

14	PRODUKTE WANDREGALE
16	SCHÖNHEIT PIGMENTFLECKEN
18	BACKSTAGE GRAFF
20	IM PORTRÄT OMEGA

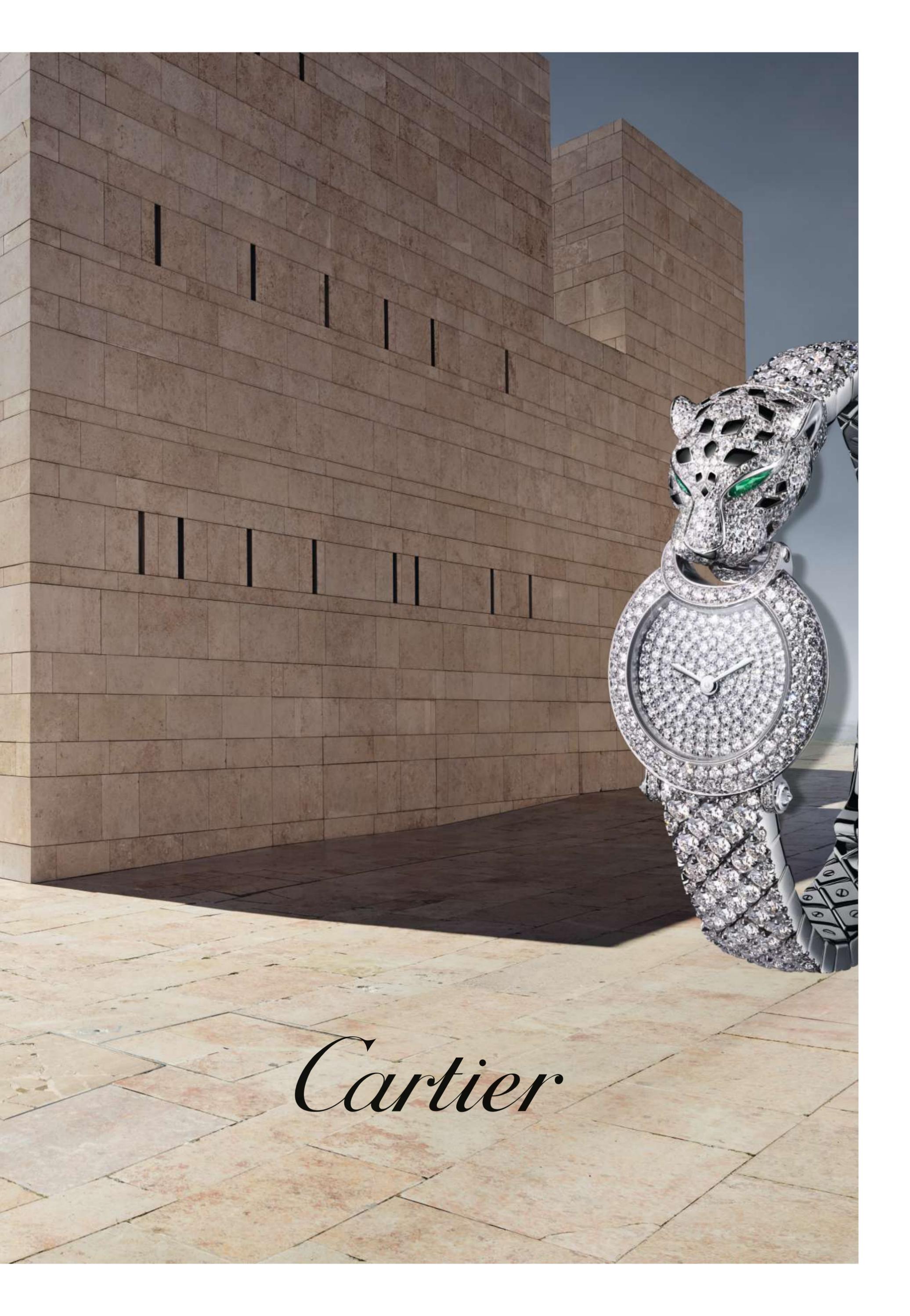
IM GESPRÄCH TAKASHI MURAKAMI	22
HINTERGRUND 50 JAHRE ROYAL OAK	42
TRENDS UHREN-NEWS	46
DESTINATION DIOR 30 MONTAIGNE, PARIS	51



Extraordinär

HAUTE-JOAILLERIE VEREINT
HANDWERKSKUNST
MIT ERLESENEN MATERIALIEN
Seite 32





Cartier



CHANEL



J12

AUTOMATIK MANUFAKTURWERK

Kaliber 12.1. Chronometer COSC* zertifiziert. Gangreserve 70 Stunden.
Extrem widerstandsfähige Keramik Uhr. Swiss Made. 5 Jahre Garantie.

Handschmeichler

OB GEFALTET, UNTER DEN ARM GEKLEMMT ODER ALS KOPFKISSEN FÜR EIN NICKERCHEN
IM ZUG: EINE SOFT BAG SCHMIEGT SICH DURCH IHR WEICHES MATERIAL JEDER SITUATION AN

Text **TANIA VILLIGER** Foto **JOHANNA HULLÁR**



ERSATZ KISSEN

Bottega Veneta: Mit «The Pouch» lancierte der Brand eine der ersten Soft Bags, die zum Must-have wurden.
BOYY: Das Label hat eine ganze Produktlinie unter dem Begriff «soft», von Handytaschen bis zu grossen Bobby-Shoppers.
Maison Margiela: Die «Glam Slam» gibt es diesen Frühling in dezenten, naturnahen Erdtönen.

Während im Winter übergrosse Daunenmäntel Trost spendeten, indem sie das Gefühl vermittelten, direkt mit der schützenden Bettdecke das Haus zu verlassen, erfüllen jetzt im Frühling die sogenannten «Soft Bags» diesen Zweck: Die angesagten Taschen könnten dank ihrer weichen Substanz schon fast mit einem Kopfkissen verwechselt werden.

Sie kommen aus luxuriösem Kalbsleder daher oder auch aus glänzendem Satin – Hauptsache, das Material verfügt über Handschmeichler-Qualitäten. Von Virginie Viard, Chefdesignerin bei Chanel,

stammt eine besonders edle Variante des «Soft Bags»: Die neue «Chanel 22» ist aus weichstem, abgestepptem Kalbsleder gefertigt und mit der Chanel-typischen Leder-durchflochtenen Metallkette versehen. Der sowohl schicke als auch sportliche Beutel vereint Simplizität und Komfort und kann deshalb durchaus als das kleine Schwarze unter den Taschen bezeichnet werden.

Tasche «Chanel 22», glänzendes Kalbsleder (Preis auf Anfrage), in Schwarz oder Weiss erhältlich, von Chanel.

HUBLOT




HUBLOT

hublot.com • f • t • @

**BIG BANG INTEGRAL
TIME ONLY**

Gehäuse aus Titan mit integriertem
Armband. Automatikwerk

INHALT

Z

ZEITGEIST

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

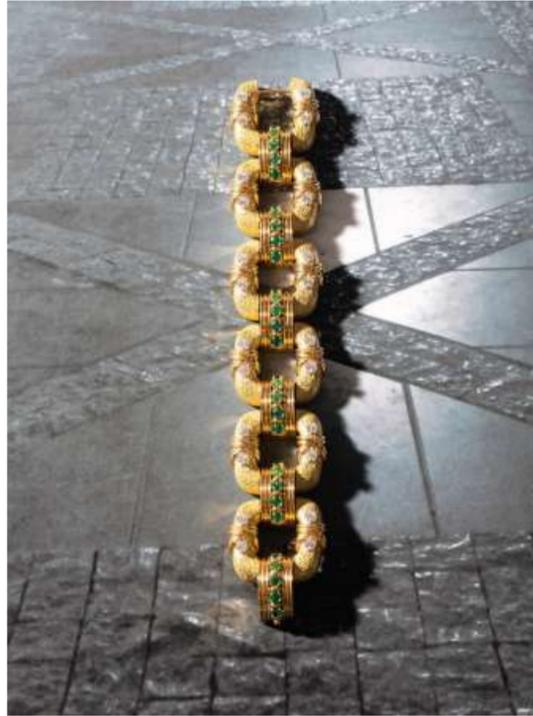


Seite 51, Destination: Zu Besuch im wiedereröffneten Dior-Store in Paris.

22—IM GESPRÄCH

Takashi Murakami

Was der japanische Künstler an seiner neuesten Zusammenarbeit mit Hublot schätzt und was die Botschaft hinter seinen bunten Blumen ist



Seite 32, Im Bilde: Haute-Joallerie-Stücke wie dieses Armband von Tiffany & Co.

Z

ZÄSUR

- 27—BICE CURIGER
- 28—BARBARA VINKEN / MALENA RUDER
- 29—RICHARD KÄGI
- 30—NICOLAS POLLI

32—IM BILDE

Schmucke Wunderkammer

Neue Haute-Joallerie-Preziosen, inszeniert im Stil von alten Raritäten-Kabinetten



Seite 14, Produkte: Schöne Wandregale wie «Extra-Ordinary» (850 Franken) über Okro.

42—HINTERGRUND 50 Jahre «Royal Oak»

Die Geschichte hinter einer der berühmtesten Uhren der Welt

46—TRENDS

Zeit nehmen

Bunt, nachhaltig, ikonisch: Die Highlights aus den aktuellen Uhren-Kollektionen

50—ZUTAT

Schnittlauch

Die Wahrheit über das zu Unrecht als spiessig bezeichnete Küchenkraut

51—DESTINATION

Diors erste Adresse

Der neue Mega-Store «Dior 30 Montaigne» in Paris widmet sich der Historie des Hauses

Z

ZUGABE

54—VERLOSUNG/IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN

55—ZITAT



FLEXFORM

Hamptons | Outdoor Collection
Chaiselongue, modulares Sofasystem
Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it

NEUES AUS DER SCHWEIZ

UHREN

Ticken wie früher

Der Erfolg der Genfer Uhrenmarke Vacheron Constantin fusst mitunter auf den grossen Archivbeständen der 1755 gegründeten Manufaktur. Dies kommt in der Sonderkollektion «Les Collectionneurs» besonders zur Geltung: Vintage-Zeitmesser aus dem 20. Jahrhundert werden hierfür von der hauseigenen Heritage-Abteilung aufgespürt, begutachtet und ausgesucht. Mit Originalteilen oder originalgetreuen Ersatzteilen restauriert, zertifiziert, und mit einer zweijährigen Garantie werden diese besonderen und raren Exemplare der über 1500 Stück umfassenden Kollektion dann zum Verkauf angeboten. (kid.)

vacheron-constantin.com



Armbanduhr von 1945 aus Rotgold mit ewigem Kalender (Preis auf Anfrage), von Vacheron Constantin.

Kunst am Arm

Dass man Motive bekannter Werke auf allerlei Geschenkartikel druckt, ist oft ein eher unschöner Nebeneffekt des Kunstmarkts. Der Swatch-Kreativchef Carlo Giordanetti hat für die neue Kollektion «Swatch x Centre Pompidou» Gemälde aus der Pariser Institution – von Kahlo, Modigliani, Delaunay, Kandinsky und Mondrian – statt plump als Miniatur aufs Zifferblatt geklatscht über die Armbänder hinaus in Szene gesetzt: Neue Perspektiven auf die Positionen geben die sechs limitierten Statement-Uhren, die sich durchaus zeigen lassen können. (kid.)

swatch.com



Uhren (ab 80 Fr.) aus der Serie «Swatch x Centre Pompidou».



Vase «#25» (220 Fr.), Unikat, von Jasna Strukelj Gmür.

WOHNEN

Skulpturaler Prozess

Was haben Architektur und Keramik gemeinsam? Für Jasna Strukelj Gmür ist es das Kreative und Prozesshafte und dass man aus einzelnen Bestandteilen etwas Neues kreiert. Ansätze, die sich auch in ihrer neuen Vasenkollektion «Meer» zeigen. Und weil die Interdisziplinarität ein schier bodenloses Fass ist, veranstaltet sie mit Berufskollege und Food-Enthusiast Jernej Bevč Pop-ups, wo Essen auf ihrer Keramik serviert wird. (ijo.)

jasnastrukeljgmuer.com

HOTEL

Albergo Diffuso

23 Bassa Corippo, Corippo



Nur im Sommer geöffnet: «Albergo Diffuso» (DZ ab 160 Fr. pro Nacht).

