Oma nur Jiddisch. Die beiden kommunizierten mit den Händen, und ich saß derweil in der Küche und aß ihr Couscous. Wenn man Léas Haus betrat, wusste man von der Sekunde an, dass alles einfach nur herrlich sein würde. Ihr ging es darum, uns glücklich zu machen. Sie hatte so viel zu geben, verpackt in Umarmungen und Küsse. Von ihr habe ich die Idee von Gastfreundschaft übernommen.

Meine Großmutter Berta war ganz anders. Sie musste Berlin 1936 verlassen und ging nach Tel Aviv. Sie war sehr streng, geradezu ruppig. Ich glaube, dass es daran lag, dass sie alles zurücklassen musste und dass alle ihre Verwandten, die nicht mehr herauskamen, ermordet wurden. Sie konnte ihre Berliner Vergangenheit nie abschütteln. Kochen hat sie nicht interessiert. Für sie war Essen eher wie Treibstoff. Bei ihr gab es keine Liebe durch Essen oder Umarmungen. Aber was ich von ihr gelernt habe, ist Disziplin. Sie stand bis zu ihrem Tod jeden Tag um fünf Uhr auf und ging an den Strand zum Schwimmen. Sie hasste das Mittelmaß und sie war sehr streng, was die Ausbildung anging. Diese Einstellung wurde auch an mich weitergegeben. Das Berliner Restaurant „Berta“ ist ein Tribut an sie. Dort treffen westliche und östliche Einflüsse aufeinander, und wenn ich die Geräusche aus der offenen Küche im „Berta“ höre, ist das für mich der Klang einer schönen Normalität. Es gibt so viel Bösartigkeit und Wahnsinn in der Welt, dass wir an das Gute in den Menschen glauben wollen und an die Schönheit der Dinge. Anzuerkennen, wo du herkommst und was dich zu dem gemacht hat, der du bist, ist der einzige Weg, um sich weiterzuentwickeln. Das sollte für jeden wichtig sein, nicht nur für mich.“

Aufgezeichnet von Heike Blümner

ESTAUANT BERTA; TAMMY BAR SHAY; DERG LEHMANN; VINCENT LEROUX

2. & 3.
DEZEMBER 2023

GLOBAL DIARY

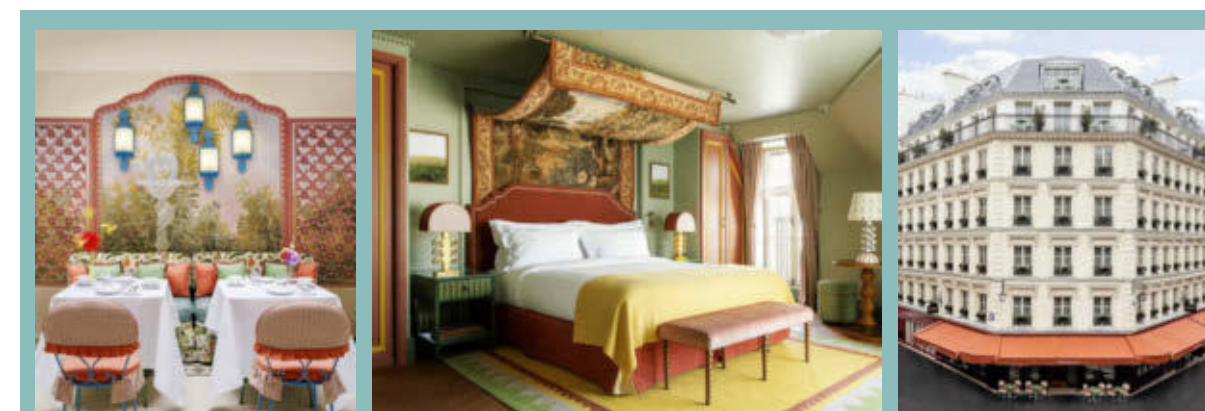
Erinnern Sie sich? An die Zeit, als man Karten von fremden Orten schrieb? Wir tun es noch immer

