

12	ZEUG FISCHERSTIEFEL
20	PRODUKTE WANDUHREN
22	BACKSTAGE VAN CLEEF & ARPELS
24	DESIGN FLORALES

IM PORTRÄT POLTRONA FRAU	26
IM GESPRÄCH PIERO LISSONI	28
HINTERGRUND REDESIGN	46
TRENDS SALONE DEL MOBILE 2022	52



Bitte nehmen Sie Platz

IKONISCHE SITZMÖBEL TREFFEN AUF
DIE AKTUELLEN MODETRENDS

Seite 36





EIN HAUCH VON EWIGKEIT

Mehr als die 24 Bilder, die pro Sekunde vorbeiflackern. Mehr als die epische Darstellung einer gemeinsamen Vergangenheit oder die Erforschung einer möglichen Zukunft. Jedes Meisterwerk hinterfragt unser tiefstes Wesen und nährt unsere höchsten Ambitionen. Jedes ist ein Zeugnis dessen, was uns wirklich bewegt, eine Aufforderung, immer höher zu streben und immer wieder Neues zu schaffen. **Das ist Kino.**

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL
DATEJUST 36



ACADEMY
OF MOTION PICTURE
ARTS AND SCIENCES



ROLEX





LOUIS VUITTON



**“I’M THINKING BEYOND MY TIME
TO THE LEGACY I LEAVE BEHIND.”**

**GISELE BÜNDCHEN, SUPERMODEL, ENTREPRENEUR,
ENVIRONMENTALIST AND IWC ENVIRONMENTAL
AND COMMUNITY PROJECTS ADVISOR**

IWC PORTUGIESE



PORTUGIESE CHRONOGRAPH

Zeitlos und ikonisch, hervorragende Ergonomie, detaillierte Verarbeitung und technische Exzellenz: Seit über zwei Jahrzehnten definiert die Portugieser Chronograph die Essenz einer eleganten und vielseitigen Sportuhr. Das IWC-Manufakturkaliber 69380 sorgt für höchste Präzision, und das fein gearbeitete Edelstahlarmband bietet einen hohen Tragekomfort.

IWC
SCHAFFHAUSEN

IWC BOUTIQUE · BAHNHOFSTRASSE 61 · 8001 ZÜRICH



LUXURY BEYOND TIME, SPACE AND ROADS.

Steigen Sie ein in den Mercedes-Maybach GLS und erleben Sie automobilen Luxus auf höchstem Niveau – dank grosszügiger Abmessungen, hochwertiger Materialien und vollkommener Handwerkskunst. Aktivieren Sie den einzigartigen Maybach-Fahrmodus mit DYNAMIC SELECT und geniessen Sie die sanfte und komfortable Fahrt. Der exklusive Mercedes-Maybach GLS. The wealth of independence.

mercedes-benz.ch/maybach-gls

MAYBACH





BIOCERAMIC
MOONSWATCH
COLLECTION

MISSION TO MERCURY

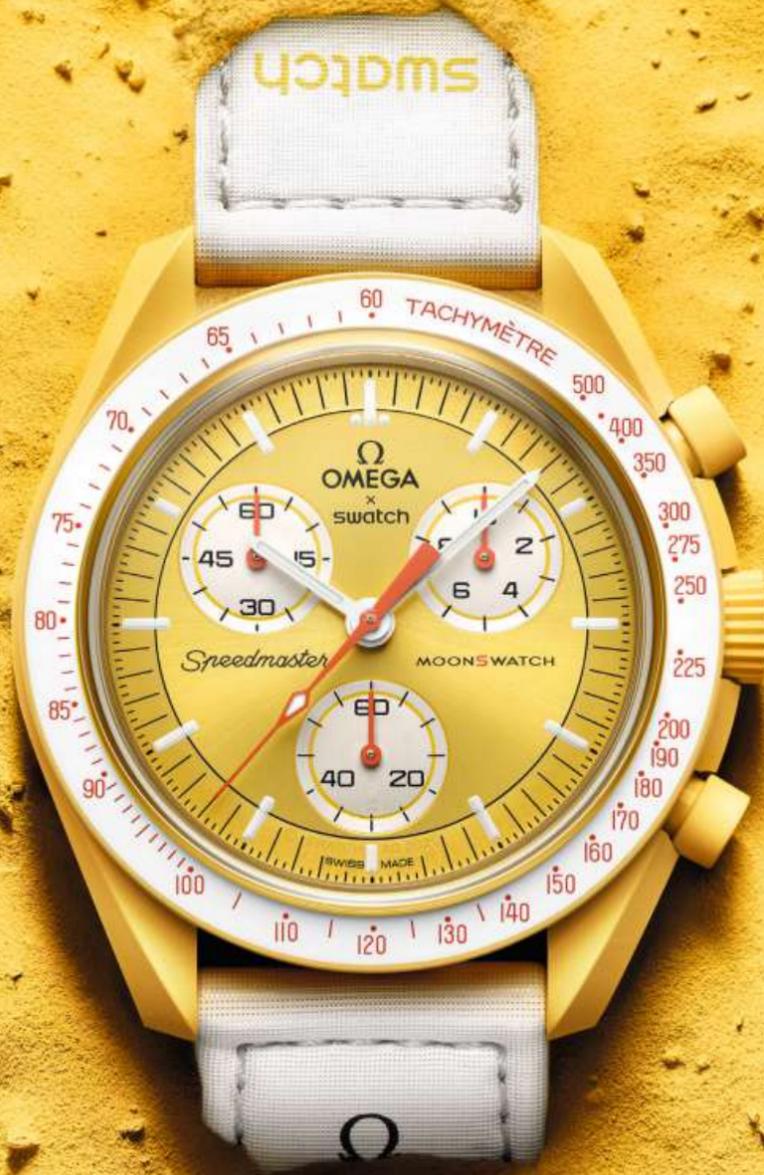


Ω
OMEGA
×
swatch® 

Only available in selected Swatch Stores

BIOCERAMIC
MOONSWATCH
COLLECTION

MISSION TO THE SUN



Ω
OMEGA
×
swatch[®] 

Only available in selected Swatch Stores

Einmal durchwaten, bitte

KOMPLIZIERTE ZEITEN VERLANGEN NACH SCHUHEN, UM DIESEN ZU TROTZEN: WAS ES MIT DEM TREND ZU FISCHERSTIEFELN IN DER MODE AUF SICH HAT

Text **MALENA RUDER** Foto **JOHANNA HULLÁR**



GIB GUMMI (ODER STOFF)

Bottega Veneta: Den rundlichen Kult-Schuh «Puddle» aus Kautschuk gibt es unterdessen in vielen verschiedenen Farben.
Y/Project: Popstar Rihannas Auftritt in den voluminösen Stiefeln des Labels sorgte für Gesprächsstoff.
Giambattista Valli: Der Italiener entwirft glänzende Overknees für die ganz dramatischen Auftritte.

Gummistiefel sind in der Mode nichts Neues. Kate Moss trug sie schon in den neunziger Jahren zum Paillettenkleid auf Festivals. Ihr Look wurde unzählige Male kopiert. Was ihn so spannend macht, sind der Kontrast zwischen Funktions- und Partybekleidung und die Nonchalance, mit der die Grenzen zwischen diesen beiden Bereichen ignoriert werden.

Das Prinzip funktioniert heute noch: Bottega Veneta lancierte mit dem «Puddle»-Boot 2020 zu Lockdown-Zeiten ein Accessoire, das Gummistiefel endgültig von ihrer Funktion als Schlechtwetter-

schuh befreite. Gesellschaftlich betrachtet kann man sie als Möglichkeit sehen, den Widrigkeiten des Lebens zu trotzen. Während der Bottega-Puddle nur knöchelhoch war, zeigten diese Saison viele Brands Boots, so hoch wie Fischerstiefel, aus Leder, Gummi oder Stoff; bei Y/Project etwa, Giambattista Valli oder Chanel. Diese teuren «Waders» sind zwar eher stadt- denn seetauglich, setzen aber ein klares Motto für diesen Winter: Da müssen wir durch.

«Waders», Kautschuk (Preis auf Anfrage), von Chanel.



HardWear Collection

TIFFANY & CO.

INHALT

Z

ZEITGEIST

- 16—NEUES AUS DER SCHWEIZ
- 18—NEUES AUS DER WELT
- 20—PRODUKTE
- 22—BACKSTAGE
- 24—DESIGN
- 26—IM PORTRÄT



Seite 52, Trends: Das Motto des Möbelsalons war «Regeneration».

28—IM GESPRÄCH **Piero Lissoni**

Ein Gespräch mit dem Architekten aus Italien, der die Grenzen zwischen Räumen, Objekten und Grafikdesign elegant verwischt



Seite 36, Im Bilde: Sitzmöbel und Mode, die harmonieren wie der Stuhl «Fynn Dining» von Minotti mit diesem Look von Prada. Strumpfhose von Falke, Haube: privat.

3

ZÄSUR

- 31—BICE CURIGER
- 32—RICHARD KÄGI
- 33—BARBARA VINKEN / MALENA RUDER
- 34—NICOLAS POLLI

36—IM BILDE

Sitzplatz für die Mode

Zu jedem Designstuhl das passende Outfit: Ein Shooting mit den schönsten Paarungen



Seite 36, Im Bilde: Arbeitswut mit dem «Corona Chair» by Poul M. Volther, gesehen bei Fredericia Furniture, und Business-Look von Louis Vuitton.

46—HINTERGRUND

Aus alt wird neu

Wie Designer und Möbelhersteller jetzt die besten Entwürfe aus ihren Archiven verbessern und weiterdenken

52—TRENDS

Highlights aus Mailand

Wir haben die besten Möbel und Tendenzen vom 60. Salone del Mobile zusammengestellt

58—ZUTAT

Schwarzkümmel

Wie die würzig-nussigen Gewürzsamen ihren Weg in unsere Küche gefunden haben

Z

ZUGABE

59—DESTINATION

62—VERLOSUNG/IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN



Seite 59, Destination: Reise ins Hotel Borgo Santandrea an der Amalfiküste.



Kollektion Perlée
Armband und Ring Perlée
Sweet Trèfles, Roségold
und Diamanten.

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906



NEUES AUS DER SCHWEIZ

BEAUTY

Sweet Skin

Grabenstrasse 2, Baar

Am Knotenpunkt zwischen Luzern, Zug und Zürich hat mit Sweet Skin eine Hautklinik eröffnet, ein innovativer Dermatologie-Campus im Herzen der Schweiz. Das «Sweet Experience» von Klinikgründerin Dr. Valentina Bänniger: Gesunde Haut erhalten und die eigene Schönheit durch innovative Techniken hervorheben. Das Interieur widerspiegelt dabei das holistische Beauty-Erlebnis: Zeitloses Design in hellen Räumen mit sanften Farben, eigens kreierte Musik und ein subtiler Duft nach Zitrus und Ingwer. (kid.)

sweet.skin



«Boost your inner beauty», so das Motto der Hautklinik Sweet Skin.

AUSSTELLUNG

«Transylvania's Hidden Treasures»

Kulturstiftung Basel H. Geiger,
Spitalgasse 18, Basel, bis 6. 11. 2022

Galerist Miklos von Bartha zeigt in der Kulturstiftung Basel H. Geiger erstmals Teile seiner grossen Sammlung an Keramiken und Textilien aus Transsilvanien. Die Modedesignerin JJ Martin (La DoubleJ) ergänzt die Schau mit Entwürfen, welche die alten Motive aufgreifen. (kid.)

kbhg.ch



Mode von La DoubleJ, mit Keramik und Textilien aus Siebenbürgen.



Bluse «Tour de Suisse» (Fr. 69.95), von Yaël Anders für Manor.

SHOPPING

Gefragte Designs

Die primitiven Motive von Designerin Yaël Anders muten wie Teenager-Kritzeleien an, sind jedenfalls von hohem Wiedererkennungswert und wohl Ausdruck einer neuen Generation, die den Charme des Unperfekten für sich entdeckt. Nach Modeentwürfen für Collectif Mon Amour sowie Projekten für Samsung, Ikea und Adidas entwarf sie nun für Manor Kleider, Keramiken und NFT – alles zum 120. Geburtstag des Kaufhauses. (kid.)

manor.ch

GENUSS

Engagierter Tee



Kräutertee «Alpine Dream» (Beutel à Fr. 13.90), von Chanoyu.

Die junge Teemarke Chanoyu will sich mit der erfahrenen Tea-Master Valérie Peyre und der Swiss Fair Trade AG im Rücken im Premiumsegment etablieren. Im Fokus des Brands steht neben Bio-Mischungen von unabhängigen kleinen Produzenten aus aller Welt auch das soziale Engagement. Spezielle Kreationen werden für Spitzenköche, Hotels und Restaurants entwickelt, sind aber auch für private Geniesser erhältlich. (kid.)

chanoyu-tea.ch

DESIGN

Klappt gut

Die 17 einzeln herunterklappbaren Holzelemente ergeben zusammen das clevere Wandregal «Habibi», benannt nach dem arabischen Kosewort für «Liebling». Horizontal ausgestreckt ergeben sie zusammen eine hübsche Ablagefläche, die auch als Garderobe genutzt und gar mit kleinen Kästen ergänzt werden kann. Das dreiköpfige Team von Samber im aargauischen Boswil hat sich diesen vielseitigen Wohngehilfen ausgedacht. Produziert wird aus Eiche, Buche oder Nussbaum in der eigenen Schreinerei. (kid.)

samber.ch



Wandregal «Habibi», aufsteckbare «Cubes», (ab 590 Fr.), von Samber.

BUCH

Ikonische Uhr

Ihre achteckige Lünette mit den sichtbaren Schrauben ist Kult: Selbst Uhrenlaien ist die «Royal Oak» von Audemars Piguet ein Begriff. Zum fünfzigsten Geburtstag der ersten Luxus-Sportuhr aus Stahl erhält der Entwurf von 1972 ein Denkmal in Form eines fast 300 Seiten dicken, bilderreichen Buchs mit Texten von Kulturjournalist Bill Prince. (kid.)

assouline.com



«Royal Oak: From Iconoclast to Icon» (etwa 242 Fr.), Assouline.



Taucheruhr «Superocean» (ab 4450 Fr.), von Breitling.

UHR

Für Wasserratten

In den sechziger Jahren war Tauchen eine angesagte Sportart. Damals lancierte Breitling die «Superocean»: Alle fürs Tauchen überflüssigen Funktionen wurden entfernt, sogar der Sekundenzeiger. An seine Stelle trat der minutenbasierte Chronograph «Slow Motion»; die vollständige Drehung des Zifferblatts dauerte eine Stunde. Die frisch lancierte «Superocean»-Kollektion ist eine zeitgemässe Interpretation, die sich neu auch an Surfer und andere Wasserfans richtet. (rud.)

breitling.com

Neugestaltung



Uhr «Longines DolceVita x YVY» (1500 Fr.), von Longines.