Der Reiz abgelegener Orte, die ein «Weg von allem»-Gefühl vermitteln, ist in den letzten zwei Jahren noch einmal grösser geworden. Diesem Anspruch an Entlegenheit gerecht wird das neue Hotel «Albergo Diffuso» (Eröffnung Frühling/Sommer 2022) in Corippo, einer Ortschaft im Verzascatal mit nur zehn Einwohnern. Das Hotel erstreckt sich über acht Rustici, geführt wird es von Désirée Voitel und Jeremy Gehring. (lhg.)

corippoalbergodiffuso.ch

SHOPPING

Palmar Swimwear

Hallwylstr. 27, Zürich

Mittelmeer! Unbeschwerte Momente am Strand sind die Hauptinspiration der Bademode von Palmar. Das Label gründete Delaia Tschannen 2019 mit Fokus auf Bikinis in Körbchengrössen von A bis E, aus nachhaltigen Materialien und so schlicht und edel, dass sie auch gut als Lingerie taugen. Nun kann man diese auch im eigenen Store anfassen, probieren und kaufen. (kid.)

palmarswimwear.com



Bikini-Top «Renee» (70 Fr.), Slip «Erin» (60 Fr.), von Palmar.

MODE

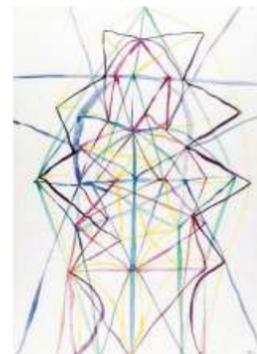
Neues aus Altem

Patchwork ist in der Mode gerade wieder beliebt, und das hat nicht nur oberflächliche Gründe: Oft werden für die Kreationen Stoffresten oder alte Kleidungsstücke verwendet. So wurde auch die neue Kollektion von Studio Mo', dem Designatelier von Modissa, ausschliesslich aus Bestehendem gefertigt. Dass jedes Stück ein Unikat ist, versteht sich von selbst. (lhg.)

studiomo.ch



Die Upcycling-Linie von Studio Mo' ist bei Modissa erhältlich.



«Ohne Titel» (1978), Aquarell auf Papier, 69,5x50 cm, Josef Herzog.

KUNST

Apfelbaum Herzog

bis 19. Juni 2022, Luzern

Polly Apfelbaum (*1955) und Josef Herzog (1939–1998) ist die Liebe zu Farben, Formen und Flächen gemein. Zum Ausdruck aber kommt sie auf unterschiedliche Art und Weise, wie die Ausstellung im Kunstmuseum Luzern anschaulich zeigt. Die US-Künstlerin spielt mit einem Wirrwarr an Mustern und Tönen, das Betrachter in den Bann zieht, weil es selbst im Kleinformat viel zu entdecken gibt. Der Zuger Künstler fokussierte auf Strukturen und Formationen. Auch darin verliert sich der Blick gern. (lhg.)

kunstmuseumluzern.ch

SCHLAFEN

Fair schlafen



Bettwäsche-Set aus Satin (ab 222 Fr.), von Marso Living.

Die Tage sind wieder länger, und die Zeit, die wir in unseren vier Wänden verbringen, wird kürzer. Konstant bleibt aber die Schlafenszeit. Während der soll man bestmöglich gebettet sein, findet zumindest das Schweizer Unternehmen Marso Living: All seine Produkte, von der Bettwäsche über Handtücher, die Kissen und Duvets, sind schadstofffrei und Oeko-Tex-zertifiziert. Verwendete Daunen werden ethisch korrekt gewonnen. (sie.)

marsoliving.com



PRADA

NEUES AUS DER WELT



Outfit aus der aktuellen Kollektion von Gabriele Colangelo.

MODE

Passgenaues Leder

Gabriele Colangelo wurde bekannt für präzise Schneiderkunst und Lederkleidung. Der Sohn eines Kürschners übte bei Versace und Cavalli sein Handwerk, ehe er 2008 sein eigenes Label gründete. In der aktuellen Kollektion dominieren Erdtöne, Fransen und Flechtwerke, die an Fischernetze erinnern mögen, aber zum Beispiel als Überrock getragen werden. (ijo.)

gabrielecolangelo.com

Sinnliche Synergien

Wenn die Stärken von zwei Häusern in Zusammenarbeiten erkennbar sind, ist gewiss, dass Synergien optimal ausgeschöpft wurden. Die feminine und elegante Handschrift von Alberta Ferretti ist in der zehnteiligen Kapsel-Kollektion, die von der italienischen Designerin gemeinsam mit Wolford entworfen wurde, ebenso ersichtlich wie die handwerkliche Präzision des bekannten österreichischen Wäsche-Spezialisten. (sie.)

wolfordshop.ch



Netzkleid «Ajouré» (450 Fr.), von Wolford x Alberta Ferretti.

ACCESSOIRES

Streifen in Sicht

Edel, robust und mit weichem Griff: Nylon-Twill gilt als Markenzeichen der japanischen Taschenmarke Porter. 1935 von Kichizo Yoshida unter dem Namen Porter-Yoshida & Co gegründet, werden die langlebigen Allrounder seit je in Japan hergestellt – bisher in schlichtem, zeitlosem Design, nun aber auch in modischen Mustern. Kein Geringerer als der britische Modemacher Paul Smith versieht in der neuen Herrenkollektion Porter-Teile wie etwa Helmtasche, Seesack und Geldbörsen mit seinen ikonischen Streifenmustern. (kid.)

paulsmith.com



Tasche «Boston» (etwa 815 Fr.), von Paul Smith + Porter.

Einmalig und lokal



«Sac Papillon», Kalbsleder (etwa 1850 Fr.), von Partisan Collector.

Im Lederatelier Partisan Collector in Paris werden ausschliesslich Unikate produziert, gefertigt nach den Regeln alter Handwerkskunst. Auf Nachhaltigkeit wird grossen Wert gelegt: Die zeitlosen Taschen werden aus Leder-Resten der grossen Modehäuser in Paris gefertigt, produziert wird alles von lokalen Handwerkern und nur auf Bestellung. Verfügbar sind deshalb auch nur 365 Stücke pro Jahr. Dafür können die Taschen personalisiert werden: So erhält man ein unverwechselbares Einzelstück, das sicher viele Jahre Freude macht. (mep.)

partisancollector.com



Jahresring «Ich träume» (Preis auf Anfrage), von Wellendorff.

SCHMUCK

Wie Sternenstaub

Zu ihrem 129. Jubiläum lanciert die Pforzheimer Schmuckmanufaktur Wellendorff drei besondere Versionen ihrer charakteristischen, drehbaren Ringe. Diese Jubiläumsringe sind mit üppigen Ornamenten versehen, auf 129 Exemplare limitiert und heissen klangvoll «Ich lebe», «Ich liebe» und «Ich träume». Bei Letzterem trifft 18-karätiges Weissgold auf schwarze Kaltemaille, verziert mit funkelnem Sternenstaub aus eingearbeiteten Kristallpartikeln. Mit jedem Dreh wird daran erinnert, einen Traum Realität werden zu lassen. (kid.)

wellendorff.com

Kraftvolle Welle

Der skulpturale Ring «B.zero1» von Bulgari ist eine Huldigung an das Kolosseum, das Wahrzeichen Roms, wo die Schmuckmarke auch ihren Hauptsitz hat. Im Jahr 1999 lanciert, avancierte der Entwurf in kurzer Zeit zu einem oft kopierten Bestseller. Das «B» steht für Bulgari, «Null» für das neue Jahrtausend und die Zahl «1» für Neuanfänge. In der gerade erschienenen Neuinterpretation aus Weiss- oder Roségold schmücken funkelnende Diamanten die ikonische Spirale und die architektonischen Bögen. (kid.)

bulgari.com



Neu mit Diamanten: Ringe «B.zero1» (Preise auf Anfrage), von Bulgari.

MOBIL

Smartes aus Estland

Sie sehen aus wie normale Velos, haben aber einen Elektro-Antrieb: Die E-Bikes der 2016 in Estland gegründeten Marke Ampler sind Leichtgewichte, die sich auch ohne Strom gut fahren lassen. Das Markencredo lautet «Lightest, Fastest, Smartest». Soeben wurden fünf neue Modelle der zweiten Generation lanciert, und seit Anfang April gibt es einen eigenen Showroom in Zürich. Hier kann man die coolen Pendlers-Bikes mit cleverer Elektronik besichtigen, testen, kaufen und auch reparieren lassen. (kid.)

amplerbikes.com



E-Bike «Axel» (2790 Fr.) von Ampler.

SCHUHE

Elegante Ungezwungenheit



«Triple Stitch™ Sneaker», rezykliertes Denim (745 Fr.), von Zegna.

Jedes Jahr wird der Triple Stitch™ Sneaker des italienischen Schuhhauses Zegna neu interpretiert, nur der Anspruch an die Funktionalität und Ästhetik des Schuhs bleibt beständig. Der Schuh ist längst der Bestseller des Traditionsunternehmens und verkörpert elegante Ungezwungenheit. Neu gibt es den Sneaker neben den Ledervarianten auch aus rezykliertem Denim. (mep.)

zegna.com



CARRERA

"Ich habe gelernt, Zeit nicht als selbstverständlich zu betrachten. Mein Antrieb ist das Wissen, dass die Uhr tickt."

Ryan Reynolds

GEGEN DIE WAND

KLEINE TABLARE AN DER WAND WERTEN UNSCHINBARE NISCHEN UND ECKEN AUF. SIE SIND PRAKTISCHE ABLAGEFLÄCHEN FÜR SCHLÜSSEL – ODER EINFACH PODESTE FÜR DEKO-OBJEKTE

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

A

Podest

Die schwedische Marke macht nicht nur filigrane Regale aus Brettern, sondern auch Konsolen aus Aluminium – ein Entwurf für das Café des schwedischen Nationalmuseums.

Konsolenregal «Museum NM&. 045», Aluminium (164 Fr.), von String, bei Mooris



B

Objekthaler

Sieht aus wie ein riesiger Kaugummi, ist aber eine Ablage aus Polyethylen, einem Restmaterial aus der industriellen Produktion.

Wandregal «The Plastic Mine», (etwa 193 Fr.) von Studio Thier & van Daalen, bei Waldraud



D

Hohlkörper

Hinter der hohlen Aluminiumblech-Säule von Designer Andreas Bergsaker, erhältlich in diversen Grössen und Farben, verbergen sich praktische Haken.

Wandregal «Korpus», Aluminium, Grösse M (120 Fr.), von Hay



C

Display

Viel Handarbeit steckt in dem dekorativen Stück von Textildesignerin Mara Tschudi und Produktgestalter Sebastian Marbacher.

Wandregal «Extra-Ordinary», Holzfaserplatte, gefärbtes Papier (850 Fr.), bei Okro



SITZSYSTEM **CONNERY** | DESIGN RODOLFO DORDONI
SESSEL **TORII** | DESIGN NENDO
COUCHTISCH **BOTECO** | DESIGN MARCIO KOGAN / STUDIO MK27
ENTDECKEN SIE MEHR BEI MINOTTI.COM/CONNERY

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

Minotti

Pigmentflecken

Was bei Tieren apart und nützlich sein kann, stört viele Menschen. Mathilde Thomas, Gründerin der französischen Pflegemarke Caudalie weiss, wie Pigmentflecken entstehen und was dagegen hilft

Text MALENA RUDER



5 FRAGEN AN



Mathilde Thomas hat 1995 mit ihrem Mann die Clean-Cosmetic-Marke Caudalie gegründet.

Wie entstehen Pigmentflecken überhaupt?