Man muss ihm leider widersprechen. „Das Londoner Haus wird ein Martini“, sagte Peninsula-CEO Peter Borer vor der Eröffnung. Und spielte damit auf den Mix von Stararchitekt Peter Marino an: zwei Drittel dessen persönliche Handschrift, ein Drittel Britishness – und asiatisches Flair als Olive. Sobald man jedoch die Schiebetüren zum Badezimmer öffnet, wird klar: Es handelt sich eindeutig um Champagner! Die Spiegel reflektieren die warmen Cremetöne des Onyx an den Wänden, der wie ein Weichzeichner auf das Antlitz und die Seele wirkt. Dass die Längsrillen in dem edlen Naturstein haargenau ineinander übergehen, fällt erst beim genauen Hinsehen auf. Genauso wie die Tatsache, dass die Butter beim Frühstück in Form einer Praline daherkommt, die den Hüten der Pagen nachempfunden ist. Es sind – neben dem aufmerksamen Personal – die vielen liebevollen Details, die den Charme des neuen Hauses der Hongkonger Hotelkette ausmachen. Direkt am Hyde Park gelegen, kann man von der Rooftop-Bar „Brooklands“ aus versuchen, in den gut geschützten Garten des Buckingham Palace zu lensen.



Dort, hinter dem großen Baum, war das etwa König Charles? Vielleicht hat man aber auch einfach zu tief in seinen „Mach II“-Cocktail geschaut. Die Drinks sind nach der Schallgeschwindigkeit benannt. Die Bar und das gegenüberliegende Fine-Dining-Restaurant von Sternekoch Claude Bosi huldigen der Aviatik und dem Motorsport. Da passt es

doch, dass die Menüs wie eine rasante Reise durchs Vereinigte Königreich klingen. Wer lieber einen Abstecker nach China machen möchte, kehrt in das mit Keramik dekorierte „Canton Blue“ ein. Martinis gibt es dort auch – und Champagner ohnehin. Tina Bremer war fasziniert von der Zeitkapsel, die im Sockel des Löwen beim Eingang aufbewahrt wird



LE GRAND MAZARIN PARIS

Wo wohnt Du?“ textet mir ein Freund bei meiner Ankunft in Paris. „Im Le Grand Mazarin“, schreibe ich ihm. „That’s so OOOOTTT“, kommt es umgehend zurück. Wobei „OOOTTT“ französisch-phonetisch für hot, also heiß steht. Zur vergangenen Fashion Week hatte das 5-Sterne-Boutiquehotel mit 61 Zimmern und elf Suiten nach dreijähriger Renovierung eröffnet. Das Who’s who der Branche trat sich zu diesem Anlass

dort auf die Füße. Oder trat vielmehr auf das Eichenparkett, das nach historischen Mustern neu verlegt wurde, den grünen Marmor oder die taurische Auslegeware in den Fluren, in die eine bunte Unterwasserwelt aus Korallen, Seepferdchen und Blumenmustern eingewebt ist. Die geputzte Fassade in direkter Nachbarschaft zum Rathaus und dem Shopping-Distrikt Marais gibt sich von außen unauffällig. Was sich innen abspielt, ist eine ganz andere Nummer. Durch den unscheinbaren