Nach einem *Revamping* durch Modedesignerin Yvonne Reichmuth vom Zürcher Lederlabel YVY zeigt sich die «DolceVita» von Longines mit neuem gewissem Etwas: Ein zweireihiges Armband – in Beige, Braun oder in Schwarz gar mit Nieten geschmückt – unterstreicht das rechteckige Gehäuse der klassischen Uhr und setzt einen modischen Akzent, sei es für Frauen wie auch für Männer. Angelehnt an ein Zaumzeug aus dem Pferdesport ist das Lederband modular: Der schmale Begleitriemen zur Uhr lässt sich auch als separater Armschmuck tragen. (kid.)

longines.com

Stephanie Gilmore – Sally Fitzgibbons – Kelly Slater



BREITLING
1884



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

NEUES AUS DER WELT



Beuteltasche «Parker Soft» (ab etwa 800 Fr.), von Lutz Morris.

ACCESSOIRES

Auf die Klappe, fertig, los!

Nostalgische lederne Kosmetiktuis mit Klappdeckel und Metallrahmen waren die Hauptinspiration für das Taschenlabel von Designerin Tina Lutz Morris, die sich einst ihre Spuren bei Labels wie Issey Miyake, Calvin Klein oder Lutz & Patmos abverdient hatte. Noch heute ist dieser Stilursprung bei vielen ihrer Designs erkennbar, sei es als Grundform oder als aufgesetzte Aussenfächer. Zeit- und saisonlos ist der Look, nachhaltig die Produktion in Deutschland. (kid.)

lutzmorris.com

DESIGN

Tischetikette

Immer mehr Modemarken weiten ihr Stiluniversum auf Inneneinrichtung aus und setzen auch in diesem Bereich neue Trends. An der jüngsten Designwoche in Mailand präsentierte etwa das Schuhlabel Aquazzura seine erste «Casa»-Kollektion mit Geschirr und Tischwäsche für die Festtafel. (kid.)

aquazzura.com



«Jaipur»-Porzellan und Murano-Gläser von Aquazzura Casa.

SCHMUCK

Edel-Metall

Für einmal bringt Alessi nicht nur Schmuckes für die Küche auf den Tisch, sondern auch für Hals, Hände und Ohren: Die «Venusia»-Kollektion von Designerin Elena Salmistraro überrascht mit eigenwilligem Werkstattschmuck. Ihre geometrischen Ringe, Armreifen, Halsketten und Ohrringe erinnern an archaische Amulette im Industrial-Look und sind aus hypoallergenem Edelstahl, dessen verschiedene Oberflächen in Gold und Schwarz schimmern. (kid.)

alessi.com



Halskette «Acta», anti-allergener Edelstahl (145 Fr.), von Alessi.

HOTEL

Lanserhof Sylt

Am Lanserhof 1–8, List/Sylt



Architekt Christoph Ingenhoven ist bekannt für nachhaltiges Bauen.

Eine Ufo-Zentrale oder ein Meerestier in Angriffsposition? Die Architektur der neuen Dépendance des Medical Health Resorts Lanserhof auf Sylt, erdacht von Christoph Ingenhoven, lässt Raum für Imagination. Nicht so das Angebot, für das man sich unter das weltgr sste Reetdach begibt: Schonungslos ehrliche Präventivmedizin auf höchstem Niveau kombiniert mit Heilfasten und Ruhe steht im Fokus. Die Vitamin-Infusion lässt man sich mit Blick aufs Meer einträufeln. (ijo.)

lanserhof.com



«Broderie Anglaise»-Kleid (Preis auf Anfrage), von Klaesi Holdener.

MODE

Broderie anglaise, auch als Lochspitze bekannt, war letzten Sommer total *en vogue*. Der Stoff, der ein bisschen an Tischdecken erinnert, ist romantischer als glatte Popeline, aber auch unkomplizierter und angezogener als delikate Spitze im Lingerie-Look. Der in Berlin ansässige Schweizer Designer Florian «Klaesi» Holdener schlägt die Lochstickerei auch für den Herbst und Winter vor: etwa als Maxi-Kleider oder sogar an Daunenjacken. Mit Spitze der St. Galler Firma Bischoff Textil – wahlweise in Crème-weiss oder Schwarz. (kid.)

klaesi.com

GESUNDHEIT

Aufsteller

Ob bei einer veganen Lebensweise, zur Stärkung des Immunsystems oder als Unterstützung für Nerven und Psyche: Dr. Natalie Vladi, eine in der Pharmaindustrie forschende Apothekerin, setzt mit ihrem Label Foondiert neue Massstäbe im Supplementmarkt. Die Nahrungsergänzungsmittel mit Nährstoffen in biologisch aktiver Form werden allesamt in pharmazeutischer Qualität hergestellt. (kid.)

foondiert.com



«Balance Support Complex», 60 Stk. (etwa 48 Fr.), von Foondiert.

OUTDOOR

Allwettertauglich

Ein gelungenes Projekt geht in die zweite Runde: Nach der erfolgreichen Kollaboration im Jahre 2017 spannt das Velolabel Brompton erneut mit der Traditionsmarke Barbour zusammen. Als Ode an langlebiges, britisches Design wurden urbane Kleider und Taschen für Männer und Frauen entwickelt. Allwettertaugliche Highlights sind nebst einer Sonderedition des Faltvelos «C Line Explore» eine grüne Wachsjacke mit abnehmbarer Kapuze, Reflektoren und Mesh-Innenfutter sowie eine reversible Steppjacke in Olive oder Leuchtorange. (kid.)

barbour.com



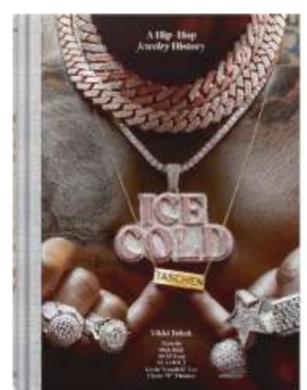
Reversible Steppjacke (etwa 315 Fr.), von Barbour x Brompton.

BUCH

Ice, Ice Baby

Vikki Tobak legt mit diesem Werk eine umfassende Schau über einen der schillerndsten Stile der Gegenwart vor: die Hip-Hop-Kultur mit ihren Bling-Preziosen und wie diese mit protzigen Anhängern und diamantbesetzten «Grillz» seit den 1980ern die Luxuswelt prägen. Essays von Rappern wie LL Cool J ergänzen den Bildband. (kid.)

taschen.com



«Ice Cold. A Hip-Hop Jewelry History», 388 Seiten, von Taschen.



PRADA

MAXIMALE SCHLICHTHEIT

GANZ IM STILE VON BAHNHOFSUHREN HABEN KLAR GESTALTETE WANDUHREN DURCHAUS IHREN REIZ: IHR SPRÖDER CHARME PASST NICHT NUR INS BÜRO

Redaktion **KIM DANG** Fotos **JOHANNA HULLÁR**



A

Puristisch

Auch wenn das Licht mal aus ist, überzeugt der ultraschlichte Entwurf von Fabian Schwaerzler: Seine Zeiger leuchten nämlich im Dunkeln.

«L-Clock», 25 cm, Aluminiumrahmen, Glas (290 Fr.), von Maurice de Mauriac, bei NZZ Shop



B

Konstruktiv

Ausgewogene Proportionen und eine konstruktive Klarheit ermöglichen bei Max Bills Uhrentwürfen für Junghans ein rasches und präzises Ablesen.

«Max Bill Wanduhr 22 cm», Funkwerk, Aluminium, Mineralglas (335 Fr.), von Junghans



D

Ikonisch

In Arne Jacobsens unerschöpflichem Œuvre haben nicht nur Sitzmöbel wie die «Ameise» und der «Schwan» Kultstatus, sondern auch diese grazile Wanduhr.

«Bankers», 21 cm, Aluminium, Mineralglas (etwa 225 Fr.), von Arne Jacobsen Watches



C

Zeitlos

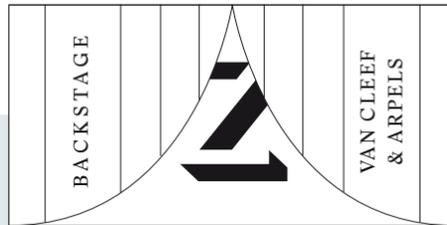
Dietrich Lubs' Uhr aus den frühen 1980ern ist heute funkgesteuert: Die Zeiger gleiten lautlos und müssen nicht eingestellt werden.

Wanduhr «Bc17b», 29 cm, Kunststoff, Glas (90 Fr.), von Braun, bei Manor

ART DIR: PAUL MARCIANO PH: TATIANA GERUSOVA © GUESS?, INC. 2022

GUESS

GUESS.EU



Lass es perlen

Die Kollektion «Perlée» von Van Cleef & Arpels ist mittlerweile ein Klassiker; dabei waren die goldenen Perlen einst nur als dekorative Beigabe gedacht

Text MALENA RUDER



AUSSEN Die Halskette «Twist» stammt aus der Mitte der 1960er Jahre.

INNEN Bereits 1949 lancierte Van Cleef & Arpels diese Uhr aus der Kollektion «Couscous».

Vom Motiv zur Kollektion

Das Element der Perlenschnur begleitet nicht nur das französische Schmuckhaus Van Cleef & Arpels seit seiner Gründung im Jahr 1906: «Das Motiv der goldenen Perlen findet man seit Beginn der Schmuckhistorie, etwa in der etruskischen Kultur», erklärt Nicolas Bos, CEO von Van Cleef & Arpels. Die Marke re-interpretierte das Motiv, und ab den 1960er Jahren wurde es zu einer der Signaturen des Hauses. Die feinen Perlen fanden sich in Serien wie «Twist», «Couscous» oder dem Klassiker «Alhambra».

In den letzten 15 Jahren wurde das Element als Signatur einer eigenständigen Kollektion stark weiterentwickelt: «Man kann von der Emanzipation des Motivs sprechen», bestätigt Bos. Im Gegensatz zu vielen typischen Van Cleef & Arpels-Entwürfen, welche sehr figurativ daherkommen – sei es als Blumen oder Schmetterlinge –, sind die Stücke aus der «Perlée»-Kollektion von grafischer Schlichtheit.

«Wir wollten diese romantische Welt mit abstrakteren Stücken ergänzen», sagt CEO Bos. Gleichzeitig plante man aber, sich innerhalb der schon etablierten Designsprache des Hauses zu bewegen, auch, damit die Stücke mit bestehenden Kollektionen wie «Frivole» und «Alhambra» kombiniert werden können. «So simpel das Perlen-Motiv scheinen mag, es bietet unzählige Möglichkeiten», so Bos.

Gerade wurden sehr viele Stücke lanciert, darunter auch eine neue Uhrenkollektion. Ein wichtiger Punkt ist für Bos der Herstellungsprozess: «Bei uns steckt nicht nur in der Haute Joaillerie, sondern auch in den alltags-tauglichen Kollektionen viel Handarbeit.» Die «Perlée»-Teile werden mit der althergebrachten Technik des Wachsaußschmelzverfahrens hergestellt. Sehr viel Zeit nimmt dann das Polieren in Anspruch. Dabei werden Feinheiten herausgearbeitet und das Schmuckstück zum Glänzen gebracht.

Die aktuelle Kollektion



«Perlée Couleurs»-Schmuckstücke mit Türkisen, Korallen und Lapislazuli.



OBEN Roségold-Ring aus der «Perlée Diamond»-Familie.
UNTEN Kontrolle einer «Perlée Toi & Moi Secret Watch».





KALDEWEI DUSCHBODEN SUPERPLAN ZERO

KALDEWEI

Choreografien aus Präzision und Eleganz

SUPERPLAN ZERO aus Stahl-Emaille verbindet die Kraft des Stahls mit der Schönheit der Glasoberfläche in einem Duschboden. Edel und voller Anmut fügt er sich in die Gesamtkomposition des Raumes ein.

PHOTOGRAPHER Bryan Adams

Visit KALDEWEI.COM

DANCER FEDERICO SPALLITTA

Blumen, die bleiben

Die Zeit der Sommerblumen ist begrenzt – und leider schon wieder vorbei. Aber es gibt andere Wege, die Frische der Natur in sein Zuhause zu holen. Etwa mit Designstücken mit floralen Formen und Motiven. Die sind neuerdings weder romantisch noch bieder, sondern einfach zeitlos schön

Text **LEA HAGMANN** Illustration **LIANNE NIXON**



MEHRWERT

Was bewirken Blumen zu Hause?

In der chaotischen und lauten Welt von heute bringt uns die Natur zurück zu den Grundlagen – und ein Gefühl der Vertrautheit. Wenn wir uns mit Blumen und anderen natürlichen Elementen umgeben, kommen wir vielleicht einem von Einfachheit, Ruhe und Frieden geprägten Zustand näher,

Mit unserem gemeinsamen Projekt, dem Stuhl «Hortensia» (Nr. 4), wollten wir diese Verbindung zur Natur umfassender gestalten. Was streichelt, tröstet und umarmt einen mehr als ein Sessel, eine Wolke aus Blütenblättern? Unser Ziel war, das Gefühl zu vermitteln, in einer echten Blume zu sitzen. Die dekorative, ästhetische Komponente ist zwar wichtig,

aber gegenüber dem Erlebnis trotzdem zweitrangig. Im Vorfeld zu dieser Arbeit ist uns auch immer wieder aufgefallen, wie Blumen die Fähigkeit haben, Licht in eine Umgebung zu bringen. Sie fangen es ein und geben es auf eine zarte und völlig einzigartige Weise wieder ab. Und Licht ist das Herz eines jeden Daheim, das Element, das es lebendig macht.

Julia Esqué, Textildesignerin aus Barcelona; juliaesque.com;
Andrés Reisinger, Digitalkünstler aus Barcelona; reisinger.studio



1

Puristin

Die Blütenblätter haben nicht nur einen ästhetischen Zweck: Die kleine Lampe spendet sowohl direktes als auch indirektes Licht.

Tischleuchte «Blom» (etwa 175 Fr.), von Fontana Arte



2

Farbenzauber

Der Begriff Zierkissen an sich klingt schon ziemlich bieder. Doch es geht auch modern – etwa mit diesem Print.

Kissen «Indonesian Red Rose» (etwa 53 Fr.), von Lisa Corti



3

Glücksbringer

Inspiriert von einem vierblättrigen Kleeblatt, kann dieser Tisch nur Gutes verheissen.

Beistelltisch «Concertina» (etwa 8000 Fr.), von Raw Edges für Louis Vuitton



4

Blütenmeer

Bitte anfassen! Dieser Sessel besteht aus zwanzigtausend Textilblüten.

Sessel «Hortensia» (5600 Fr.), von Andrés Reisinger und Julia Esqué, für Moooi





FLEXFORM

Groundpiece
modulares Sofasystem
Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it



Poltrona-Frau-CEO Nicola Coropolis mit Kultsessel «Vanity Fair».