Die Pigmentierung der Haut ist das Ergebnis der Produktion von Melanin, der sogenannten Melanogenese. Umweltfaktoren wie UV-Strahlung, Umweltverschmutzung, Tabakrauch, aber auch Faktoren wie Hormone oder Alterung können zu einem Überschuss an Melanin in der Epidermis führen.

Wie kann die Entstehung von Flecken verhindert werden?

Durch Kontrolle der Melaninsynthese. Sehr wichtig ist auch das tägliche Auftragen von Sonnenschutz zu jeder Jahreszeit.

Wie bekämpft «Vinoperfect» von Caudalie Pigmentflecken?

Für diese Linie verwenden wir stabilisiertes Viniferin und aufhellende Inhaltsstoffe wie ein Extrakt aus der weissen

Pfingstrose und Niacinamid. Auch fördern peelende Inhaltsstoffe die Zellerneuerung und verbessern die Ausstrahlung.

Das «Vinoperfect Sérum Éclat Anti-taches» wurde überarbeitet?

Ja. Die neue Formel enthält 98 Prozent Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs. Und es ist 3,9-mal wirksamer als das vorherige Kultprodukt, bei jedem Hauttyp und jeder Hyperpigmentierung. Dunkle Flecken werden nach 56 Tagen um 63 Prozent reduziert.

Wie werden die «Vinoperfect»-Produkte am besten angewendet?

Da stabilisiertes Viniferin nicht fotosensibilisierend ist, kann die Linie auch bei UV-Exposition angewendet werden – Sonnenschutz nicht vergessen! Für doppelte Wirksamkeit kombinieren Sie das Serum mit der «Essence Glycolique Concentrée d'Éclat».

1

Potent
Das Kultprodukt enthält neu zu 98 Prozent natürliche Inhaltsstoffe und ist 3,9-mal wirksamer.

«Vinoperfect Sérum Éclat Anti-taches», 30 ml (57 Fr.), von Caudalie



2

Kraftvoll
Weisses Kiefern-rindenextrakt soll Flecken mildern.

«Regenerieren-des Serum», 30 ml (260 Fr.), aus der «Age Restorative Skincare Collection» von Susanne Kaufmann



3

Luxuriös
Der Neuzugang in der Kollektion verspricht, die Haut optimal auf das Serum vorzubereiten.

«White Caviar Essence Extra-ordinaire», 150 ml (465 Fr.), von La Prairie



4

Innovativ
Niacinamid und Vitamine wirken gegen Pigmentflecken und sorgen für ein einheitliches Hautbild.

«Rénergie H.C.F. Triple Serum», 50 ml (150 Fr.), von Lancôme

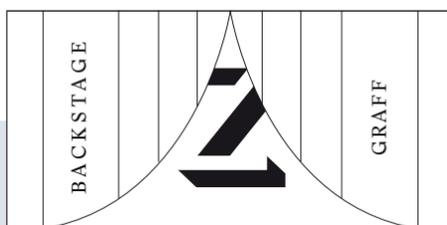


Die schönste Einladung zum Wohlfühlen.



Pate für den Stuhl von Jehs + Laub stand das orientalische Wort ‚Dschalies‘, auf Deutsch: ‚Gastfreundschaft‘. Diese spürt man überall: bei den einladenden Kissen, die auf dem filigranen Gestell wie höhergelegte arabische Bodenkissen anmuten, den umarmenden Armlehnen, der hohen, leicht schwingenden Lehne, die den Rücken aufs Gemütlichste willkommen heißt ... Wer würde da schon eine Einladung ausschlagen?





Die Reise eines Diamanten

Graff hat sich auf Diamantschmuck von aussergewöhnlicher Qualität spezialisiert.
Der Fertigungsprozess vereint Handwerk, Technologie und viel Erfahrung

Text MALENA RUDER



Das Schmuckstück

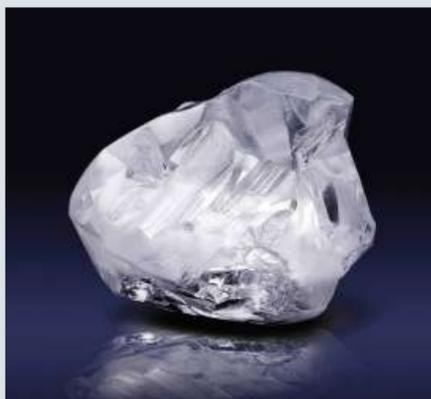
Graff ist bekannt für spektakulären Diamantschmuck. Für den britischen Juwelier sind Stücke wie der Ring links im Bild mit einem 38 Karat lupenreinen Diamanten die Verkörperung seiner Vision. Der Stein ist zertifiziert als Typ IIa, zählt also zu den chemisch reinsten aller Diamanten mit exzellentem Schliff und höchster Symmetrie. Wie bei jedem Stein wird bei Graff grosser Wert darauf gelegt, ihn in einer Fassung zu präsentieren, die mit seinem Charakter und Schliff harmoniert.

Für diesen aussergewöhnlichen Stein im Kissenschliff wurde eine minimalistische Vier-Krallen-Fassung gewählt. An der Seite wurden Diamanten im Trillantschliff positioniert. Eine besondere Herausforderung war die Höhe des Steines. Die Fassung wurde genau so berechnet, dass der Diamant über dem Finger zu schweben scheint. Wenn er auch nur den Bruchteil eines Millimeters tiefer läge, würde er die Hand berühren.

Ein Rohdiamant bildet sich über Jahrtausende tief in der Erde. Die Gemmologen von Graff entscheiden, wie man das Beste aus ihm herausholt. Der erste Schnitt in den rohen Stein ist ein Moment voller Spannung. Mikrometer für Mikrometer arbeiten sich die Experten mit nur 0,06 mm breiten Laserstrahlen vor, um keine Einschnitte vorzunehmen, die den Wert des Steins gefährden könnten.

Es braucht Hunderte von Stunden, bis ein Stein geformt ist. Auf die Definition der Silhouette und das Setzen der Hauptfacetten folgt der Feinschliff unter den kundigen Händen eines Spezialisten. Das darauffolgende Polieren erfordert starke Nerven: Der Stein wird auf einer Schleifscheibe poliert, die sich mit 2500 Umdrehungen pro Minute dreht. Eine einzige falsche Bewegung könnte irreversible Schäden verursachen. Aber wenn der Schliff gelingt, reflektiert der Diamant das Licht auf unvergleichliche Weise.

Der Stein



BRING HER LOVE TO LIGHT



SWAROVSKI

Omega

VON DER MONDLANDUNG BIS ANS HANDGELENK VON JAMES BOND: UHREN VON OMEGA DURFTEN SCHON VIEL ERLEBEN. STILLSTAND GIBT ES BEI DER SCHWEIZER MARKE NICHT. ALS NEUESTER MEILENSTEIN WURDE IN ZÜRICH DIE GRÖSSTE BOUTIQUE EUROPAS ERÖFFNET

Text **MALENA RUDER**



Louis Brandt, 1848.

Meilensteine

DIE ANFÄNGE

1848 eröffnete der junge Uhrmacher Louis Brandt eine kleine Werkstatt in La Chaux-de-Fonds. Sein Ziel: die präzisen Uhren seiner Zeit zu schaffen. Bald genoss er in Europa einen sehr guten Ruf als Hersteller hochwertiger Uhren. 1879 übernahmen seine Söhne Louis-Paul und César das Familienunternehmen.

DAS KALIBER

Im Jahr 1894 lancierten die Brüder Brandt ein aussergewöhnlich genaues Kaliber mit einem Werkdurchmesser von 19 Linien. Alle Bestandteile wurden in Serie gefertigt und konnten von jedem Uhrmacher weltweit ausgetauscht werden. Auch neu: die Bedienung über eine ausgereifte Aufzugswelle und Krone.

DER NAME

Die Brüder taufte das Kaliber «Omega» – wie der letzte Buchstabe des griechischen Alphabets: Ihrer Meinung nach konnte auf ihre Erfindung im Bereich der Uhrenfertigung nichts mehr folgen. Aufgrund des weltweiten Erfolgs änderten sie 1903 dann den Namen ihres Unternehmens in Omega Watch Co.

DIE IKONE

1948 lancierte Omega mit der «Seamaster»-Kollektion die erste Uhrenfamilie. Die ikonischen Zeitmesser waren extrem widerstandsfähig und wasserdicht, damit sie in höchster Höhe und tiefster Tiefe noch immer präzise funktionieren konnten. Die «Seamaster» gehört zu den bekanntesten Modellen überhaupt.

DIE MOONWATCH

Am 21. Juli 1969 schaffte es mit den ersten Menschen auch die erste Uhr auf den Mond. Das Modell stammte aus der Manufaktur von Omega: die «Speedmaster Professional» kam 1965 bei allen bemannten Weltraummissionen der Nasa zum Einsatz und ist auch unter dem Namen Moonwatch bekannt.



Die «Speedmaster» wurde mit einem Armband am Raumanzug befestigt.

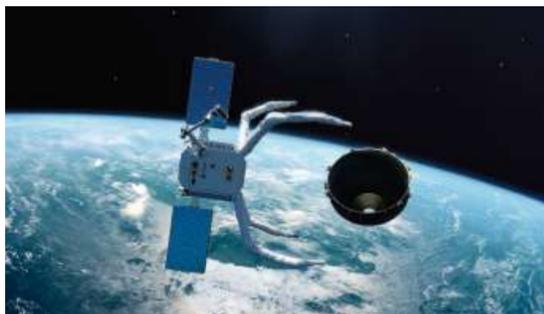
65 Jahre «Speedmaster»

Die einfach abzulesende und zu bedienende «Speedmaster» mit der Tachymeterskala auf der Lünette beeinflusste die Optik aller danach folgenden Chronographen. Anlässlich des Jubiläums wurde dieses Jahr die «Speedmaster Calibre 321 – Canopus Gold™» lanciert (Bild), inspiriert von der allerersten «Speedmaster», der «CK2915-1». Das Gehäuse ist aus Omegas eigener Weissgoldlegierung Canopus Gold™ gefertigt. Im Inneren tickt ein Uhrwerk mit Kaliber 321, so wie es 1957 bei der ersten «Speedmaster» verwendet wurde.



«Das ideale Gleichgewicht zwischen Neuem und Altbewährtem zu finden, ist der Ansatz, der Omega weltberühmt gemacht hat.»

Raynald Aeschlimann, Präsident und CEO von Omega



Aufräumen im Weltall

Tausende von Satelliten umkreisen mittlerweile die Erde. Viele von ihnen funktionieren nicht mehr, sind unkontrollierbar geworden, könnten explodieren oder mit anderen Satelliten kollidieren. Das Unternehmen Clear Space SA entwickelt Technologien zum Einfangen und zur Rückholung von Weltraummüll, der den Raumfahrtbetrieb gefährdet. Omega hat sich ClearSpace angeschlossen. Raynald Aeschlimann, Präsident und CEO von Omega, bezeichnet die Partnerschaft als «logischen Schritt für eine Marke, die sich im All und im Umweltschutz engagiert». Die erste Mission wird im Jahr 2025 starten.



Zukunftsweisend: Die Produktionsstätte in Biel

Vor fünf Jahren konnte Omega die neue Fabrik in Biel eröffnen. Das Gebäude wurde vom preisgekrönten japanischen Architekten Shigeru Ban entworfen. Es spiegelt die Philosophie des Schweizer Brands wider: «Das Tragwerk des Gebäudes zeichnet sich durch die starre und geradlinige Struktur der Holzpfiler und -träger mit den aus Holz gearbeiteten Details aus, welche die Genauigkeit und Präzision von Omega zum Ausdruck bringen», so Shigeru Ban. Für die aus Schweizer Fichten und Beton erbaute Fabrik wurde ein ausgeklügeltes Klimatisierungs- und Energiekonzept entwickelt. Unter anderem kommen Geothermie und Solarzellen, LED-Lampen und durch Sonnenlicht gesteuerte Aussenjalousien zum Einsatz. Die Fabrik vereint modernste Montage- und Prüfungsprozesse des Unternehmens unter einem Dach. Dazu gehören Schulungen und eine ständige Qualitätskontrolle, bei der Roboter und Menschen sozusagen Hand in Hand arbeiten.