Eingang geht man wie durch den Kleiderschrank nach Narnia: Der schwedische Interiordesigner Martin Brudnizki hat eine Welt irgendwo zwischen klassizistischem Salon und Wes Anderson erschaffen. Eine Welt, die nach der Logik eines unwahrscheinlichen Traums funktioniert und in der – natürlich – jeder Quadratzentimeter ein potenzielles Instagram-Motiv abgibt. Es dominieren Farben wie Lachs, Pistazie und Kornblumenblau. Über den Betten sind geknüpfte Baldachins drapiert und an Wänden irisierende Tapeten gespannt. Jedes Möbelstück wurde eigens angefertigt, dazu gesellen sich erlesene Antiquitäten und Mobiliar, das an bestimmte Epochen erinnert und doch keiner eindeutig zuzuordnen ist. Die Stoffe der Sofas, Kissen und Vorhänge sind prächtig – und wieder anders gemustert. Im Untergeschoss befindet sich ein kleiner Swimmingpool und ein Hammam unter einer weißen Gewölbekuppel aus dem 14. Jahrhundert, die über und über von einer organischen Zeichnung des Künstlers Jacques Merle bewachen ist: ein versteckter kleiner Wellnessstempel mitten in Paris. Wem oder was hier gehuldigt wird? Der Exzentrik, dem Maximalismus und auch dem Eskapismus. Es ist ein Ort wie als Kontrast zur allgemeinen Weltlage. Auch deshalb hat das „Grand Mazarin“ Konjunktur. Vielleicht, dachte sich Heike Blümner, kann man nach längeren Aufhalten hier zaubern oder fliegen

TINA BREMER (2); VINCENT LEROUX (3)



In den Ateliers und Manufakturen dieser Welt werden weiterhin Handwerkskünste gepflegt, und wir schauen dabei zu