Poltrona Frau

Seit der Markengründung im Jahr 1912 machte sich der italienische Leder-Spezialist primär als Ausstatter von kulturellen Institutionen, Kreuzfahrtschiffen und Autos einen Namen. In den letzten zehn Jahren hat sich Poltrona Frau auch als Inneneinrichter von Privathäusern etabliert

Text **LEA HAGMANN**

Facts

3 DIVISIONEN

Das Unternehmen teilt sich in die Sparten «Heim und Büro», «Custom Interiors» und «Interiors in Motion». Letztere Division ist spezialisiert auf die Innenausstattung von Autos, Flugzeugen und Yachten im Luxusbereich, während «Custom Interiors» für die Möblierung von Theatern, Museen, Kinos oder Hotels zuständig ist. Poltrona Frau arbeitet in allen drei Gebieten mit international anerkannten Architekten zusammen.

110 JAHRE

Renzo Frau gründete im Jahr 1912 in Turin die Firma Poltrona Frau. Bekannt ist die italienische Marke für ihre luxuriösen Lederkreationen. Ab 1926 etwa war Poltrona Frau Hoflieferant der italienischen Königsfamilie, der Savoia-Dynastie. Die Produkte der Ledermarke, die ihren Firmensitz heute in Tolentino hat, sind bis heute ein Statussymbol. Propagiert wird ein zeitlos eleganter Stil fernab von Trends.

750 ANGESTELLTE

Ob ein Futter satt gespannt oder eine Wattierung gleichmässig verteilt ist, das spüren Hände besser als jede Maschine. So sind die Mitarbeitenden die bis heute wichtigste Ressource in der Fabrik in Tolentino – die italienische Ortschaft ist bekannt für Lederhandwerk. Handarbeit prägt die Produktion: Die Herstellung des Chester-Sofas dauert 23 Stunden, in die Rückenlehne des Vanity-Fair-Sessels werden 275 Ledernägel eingeschlagen.

70 BRAND STORES

Allein in den letzten zehn Jahren hat Poltrona Frau sechs neue Geschäfte eröffnet: in Mailand, London, Miami, Los Angeles, Dubai und Shanghai. Seither verfügt die Marke über 70 Brand Stores in insgesamt 65 Ländern. Die grösste Präsenz hat Poltrona Frau in China. Neben den physischen Vertriebskanälen wurde auch viel ins Digitale investiert, etwa in den Aufbau eines E-Shops oder in virtuelle Touren an den Standorten.

Offen für alle

Geschichten sind ein wertvolles Gut. Das hat auch Poltrona Frau erkannt. Seit der Eröffnung eines hauseigenen Museums ist das Markenarchiv (Einrichtungsgegenstände, Zeichnungen, Bilder und Materialien der vergangenen 110 Jahre) für die Öffentlichkeit zugänglich. Ein grosser Teil der Ausstellung ist etwa dem ikonischen Sessel Vanity Fair gewidmet. Er wurde zum Emblem der Marke Poltrona Frau. Der Legende nach wurde der Entwurf von Gründer Renzo Frau skizziert und von seiner Frau Savina überarbeitet. In den 30er Jahren ging der Sessel erstmals in Produktion; er ist bis heute im Sortiment. Die Ausstellung liefert auch Antworten zum Umgang mit Leder, weil das Material fasziniert, aber auch Fragen aufwirft.



Das Poltrona-Frau-Museum in Tolentino.



Historisches Werbeflakart von Poltrona Frau.

Kollaborationen



Regelmässig spannt Poltrona Frau mit Marken aus anderen Bereichen zusammen, so etwa Ferrari, Loro Piana oder Acqua di Parma. Mit der Beauty-Marke lancierten sie letzten Herbst einen Aroma-Diffuser (Bild).



Das Material

Jährlich werden 340 000 Quadratmeter Pelle-Frau®-Leder verarbeitet. Das Material hat mitunter zum Erfolg der Marke geführt und ist Überzug fast aller Produkte. Verwendet werden Rinderhäute, die hauptsächlich aus Europa kommen und Unterprodukt der Nahrungskette sind. Veredelt wird das «Abfallmaterial» in einem dreistufigen Gerbungsprozess.

«Der Sessel fasst in sich all jene Design- und Komfortmerkmale zusammen, die von jeher mit der Marke Poltrona Frau in Verbindung gebracht werden.»

N—E—U



Bücherregal «Ren».



«Archibald Anniversary»



Sofa «Happy Jack».

Im Sortiment des Lederspezialisten finden sich nicht nur Sofas, Poufs und Sessel, sondern auch Beistelltische, Bücherregale, Betten oder Schränke. Manchmal ist der Einsatz von Leder so subtil, dass er erst bei genauerer Betrachtung erkennbar ist. Die am diesjährigen Salone del Mobile neu präsentierte Kollektion ist dem 110-Jahre-Jubiläum des Hauses gewidmet. Die neuen Indoor- und Outdoor-Produkte sollen eine Feier der Vergangenheit sein, gleichzeitig aber auch den Blick nach vorne symbolisieren. Im Mittelpunkt steht 2022 die Neuauflage des Archibald-Sessels. Das Muster des Jubiläumsentwurfs stammt aus der Feder des argentinisch-spanischen Künstlers Felipe Pantone.



SITZSYSTEM **ROGER** | DESIGN RODOLFO DORDONI
COUCHTISCHE **SUPERQUADRA** | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27
ENTDECKEN SIE MEHR BEI MINOTTI.COM/ROGER

AGENTUR HENRIK MAASZ
T. 091 7911008 - INFO@PMOBILE.CH
HÄNDLERNACHWEIS: WWW.MAASZ.CH

Minotti

Piero Lissoni

Der italienische Architekt Piero Lissoni (*1956) entwirft Showrooms, Möbelstücke und ganze Erscheinungsbilder von Firmen. Als künstlerischer Leiter ist er gleich für mehrere der einflussreichsten Designunternehmen verantwortlich, so auch für den italienischen Möbelhersteller B&B Italia

INTERVIEW LEA HAGMANN



Sie betreiben Büros in Mailand und New York und widmen sich in Ihrer Arbeit sowohl der Architektur, dem Produktdesign als auch der Grafik. Verlieren Sie nie den Überblick?

Für mich fühlt sich das alles sehr natürlich an. Die Grenzen zwischen Architektur, Räumen, Objekten und Grafik sind fließend, sie lassen sich nicht trennen.

Woher nehmen Sie die ganze Energie dafür?

Am Morgen braucht es einen sehr guten Espresso – nicht viel Kaffee, aber guten – und eine Brioche. Danach beginnt man eben mit der Arbeit.

Gibt es nicht noch ein zweites Geheimnis?

Ich bin neugierig wie eine Katze. Daher kommt meine Energie. Ich will stets wissen, was am nächsten Morgen passiert. In Grossbritannien sagt man, die Neugier töte die Katze. Aber das ist nicht wahr. Die Neugier hilft ihr.

Erzählen Sie uns ein bisschen mehr über die Einfachheit.

Sie ist immer ein Prozess. Um das Einfache zu erreichen, müssen Sie zuerst kompliziert denken. Dann räumen Sie auf, demontieren Stück für Stück, bis Sie das Simple entdecken. Suchen Sie die Einfachheit hingegen nur oberflächlich, wird sie zur Banalität.

Was sollte ein Sofa nie sein?

Im Design ist alles möglich.

Eines Ihrer bekanntesten Produkte für B&B Italia ist das Sofa «Eda-Mame». Es erinnert – der Name sagt es – an eine Bohne. Wie wichtig ist Witz im Design?

Humor ist nicht entscheidend, aber wichtig. Die Welt an sich ist schon ernst und langweilig genug. Als ich anfing, das Sofa «Eda-Mame» zu entwerfen, entstand die Form einer Bohne. Ich dachte: Nein, warte, das ist nicht einfach eine Bohne, es ist eine japanische Bohne. Ab da war Eda-Mame als Spitzname des Entwurfs geboren. Weil er uns gefiel, behielten wir ihn bei.

Was zeichnet ein gutes Sofa aus

Es ist präsent, aber es überschattet nicht. Und für mich persönlich: unbequem.

?

Ein gutes Sofa ist sehr flach, sehr niedrig.

Häufig wird von Form und Funktion gesprochen. Für mich aber kommt die Form immer vor der Funktion.

Einer von Pierre Lissonis bekanntesten Entwürfen für B&B Italia: das bohnenförmige Sofa «Eda-Mame» von 2018.



Nach Klassikern wie dem «Camaleonda» haben Sie kürzlich das «Le Bambole» neu aufgelegt. Was gefällt Ihnen an diesem Entwurf von Mario Bellini besonders?

Ich mag die Reinheit. Wenn Sie sich das Sofa ansehen, verstehen Sie den Namen: Es besteht aus Kissen und einer Stütze. Mehr als das kann man nicht machen. Weniger als das ist ebenfalls nicht möglich.

Sowohl das «Camaleonda» als auch «Le Bambole» sind Entwürfe aus den siebziger Jahren. Erleben wir im Design gerade ein Revival dieses Jahrzehnts?

Ein Revival ist es nur, wenn man keine Ideen hat und Teile aus seinen Sammlungen hervorkramt, anstatt Neues zu entwickeln. B&B Italia hat die Produktion des Sofas «Le Bambole» während 50 Jahren keinen Tag unterbrochen. Wir haben für die diesjährige Neuauflage die Konstruktion verbessert, sie den neuesten und höchsten Standards angepasst. Dasselbe gilt für das Modell «Camaleonda». Früher konnte ich nicht begreifen, weshalb es aus dem Sortiment genommen wurde. Es ist ein wunderschönes Sofa. Bis ich verstand, dass es an der Produktionsweise lag. Zum Glück sind wir mit heutigen Technologien so weit, dass das Sofa nun komplett nachhaltig hergestellt werden kann. «Camaleonda» war bereit zurückzukehren, der Entwurf ist parat für die Zukunft.



Das Sofa «Camaleonda», ein Entwurf aus den siebziger Jahren, ist aktuell wieder im Sortiment.

Ist es dennoch möglich, einen typischen «Lissoni» zu erkennen?

Manchmal ja.

Also sollten wir von einer technischen Weiterentwicklung anstelle eines Design-Revivals sprechen?

Absolut. Ich will nicht Siebziger-Jahre-Design machen, nur weil das kommerziell gerade gefragt ist. Das wäre geradezu lächerlich. B&B Italia ist eine moderne Fabrik, wir müssen Zeitgenössisches entwerfen, um diesem Anspruch gerecht zu werden.

Welche Grundsätze verfolgen Sie bei Ihrer Arbeit?

Ich spiele gern, aber ich albere nicht herum. In all meinen Entwürfen steckt sehr viel Bewusstsein. Kreislaufwirtschaft zum Beispiel liegt mir am Herzen. Ich sehe in meiner Arbeit auch eine grosse Verantwortung. Es kann gut sein, dass ich morgen entscheide, ein ganzes Projekt über den Haufen zu werfen, Keramik

statt Aluminium einzusetzen. Deswegen wird aber nichts weggeworfen, weil ich mit intelligenten Materialien arbeite, die wiederverwendet werden können. Und ich verliere nie den ästhetischen Sinn.

Sie arbeiten mit einer ganzen Reihe namhafter Möbelhersteller zusammen.

Passen Sie sich den Marken an, oder bleibt Piero Lissoni immer Piero Lissoni?

Ich bleibe immer mich selbst, um nicht den Respekt vor mir selbst zu verlieren. Doch auch ich muss mich von Zeit zu Zeit anpassen. Trotz nach vorne gerichtetem Blick gewichte ich die Vergangenheit hoch. Ich gebe mich einem Unternehmen hin, will es verstehen. Mir gefällt hierfür der Vergleich mit einem Formel-1-Wagen: All diese Autos sehen in etwa gleich aus, und doch ist jedes ganz unterschiedlich zu fahren. Jedes Modell ist geprägt von Mentalitäten, Kulturen und Technologien.

Wie?

Grundsätzlich zieht sich durch alle meine Stücke ein roter Faden. Sie werden es sehen.

DIE WELT VON

PIERO LISSONI



Osteria Francescana, Modena; osteriafrancescana.it



The Mercer

New York; mercerhotel.com

Restaurant

Hotel

Dessert



Schokoladenkuchen

Blume



Rosa Pfingstrosen

Feriedestination

Äolische Inseln, Sizilien

Objekt



«Clockwork Robots» aus den 1950er Jahren

Song



«Satisfaction» von den Rolling Stones

Farbe



Duft



«Grey Flannel» von Geoffrey Beene

Gebäude



Das Farnsworth House von Mies van der Rohe

Architekt

Designer



Andrea Palladio (im Bild: die Villa Pisani (1542))

Maler



Charles & Ray Eames

Kunstwerk



Donald Judd

Shop



Andreas Murkudis, Berlin; andreamurkudis.com

Museum

Fondation Beyeler, Basel; fondationbeyeler.ch



«Stilleben mit Früchten», Caravaggio (1605)

W E I S S



AUS DEM AUGENWINKEL

Metaphysisch

Text und Fotografie **BICE CURIGER**

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

Schuhe schützen vor der Kälte und Reibung mit dem Boden. Sie stellen eine zivilisatorische Leistung dar, die weiss Gott lange zurückliegt.