Die grösste Omega-Boutique Europas wurde im Shoppingcenter The Circle am Flughafen Zürich eröffnet.



Wie in «No Time to Die» trägt James Bond seit dem Jahr 1995 in jedem Film eine «Seamaster» von Omega.



NAVITIMER
FOR THE JOURNEY



BREITLING
1884



Giannis Antetokounmpo

Takashi Murakami

Der japanische Künstler über seine zweite Zusammenarbeit mit der Schweizer Uhrenmanufaktur Hublot, organisiertes Arbeiten und die eigentliche Botschaft hinter seinen farbenfrohen Werken

INTERVIEW MALENA RUDER



Takashi Murakami

Herr Murakami, Sie gehen immer wieder Kooperationen mit Mode- oder Uhrenfirmen ein. Was reizt Sie daran?

Im Gegensatz zu einer Skulptur oder einem Bild kann man Kleider und Accessoires am Körper tragen. Man trägt also ein Kunstwerk von mir herum und bekennt sich zu meiner Arbeit. Diese Idee gefällt mir.

Haben Sie in der Welt der Uhrmacherei etwas Neues gelernt, was Sie nun in Ihrer alltäglichen Arbeit anwenden?

Als ich vor zwei Jahren anlässlich unserer ersten Zusammenarbeit die Manufaktur von Hublot besucht habe, war ich sehr beeindruckt, wie organisiert sie ist. Ich leite auch eine Firma mit vielen Angestellten, und mein Studio ist recht chaotisch. Ich wünschte, wir könnten so durchorganisiert sein wie die Hublot-Manufaktur.

c
i
s
h

Die Blume auf der Uhr rotiert. Wie kam es dazu?

Als Hublot diese Idee einbrachte, musste ich an die vor einigen Jahre sehr beliebten Spielzeuge «Fidget Spinners» denken. Es reizte mich, diese Idee in ein Luxusprodukt zu übersetzen. Ein kindisches Spielzeug, aber auf höchstem handwerklichen Niveau – und dafür geschaffen, um zu bleiben. Deshalb liebe ich es auch, mit Luxusmarken zu arbeiten: Wie die Kunst schaffen sie Dinge, welche die Zeit überdauern.

Welche Rolle spielten Uhren bisher in Ihrem Leben?

Mein Vater schenkte mir eine sehr günstige Uhr, eine Rolex-Kopie. Sie gefiel mir überhaupt nicht, ich bedankte mich aber lächelnd. Einmal tranken wir zusammen, und ich gestand ihm: Ich mag diese Uhr nicht! Ich hasse sie! Er war sehr aufgebracht und warf die Uhr weg. **Und dann tranken wir weiter.**

Die jetzt erschienene zweite Auflage der Uhr «Classic Fusion Takashi Murakami» in «Sapphire Rainbow» ist ein grosser Kontrast zur ersten Zusammenarbeit mit Hublot, der «All Black»-Version. Wie kam es dazu?

Tatsächlich war dies das Bild, das mir in den Sinn kam, als Hublot mit der Idee einer Zusammenarbeit an mich herantrat. Mit dem vorherigen Modell «All Black» habe ich in gewisser Weise rückwärts gearbeitet, um zu diesem Punkt in meiner Erzählung zu gelangen. Ich bin also sehr froh darüber, dass das, was ich mir zuerst vorgestellt hatte, nun im zweiten Projekt verwirklicht wurde.

Sind die Regenbogenfarben auch politisch motiviert?

Als ich in den neunziger Jahren in New York angefangen habe, war es für mich, wie für alle mit asiatischem Hintergrund, sehr schwierig. Wir waren eine absolute Minderheit. Meine Arbeit zeigt immer die Herausforderung auf, als Minderheit die eigene Sprache in den westlich geprägten Designkanon einzubringen; gerade wenn es um Luxusprodukte geht.

Ich habe viel mit Virgil Abloh für Louis Vuitton gearbeitet, bis er leider von uns gegangen ist. Als schwarzer Mann kannte auch er diese Problematik. Deshalb transportieren meine Werke immer eine politische Botschaft, ohne dass ich diese aber suche oder künstlich appliziere. Das ist einfach mein Standpunkt.

Ein Lächeln wird überall verstanden.

Ist Ihr ikonisches «Flower»-Motiv auch entstanden, um verschiedene Kulturen miteinander zu verbinden?

Uhr «Classic Fusion
Takashi Murakami
Sapphire Rainbow»,
auf 100
Stück limitiert,
von Hublot.



In Japan gibt es die künstlerische Tradition des «Kachōfūgetsu», in der die Schönheit der Natur dargestellt wird. Gezeigt werden auf goldenem Hintergrund Vögel, Wind, der Mond und Blumen. Während es im Westen viele Porträts gibt, gibt es in Japan mehr von der Natur inspirierte Landschaftsbilder, und deshalb wollte ich auch Blumen malen, aber um mich in der westlichen Kunstwelt zu etablieren, musste ich Porträts malen. Also habe ich eine Figur erfunden und entwickelt, die eine Blume mit einem Gesicht ist oder eine Blume in der Natur, die vermenschlicht wird. Ihr Gesicht ist zudem inspiriert von einem T-Shirt-Design einer japanischen Punkband, das in meiner Anfangszeit in New York meine Gefühle sehr gut widerspiegelte. Darauf waren sehr viele Augen zu sehen, und Reißzähne.

«Kawai», also süß
und poppig:
Schaffen
Sie Ihre Kunst
bewusst,
um die Menschen
aufzuheitern?

?

Manchmal denke ich, dass nur Kinder meine Kunst richtig verstehen. Erwachsene schauen sich meine Werke an und denken: «Oh, dieser Charakter ist sehr vergnügt!» Wenn ich aber Führungen für Kinder in einem Museum mache, fragen sie mich ständig: «Hey Takashi, warum sind deine lächelnden Gesichter so traurig?» Und ich antworte: «Danke! Ihr habt mich verstanden.» Denn ich erzähle davon, dass das Leben kurz ist und voller Schmerzen. Und davon, dass Menschen nicht nur lachen, wenn sie glücklich sind, sondern manchmal sogar im grössten Leid.

Was interessiert Sie daran?

Ich habe zwei Kinder, und natürlich haben auch wir während der Pandemie sehr viel Zeit zu Hause verbracht. Sie spielten viel Nintendo, ein Spiel namens «Animal Crossing», und wollten, dass ich teilhabe: «Schau dir das an, Papa!» Es gab ein Feuerwerk, rein digital natürlich, aber sie fanden es wunderschön. In ihrem Kopf hat es etwas ausgelöst. Etwas Echtes. Das Metaversum ist der nächste *place to be*. Die Kunstwelt ist dort schon sehr etabliert. Und die Modewelt wird natürlich auch dabei sein. Wenn Travis Scott in Fortnite ein Konzert gibt, braucht man schliesslich etwas anzuziehen.

Sie haben schon sehr viele Kooperationen in verschiedenen Bereichen gemacht. Was kommt als Nächstes?

Ich interessiere mich
sehr für

NFT

und das

Metaversum.

Sie sind sehr erfolgreich. Welchen Rat geben Sie aufstrebenden Künstlern?

Als ich jung war, dachte ich, wenn ich erst einmal Erfolg habe, dann ist alles gut. Aber das war ein Irrtum. Ich bin jetzt 58 Jahre alt und kämpfe noch jeden Tag, mit allem.

Angehenden Künstlern kann ich also nur das mitgeben:

«Welcome to the struggle!»

ART DIR. PAUL MARCIANO PH. VICOLOVA & SAIDA © GUESS, INC. 2022



GUESS

GUESS.EU



AUDEMARS PIGUET

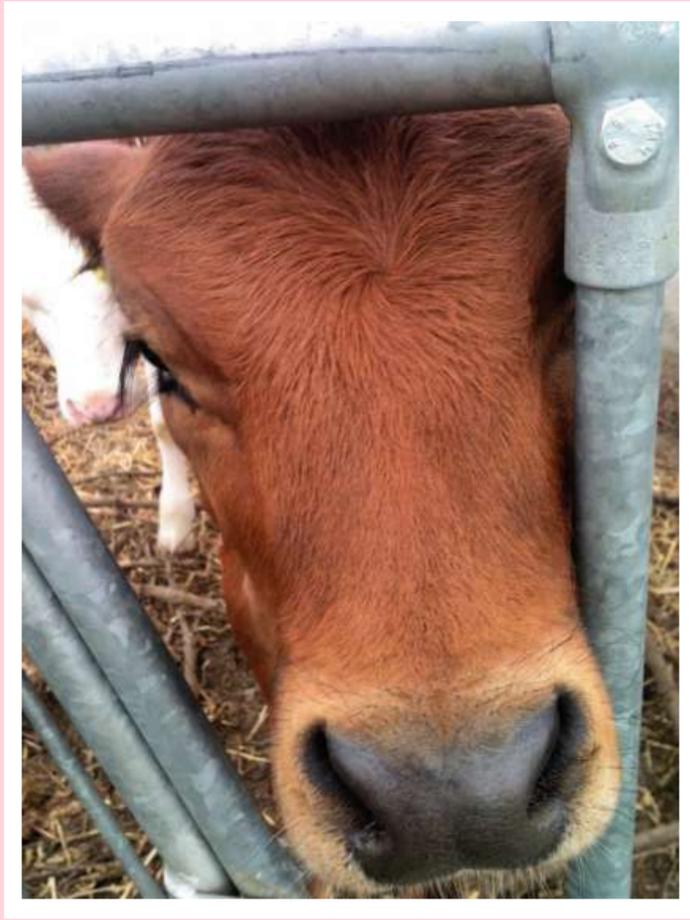
Le Brassus

FROM ICONOCLAST
TO ICON



Royal Oak
50th anniversary

AUDEMARS PIGUET BOUTIQUES : ZÜRICH | GENÈVE | CRANS-MONTANA



AUS DEM AUGENWINKEL

Die Begegnung

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.

Ein solches Foto entsteht meist aus einer Mischung von Verlegenheit und Anziehung. Erst ist da eine Begegnung mit einer Kuh, diesem starken Wesen. Und vor allem ist da auch diese verwirrende Nähe.

Eine Begegnung mit einer Kuh ist eigentlich nichts Besonderes. Die Kuh ist etwas Altbekanntes, so glaubt man, und dann ist man gleichwohl überrascht von der sinnlichen Wucht des Gegenübers. So ein Kopf, ganz nah und friedlich, aber neugierig nach vorn drängend, sich aufdrängend...?

Man schaut auf den Haarwirbel und ist gerührt. Und erst diese sattnose Antenne von Nase, oder heisst es bei einer Kuh auch Nüstern? Wie beim Pferd? Was wissen wir eigentlich über diese sanftmütigen Tiere, welche so despektierlich das Präfix "Nutz-" tragen, das sie reduziert auf ihren Gebrauchswert, obwohl sie liebevoll Blüemli, Bella oder Kuni grunde heissen. Und die wir herhalten müssen, um uns die Pervertierung unseres Lebensstils vor Augen zu führen. Also begegnen wir wieder einmal uns selber. Als Spezies Mensch in seiner problembeladenen Beziehung zu Natur und Umwelt. Wie die Kuh sind wir eingesperrt in den Gängen und Strukturen aus der Küche der industriellen Produktion.

Sehnsucht nach Präzision

Text **BARBARA VINKEN**

Es liegt etwas in der Luft: Luxusautos, Luxusuhren. Ein Kult um die globalen Ikonen der Moderne. Das ist nicht neu: Schon 2017 wurde die Rolex «Daytona» von Paul Newman für 17,7 Millionen Dollar versteigert. Es hat sich aber in den letzten Jahren noch einmal verstärkt. Und verändert: Jetzt geht es nicht mehr um Markenbotschafter, um die Coolness und den Hype um jene Leute, welche diese ausgefeilten Wunderwerke der Technik tragen oder fahren, sondern um Bewunderung für die akribische Feinarbeit, das Fingerspitzengefühl, die äusserste Sorgfalt, die es braucht, um ein Uhrwerk herzustellen, das über Generationen genau geht, einen Motor, so präzise gebaut, dass er alle Rekorde bricht. Das Epos der Zeitmessung atemberaubender Geschwindigkeit – Tacho, Stoppuhr, Präzisionszündler – hat viel mit Sport und Krieg zu tun. Mit Tauchern und Fliegern, Skifahrern, Golf- und Tennisspielern.