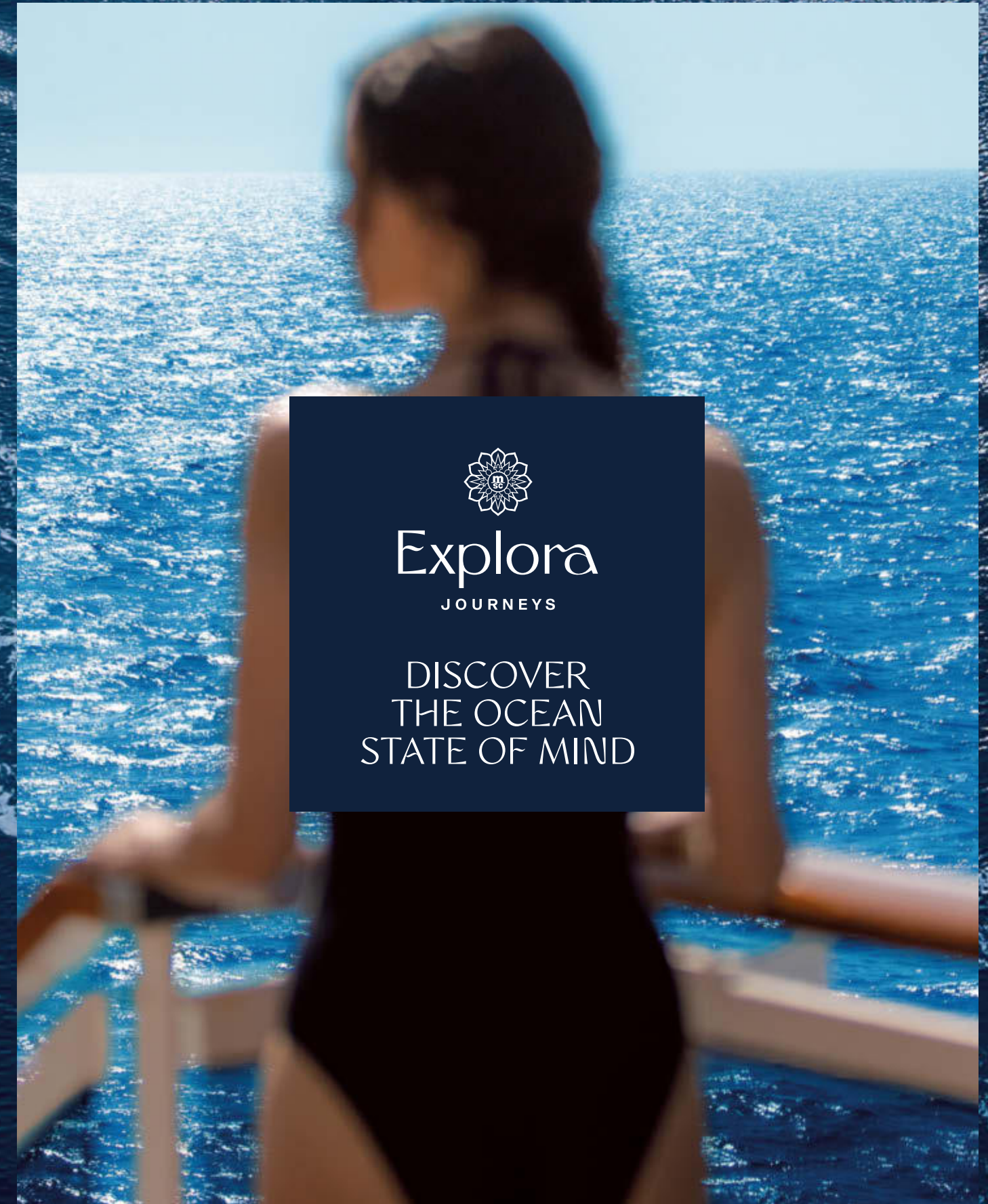


Mit 70 Jahren feiert er sein großes Comeback: Im Jahre 1953 entworfen, zählt der Gucci Horsebit Loafer zwar zu den Evergreens aus dem Hause Gucci. Gleichwohl sieht man ihn gerade an so vielen Füßen wie lange nicht mehr. Über die Jahre wurde selbstverständlich die Passform stetig verbessert, die Optik blieb dagegen zeitlos. Gefertigt wird er in den Manufakturen in der Toskana und in den Marken, klar, in Italien. Hier die Zusammenfassung in sieben Schritten: **1** Ein Leisten aus Holz muss zunächst angefertigt werden. Er wird die spätere Passform bestimmen. **2** Die späteren Nähte werden auf dem Leisten vorgezeichnet. So entsteht eine Art Muster des Schuhs, an dem sich die Handwerker orientieren können. **3** Die einzelnen Lederstücke werden vorgezeichnet, um anschließend zugeschnitten zu werden. Es handelt sich um ein natur-

belassenes Leder. **4** Von Hand werden die Einzelteile zusammengesetzt und vernäht. 54 Stiche braucht es für den kompletten Schuh. Innen wird er mit weichem, aber robustem Canvas-Stoff ausgefüllt. **5** Mit einem gepolsterten Hammer wird das Leder in Form geklopft. **6** Nun bekommt der Horsebit seine Ledersohle. Sie wird in der traditionellen Blake-Bauweise an den Schuh genäht. **7** Ist die Sohle angebracht, wird sie gereinigt und mit etwas Wachs versiegelt. Im letzten Schritt bekommt der Schuh seinen Absatz, der mit Vorder- und Fersennägeln fixiert wird (hier nicht zu sehen). Jetzt ist der Schuh fertig. *Übrigens: 1985 wurde der Horsebit als Beispiel für italienisches Design in die Dauerausstellung des Metropolitan Museum of Art aufgenommen*

GUCCI (8)

BAUPLAN GUCCI HORSEBIT 1953 LOAFER




Explora
JOURNEYS

DISCOVER
THE OCEAN
STATE OF MIND

VON EXPERTEN FÜR SUPERYACHTEN ENTWICKELT | GERÄUMIGE OCEAN TERRACE SUITES
SPANNENDE WENIGER BEKANNTE REISEZIELE | NEUN KULINARISCHE ERLEBNISSE INKLUSIVE
OCEAN WELLNESS – VOM MEER INSPIRIERT | RESPEKTVOLLE NACHHALTIGE REISEN | ENTSPANNTER EUROPÄISCHER STIL

STARTEN SIE IHRE REISE AUF [EXPLORAJOURNEYS.COM](https://www.explorajourneys.com)
INFORMATIONEN IN IHREM REISEBÜRO ODER UNTER 00 800 08250863



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON

FINE JEWELRY