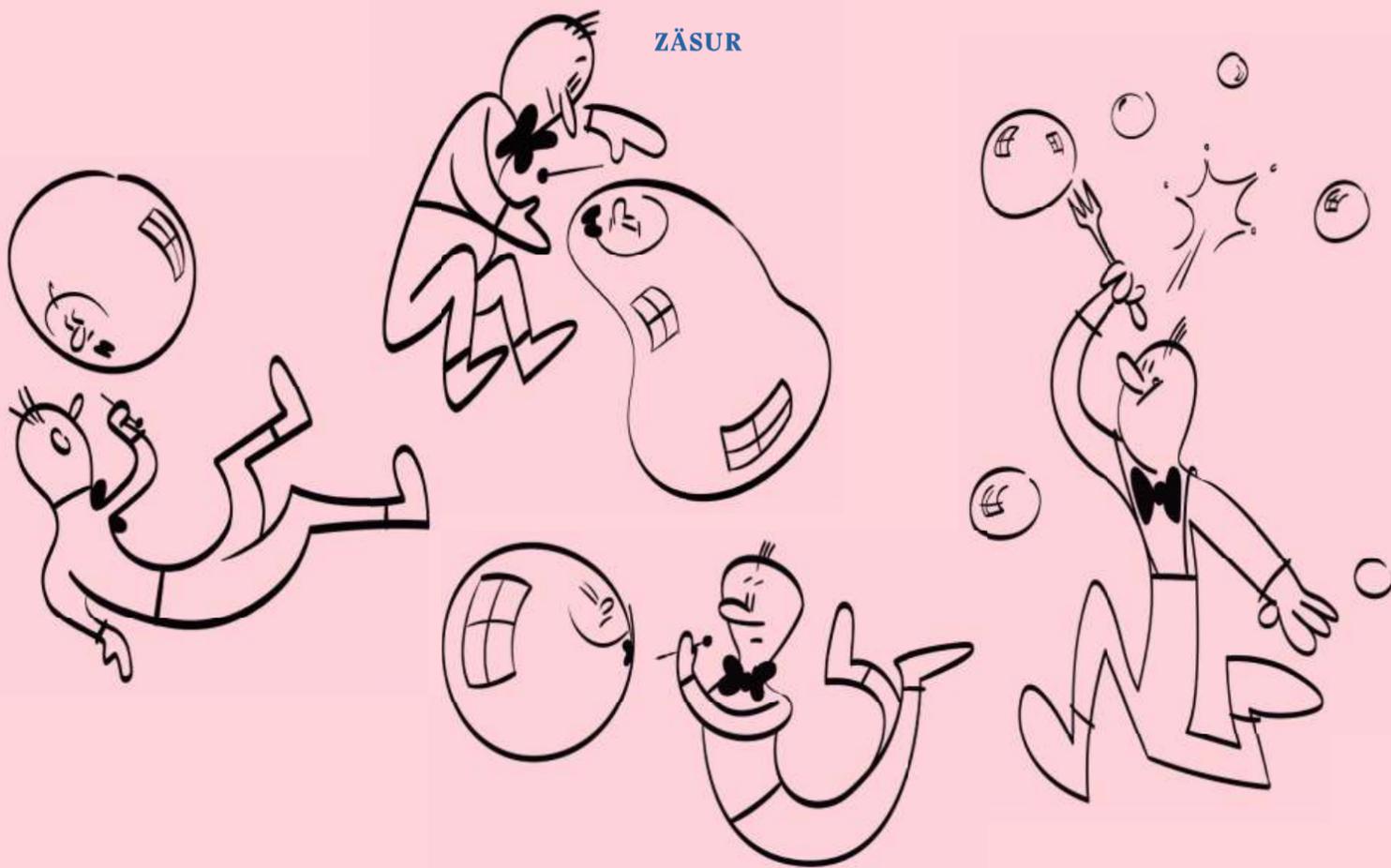
Und vom Moment an als die Menschheit die Schwelle des reinen Überlebenskampfes überschritten hatte, trat bei der Gestaltung dieser Schutzbekleidung immer auch ein symbolischer Mehrwert, ein Überschuss hinzu: Willkommen im Reich der Zeichen und Symbole!

Diese Tatsache liess etwa den Philosophen Martin Heidegger mehrmals ausführlich über Van Goghs 1886 entstandenes, berühmtes Gemälde der groben, abgetragenen Arbeitsschuh sinnieren.

In einem edlen Schaufenster ist mir nun dieser Stiefel begegnet, der mit seiner enigmatischen Aura beweist, dass das erwähnte Surplus auch bei Stöckelschuhen bis ins Metaphysische reicht. Hohe Absätze verweisen in ihrer Überhöhung des niederen Daseins ohnehin schon in die Sphäre des Übernatürlichen. Dies metaphysisch zu nennen, ist nahe liegend, wobei die Frage offen bleibt, ob hier der Schuhmacher ein futuristischer Mystiker ist.

Ist dieser Stiletto-Stiefel (man beachte die Einzahl!) für einen Alien konzipiert?

Warum denn sonst soll die Wade umschlungen werden von einem ätherisch transparenten Rohr, als wär's das feine Glas, in das eine kostbare Trophäe gesteckt wird? Das Bein einer eleganten Frau. Damit dieses ins Weltall geschossen werden kann, als Köder für unsere ausserirdischen Nachbarn!



Ich weiss ja nicht, wie es Ihnen geht. Essen Sie noch unbeschwert und wann immer Sie Lust haben Dinge wie Butter, Chips, Steaks, Doppelrahm und andere Schweinereien? Ohne an mögliche Speckrollen/Darmkrebs/Alzheimer und Impotenz-Folgen zu denken, überhaupt an die Gesundheit, die somit den Bach runtergeht? Ohne zu verteufeln, was früher allen schmeckte und woran man sich heute nur noch im Versteckten delectiert? Weder bauen Sie einen Altar um Ihr Essen, noch dämonisieren Sie es, und ein Lebensentwurf ist es schon gar nicht, noch weniger eine Religion?

Diese Unbeschwertheit der allermeisten, sie wünsche ich mir manchmal zurück. Nur, den Planeten retten Sie dadurch natürlich nicht. Oder das, was überhaupt noch zum Retten übrig ist. Noch nicht ausgerottet, niedergebrannt oder umweltvergiftet vom schlimmsten Tier, das jemals darauf gelebt hat. Die exzessive Auseinandersetzung mit einem Thema – auch wenn es einem entspricht und sogar zu einem Lebensentwurf herangewachsen ist – hat ihre Schattenseiten. Teil einer Bubble sein, heisst auch, zu akzeptieren, dass es ausserhalb eine noch viel grössere gibt, die anders denkt. Seit einigen Jahren begegne ich fast nur noch Menschen, die «kaum noch», «immer weniger» oder «fast gar kein» Fleisch mehr essen. Das ist wunderbar. Vor allem, wenn es auch wahr ist. Laut der Statistik sinkt der Fleischkonsum nämlich hierzulande nur marginal. Und das auch

Gefangen in der Bubble

Text RICHARD KÄGI Illustration GRAFILU.CH

nur, weil die Leute Corona-bedingt weniger ins Restaurant gingen. Denn: Zu Hause zubereiten, was vom armen Tier übriggeblieben ist, das können die meisten nicht. Ausserdem stinkt es danach in der Küche.

Es ist nicht die Gesellschaft, die sich ändert, sondern meine Position darin. Die Gefahr, sich als Bubble-Bewohner wichtiger zu nehmen, als man ist, lauert bei jeder Auseinandersetzung mit Andersdenkenden. So ist es nicht bloss beim Essen. Denn wer in der einen Blase sitzt, zeigt sich auch empfänglich für weitere Lebensverbesserungs-Konzepte.

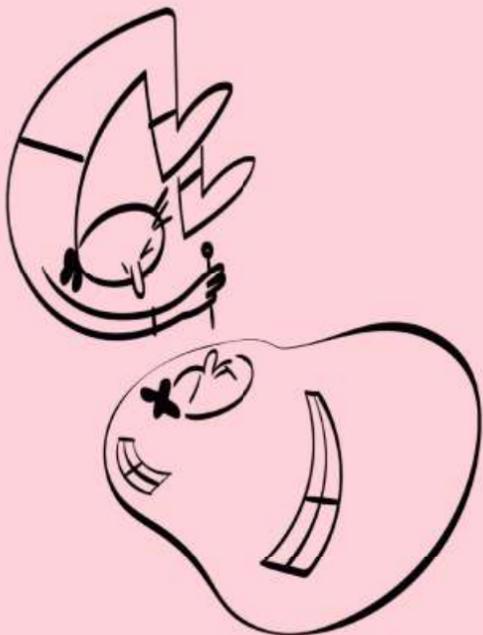
Immer öfter schreiben Menschen ihre Personalpronomen unter ihre Namen. Da ist man vorgewarnt, die Gender-Bubble poppt auf. Was zur Klärung der genauen Zugehörigkeit innerhalb der Queer-LGBTQ-Blase beitragen soll, kann das Gegenteil bewirken. Kürzlich überreichte mir eine Bekannte(r,s?) ihre/seine Visitenkarte, sie war auf Postkartengrösse angewachsen, die Pronomen und Adjektive hätten sonst nicht Platz gehabt. Ausser einem «Danke schön» brachte ich nichts heraus. Die Reduktion auf nur eines von allem, was da alles unter dem Namen stand, erschien mir etwas vermessend. She / her / ihn / es / he / we(e) / lui / hetero / hers / toi / wealltogether / garnix / cis / schlagmichtot / nous sommes / wederfischnochvogel / heutedies-morgendas / homo / unstraight.

Natürlich treten solche Erscheinungen in urbanen Räumen stärker auf. Aber auch ländliche Kreise eignen sich treffend für soziologische Studien dieser Art. Nach

einem Produzentenbesuch im tiefsten Aargau, in der Dorfbeiz. Die ausgiebigen Inspektionen, welche die Stammtisch-Männergruppe der offenbar frisch angestellten Serviererin pausenlos angedeihen lässt, steckt sie teilnahmslos weg. Bis einer ruft: «Fräulein, noch eine Runde! Jetzt platzt ihr der Kragen. «Ich bin kein Fräulein. Ich bin eine Servicefachangestellte-Sternchen-in. Und Ihre Zigarre, das geht gar nicht, das ist kulturelle Aneignung. Nur Kubaner dürfen welche rauchen!» Der SVPler tut mir fast ein wenig leid, was soll er da noch sagen? Für ihn ist die Welt aus den Fugen. Oder eben: falsche Blase.

Es muss wohl das Gemeinschaftsgefühl sein, das Menschen in Bubbles zieht. Man erweist ihr aber einen Bärendienst, schreit man laut und drängelnd deren Philosophie (und die eigene Wichtigkeit) in die Gesellschaft. Vor allem, wenn sich die eigene Inkonsistenz doch nicht ganz verheimlichen lässt. Wenn die lautesten Aktivisten an der Klimademo in Fünffranken-Shirts der grossen Textilketten und in Adidas-Sneakers herumwettern, kommt das beim aufmerksamen Zuschauer schlecht an. Genauso die Fleischverächter, die auf keinen Fall ein Tierleben auf dem Gewissen haben wollen. Dann bitte auch keinen Tofu und kein Gemüse mehr essen. Bei deren Anbau und Produktion sterben Millionen an (Klein-)Tieren.

Etwas mehr Pragmatismus und Demut bitte. Das stünde auch den Leuchtfuern einer Bewegung gut. Machen sich Koryphäen wie René Redzepi, Gründer des legendären Restaurant Noma, oder Daniel Humm, der nicht minder berühmte Neo-Veganer in seinem New Yorker Restaurant Eleven Madison Park, Gedanken über die Hunderttausende von Gästen, die aus der ganzen Welt anreisen, um dort aus supernachhaltig erzeugten Produkten klimafreundliche Gerichte zu geniessen? Und da kommt keiner mit dem Gummiboot angerudert.



RICHARD KÄGI ist Foodscout und Autor. Er isst tatsächlich sehr selten Fleisch. Seine Déformation professionnelle in Sachen Kochen und Ernährung versteht er nicht als Bubble, dafür ist er zu neugierig, was es auf der Welt zu entdecken gibt. Rezepte auf richardkaegi.ch

Zwischenräume

Text **BARBARA VINKEN**

Alles wird immer durchlässiger. Grenzen fallen – Natur und Kultur, Innen und Aussen, Arbeit und Freizeit, Vergangenheit und Gegenwart, Büro und Zuhause, Streetwear und Homewear – alles fliesst ineinander.

Ein Haus soll sich nicht mehr anfühlen wie eine Festung gegen die Aussenwelt, sondern sich in die Landschaft fügen, ein Teil von ihr werden. Der Traum, überall dasselbe aus demselben Baustoff zu bauen und generalstabsmässig eine avantgardistische Architektur weltweit durchzusetzen, ist dem Lokalen gewichen. Mit den Steinen, den Felsen, den Hölzern, dem Licht, den besonderen Gegebenheiten vor der Tür, durch grosse Fenster lichtdurchflutet durchlässig werden Häuser gedacht. Ihre Konturen rufen die Reben auf, in denen sie stehen – oder die spektakulären Bergmassive im Hintergrund. Ganz in Wasserfarben gehalten, verschmelzen die Interieurs mit dem See, dem Meer, dem Fluss vor der Tür. Gärten werden in die Städte geholt, Honig in der Stadt gewonnen.

Gebaut wird nicht mehr, um sich permanent des menschlichen Triumphes über die Natur zu versichern, sondern man versucht sich mit den Gegebenheiten der jeweiligen Natur ins Benehmen zu setzen. Traditionelle Methoden der Kühlung wie dicke Mauern und schattige Innenhöfe, Wärmedämmung und Holzfeuer liegen im Trend. Nicht gegen, sondern mit der Natur wird gearbeitet. Aus Alt mach Neu. Verfallene Häuser werden behutsam durch lokale Handwerkstechniken in neue Kleinode verwandelt. Liebevoll wird ihr historischer Charakter ins Jetzt

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

eingefügt. Denn Eigen-artige Häuser sind im Trend, Häuser mit Eigengewicht und Eigenrecht. Das sind keine weissen Schachteln, eine wie die andere, deren Individualität bestenfalls in Dekor und Ausgestaltung liegt. Aber auch keine barocken Schmuckkästchen.

So bleibt die Natur nicht mehr als Kulisse oder abzuwehrende Bedrohung draussen, sondern wird ins Innere geholt: Steinplatten, Holz, Pflanzen, Hocker aus Schaffell. Die Materialität wird jetzt nicht mehr versteckt, übertüncht, verbessert, verfeinert, sondern in ihrer ursprünglichen Schönheit hervorgetrieben; Farben und Materialien des Aussen kommen im Innen wieder. Kunstvoll ja, künstlich geht nicht. Mit diesem Trend kommen auch die bewährten Kulturtechniken, die Handwerkskunst wieder, denn dazu kann man nicht alles über einen Kamm scheren, sondern man braucht lokale Kenntnisse. Hanf wird angebaut, Rosen wiederentdeckt, deren Duft in eine andere Zeit entführt.

Auch die Trennung zwischen Büro und Zuhause, zwischen Arbeit und Freizeit, die spätestens mit der Jahrtausendwende ins Fliesen gekommen war, hat sich verstärkt durch die Pandemie aufgelöst. Die Büros sind intimer, häuslicher geworden. Die Wohnungen haben Arbeitsplätze integriert. Einzig Technik, Technizistisches ist verpönt; sie muss streichelzart, hautnah wirken. Die Küche kann zum Labor, das Büro zum Salon, der Stadtraum zur Naturoase werden. Upgecycelt wird das Hauskleid auf der Strasse, der Morgenmantel ins Büro getragen. Vielleicht erleben wir auch eine Renaissance des zugleich intimsten und öffentlichsten Raums des Jahrhunderts der Aufklärung, des Zwischenraums *par excellence*, der *ruelle*. Ganz privat und gleichzeitig öffentlich empfing man damals am Bett die Welt.



FOTO: GETTY IMAGES

Sorgte für Aufsehen: Das rückenfreie Outfit von Schauspieler Timothée Chalamet an den Filmfestspielen in Venedig.

STILKRITIK

Bitte wenden

Text **MALENA RUDER**

An Männer in Abendroben oder Röcken auf dem roten Teppich und in Shootings hat man sich mittlerweile fast schon gewöhnt, seit Billy Porter, Harry Styles und selbst Brad Pitt in einer solchen Aufmachung auftreten. Timothée Chalamet, Schauspieler und Stilvorbild der jungen Generation Z, bewies an den 76. Filmfestspielen in Venedig bei der Premiere des Filmes «Bones and All», dass man auch in Hosen Aufsehen erregen kann: Er zeigte sich in einem rückenfreien Overall. Bei Frauen ist dies ein communes Outfit für solche Anlässe. Aber für Männer? Sehr ungewöhnlich – wie auch die vielen Reaktionen im Netz und in der Presse zeigen.