Nie hat man so viele ausgefallene Wagen in den Städten gesehen wie nach dem hoffentlich letzten Aufgipfeln und Abklingen der Corona-Pandemie. Gefühlt haben noch nie so viele Leute eine unglaublich kenntnisreiche Leidenschaft für Uhren entwickelt; fieberhaft jagt man den Objekten dieses Begehrens hinterher. Oft kommt beides, Zeitmesser und Auto, zusammen: Ein Ferrari TR in dem unnachahmlichen Feuerrot mit einem Tachometer, auf dem deutlich der Schriftzug «Jaeger» zu erkennen ist. Das Pop-up «Drive me crazy» im Bon Marché, der zum 50. Geburtstag des 911 die neue Partnerschaft von Porsche und TAG Heuer mit seinen ikonischen

Uhren «Monaco» oder «Carrera Trois aiguilles» feiert.

Die Faszination technischer Präzision, ausgeklügelter Mechanik, die den Elementen trotz, absoluter Verlässlichkeit, Pünktlichkeit und einen Rekord nach dem anderen brechender Genauigkeit nimmt proportional in einer Welt zu, in der das Heute und Morgen, das Draussen und Drinnen, der Rhythmus des Lebens in einem grauen Nebel verschwammen. Je digitaler die Welt wurde, je gespaltener die Wahrnehmung der Wirklichkeit, je unruhiger die Wahnvorstellungen um sich griffen, desto grösser ist die Sehnsucht nach einer perfekt ausgewuchteten Unruhe geworden, nach absolut verlässlicher, handgearbeiteter Avantgarde-Technik, die bei unglaublicher Präzision des Sekundenbruchteils doch für die Ewigkeit ist. Etwas, dessen mechanisches Funktionieren man prinzipiell begreift, ein ideales Objekt, an dem Kennerschaft und gutes Investment sich vereinen.

Was einmal strikt funktional war, ist, was die Zeitmessung angeht – Stichwort Quarzkrisen, digitale Uhren –, zum Inbegriff des Luxus geworden. Spürt man den Wunderwerken der Mechanik nach, so führt kein Weg am Schweizer Jura nahe der französischen Grenze vorbei, wo die Uhrenindustrie bisher alle Krisen souverän überstanden hat. Karl Marx hat La Chaux-de-Fonds, die «riesige Fabrikstadt», die 1000 Meter über dem Meeresspiegel auf einer Sömmerungsweide liegt, als eine «einzige Uhrenmanufaktur» beschrieben. Bis heute werden dort die heissbegehrten Objekte für die ganze Welt hergestellt. Der längste Satz des ersten Bands von Marx' Kapital 1867 gilt der Arbeitsteilung: den 36 Berufen, die nötig sind, um eine Uhr in Hochspezialisierung zu fertigen – heute wie damals. Homo faber.

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.



FOTO: GETTY IMAGES

Schauspieler Oscar Isaac zeigte sich zur Premiere der neuen Marvel-Serie «Moon Knight» in einem Faltenjupe.

STILKRITIK

Mann im Rock

Text **MALENA RUDER**

Wie gross der Unterschied zwischen als Männern und als Frauen gelesenen Personen nach wie vor ist, lässt sich am einfachsten an der Kleidung aufzeigen. Was die Auswahl an Kleidungsstücken angeht, sind die Grenzen nach wie vor klar gezogen: Während der Anblick von Frauen in Hosen zumindest hierzulande niemanden mehr erschüttert, sind Männer im Rock eine Seltenheit; da können Trendsetter wie der britische Pop-Star Harry Styles oder Schauspieler Billy Porter noch so oft in Abendroben auf dem roten Teppich oder dem Cover der «Vogue» posieren.

Auch Schauspieler Oscar Isaac, bekannt aus Filmen wie «Dune» und «Star Wars» sowie der TV-Serie «Show Me a Hero», die ihm einen Golden Globe einbrachte, trug seinen Jupe nicht beim Gang zum Bäcker, sondern auf dem roten Teppich zur Premiere seiner neuen Marvel-Serie «Moon Knight» (auf Disney+). Dennoch unterscheidet sich sein Auftritt klar vom paradiesvogelhaften seiner Gleichgesinnten: Sein Outfit zeigt eine auch für konservative Geister durchaus alltags-taugliche Variante des Themas «Mann im Jupe».

Das funktioniert deshalb, weil hier gleich mehrere vertraute Vokabeln aus dem Modellexikon zitiert werden. Zum einen trägt Isaac genau genommen ja einfach einen

schlichten Anzug – zum klassischen Jackett samt Kra-watte und Einstecktuch wurde anstelle einer Hose aber ein Faltenjupe aus dem gleichen Wollstoff kombiniert. Auch die Farbe ist klar im Businessbereich angesiedelt und verschreckt so niemanden, der für schrillere Farben an Männern nicht sozialisiert wurde. Zudem erinnert der Faltenjupe an den einzigen Rock für Herren, der hierzulande als gesellschaftlich akzeptiert gelten kann, zumindest für spezielle Anlässe: den Schottenrock. Auf diese Inspiration spielen auch die kniehohen Socken und die Schnürstiefel an.

Geschaffen wurde das Outfit vom amerikanischen Designer Thom Browne, er ist bekannt für seine auf den Punkt geschnittenen Tenues für Damen und Herren, die subtil mit dem Thema Uniformität spielen. Schön sind die kleinen Details: Neben den zwei unterschiedlichen Socken fällt das verlängerte Rückenteil des Jupes mit gestreifter Borte auf.

Natürlich kann man sich darüber wundern, dass ein so schlichtes Outfit nun Red-Carpet-tauglich ist, nur weil sein Unterteil aus einer Röhre besteht statt aus zweien. Wenn man sich aber überlegt, wo wir Männermode-technisch stehen, ist Isaacs Outfit sicher ein Schritt in Richtung hin zu mehr Wahlfreiheit auch für Herren.

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.



Grünes Gold

Text RICHARD KÄGI Illustration GRAFILU.CH

Da ist diese drollige Geschichte eines sympathischen Kerls, der als Kind in ein Fass mit Zaubertrank gefallen war. Unbesiegbar wurde derjenige, der ihn schluckte. Darin baden war aber nicht vorgesehen, die Folgen kennen wir alle: Obelix, der Gallier, wurde stark wie ein Bär, er brauchte als Einziger keinen Zaubertrank, um die bösen Römer in die Flucht zu schlagen.

Nun, ich vermute, dass mit mir etwas Ähnliches geschehen ist. Nein, nicht in Miraculix' Topf mit dem Zaubertrank. Ich möchte auch keine Römer oder Römerinnen verscheuchen. Im Gegenteil. Es muss ein Tank randvoll mit bestem Olivenöl gewesen sein, in den ich hineinfiel. Anders kann ich mir meine Vorliebe dafür nicht erklären. Was heisst Vorliebe! Ähnlich dem Crack-Süchtigen, dem der Stoff ausgegangen ist, bricht mir der kalte Schweiß aus, schüttle ich den letzten Tropfen aus der Flasche. Geschieht das nach Ladenschluss, wächst sich die Verzweiflung zur Katastrophe aus. Ist die Erdölsorte «Brent Crude» das unentbehrliche Elixier für die Verbrennungsmotoren dieser Welt, ist es das «extra vergine» für mich. Energielieferant, Schmierstoff. Mehr noch Medizin. Vor allem aber: Würze. Und was man liebt, damit setzt man sich auseinander.

Unser Umgang mit Olivenöl ist ein seltsamer. Relativ neu für Schweizer Zungen (es kam in den sechziger Jahren mit den Migranten aus dem Mittelmeerraum zu uns), entstand bis heute keine unbeschwerte Liaison zwischen uns und dem pflanzlichen Fettstoff. Wobei dieser Begriff wohl der grösste Treiber für unsere ambivalente Beziehung dazu ist. Einerseits sind Fette ein unentbehrlicher Teil der Ernährung, Fett essen hört sich aber unsexy an. Dazu kommt der dominante Geschmack des Olivenöls, der manche abschreckt. Andererseits wissen wir um den mittlerweile unbestrittenen gesundheitlichen Effekt, er ist der Grund für die Olivenöl-Hasssliebe der

Schweizer Konsumenten. So ganz freiwillig und mit derselben Vorfreude wie zur Tafel Schokolade greifen wir also nicht in das Ölgestell. Dieser Haltung wiederum ist der ungenügende Wissensstand um die wichtigsten Faktoren, was denn ein gutes Olivenöl ausmacht, geschuldet. Und wie immer in solchen Fällen nutzen diese Tatsache nicht wenige – Produzenten wie Händler – zum Nachteil des Konsumenten aus.

Das Label «extra vergine» sagt leider nicht viel aus. Obwohl gewisse Kriterien dafür erfüllt sein müssen (Temperatur beim Pressen nicht über 28 °C, Erreichen einer Mindest-Punktzahl beim Degustieren), lässt sich nur mit chemischen Analysen Missbrauch nachweisen. Und es existieren schlicht zu viele Konsortien, die diese Degustationen durchführen und unterschiedlich bewerten. Getestet wird ähnlich wie beim Wein. Nur sind die Kriterien viel einfacher. Das Geruchs- und Geschmacksspektrum von Olivenöl besteht aus lediglich drei positiven Kriterien. Fruchtig, bitter und scharf. Je mehr, desto besser. Die Nase beurteilt zuerst Art und Intensität von Fruchtigkeit. Vorherrschend sind oft grüne Töne, von Gras bis Artischocken oder grünen Tomaten, in einer Skala von 1 bis 10.

Auf der Zunge werden dann Bitterkeit und Schärfe determiniert, und noch einmal die Fruchtintensität. Dazu der Eindruck der Harmonie, von den drei Kriterien sollte keiner nach unten oder oben ausschlagen.

Negative Kriterien sind zahlreicher und zudem auch schwieriger zu bestimmen.

Das häufigste: ranzig. Weitere Fehler sind schlammig, metallisch oder wenig, diese entstehen bei unsauberer Verarbeitung beim Pressen und Lagern.

Verabschieden sollte man sich auch von der romantischen Vorstellung tonenschwerer Mahlsteine zum Zerkleinern der Oliven. Qualitätsbewusste Produktion findet unter Vakuum statt, um der Oxydation keine Chance zu geben, dem grössten Feind frisch gepressten Öls. Darum macht es wenig Sinn, an einer schon geöffneten Flasche zu riechen, dort findet die Nase immer einen ranzigen Unterton. Ein kleines Glas oder einen Löffel nehmen und probieren.

Überhaupt, die Lagerung zu Hause. Wer nicht wie ich alle vier Tage eine frische 500-ml-Flasche öffnet, sollte sein Öl nicht neben dem Herd oder sonst wo am Tageslicht stehen lassen, denn Wärme und Licht begünstigen die Oxydation. Das beste Behältnis sind Blechkanister, aber auch in dunklen Glasflaschen kühl gelagert hält Olivenöl jahrelang.

Noch etwas zum Preis: Finger weg von Flaschen mit einem Literpreis von unter zwölf Franken. Für weniger ist es keinem Produzenten möglich, ehrliche Extra-vergine-Qualität herzustellen. Und alles über 35 Franken pro Liter ist übersteuert.

Ich sehe Olivenöl als Würze an. Und nehme es selbst zum Backen, in fast jedem Kuchen kann es statt Butter verwendet werden, ganz ohne Nebengeschmack. Mein Verbrauch ist legendär, glücklicherweise schicken mir viele Produzenten ihr jeweils frisches Öl, um meine Meinung zu erfahren. Sonst wäre ich längst bankrott. Mein Arzt traute lange seinen Instrumenten nicht, testete er meine Blut- und Leberwerte. Zu gut sind sie. Auch sein Stethoskop wollte er schon entsorgen, weil er nur alle Ewigkeit einen Herzschlag hörte. Heute eicht er seine neuen Messgeräte anhand meiner Cholesterinwerte. Er mass nie bessere. Er und ich, wir wissen, warum.



RICHARD KÄGI kocht und ist Autor. Er war 12 Jahre Tester für den Olive Oil Award der Hochschule Wädenswil. In seinem Kochbuch «Kägi kocht» ist Olivenöl die wichtigste Zutat. Auf seiner Website richardkaegi.ch finden sich Kauftipps, auch von den Grossverteilern.



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. Dieses Bild wurde vom Ei des Kolumbus inspiriert. Wie Polli die Eier zum Balancieren brachte, sei nicht verraten; wohl aber, dass er ihren Inhalt nach dem Fotografieren gekocht und verspeist hat.



Zum Staunen

Haute-Joillierie-Schmuckstücke sind schier unbezahlbare Raritäten, die Normalsterbliche nur selten zu Gesicht bekommen. Unser Shooting zeigt sie darum auch in der Tradition der Wunderkammern



FOTOS ANJA WILLE SCHÖRI REDAKTION KIM DANG FOTO-ASSISTENZ Christian Hutter

OBEN «Swirl»-Ohringe, Weissgold und Diamanten (PREIS AUF ANFRAGE) **GRAFF**

LINKE SEITE Armkette «Cooper», Gelbgold, Platin, Smaragde und Diamanten (PREIS AUF ANFRAGE) **JEAN SCHLUMBERGER** für **TIFFANY & CO.**



OBEN Collier «Aleluià», Weissgold und Diamanten (PREIS AUF ANFRAGE) **PASQUALE BRUNI**
 Schleiereulenfeder, Schweizer Wildfund (PREIS AUF ANFRAGE) **WUNDERKAMMER ZÜRICH**

RECHTE SEITE Brosche «Limelight Mediterranean Garden», Roségold, weisse Diamanten, gelbe Berylle, orange Spessartin-Granate und gelbe Saphire (PREIS AUF ANFRAGE) **PIAGET**, Gogotte, fossilierter Sandstein, 30 Millionen Jahre alt (PREIS AUF ANFRAGE) **WUNDERKAMMER ZÜRICH**







OBEN Ohringe «Dazzling», Kollektion «L'Esprit du Lion», Gelbgold, Berylle und Diamanten (PREIS AUF ANFRAGE) **CHANEL**,
Gibeon-Meteorit, Afrika-Fund 1836 (PREIS AUF ANFRAGE) **WUNDERKAMMER ZÜRICH**

LINKE SEITE Collier «Evasion», Platin, australischer schwarzer Opal, sambische Smaragde, Saphire, Onyx, Diamanten (PREIS AUF ANFRAGE) **CARTIER**,
Sternenkarte der präkolumbischen Valdivia-Kultur, Ecuador 2300–2000 v. Chr. (PREIS AUF ANFRAGE) **WUNDERKAMMER ZÜRICH**



OBEN Brosche «Caresse d'Éole», Weissgold, Rotgold, Rubine in «Mystery»-Fassung, Diamanten (PREIS AUF ANFRAGE) **VAN CLEEF & ARPELS**
RECHTE SEITE UND COVER «Water»-Ring, «Fairmined»-Weissgold, Titan, Paraiba-Turmalin und Brillanten (PREIS AUF ANFRAGE), aus der Red Carpet
Collection von **CHOPARD**, Feder Macao-Ara / Hellroter Ara, Wildfund (PREIS AUF ANFRAGE) **WUNDERKAMMER ZÜRICH**







OBEN Ring «Drops of Water», Platin, Saphire, Diamanten und Rubin (PREIS AUF ANFRAGE) **GÜBELIN**, Fungiakorallen **PRIVAT**
LINKE SEITE Sautoir «Serpenti», Roségold, Fancy-Malachite und Pavé-Diamanten (PREIS AUF ANFRAGE) **BULGARI**,
Steinaxt «Donnerkeil», ca. 6000 v. Chr. (PREIS AUF ANFRAGE) **WUNDERKAMMER ZÜRICH**

50

Jahre «Royal Oak»

Heute ist sie eine Ikone. Doch als Audemars Piguet 1972 die Uhr lancierte, ahnten weder die Firma noch ihr Erfinder Gérald Genta, dass die «Royal Oak» ein Erfolgsmodell der Marke werden sollte

Text Timm Delfs



Audemars Piguet feiert dieses Jahr den 50. Geburtstag der Uhr, die der Marke vor einem halben Jahrhundert ein komplett neues Image verlieh. Der Begriff «Ikone» wird heutzutage von der Uhrenindustrie inflationär verwendet, doch im Fall der «Royal Oak» darf man ihn bedenkenlos verwenden. Sie war der Ursprung einer neuen Uhrengattung, die sich sportlich nannte und sich dadurch von ihrem Umfeld unterschied, dass das Gliederarmband erstmals in das Design der gesamten Uhr einbezogen wurde. Sie ist der Prototyp für die «Nautilus» von Patek Philippe, die «Ingenieur» von IWC, die «Overseas» von Vacheron Constantin und die «Constellation» von Omega. Ohne diese Uhr wäre auch eine Marke wie Hublot nicht denkbar. Audemars Piguet bringt zur Feier eine ganze Kollektion neu überarbeiteter «Royal Oak»-Modelle heraus, darunter auch ein extra flaches Modell mit neuem Uhrwerk, das dem Original sehr nahe kommt.

Die siebziger Jahre begannen für die Schweizer Uhrenindustrie unter schwierigen Vorzeichen. 1970 hatte die japanische Uhrenmarke Seiko eine Uhr lanciert, in deren Innerem kein mechanisches Uhrwerk tickte, sondern ein batteriebetriebenes elektronisches, das von einem Quarzkristall reguliert wurde. Eine Technologie, die traditionelle Uhrwerke in Sachen Ganggenauigkeit um Längen schlug. Und da Präzision damals noch das Verkaufsargument Nummer eins war und noch niemand behauptete, mechanische Uhren hätten eine Seele, hatte die Schweizer Uhrenindustrie allen Grund, sich zu fürchten, denn die Entwicklung ihrer Quarzwerke steckte noch in den Kinderschuhen.

Für eine in der Tradition verankerte Uhrenmarke wie Audemars Piguet, die damals gerade einmal 84 Mitarbeitende hatte und rund 5500 Uhren pro Jahr produzierte, war es undenkbar, diesen elektronischen Trend mitzumachen. Sie musste sich etwas anderes einfallen lassen. Mit Georges Golay (1921–1987) hatte die Firma seit 1967 zum ersten Mal einen Direktor, der nicht zu einer der beiden Gründerfamilien gehörte. Er brachte frischen Wind in das Unternehmen im abgelegenen Le Brassus im Vallée de Joux, indem er sich durch eine Partnerschaft mit der grossen Uhren-Holding SSIH (Société Suisse de l'Industrie Horlogère) Zugang zu deren internationalem Vertriebsnetz verschaffte und vermehrt auf die Ratschläge der wichtigsten Händler im In- und Ausland hörte. Drei davon sollten im Folgenden eine wichtige Rolle spielen: Carlo de Marchi (Italometa in Turin), Charles Dorot (Brandt Frères in Paris) und Charles Bauty (Gameo in Lausanne). Am 10. April 1970 kam es während der Basler Uhrenmesse zu einem Treffen der drei mit Georges Favre, bei dem die erfahrenen Uhrenhändler dem Direktor nahelegten, dass sie sich von seiner Marke eine prestigeträchtige, zeitgemässe Uhr wünschten, die nicht aus Gold, sondern aus Stahl sein sollte und sowohl bei sportlichen Aktivitäten als auch zu vornehmen Anlässen getragen werden konnte. Anstelle eines Lederbandes wünschten sie sich ein integriertes Stahlband, wie man es bereits von sportlichen Uhren wie den «Oyster»-Modellen von Rolex kannte.

Am selben Tag um 16 Uhr rief Georges Golay Gérald Genta, der ebenfalls in Basel weilte, in dessen Hotel an und beschied dem Goldschmied und Gestalter: «Monsieur Genta, unsere Händler wünschen sich eine sportliche Armbanduhr aus Stahl, wie es sie noch nie gegeben hat. Ich brauche bis morgen früh einen Entwurf!» Genta hatte in den fünfziger Jahren erstmals Uhren für Audemars Piguet entworfen und für die Marke eine eigenständige Formensprache entwickelt. Er arbeitete selbständig auf Auftragsbasis und war auch für unabhängige Gehäusehersteller tätig. Das Wort «Designer» gab es damals in der Uhrenbranche noch gar nicht, und die Namen der Gestalter blieben im Hintergrund.

Nachdem er das Telefon aufgehört hatte, glaubte Genta, noch etwas von «wasserdicht» gehört zu haben, und musste an einen Taucher denken, den er als Kind einmal am Ufer des Genfersees gesehen hatte. Der Messinghelm mit dem runden Guckfenster und den vielen Schrauben hatte ihn beeindruckt. Dieses runde Fenster, so sein Gedanke, würde das Gesicht der neuen Uhr werden. Am nächsten Tag lieferte er Georges Golay seine Zeichnung ab. Sie sollte weitreichende Folgen haben.

Für Genta war die Arbeit damit nicht getan. Denn was er da gezeichnet hatte, stellte die Hersteller von Gehäuse und Armband vor ernsthafte Probleme, zu deren Lösung er in den folgenden zwei Jahren immer wieder beigezogen wurde. Für das Gehäuse schwebte ihm eine Konstruktion vor, die es bisher nicht gegeben hatte. Es sollte mitsamt seinem Boden aus einem Block gefräst sein und als sogenannter «Monocoque» eine untrennbare Einheit bilden. Dadurch musste das Uhrwerk von oben eingesetzt und die Uhr durch die Lünette mit dem Glas verschlossen werden. Die acht von oben sichtbaren Schrauben sollten das Gehäuse durchdringen und von der Rückseite angezogen werden. Da die achteckigen von oben sichtbaren



GANZ OBEN Die Manufaktur von Audemars Piguet in Le Brassus im Jahr 1969. MITTE LINKS Gérald Genta, der die Uhr 1970 in einer Nacht zeichnete. MITTE RECHTS Eine Originalskizze der «Royal Oak» aus der Hand von Gérald Genta. OBEN «Royal Oak» der ersten Generation mit Monocoque-Gehäuse und goldenen Schrauben. LINKE SEITE: Modell aus der neuen «Royal Oak Jumbo»-Kollektion. Diese ist eine Hommage an ihr Vorbild aus dem Jahr 1972.

Schraubenköpfe gar nicht drehbar sind, haben auch die Schlitzlöcher darin keine Funktion. Sie sind eine Konzession ans Design. Zwischen Lünette und Gehäuse wünschte sich Genta einen breiten Dichtungsring, den man von der Seite sehen sollte. Die oktagonale Form der Lünette, so erklärte Genta später, sei notwendig gewesen, weil die Lünette im Bereich der Schrauben breiter sein musste.

Noch komplizierter gestaltete sich die Produktion des Gliederarmbands aus Stahl, das sich vom Gehäuse bis zum Verschluss verjüngte und deshalb aus lauter unterschiedlich dimensionierten Komponenten bestand, die alle einzeln angepasst und mit aufwendigen Zierschliffen versehen werden mussten.

So modern das Design der Uhr auch ausfiel, so altertümlich mutet heute die Herstellung des Zifferblatts an. Genta hatte sich ein strukturiertes, graublau eingefärbtes Zifferblatt gewünscht, sich aber noch keine Gedanken über die tatsächliche Struktur gemacht. Deshalb stattete er dem Genfer Zifferblatthersteller Cadrans Stern einen Besuch ab. Deren Atelierchef zeigte Genta voller Stolz sieben alte Gravurautomaten, sogenannte «Kopier-Guillocheusen», die das Unternehmen kurz zuvor von einem traditionsreichen Familienbetrieb wegen Geschäftsaufgabe übernommen hatte.