Dem kolumbianisch-französischen Designer Haider Ackermann, der Chalamet regelmässig für rote Teppiche einkleidet, ist damit ein Coup gelungen. Während der freigelegte, BH- und trägerlose Frauenrücken ein typisches Bestandteil der Abendgarderobe ist, machte man sich um Männerrücken bisher kaum Gedanken. Weder modisch noch gesellschaftlich. Allenfalls trat einmal ein Schmied in einer Mittelalter-Serie auf, der obenrum nichts unter der Schürze trug.

Gepflegt wird die männliche Rückseite zwar durchaus: Unreinheiten werden bekämpft, Haare gewachst. Viele Kosmetikstudios haben allerlei Dienstleistungen im

Programm. Gezeigt wird der Rücken aber nur, wenn auch vorne blank gezogen wird. Der nackte Männertorso war in diesem Sommer schon einige Male Thema der gesellschaftlichen Debatte. Tourismusregionen in Spanien und Italien verlangten ein T-Shirt-Gebot. Oberkörperfrei im Restaurant lunchen oder durch die Stadt flanieren ist an einigen Orten verboten und wird mit hohem Bussgeld taxiert. Frauen hingegen kritisierten, dass sie ihren Oberkörper im Freibad bedecken müssen, Männer ihre aber oft auch beachtlichen Brüste frei in die Sonne strecken dürfen.

Der 25-jährige Chalamet deckt mit seinem Outfit auf, wie gross die Kluft immer noch ist zwischen dem, was vielen vertraut ist an Männern und Frauen. Gerade das Spiel mit der Verführung, mit nackter und bedeckter Haut, der Kleid gewordene Blick durchs Schlüsselloch scheint nach wie vor den weiblich Gelesenen vorbehalten: «Echte» Männer verlocken in vielen Köpfen nach wie vor nicht. Sie werden verlockt.

Der rote Teppich hat sich in den letzten Jahren immer mehr zur Spielwiese jener entwickelt, die bestehende Kleider- und damit Geschlechternormen herausfordern. Ein Blick auf diese lohnt sich mittlerweile also nicht nur für Promi-Fans, sondern auch für alle, welche starre Rollenbilder hinterfragen.

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



Alles Routine

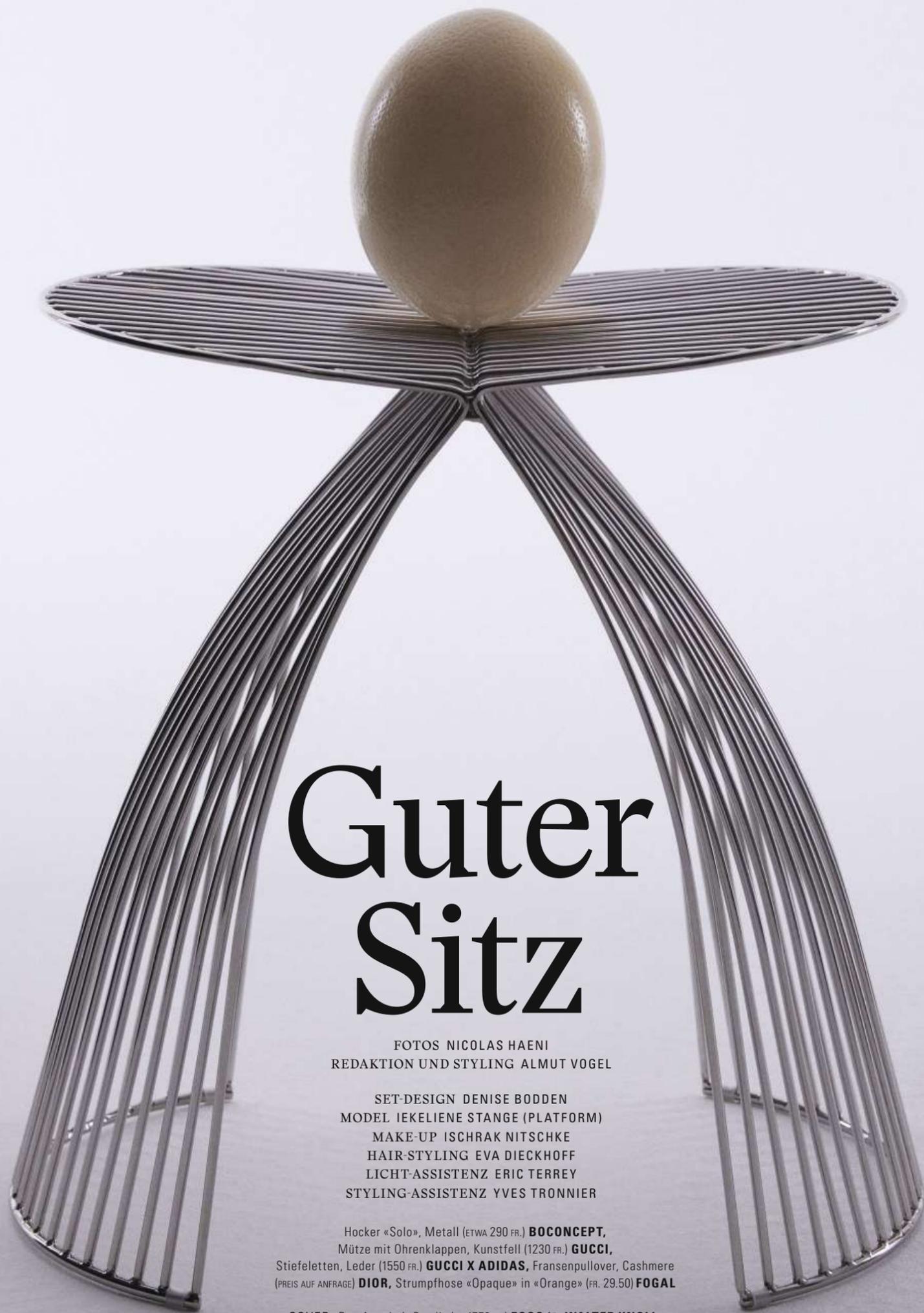
Von NICOLAS POLLI

Der Bieler Fotograf und Grafiker Nicolas Polli beschäftigt sich in seinen Werken mit seiner Umgebung; und er schaut sehr genau hin. Wie können Alltagsgegenstände neu wahrgenommen werden? Mit der Bildserie «Alles Routine», die hier gezeigt wird, fordert Polli mit Ironie und Witz die Erwartungen seiner Betrachter heraus: «An einem der letzten warmen Tage dieses Sommers brachte ein Freund mir eine Wassermelone als Geschenk. Ich liess ein Stück draussen zurück, als wir nach drinnen gingen, um etwas zu besprechen. Wieder zurück, war die Wassermelone zu einem Kampfplatz zwischen Wespen und Bienen geworden – zumindest kann ich mir nun sicher sein, dass es Letztere noch gibt!»

Poliform







Guter Sitz

FOTOS NICOLAS HAENI
REDAKTION UND STYLING ALMUT VOGEL

SET-DESIGN DENISE BODDEN
MODEL IEKELIENE STANGE (PLATFORM)
MAKE-UP ISCHRAK NITSCHKE
HAIR-STYLING EVA DIECKHOFF
LICHT-ASSISTENZ ERIC TERREY
STYLING-ASSISTENZ YVES TRONNIER

Hocker «Solo», Metall (ETWA 290 FR.) **BOCONCEPT**,
Mütze mit Ohrenklappen, Kunstfell (1230 FR.) **GUCCI**,
Stiefeletten, Leder (1550 FR.) **GUCCI X ADIDAS**, Fransenpullover, Cashmere
(PREIS AUF ANFRAGE) **DIOR**, Strumpfhose «Opaque» in «Orange» (FR. 29.50) **FOGAL**

COVER «Bao Armchair Small» (AB 1770 FR.) **EOOS** für **WALTER KNOLL**,
wattierter Pullover, Mohair (ETWA 1950 FR.) **LOEWE**



DIESE SEITE «Sequoia Poof» (AB 812 FR.) **SPACE COPENHAGEN** bei **FREDERICIA FURNITURE**,
Top, Seidenorganza (955 FR.), Poloshirt, Seide und Baumwolle (1090 FR.), Sablé-Minirock, Viskose
(1370 FR.), Gürtel, Leder (525 FR.), Overknee-Socken, Wolle, Elasthan (415 FR.) **MIU MIU**, Sneaker
«Stan Smith» (130 FR.) **ADIDAS ORIGINALS**, Handschuhe und Golfschläger: privat

RECHTE SEITE «Stacked Round Plates» (PREIS AUF ANFRAGE) **ALLEN KAUFMANN ARCHITEKTEN**,
Jacke, Jupe, Schuhe, Lack (PREIS AUF ANFRAGE) **DOLCE & GABBANA**





Hocker «Ruché» Buche und gesteppte Unterlage (AB ETWA 650 FR.)

INGA SEMPÉ für **LIGNE ROSET**, Bodysuit, Mohair (1505 FR.)

SALVATORE FERRAGAMO, Poncho, Wolle (ETWA 1050 FR.) **JIL SANDER BY**

LUCIE & LUKE MEIER, Satin-Ballerina (845 FR.) **MIU MIU**,

Gymnastikband: privat



MAXI SCHIEBETÜRENANLAGE, ABGEHÄNGTES SIDEBOARD SELF BOLD. DESIGN GIUSEPPE BAVUSO

Rimadesio



Stuhl «Miss Dior», Aluminium (PREIS AUF ANFRAGE) **DIOR BY STARCK**,
perlenbesticktes Georgette-Kleid (PREIS AUF ANFRAGE),
«Bulky Boots», Kalbsleder (ETWA 860 FR.) **CELINE BY HEDI SLIMANE**,
Rüstungsteile: privat

Magisch, meisterlich, gemütlich.



Was sich bei diesem weiterentwickelten Klassiker aus aneinandergereihten Kissen märchenhaft bequem anfühlt, ist das Ergebnis meisterlicher Polsterei und maximaler Konfigurierbarkeit. Ob Sofa oder Eckgruppe, freistehende Hocker oder Liegellandschaft, Stoff oder Leder, Ziernähte, Ton in Ton oder farblich abgesetzt: Alles ist fast zu gemütlich, um wahr zu sein.



100% MADE
IN GERMANY



NATÜRLICH
NACHHALTIG



MIT LIEBE
HANDGEFERTIGT

COR.DE/JALIS21



«Eliseo Chair», Leder, Aluminium (AB 2770 FR.) **FLEXFORM**,
Jacke, Tweed (9870 FR.), Minirock, Tweed (2420 FR.) **CHANEL**,
Beinmassagegerät: privat

#1 SERUM
IN DER
SCHWEIZ**

MULTI-REPARATUR
7 SEREN IN 1

NEU
HELLT DUNKLE AUGENRINGE AUF
IN NUR 2 WOCHEN*



Advanced Night Repair

REAKTIVIEREN SIE DIE STRAHLKRAFT
IHRER HAUT

MIT MULTI-REPARATUR WIRKUNG FÜR GESICHT UND AUGEN

Für jedes Alter, alle Hauttöne und Hauttypen.
Patentiert bis 2033.

*Klinische Tests an 55 Frauen nach 2 Wochen.

**Nielsen Prestige-Markt Schweiz: konsolidierte Abverkäufe
in Stück kumuliert Juli 2021 bis Juni 2022.

ESTÉE LAUDER

1980



Bitte updates

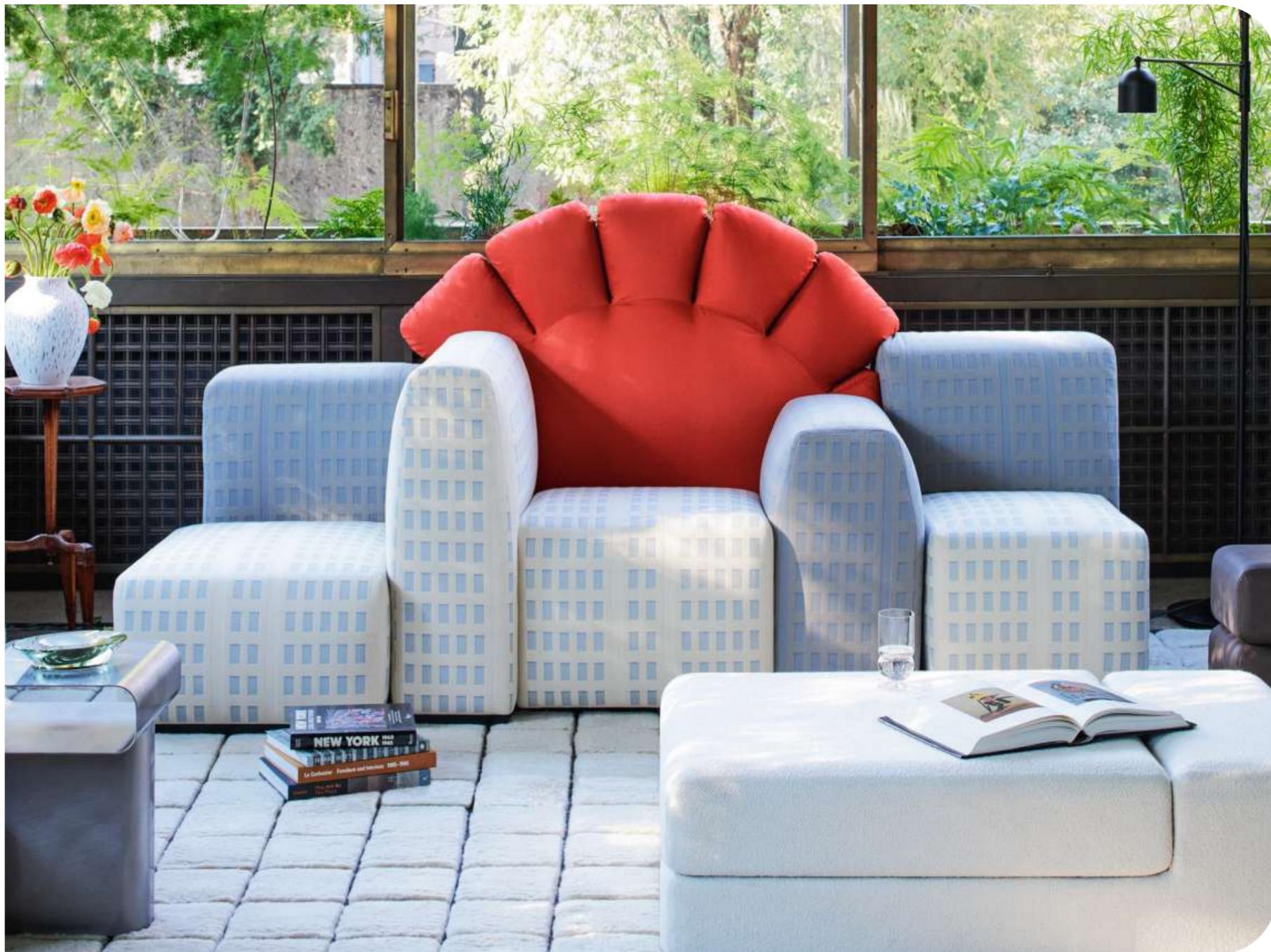
Das Thema Redesign war dieses Jahr am Mailänder Salone del Mobile omnipräsent. Wiederholt sich die Geschichte auch im Design? Doch wieso nicht aus dem Erbe schöpfen, wenn die Entwürfe gut sind: Es gibt genügend Möglichkeiten, das Alte zu verbessern und es weiterzudenken. Die Archive werden so zu unerschöpflichen Ideenpools

TEXT SUSANNA KOEBERLE

Der italienische Designer Alessandro Mendini (1931–2019) wagte in den späten 1970er Jahren etwas Unerhörtes: Er verpasste dem bekannten «Wassily Chair» von Marcel Breuer einen neuen Look und prägte damit zugleich einen neuen Begriff: Redesign. Sein deklariertes Ziel war es, dem Entwurf durch Dekoration eine Seele einzuhauchen und so eine emotionale Bindung zum Gegenstand zu schaffen. Seine Eingriffe in die Designikone aus den 1920er Jahren waren durchaus nicht als Gag gemeint, Mendini wollte damit auch die Moderne kritisieren und sie gleichsam aus ihrer Starrheit befreien.

Die Überarbeitung eines bestehenden Entwurfs muss nicht zwingend einer Kritik entspringen, doch das Phänomen führt vor, dass Design eben wandelbar ist. Ob der Zweck der Transformation eine Botschaft beinhaltet, wie dies Mendini damals bei seinen Redesigns vorschwebte, ist dabei sekundär. Eine Überarbeitung kann nämlich auch ganz praktische Gründe haben: etwa eine Verbesserung des Komforts oder die Wahl ökologisch vertretbarer Materialien. Auch das Einführen neuer Farben oder Stoffqualitäten kann zu einem Redesign gehören. Ganz deutlich wird dadurch: Kreativität bedeutet nicht, dass alles neu erfunden werden muss. Ganz allgemein gesprochen: Der Fortschrittsglaube ist immer

2022



Das Sofa «Tramonto a New York» (Sonnenuntergang in New York) von Gaetano Pesce für Cassina entstand im Jahr 1980 (links oben). Die aktuelle limitierte Neuauflage dieser Design-Ikone (rechts oben) ist 20 Prozent grösser und aus nachhaltigen Materialien.

noch verbunden mit der Idee eines «mehr von ...» oder mit dem Schlagwort der Innovation; aber manchmal erweist sich ein Innehalten und Zurückschauen als die sinnvollere und vor allem als die nachhaltigere Strategie – nicht nur im Design.

Die Vorsilbe «re» beim Redesign indiziert eine Wiederholung, eine Re-Lektüre der Vergangenheit. Es geht um einen Umgang mit dem eigenen Erbe. Diese Geste des Zurückblickens muss keineswegs mit einer nostalgischen Überhöhung der Vergangenheit oder mit der Angst vor der Zukunft einhergehen. Sie zeugt auch nicht von einem Mangel an Ideen: Die Wiederholung ist in diesem Falle eine Form der Würdigung. Das ist auch beim Phänomen Re-Edition nicht anders. Natürlich hängen diese Revivals generell mit der zyklischen Wiederkehr von Moden zusammen. Oder mit einem gesellschaftlichen Wandel. Dass etwa die Pandemie oder die Klimakrise auch auf Design einen Einfluss haben, ist nicht von der Hand zu weisen. Dem Design steht zurzeit der Sinn nach Neuorientierung, und das ist gut so. Der Blick in die Vergangenheit kann diese Tendenz aber sehr gut unterstützen.

Am diesjährigen Salone del Mobile in Mailand, der international wichtigsten Messe für Interior Design, war dieser Blick in der Tat omnipräsent. Nicht nur wurden einige Jubiläen gefeiert:

Die Sitzmöbel «Le Bambole» von Mario Bellini für B&B Italia können auf 50 Jahre, das Regalsystem «Zenit» von Giuseppe Bavuso für Rimadesio auf 25 Jahre zurückblicken. Man begegnete auch einer ganzen Palette von miteinander verwandten Begriffen. Neben «Redesign» sprachen die Hersteller von «Update» oder «Reinterpretation». Und die Kollektionen trugen Namen wie «Heritage Collection» (Molteni), «True Evolution» (Poltrona Frau) oder «Reborn Project» (Ginori/Nilufar). Man orientiere sich mit der Überarbeitung von Möbeln an der Tradition, hiess es etwa bei Flexform; so geschehen beim Stuhl «Moka», der 1939 entworfen und 1985 Teil der Kollektion wurde. 2019 wurde er für den Outdoorbereich upgedatet. Auch das Sofa «Goodman» von Rodolfo Dordoni für Minotti steht zugleich für Zeitlosigkeit und Eleganz. Inspiration war eine Siebziger-Jahre-Matrix.

Interessanterweise kamen einem keine dieser mit solchen Attributen beschriebenen Entwürfe veraltet vor. Vielleicht ist es ja auch das, was gutes Design ausmacht: aus der Zeit zu fallen. Umgekehrt kann es auch sein, dass ein in Verruf geratener Stil plötzlich wieder aktuell wird. Wobei es unser Blick ist, der ihn dazu macht. Wer hätte gedacht, dass ein so ausgefallenes Stück wie das Sofa «Tramonto a New York», das Gaetano Pesce 1980 für

1979



2022



1950



2022



Wie das meiste auf dieser Welt funktioniert auch Design nicht nach einem Schwarz-Weiss-Muster. Extravaganz und Funktionalität, Erneuerung und Kontinuität sind nur vermeintlich Gegensätze.

Cassina entwarf und das eine Skyline samt Sonne darstellt, wieder salonfähig wird? Mehr als 40 Jahre nach seiner Entstehung legt Cassina diese Ikone der 1980er Jahre in einer limitierten Edition von 50 Stücken aus nachhaltigen Materialien wieder auf. Auch die Grösse wurde heutigen Bedürfnissen angepasst.

Wie das meiste auf dieser Welt funktioniert auch Design nicht nach einem simplen Schwarz-Weiss-Muster. Extravaganz und Funktionalität, Erneuerung und Kontinuität sind nur vermeintlich Gegensätze. Den Ideenreichtum von Gestalterinnen und Gestaltern müsste man vielmehr als etwas Fließend-Lebendiges beschreiben. Eine schöne Metapher für den kreativen Prozess hat der italienische Designer Martino Gamper gefunden. Er nennt seine Serie neuster Stücke für die Mailänder Galerie Nilufar «Innesto (Rubbing Up the Wrong Tree)» und bedient sich dafür eines Fachausdrucks aus der Landwirtschaft: «Innesto» bedeutet auf Italienisch «Veredelung», also eine Form der künstlichen Vermehrung bei bestimmten Pflanzen. Dabei kann und soll der neue Pflanzenteil vom «Original» abweichen und neue Eigenschaften oder andere Erscheinungen annehmen. Eine solche Transformation geschieht auch bei der Kollektion von Gamper. Der Designer verwendete alte englische Möbelstücke und liess diese gleichsam

GANZ OBEN Designer Ubaldo Klug entwarf das Sofa «DS-800» im Jahr 1970 für De Sede. Die Sitzfläche des Redesigns ist um 360 Grad drehbar.

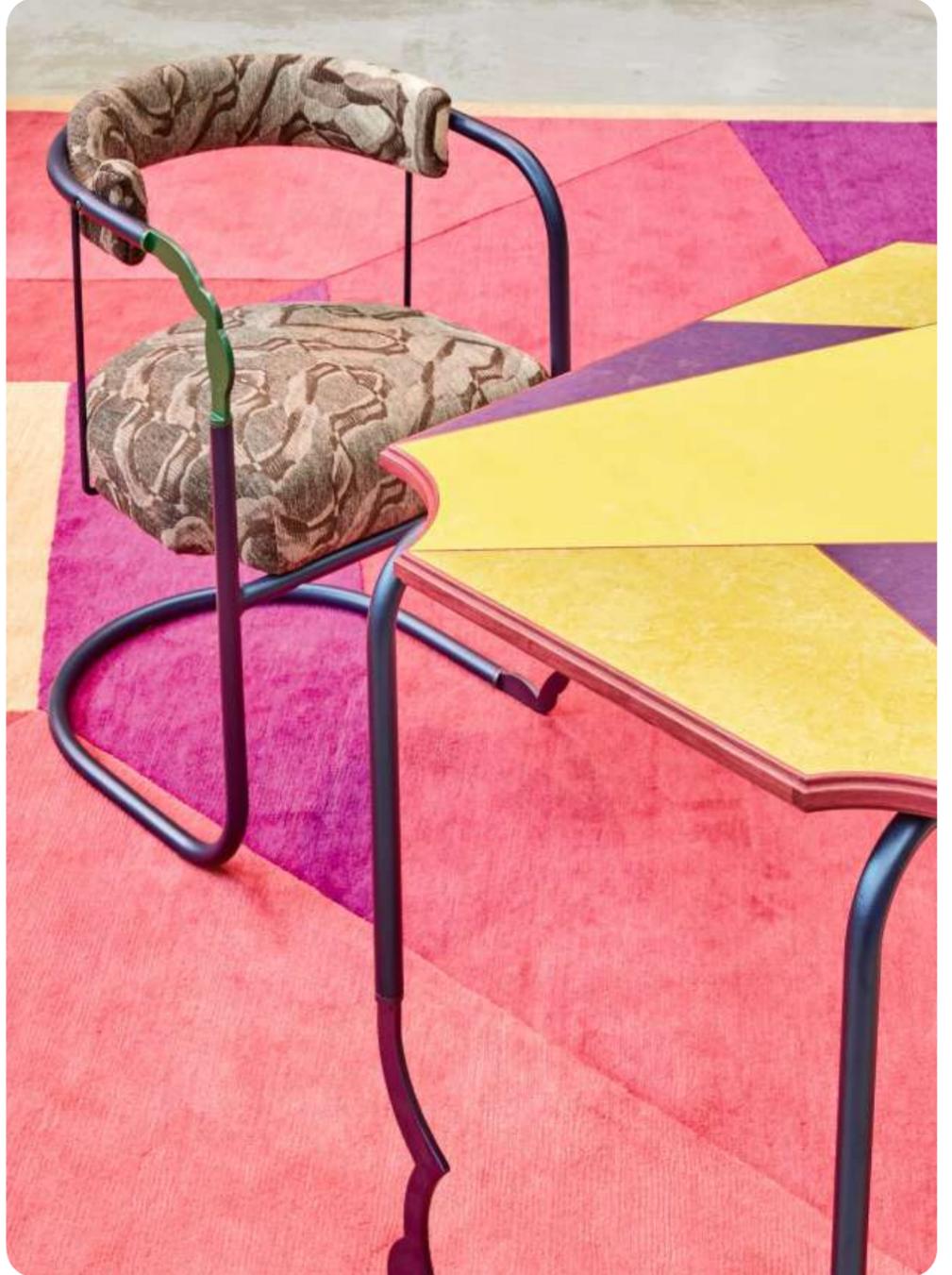
OBEN BIG-GAME liessen sich vom Giroflex-Archiv inspirieren. Besonders ein Entwurf aus den 50er Jahren erregte die Aufmerksamkeit des Lausanner Trios. Entstanden ist der Bürostuhl «giroflex 150».

Occhio



culture of light

Alma Hasun and Mads Mikkelsen
illuminated by Mito sospeso.
Watch the movie on occhio.com



GANZ OBEN LINKS
Flexform orientiert sich beim Überarbeiten an der Tradition: hier der «Moka Chair», der 1939 entworfen wurde und seit 1985 zur Kollektion gehört.

OBEN LINKS Inspiriert von einer 70er-Jahre-Matrix: «Goodman» von Rodolfo Dordoni für Minotti.

OBEN RECHTS Alt trifft neu in der Kollektion «Innesto (Rubbing Up the Wrong Tree)» von Martino Gamper für Nilufar Gallery.

weiterwachsen: Durch Metallzusätze erhalten die Entwürfe einen zeitgenössischen Ausdruck. Dieser Ansatz ist typisch für die künstlerische Praxis des Südtirolers. Es geht dabei um weit mehr als um Recycling, vielmehr beweist Gamper mit dieser Arbeit für die Nilufar Gallery seinen tiefen Respekt vor der Geschichte. Und sie zeigt, wie diese Haltung zu Objekten führen kann, die Vergangenes auf gelungene Art und Weise revitalisieren.

Mehr denn je gilt das Stöbern in den Archiven nicht als Rückwärtsgewandtheit, sondern als legitime Inspirationsquelle. Gerade in den Schubladen vieler italienischer Hersteller schlummern nie umgesetzte Entwürfe, aber auch solche, die in Vergessenheit gerieten. Es wäre schade, diese Schätze nicht zu heben. Schon seit längerem tut dies Molteni mit seiner «Heritage Collection», die das Können alter Meister wieder ans Licht der Öffentlichkeit holt. Zu diesem Zweck arbeitet die Firma mit den historischen Archiven von Designern und Architekten wie etwa denjenigen von Gio Ponti oder Ignazio Gardella zusammen.

Ein Blick auf die landeseigene Designkultur offenbart, dass Schweizer Hersteller ebenso aus der Vergangenheit schöpfen. De Sede etwa präsentierte am Salone ein Redesign des «DS-800» von Ubaldo Klug. Der Sessel hat etwas von einer schützenden Hand.

Auch das Lausanner Trio Big-Game liess sich für seinen Bürostuhl «Giroflex 150» von Stuhlentwürfen aus Holz aus der Vergangenheit inspirieren, auf die sie in den Archiven von Giroflex gestossen waren. Der Stuhl zum 150-jährigen Bestehen der Firma entstand in Zusammenarbeit mit der japanischen Marke Karimoku New Standard. Obwohl die Schweiz nicht gerade als Epizentrum des Designs gilt, kann sie auf eine lange Tradition zurückblicken. Gerade was die Herstellung von Aluminiummöbeln betrifft, gehört unser kleines Land zu den Pionieren. Ein Beispiel für einen Schweizer Produzenten, der sich von einem kleinen Handwerksbetrieb zu einem wichtigen Protagonisten der helvetischen Designkultur entwickelte, ist die 1922 gegründete Manufaktur Leoni. Auch sie legt zur Feier des Jubiläums eine Sonderausgabe einer Leuchte aus den 1970er Jahren auf.

Das Wort Wiedergeburt, das letztes Jahr anlässlich des Formats «Supersalone» nach einem Jahr pandemiebedingter Pause in Mailand heraufbeschworen wurde, mag auf den ersten Blick als Marketingfloskel daherkommen. Doch anders herum ist das Bild der ewigen Wiederkehr vielleicht ehrlicher als die Idee einer linearen Weiterentwicklung. Stühle bleiben Stühle, auch wenn sie uns stets als neu verkauft werden.