Guillochieren ist eine Gravurtechnik des 18. Jahrhunderts, bei der ein Schneidstichel mithilfe einer Art Drehbank in Kreisbahnen über das runde Werkstück, einen Uhrenboden oder ein Zifferblatt geführt wird. Kurvenscheiben veranlassen das Werkstück, beim Drehen minimale Auslenkungen zu vollführen, die schliesslich zu geometrischen Mustern führen. Eine Transfermaschine arbeitet ein wenig anders als eine traditionelle Guillochiermaschine, indem sie ein Relief in spiralförmigen Bahnen auf ein kleines rundes Werkstück übertragen kann. Als Vorlage dienen Metallscheiben mit einem Durchmesser von etwa 30 Zentimetern, auf denen das gewünschte Motiv bereits als Relief festgehalten ist.

Vorlage und Werkstück werden in die Maschine eingespannt und vom Operateur langsam gedreht. Dabei wird die unebene Oberfläche der Vorlage von einem Stift abgetastet, dessen Auslenkungen über einen Pantograph-Mechanismus in verkleinerter Form auf den Schneidstichel übertragen wird. Damit dieser tief genug in das Metall eindringen kann, wird er in kurzen Abständen angehoben, um dann gleich wieder auf die Oberfläche niederzulegen. Beim Guillochieren entsteht so ein knatterndes Geräusch. Das dabei entstehende Relief erhält dadurch eine durch Tausende winzige Vertiefungen aufgeraute Oberfläche, die ihm die Anmutung eines Gewebes verleihen.

Eine der 300 Vorlagen, die man ihm bei Stern zeigte, gefiel Genta so gut, dass er sich ein Zifferblattmuster anfertigen liess. Es nannte sich Tapisserie 21, kurz T21, und wurde der Prototyp des Musters, ohne welches man sich die «Royal Oak» schwerlich vorstellen kann. Es besteht aus Hun-

dernten von stumpfen Pyramiden, die das Zifferblatt in einem regelmässigen Muster überziehen. Als Antrieb für die neue Uhr wählten die Verantwortlichen bei Audemars Piguet das extra flache Uhrwerk Kaliber 2121 mit automatischem Aufzug und Datum, das wenige Jahre zuvor gemeinsam mit LeCoultre & Cie und Vacheron Constantin entwickelt worden war. Es war nur 3,05 mm dick und sorgte dafür, dass die Uhr trotz ihrer technischen Anmutung überhaupt nicht klobig wirkte.

Genau zwei Jahre nachdem Genta sie skizziert hatte, konnte die neue Uhr im April 1972 an der Basler Uhrenmesse präsentiert werden, nachdem man sich im Vorfeld noch lange den Kopf zerbrochen hatte, wie sie heissen sollte. Ihr Name erinnert an die alte hohle Eiche, in der sich der englische König Charles II. 1651 vor den Truppen Cromwells versteckte, und die ihm so das Leben rettete. Diverse britische Schlachtschiffe trugen in der Folge den Namen Royal Oak. Damit war das maritime Umfeld gegeben, mit dem man die neue Uhr in Verbindung bringen wollte. Betrachtet man heute Illustrationen in damaligen Fachzeitschriften, auf der die Uhr neben Modellen der Konkurrenz abgebildet ist, wirkt sie wie ein Objekt aus der Zukunft. Mit ihrem Durchmesser von 39 mm war sie grösser als die meisten Mitstreiter, was ihr den Kosenamen «Jumbo» einbrachte. Auch preislich spielte sie in einer anderen Liga. Mit ihrem ursprünglichen Preis von 3300 Franken war sie so teuer wie eine vergleichbare Uhr aus Gold und drei- bis viermal teurer als vergleichbare Stahlmodelle. Die verantwortlichen Werbeagenturen machten aus der Not eine Tugend, indem sie genau diesen Umstand hervorhoben: «Introducing steel at the price of gold. And other rewarding contradictions» lautete einer der Slogans von Audemars Piguet: «Stahl zum Goldpreis. Und andere lohnenswerte Widersprüche».

Anfangs war der Erfolg verhalten, doch nachdem Patek Philippe 1976 das ebenfalls von Gérard Genta entworfene Modell «Nautilus» in Stahl mit ähnlicher Philosophie lanciert hatte, war klar, dass das Modell «Royal Oak» die Initialzündung eines neuen Uhrentyps war, der bald weitere Nachahmer finden sollte. Im selben Jahr hatte nämlich IWC eine von Gérard Genta überarbeitete Version des Modells «Ingenieur» auf den Markt gebracht, und 1977 lancierte Vacheron Constantin zum 222. Geburtstag der Manufaktur das von Jorg Hysek entworfene Modell 222, das wiederum viele Ähnlichkeiten mit dem Vorbild von 1972 aufwies und später zum Modell «Overseas» wurde.

Dass der Erfolg der «Royal Oak» für Audemars Piguet zu einem Klumpenrisiko werden könnte, war kein Geheimnis. Doch das einzige andere Modell der Marke, das von ähnlichem Erfolg gekrönt ist wie die «Royal Oak», ist ausgerechnet eine von der Ikone abgeleitete Uhrenfamilie: die 1993 lancierte «Royal Oak Offshore» aus der Feder von Designer Emmanuel Gueit, eine 42 mm grosse SUV-Version ihres Vorbilds. Als Genta sie an der Basler Messe zum ersten Mal sah, soll er ausgerufen haben: «Ein Walross!»



LINKS Audemars-Piguet-Ambassador Mark Ronson mit einer «Royal Oak Jumbo» in Gold. OBEN LINKS Eine skelettierte «Royal Oak» mit fliegendem Tourbillon. OBEN RECHTS Die «Royal Oak» mit fliegendem Tourbillon in der geschlossenen Variante.



GRAFF

WILD FLOWER

So tickt 2022

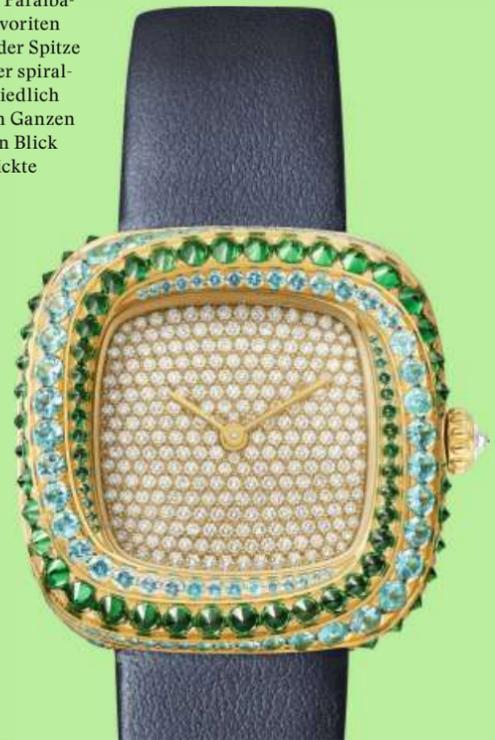
1 Immer tiefer

Im Uhrenbusiness gibt es nicht mehr viele Rekorde zu knacken. Einen hat sich Omega nun aber noch gesichert: Mit dem Modell «Planet Ocean Ultra Deep» stellt die Bieler Marke die druckfesteste Taucheruhr vor, die je in Serie gebaut wird. Sie soll Tauchgänge bis über 6000 Meter Tiefe aushalten. Das überlebt zwar kein Mensch, aber es gibt einem die Gewissheit, dass man sich beim Sprung in den Pool garantiert keine Sorgen machen muss.



5 Stacheliges Kissen

Kaum eine andere Uhrenmarke versteht es so gut wie Cartier, mit Form, Farbe und Haptik immer wieder aufs Neue zu überraschen und dabei dennoch nie überladen zu wirken. Das neue Modell «Coussin de Cartier» ist ein Paradebeispiel. Ein abgerundetes Quadrat vermittelt den Eindruck eines weichen Kissens. Doch der Schein trügt, das Goldgehäuse gibt nicht nach und ist erst noch mit himmelblauen Paraiba-Turmalinen und grünen Tsavoriten besetzt, die umgekehrt, mit der Spitze nach aussen, gefasst sind. Der spiralförmige Besatz mit unterschiedlich grossen Steinen verleiht dem Ganzen eine Art Sogwirkung, die den Blick auf das mit Diamanten gespickte Zifferblatt lenkt.



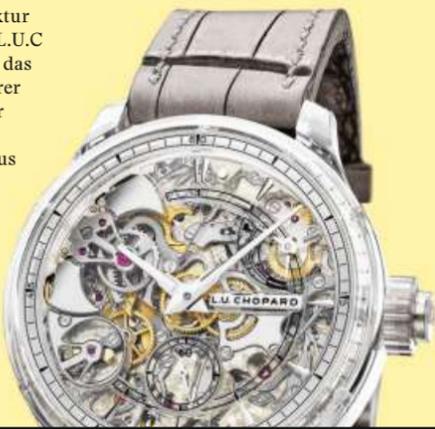
2 Wie eine Flunder

Seit der Lancierung der Linie «Octo Finissimo» scheint sich Bulgari das Ziel gesetzt zu haben, *finissimo* bis an die Grenzen des Machbaren auszureizen. Nach Rekorden für die flachste Automatikuhr, die flachste Minutenrepetition und das flachste Tourbillon folgt mit der «Octo Finissimo Ultra» und mit 1,8 mm Dicke die flachste mechanische Uhr überhaupt. Dieser Rekord dürfte kaum zu unterbieten sein, da wohl die Grenzen der Stabilität erreicht sind. Der Boden übernimmt die Rolle der Grundplatine des Werks, während Stunden- und Minutenzeiger in zwei separaten Zifferblättern rotieren.



3 Kristall zum Geburtstag

1997 wurde von Chopard in Fleurier der Grundstein für die eigene Manufaktur zur Herstellung der Uhrenfamilie L.U.C. gelegt. Das 25-Jahr-Jubiläum feiert das Haus nun mit einer Reihe besonderer Modelle, welche das Know-how der Manufaktur ins Zentrum stellen. Paradebeispiel ist diese komplett aus Saphir gefertigte Minutenrepetition, deren Klangfedern zusammen mit dem Deckglas aus einem Stück Saphir gefertigt sind, um einen kristallklaren Klang zu gewährleisten. Das Modell heisst «L.U.C. Full Strike Sapphire».



4 Ikone mit Diamantsolitär

Wie wandelbar Chanel's ikonisches Modell «J12» ist, zeigt diese neue Interpretation. Die «J12» war im Jahr 2000 von Jacques Helleu geschaffen worden und wurde vom Start weg stets in schwarzer oder weisser kratzfester Keramik gefertigt, einem Material, von dem der Designer fasziniert war. 2019 wurde das Design von seinem Nachfolger Arnaud Chastaingt aufgefrischt. Mit der «J12» stellt Chanel seine mittlerweile erarbeiteten uhrmacherischen Kompetenzen immer wieder mit Sondermodellen unter Beweis. Jetzt kommt mit der neuen Edition die erste mit intern entwickeltem fliegendem Tourbillon. Ein rotierender Diamantsolitär (0.18 K) auf dem Tourbillonkäfig ist Namensgeber der «J12 Tourbillon Diamant».



6

Back to the Future

Sie war die futuristischste Armbanduhr der siebziger Jahre. Dank ihrer ungewöhnlichen Form erhielt das Modell mit der knallroten Digitalanzeige bald den Spitznamen «Casquette»: Schirmmütze. Nun bringt Girard Perregaux mit der «Casquette 2.0» den Klassiker mit moderner Technik und in entsprechende Materialien gekleidet zurück. Gehäuse und Gliederband bestehen nun aus kratzfester schwarzer Keramik, während Boden und Schliesse aus Titan gearbeitet sind. Die Uhr kostet 4500 Franken und ist auf 850 Stück limitiert.