LIEBE. ♥



*Film zum Ring.
Regenbogen.*



WAHRE WERTE

Wellendorff

Ascona: Zenger • Basel: Seiler • Bern: Zigerli+Iff • Chur: Zoppi • Luzern: Les Ambassadeurs • Olten: Adam
St. Gallen: Labhart Chronometrie • Samnaun: Zegg • Zug: Lohri • Zürich: Les Ambassadeurs und Beyer

Das Beste vom Salone 2022

1

Industrielles Erbe / architektonische Relikte

Während des Salone werden auch alte Industriehallen in und bei Mailand genutzt. Das Format Alcova machte bereits 2018 vor, wie man ausrangierte Bauten für Designausstellungen fruchtbar machen kann. Dieses Jahr pilgerten Interessierte bis nach Baranzate in die ehemalige Nähmaschinenfabrik Necchi.

Designschaffende aus Belgien zeigten in den «Baranzate Ateliers» Entwürfe, die begeisterten. Ein weiteres Highlight war die Präsentation «Temenos» von Studiopepe, organisiert von der Galerie Philia. Auch Hermès feierte mit einer Installation in der Pelota die Schönheit industrieller Bauten.



OBEN: Präsentation von Hermès. LINKS: Installation «Temenos» von Studiopepe.

Statt wie üblich im April fand der diesjährige Salone del Mobile im Juni statt. Die 60. Ausgabe stand unter dem Stern der Regeneration und der Wiedergeburt. Diese Produkte und Tendenzen sind besonders aufgefallen

Text SUSANNA KOEBERLE

2 Designerinnen: Studiopepe

Hinter Studiopepe stehen Arianna Lelli Mami (links) und Chiara Di Pinto. Die Designerinnen und Innenarchitektinnen interessieren sich nicht nur für Räume und Dinge: Ihre multidisziplinäre Praxis macht sie zu gefragten Partnerinnen in ganz unterschiedlichen Kontexten von der Kreativdirektion über Innenarchitektur bis zum Produktdesign. Beide vereint zudem eine Leidenschaft für Kunst. Ihr Können zeigten sie am Salone mit verschiedenen Installationen und Produkten.



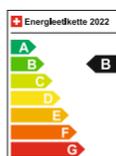
Studiopepe zeigte unter anderem das Daybed «Stami» für Galloti & Radice und die Leuchte «Gunta» für Tacchini.

ANZEIGE

JAPANISCHE HANDWERKSKUNST IN VOLLENDUNG

DER NEUE MAZDA CX-60 PLUG-IN-HYBRID

Entdecken Sie im Innenraum das japanische Konzept «Ma – Ruhe und würdevolle Schönheit durch schlichte Ausstattung», bei dem jedes Designelement einen Zweck hat. Sorgfältig ausgewählte Materialien wie echtes Ahornholz, hochwertiges Leder, japanische Stoffe und Chromdetails wurden in diesem menschenzentrierten Fahrzeug harmonisch kombiniert. Wenn wir uns schon so um die Details kümmern, wie sieht es dann erst mit Ihren Emotionen bei einer Fahrt im neuen Mazda CX-60 aus?
mazda.ch/cx-60



Mazda CX-60 Takumi e-Skyactiv PHEV 327 AWD, Verbrauch 1,5 l + 23,0 kWh/100 km, CO₂ 33 g/km, Energieeffizienz B.

DRIVE TOGETHER



3 Schweiz: Gemeinsam stark

Ein gemeinsamer Auftritt von Firmen, Hochschulen und der Kulturförderinstitution Pro Helvetia fand im «House of Switzerland» mitten in Brera in der «Casa degli Artisti» statt: eine perfekte Location, um die DNA des Schweizer Designs einem grösseren Publikum zu präsentieren. Das Motto der Pop-up-Ausstellung lautete «Designing the present to face the challenges of tomorrow». Mit dabei waren Firmen wie de Sede, Embru, Röthlisberger oder Seleform und die Designbüros schindlesalmerón und Lichtprojekte. Im unteren Teil zeigte eine von Pro Helvetia organisierte Gruppenausstellung mit neun Projekten, dass junge Designschaffende mit viel Engagement an Lösungen arbeiten, um den Herausforderungen unserer Zeit gerecht zu werden. Im oberen Stockwerk thematisierten Schweizer Brands das Ineinanderfliessen von Innen- und Aussenraum.



Präsentation von Pro Helvetia im «House of Switzerland».

4 Notwendige Reflexion



Das Motto der Hochschule Luzern (HSLU) am Salone del Mobile.

Die Klimakrise stürzt auch viele junge Designschaffende in ein grosses Dilemma: Warum soll ich überhaupt noch etwas entwerfen? Wozu erlerne ich diesen Beruf? Das Thema Nachhaltigkeit gehört heute zwar zum guten Ton, doch zugleich sind Expansion und Wachstum nach wie vor die treibenden Kräfte auch dieser Branche. Eine radikale Entscheidung fällt die Hochschule Luzern (HSLU). Das Motto «No thing new» kündigt es an: Gezeigt wurde nichts. Zugleich machte der Slogan deutlich, dass Nachhaltigkeit nichts Neues ist. Die Installation, eine Zusammenarbeit der drei Studienbereiche Objekt-Design, Spatial Design und Textildesign zeigte auf, welche Rolle und Verantwortung Hochschulen in diesem Diskurs übernehmen können.



Design zum Innehalten.

V O L V O

Für jeden Lebensstil.

Der Volvo XC40 Recharge Pure Electric.

Smart. Vielseitig. Selbstbewusster denn je. Und mit integrierten Google Services. Entdecken Sie den Volvo XC40 Recharge Pure Electric – unseren vollelektrischen SUV, der zu allen Facetten Ihres Lebens passt.

Online erhältlich unter
volvocars.ch/XC40Recharge



Volvo XC40 Recharge, P8 AWD Pure Electric 204+204 PS/150+150 kW. Stromverbrauch gesamt: 20,4–21,6 kWh/100 km, CO₂-Emissionen: 0 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: A. Google ist eine Marke von Google LLC.





5 Keramik

OBEN LINKS Porzellan von Claudia Schoemig.
OBEN Ronan Bouroullec mit Produkten von Bouroullec für Tajimi Custom Tiles.

Keramik ist eine der ältesten Kulturtechniken der Menschheit. Es erlebt in der Welt des Designs schon seit längerem ein Revival. Das hat weniger mit Moden oder Trends zu tun als vielmehr mit dem Wunsch des Menschen nach Verlässlichkeit und Bodenhaftung: In der heutigen Zeit rare und gefragte Güter. Nicht nur Keramikobjekte gab es zu sehen, sondern auch ganze Wände aus Fliesen. Hersteller wie auch Designschaffende sind regelrecht verliebt in das Material.

7 Kunstvoll



Kunst hat Designschaffende schon immer inspiriert. Die Verwandtschaft zwischen Kunst und Design wird in regelmässigen Abständen reaktiviert. Dabei wird die Grenze zwischen den Disziplinen fließend. Experimentelle Objekte und ungewohnte Settings zelebrierten in Mailand die Freiheit der Kunst.

OBEN Lampe «Fold» von Formafantasma für Maison Matisse.
LINKS Möbel von La Manufacture im Museo Poldi Pezzoli.

6 Begrünte Stadt



«Floating Forest» von Stefano Boeri für Timberland.

Pflanzen waren schlichtweg überall in Mailand! Auf der Messe, in den Showrooms (etwa bei Flexform), in den Ausstellungen und sogar in den Strassen. Pflanzen spielen gerade in Städten eine wichtige Rolle, sie reinigen die Luft und reduzieren die Hitze. Das weiss auch Architekt Stefano Boeri, bekannt für seine «Bosco Verticale»-Hochhäuser, die er mittlerweile überall auf der Welt realisiert. Er wurde von Timberland beauftragt, eine grüne Installation an der Darsena (künstliches Wasserbecken und ehemaliger Hafen in Mailand) zu entwerfen. Sein «Floating Forest» wurde als eigenständiges Ökosystem konzipiert, in dem 610 Pflanzen- und 30 Tierarten die biologische Vielfalt vervielfachen und den ökologischen Nutzen der städtischen Forstwirtschaft in Verbindung mit anderen Grünflächen in Mailand aktivieren. Der Wald bot nicht nur eine Umgebung, in der man die Bedeutung der biologischen Diversität und die Vorteile der Natur wiederentdecken kann, sondern auch eine immersive Erfahrung.

8 Klobig



«Back to the roots», könnte das Motto vieler Entwürfe lauten: Ihr Design widerspiegelt unser Bedürfnis nach Erdung. Die klobigen Formen wirken archaisch und strahlen etwas Urtümliches aus.

OBEN Hocker «Ube» von Jean-Marie Massaud für Poliform.
RECHTS Hocker «Soft Corner» von Linde Freya Tangelder für Cassina.

9 Kulturtransfer

In der Architektur hiess es «Lernen von Las Vegas». Wie fruchtbar eine kulturelle «Kontamination» auch im Design aussehen kann, beweisen etwa die Entwürfe des japanisch-dänischen Duos Inoda+Sveje. Oder co/rizom: Die NGO fördert Handwerk aus Osteuropa und anderen Ländern und bringt die Handwerker mit Designern aus dem Westen zusammen.



GANZ LINKS Sessel «Yoko» von Inoda+Sveje für Minotti.
LINKS Stuhl «little monsters / scary beasts» von co/rizom.

AMERICAN
EXPRESS

GLOBUS

americanexpress.ch/moments

IHR PLATINUM MOMENT

Bei Globus ein individuelles
Einkaufserlebnis geniessen.



American Express Platinum Card®

Schwarzkümmel (Nigella)

(NIGELLA SATIVA)

DAS GEWÜRZ AUS DER ORIENTALISCHEN KÜCHE IST SEHR EN VOGUE. DAS HAT ES NICHT NUR SEINEM INTERESSANTEN AROMA ZU VERDANKEN

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

Obschon der Name etwas anderes vermuten lässt: Mit Kümmel oder Kreuzkümmel haben die zurzeit sehr angesagten Samen des Schwarzkümmels (Nigellasamen) nichts zu tun – weder geschmacklich noch botanisch. Optisch erinnern sie wiederum an schwarzen Sesam, mit dem Unterschied, dass Sesamsamen flach sind, Schwarzkümmelsamen hingegen dreikantig. In der orientalischen Küche sind die kleinen, blauschwarz schimmernden Samen so etwas wie die Stars im Gewürzregal. Man findet sie zum Beispiel auf dem Fladenbrot wieder oder als Topping für Hummus. Den Geschmack von Schwarzkümmelsamen zu beschreiben, ist gar nicht so einfach: Sie schmecken würzig, etwas



nussig und verfügen über eine leichte Schärfe – eine Mischung aus Thymian und Eukalyptus vielleicht? Am besten kommt das Aroma zur Geltung, wenn man die Samen ohne Beigabe von Fett in einer Pfanne röstet. In der orientalischen Volksmedizin gilt Schwarzkümmel auch als Heilmittel gegen eine Vielzahl von Beschwerden. So sollen die Samen etwa bei Husten schleimlösend wirken oder gegen Hautunreinheiten helfen.

Kulinarisch kann man die Samen vielseitig einsetzen: Sie passen sowohl zu Gemüse wie auch zu Fisch oder Fleisch. Eine besonders schmackhafte Kombination sind gebratene Lachsfilets, die man vor dem Braten in reichlich Schwarzkümmel wälzt.

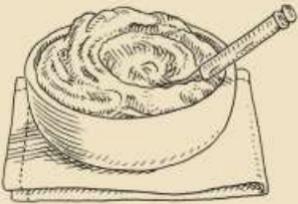
Hummus mit Nigella

Zutaten für 2 Portionen

450 g gekochte Kichererbsen, 1 Knoblauchzehe, 2 TL Schwarzkümmel, 4 EL Olivenöl, 3 EL Tahina, Saft von ½ Zitrone, Salz, Pfeffer

Zubereitung

Die äusseren Häutchen der Kichererbsen entfernen, Hülsenfrüchte in die Küchenmaschine geben. Den Knoblauch fein hacken, Schwarzkümmel im Mörser zerstoßen, mit dem Knoblauch und 2 EL Olivenöl bei mittlerer Hitze dünsten, ebenfalls in die Küchenmaschine geben. Tahina, 2 EL Olivenöl und Zitronensaft beifügen und alles in der Maschine cremig rühren. Salzen und pfeffern.



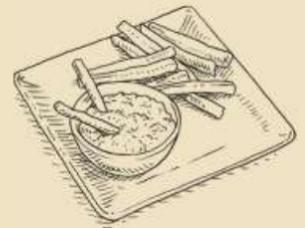
Dip-Sauce für Gemüsesticks

Zutaten für 4 Portionen

2 TL Schwarzkümmel, 100 g Feta, 200 g griechischer Joghurt, einige Zweige glatte Petersilie und Thymian, Schale von 1 Bio-Zitrone, Salz, schwarzer Pfeffer aus der Mühle

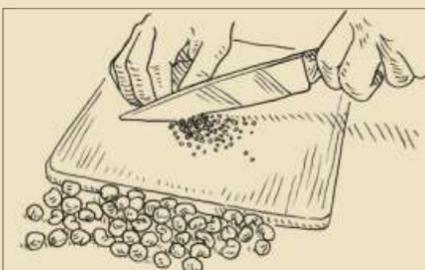
Zubereitung

Schwarzkümmel in einer beschichteten Pfanne bei mittlerer Hitze rösten, bis die Samen duften. Zum Abkühlen auf einen Teller streuen. Feta zerdrücken und mit dem Joghurt zu einer Crème verrühren. Kräuter hacken, untermischen. Zitronenschale und Schwarzkümmel unterrühren, salzen und pfeffern.

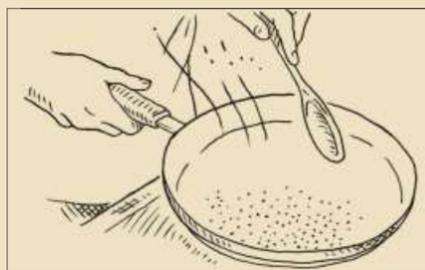


Dukkah-Gewürzmischung

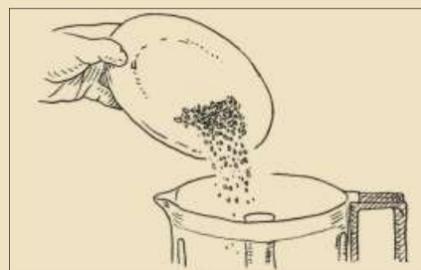
Zutaten für 1 kleines Einmachglas: 75 g Haselnüsse, 25 g Cashewkerne, 25 g Pinienkerne, 4 EL Sesam, 2 EL Schwarzkümmelsamen, 2 EL Sonnenblumenkerne, 1 EL Kreuzkümmel, 2 TL schwarze Pfefferkörner, 3 EL Koriandersamen, 2 TL Fenchelsamen, 1 TL getrockneter Thymian, 2 TL Salz



1. Haselnüsse und Cashewkerne grob hacken und mit den Pinienkernen in einer beschichteten Bratpfanne ohne Zugabe von Öl rösten. Zum Abkühlen auf einen Teller streuen.



2. In der gleichen Pfanne, auch ohne Zugabe von Öl, die Sesam- und Schwarzkümmelsamen kurz anrösten. Ebenfalls zum Abkühlen auf den Teller geben.



Sonnenblumenkerne, Kreuzkümmel, Pfeffer und Koriander in die Pfanne geben, bei mässiger Hitze anrösten, bis die Samen duften. Dann in den Cutter füllen.



4. Fenchelsamen dazugeben und im Cutter grob zermahlen. Die Zutaten vom Teller sowie alle weiteren Zutaten untermischen. Die Mischung in ein luftdichtes Gefäss füllen.



Weitere Rezepte finden Sie online auf bellevue.nzz.ch

Auf der Klippe

Text **ULRIKE HUG**



SEIT FÜNFZEHN JAHREN WURDE AN DER AMALFIKÜSTE KEIN HOTEL MEHR ERÖFFNET. DAS NEU GESTALTETE «BORGO SANTANDREA» LOCKT MIT GROSSZÜGIGKEIT UND EINER ERFRISCHENDEN INTERPRETATION VON MEDITERRANEM LEBEN

Hier kann man endlich all das tun, wonach das Herz sich nach all den Reisebeschränkungen und Unsicherheiten noch immer sehnt: Zeit verschwenden, nichts tun und nichts denken, selbstvergessen aufs weite Meer schauen – von einer der 16 Suiten oder der 29 Zimmer aus oder aus dem Garten, unter Zitronen-, Oliven- und Granatapfelbäumen sitzend. Sich von den Wellen schwerelos auf dem Meer treiben lassen. Hervorragend essen und trinken.

Das diesen April eröffnete Hotel Borgo Santandrea liegt an der Westküste Italiens, am Golf von Salerno auf einer Klippe oberhalb der Gemeinde Conca dei Marini. Die Nachbargemeinden des Ortes sind Amalfi und Furore. Und ja, für Furore dürfte das Haus sorgen – überrannt dürfte es dank seiner grosszügigen Anlage nie wirken. Die Stimmung: mediterranes Weiss-Blau, die Gebäudeteile zwischen Klassik und Moderne auf verschiedenen Ebenen, üppige Terrassengärten, Landschaftskunst zum Staunen, ein privater Strand (eine Neuheit in dieser Gegend), grosszügige Zimmer oder salonartige Suiten.

Man könnte meinen, man sei aus der Zeit gefallen – zurück ins alte Bella Italia mit Grandezza und Dolce Vita. Aber so ist es nicht. Das Hotel wurde von den Eigentümern vier Jahre lang sorgsam, zeitgemäss und elegant renoviert und umgestaltet. Der Ort könnte beispielhaft für ein neues Italien stehen, das sich nicht mehr nur auf den guten alten Zeiten ausruht, sondern eine neue Gegenwart beschreibt, Bewährtes zeitgemäss übersetzt und damit neue Perspektiven vermittelt. Federführend bei diesem Projekt waren der Architekt Rino Gambardella und die Landschaftsarchitekten Phi-

lip Adiutori und Gaetano Amato. Das Anwesen versammelt italienische Handwerkskunst, Design und Kunst – und dies in einer sehr gelungenen Paarung aus Tradition und Gegenwart.

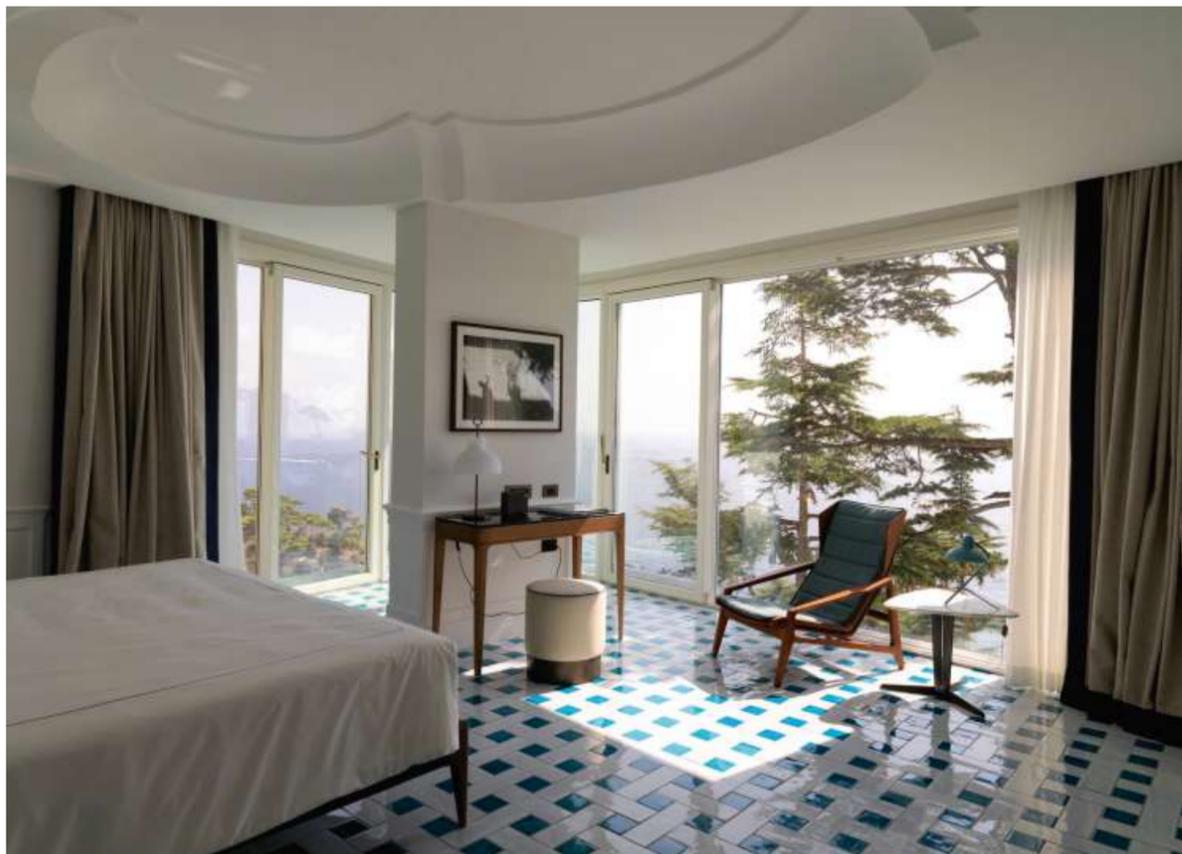
Grösster Wert wurde darauf gelegt, dass alles «made in Italy» ist – von den handgefertigten und handbemalten Bodenfliesen von Cotto Vietri, den Textilien von Dedar und Rubelli, den mundgeblasenen Glaslampen von Venicem, den Geländern des Schmieds Piero Esposito, der Keramik von Marco Fusco und Lucio Liguori bis hin zu den Wandregalen von Paolo Erba, Designklassikern von Gio Ponti und neuen Kreationen von Designern wie Nicola Gallizia. Das alles gilt es zu entdecken – in Ruhe, frei von snobistischer Attitude und mit viel Platz für Privatsphäre. Ein guter Ort also zum Dösen und Träumen – ein Dorf auch irgendwie, in dem das Bedürfnis nach regionaler Küche, vor, nach und während der Zeit am Strand mit minimalstem Bewegungsaufwand zu befriedigen ist.

INFORMATION	
Nächster Flughafen	NEAPEL, IT WEB BORGOSANTANDREA.IT
Aktivitäten	DÖSEN, TRÄUMEN, ESSEN, TRINKEN, SCHWIMMEN
Beste Reisezeit	JAN–DEZ Eröffnungsjahr 2022
Breitengrad	40° 37' 4" N Längengrad 14° 34' 13" O
Sprachen	ITALIENISCH Vorwahl +39



FOTOS: PD

Üppige Gärten, verwinkelte Zugänge, verschiedene Ebenen: Das Borgo Santandrea verfügt über einige Lifte, einer davon bringt die Besuchenden bis fast an den Strand. Idyllischer ist aber der Fussweg über die duftenden Terrassen. Mag man sich gar nicht bewegen, kommt man auch auf einer der privaten Terrassen zu Meerblick und Zikadenkonzert – einige Suiten haben eine.



Das Interieur ist neu und alt, aber immer «made in Italy». Auch das italienische Label Molteni&C war ein wichtiger Partner bei der Inneneinrichtung des Hotels. Von ihm stammen beispielsweise die beiden Sessel «D.151.4» (Bild oben) und D.156.3 (Bild unten) von Gio Ponti oder der dreieckige Beistelltisch «Attico» von Nicola Gallizia (auch im Bild unten).

ZU GEWINNEN

«Stay and Dine» im Hotel The Cambrian in Adelboden

Sophisticated, unkompliziert und mit coolem urbanem Flair: Das Hotel The Cambrian in Adelboden steht für tolles Design, Wellness pur und einzigartigen Genuss: Qualität und Herkunft der Zutaten sind ein wesentlicher Bestandteil der Philosophie des Restaurants «Bryn Williams at The Cambrian». So viele Zutaten wie möglich werden aus den Bergen, Seen, Flüssen und Bauernhöfen in der Umgebung und im Kanton Bern bezogen. Leidenschaftliche Gastfreundschaft spiegelt die Symbiose schweizerischer und walisischer Einflüsse des Hotels wider: «Chef-Patron» Bryn Williams (Bild) stammt aus Nordwales, er hat in einigen der renommiertesten Restaurants in London gekocht. Der aus dem Norden Londons stammende Chefkoch Will Gordon war für angesehene Küchenchefs und Sternerestaurants im Vereinigten Königreich tätig, bevor ihn seine kulinarische Reise in den Schweizer Alpen wieder mit seinem Mentor Bryn Williams zusammenführte. Mehr Infos finden Sie auf thecambrianadelboden.com/de.

Wir verlosen drei «Stay and Dine»-Packages für je zwei Personen im Wert von je 615 Franken: je eine Übernachtung im «Deluxe-Doppelzimmer Süd» mit Panoramablick inklusive Frühstück sowie einem Dreigangmenu im «Bryn Williams at the Cambrian»-Restaurant (Getränke exklusiv) sowie unlimitedem Zugang zum «The Cambrian Spa» während des Aufenthalts. Die Packages sind, je nach Verfügbarkeit, gültig bis zum 30. 11. 2023.

Teilnahmeschluss **16. 10. 2022**



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

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

des Wettbewerbs speichert. Ausserdem erklären Sie sich damit einverstanden, dass Ihre Daten für Marketingzwecke, zur Kundenpflege und für personalisierte Werbung verwendet werden dürfen. Die Daten können zu diesen Zwecken auch innerhalb der NZZ weitergegeben werden. Die Gewinnerlisten werden nicht öffentlich publiziert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, Mehrfacheinnahmen werden gelöscht. Teilnahmeschluss für den Wettbewerb ist der 16. Oktober 2022.

IMPRESSUM

Z – Die Substanz des Stils
ist ein Magazin der NZZ

Chefredaktion
Nicole Althaus (na.)

Redaktionsleitung Lifestyle
Kerstin Netsch (ker.)

Redaktionelle Leitung Z
Malena Ruder (rud.)

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

Autorinnen und Autoren
Bice Curiger, Christina Hubbeling,
Richard Kägi, Susanna Koeberle,
Nicolas Polli, Barbara Vinken

Art-Direction
Claudio Gmür (clg.)

Produktionsleitung
Daniela Salm

Bildredaktion
Ulrike Hug-Stüwe (uhu.)

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

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

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

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

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

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

Lithos
NZZ Media Services AG

Druck
Swissprinters AG
Brühlstrasse 5
4800 Zofingen

Konzept und Creative Direction
Winkreative
www.winkreative.com

Verbreitete Auflage
179 253 Exemplare

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

Unternehmensleitung
Felix Graf

ISSN 1662-1573
© 2022 Neue Zürcher Zeitung AG

BEZUGSQUELLEN

Adidas
adidas.com
Allen Kaufmann Architekten
allenkaufmann.de
Arne Jacobsen Watches
arnejacobsenwatches.com
BoConcept
boconcept.com
Celine by Hedi Slimane
celine.com
Chanel
chanel.com
Dior
dior.com
Dolce & Gabbana
dolcegabbana.com
Falke
falke.com
Flexform
flexform.it
Fogal
fogal.com
FontanaArte
www.fontanaarte.com
Fredericia Furniture
fredericia.com
Gucci
gucci.com

Jil Sander
jilsander.com
Junghans
junghans.de
Ligne Roset
ligne-roset.com
Lisa Corti
lisacorti.com
Loewe
loewe.com
Louis Vuitton
louisvuitton.com
Manor
manor.ch
Minotti
minotti.com
Miu Miu
miumiu.com
Moooi
moooi.com
NZZ Shop
shop.nzz.ch
Prada
prada.com
Salvatore Ferragamo
ferragamo.com
Walter Knoll
walterknoll.de



Cruise- & Travelnews aus erster Hand*

- ✓ **18 Partner vor Ort** stehen mit Informationen aus erster Hand zur Verfügung
- ✓ **Spannende Vorträge**
- ✓ Weindegustation Baur au Lac Vins & Läderach-chocolatier Suisse

EINLADUNG

Luxury Cruises & Lifestyle Moments
Freitag, 28. Oktober 2022 in Zürich

IHRE MCCM MASTER CRUISES

- Seit über 30 Jahren spezialisiert auf erstklassige Kreuzfahrten
 - Klein, fein, familiengeführt
 - Individuelle Beratung, persönliche Ansprechpartner, breites Know-how
 - Limousinentransfer zum Flughafen
- Eintritt Aspire Business Class Lounge
 - Mitglied im Reisegarantiefonds

Luxury Cruiselines



Luxury Travel & Hotels



Lifestyle



MCCM MASTER CRUISES LÄDT EIN!

Der führende Reiseveranstalter für Erstklass- und Expeditionskreuzfahrten sowie luxuriöses Reisen lädt Sie ein zu einem **ganz speziellen Anlass** rund um das Thema **Luxury Cruises**, Hotels und Lifestyle. Eine Kombination aus Information und Genuss!

Lassen Sie sich die aktuellsten News und Infos aus erster Hand durch die anwesenden Partner aus den verschiedenen Bereichen von Luxusreisen geben. Während Vorträgen werden Ihnen die jeweiligen Produkte nähergebracht.

Das Lifestyle-Programm beinhaltet Degustationen von **Baur au Lac Vins** und **Läderach-chocolatier suisse**.

LUXURY CRUISES & LIFESTYLE MOMENTS

Datum Freitag, 28. Oktober 2022
Zeit 13 Uhr bis 19 Uhr
Ort Zürich

Profitieren Sie von **3% Buchungsrabatt***.
Jetzt anmelden und Vortragsplatz sichern!



Anmeldung*:
www.mccm.ch/events

Cartier