Von verspielt über nachhaltig, luxuriös, retro bis zu ausgefallen: Unter den neuesten Zeitmessern gibt es für jedes Handgelenk das passende Modell. Sogar einen Rekord gibt es zu vermelden

REDAKTION & TEXTE TIMM DELFS



7 Stilvoll Zeit stoppen
Die «Tissot TRX» im Design eines Klassikers mit integriertem Gliederarmband aus den siebziger Jahren wurde vor einem Jahr vorgestellt und in Kürze bereits zu einem Bestseller. Die kantigen Linien mit ihren gerade gebürsteten Oberflächen, die sich mit polierten Kanten abwechseln, gepaart mit dem würfelförmig strukturierten Zifferblatt waren ein sofortiger Erfolg. Jetzt doppelt Tissot mit einer grösseren Variante für 1695 Franken nach. Diese enthält einen automatisch aufziehenden Chronographen. Das Zifferblatt mit seinem Panda-Layout sowie die rechteckigen Drücker passen derart perfekt zum Design, dass man denken könnte, in dieser Form habe die Uhr bereits damals existiert.



8 Farbkeramik-Understatement
Die Schaffhauser Manufaktur IWC hat Erfahrung mit Industriekeramik. Dank dem Know-how ist es der Uhrenmarke nun gelungen, Keramikgehäuse in dezenten, zu ausgewählten Uhrenmodellen passenden Farben herzustellen. Da es sich bei der Fliegeruhr um ein Präzisionsinstrument mit militärischem Hintergrund handelt, ist es nicht verwunderlich, dass es sich um unauffällige Farben wie Grün und Weiss handelt. Die Oberfläche der Gehäuse der «Top Gun»-Edition «Lake Tahoe» ist matt gehalten, was die Ablesbarkeit verbessert. Die Farben entstehen nicht durch Pigmente, sondern durch die Dotierung des Zirkonoxids mit Metalloxiden und durch das genaue Timing des Sintervorgangs bei über 1000 Grad.

9 Mondsüchtig
Uhren mit astronomischen Anzeigen gehören zu den Exoten im heutigen Markt. Am weitesten verbreitet sind sogenannte ewige Kalender. Ulysse Nardin macht mit dem Modell «Blast Moonstruck» eine löbliche Ausnahme. Die von Ludwig Oechslin entwickelte Mondanzeige illustriert nicht bloss die Phasen des Mondes, sondern auch dessen Position mit derjenigen der Sonne von der Erde aus betrachtet. Diese befindet sich auf dem Zifferblatt im Zentrum, während sich Sonne und Mond wie in der Natur von links nach rechts durchs Firmament bewegen und ihre Position ständig ändern. Neben dieser faszinierenden Information liefert die Uhr dann auch noch die Zeit in unterschiedlichen Zeitzonen.



10 Um den Globus
Die Modellfamilie «Marine» von Breguet soll an Abraham Louis Breguets wichtige Rolle für die französische Marine erinnern, für welche er Marinechronometer baute, das sind Zeitmesser, mit deren Hilfe auf hoher See die Position des Schiffs bestimmt werden konnte. Das kantige Design der modernen Armbanduhren erinnert an diese Messinstrumente. Das Modell «Hora Mundi» ist mit einem raffinierten Mechanismus ausgestattet, der es erlaubt, mit der Uhr auf Knopfdruck durch die Zeitzonen zu flitzen. Dabei zeigt das Fenster bei 6 Uhr die ausgewählte Zeitzone, das Fenster bei 12 Uhr das Datum an diesem Ort und das halbrunde Fenster bei 4 Uhr, ob es dort Tag oder Nacht ist. Die Uhr ist in Weiss- oder Roségold erhältlich.

ANZEIGE

Springli

WO
OSTERN
ZUHAUSE
IST

CLICK
& COLLECT
spruengli.ch

Genussmomente bequem nach Hause bestellen:
spruengli.ch/shop

Confiserie Springli – Schweizer Chocoladentradition seit 1836



11

70. Jubiläum

Das Markenzeichen der «Navitimer» von Breitling, die dieses Jahr ihren 70. Geburtstag feiert, ist die kompliziert aussehende drehbare Skala um das Zifferblatt. Ihr Name hat nichts mit Seefahrt zu tun, sondern leitet sich von «Navigation» ab, und zwar jener in der Luft: Die Drehskala ist ein Rechenschieber, mit dem sich in der Luft relevante Operationen wie Treibstoffverbrauch und Ähnliches berechnen lassen. Auch wenn das heute kaum mehr jemand zu bedienen weiss, gut aussehen tut es allemal – besonders in Kombination mit den neuen Zifferblattfarben.



12

Weinselig

Nachdem die Uhrenmarke Mondaine mit Sitz in Solothurn sich seit einigen Jahren komplett autark mit Strom versorgt, ist sie nun dazu übergegangen, Lederbänder durch vegane Alternativen zu ersetzen. Die bekannten SBB-Uhren im Design von Hilfiger werden neu an Bändern getragen, die zu einem Teil aus einem flexiblen Werkstoff bestehen, der aus Trester gewonnen wird, also Abfall aus der Weinproduktion. Der übrige Anteil besteht aus Fasern von rezykliertem Plastik.



13

Futuristisch

Schon 2010 setzte die durch den Designer Benoît Mintiens gegründete Marke Ressence auf eine Zeitanzeige, die ohne Zeiger auskommt und intuitiv ablesbar ist. Um das zu erreichen, dreht sich das gesamte Zifferblatt mit aufgedrucktem Minutenzeiger um die eigene Achse. Eingelassen in die gewölbte Ebene dieses Drehgestells befindet sich die kleinere Stundenanzeige, die sich wie ein Satellit mit der Minutenscheibe mitdreht. Die «Type 8C» ist das bisher puristischste Modell der Marke, indem es auf weitere Anzeigen auf dem sphärischen Zifferblatt verzichtet.



14

High-Tech-Horizont

Im neuen Modell «Cape Cod Crépuscule» verwendet Hermès für einmal den Werkstoff Silizium nicht für bewegliche Teile im Uhren-Innenen, sondern zur Verzierung eines Zifferblatts. Die Oberfläche des bläulichen Materials wurde mit einem Ätzverfahren so behandelt, dass mikroskopische Strukturen das Licht in den Farben des Regenbogens brechen, zusätzlich wurden Teile mit hauchdünnem Gold überzogen. Das Zifferblatt stellt die Wellen des Meeres dar, ein Entwurf des Künstlers Thanh-Phong Lê. Das typische Gehäuse besteht aus Edelstahl, das marineblaue Armband aus Kalbsleder.



15

Lachsarbener Hingucker

Das Modell «ProPilot X» von Oris war ursprünglich mit einem Durchmesser von 44 mm, einem Handaufzugswerk mit zehn Tagen Gangreserve und skelettiertem Zifferblatt lanciert worden. Nun gibt es die sportlich-elegante Uhr mit integriertem Gliederarmband in der mehrheitstauglicheren Grösse von 39 mm. Das Gehäuse und das Armband sind aus robustem und federleichtem Titan gefertigt. Im Inneren tickt das mittlerweile zum Oris-Standard gewordene Calibre 400, ein intern entwickeltes Automatikwerk mit fünf Tagen Gangreserve. Ein besonderer Hingucker dürfte das lachsarbene Zifferblatt sein – eine von drei Farbvarianten. Die Uhr kostet 3900 Franken.



16

Ökologischer Luxus

Panera hat sich vorgenommen, den ökologischen Fussabdruck zu verkleinern. Deshalb besteht das 44 mm grosse Modell «Submersible Quaranta Quattro eSteel» zu 52 Prozent aus rezyklierten Materialien. Dazu gehört unter anderem das Gehäuse, das aus wiederverwertetem Stahl geschmiedet wurde. Das Modell ist in Grau, Militärgrün und Schwarz erhältlich.



17

Verspielt kompliziert

In den drei Varianten des neuen Modells «Tambour Slim Vivienne Jumping Hours» erscheint Louis Vuittons Maskottchen Vivienne in drei verspielten Rollen: als Croupier eines Spielkasinos (Gelbgold), als Wahrsagerin mit Tarotkarten (Roségold) und als jonglierende Zirkusartistin (Weissgold). Die Stunden werden nicht über einen Zeiger angezeigt, sondern erscheinen als Zahl in den beiden Fenstern, auf welche Vivienne mit ihren zwei Händen weist. Die Minuten werden durch einen transparenten Zeiger angezeigt, an dessen Ende ein handbemaltes Symbol das Zifferblatt umkreist.



18

Retro-Modernität

Das Vorbild dieses Klassikers von Certina stammt aus dem Jahr 1968. Damals war die Uhr wegweisend, indem sie Eleganz mit robuster Bauweise und einem wasserdichten Gehäuse vereinte. Die neue «Certina DS 2 Powermatic» ist sogar bis 200 Meter Tiefe wasserdicht und mit einem Automatikwerk ausgerüstet, das 80 Stunden Gangreserve bietet. Dank der neuen Nivachron Spiralfeder erreicht die Uhr eine hohe Präzision und ist zuverlässig gegen Magnetfelder geschützt. Es gibt sie in den Zifferblattvarianten silber, dunkelblau und schwarz satiniert sowie schwarz glänzend. Ab 860 Franken.





*Film zum Ring.
Regenbogen.*

LIEBE. ♥

WAHRE  WERTE

Wellendorff

Schnittlauch

(ALLIUM SCHOENOPRASUM)

SCHNITTLAUCH IST WEDER EXOTISCH, NOCH AUSSERGEWÖHNLICH. TROTZDEM SOLLTE MAN IHN NICHT UNTERSCHÄTZEN

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

Der Schnittlauch gilt als der Spiesser unter den Küchenkräutern. Man kennt ihn aus der traditionellen Küche, wo er meistens am Schluss über den Salat, die Beilage oder Suppe gestreut wird, in der Hoffnung, das Gericht mit dem aromatischen Grün sensorisch aufzuwerten. Ein Langweiler im Kräutertopf also? Mitnichten! Es ist höchste Zeit, dem Schnittlauch etwas mehr Respekt zu zollen und seine Vorzüge hervorzuheben. Auch wenn Schnittlauch wohl in erster Linie wegen seines intensiven Aromas und nicht wegen seiner Inhaltsstoffe zum Einsatz kommt, sollte man nicht ausser Acht lassen, dass er reich an Vitaminen und Mineralstoffen ist. So enthält er Vitamine der B-Gruppe,



Vitamin C, Vitamin K, Eisen, Kalium, Kalzium und Magnesium. In der Volksmedizin gilt Schnittlauch als Heilpflanze, die einen positiven Einfluss auf den Blutdruck und Blutzuckerspiegel haben sowie entzündungshemmend wirken soll. Auch wird dem Kraut nachgesagt, dass es dank seiner entwässernden Wirkung den Körper beim Entgiften unterstützt. Schnittlauch ist verwandt mit der Zwiebel und enthält wie diese schwefelhaltige Verbindungen. Es lohnt sich übrigens nicht, Schnittlauch zu trocknen, da sowohl sein Aroma als auch seine Inhaltsstoffe weitgehend verloren gehen. Soll er haltbar gemacht werden, ist das Einfrieren die bessere Lösung.

Schnittlauchsauce

Zutaten für 4 Portionen

30 g Butter, 30 g Mehl, 3 dl Milch, 100 g Sauerrahm, 1 Prise weisser Pfeffer, einige Umdrehungen schwarzer Pfeffer, ½ KL Salz, 1 Bund Schnittlauch

Zubereitung

Butter in einem Kochtopf auf kleinem Feuer zerlassen, Mehl einrühren und eine Mehlschwitze herstellen. Milch beifügen, Hitze erhöhen und unter ständigem Rühren eine Sauce zubereiten. Sauerrahm unterrühren, mit Pfeffer und Salz abschmecken. Schnittlauch waschen, trocken schütteln, in Röllchen schneiden und unter die Sauce rühren.



Tsatsiki mit Schnittlauch

Zutaten für 4 Portionen

300 g Quark und 300 g griechischer Joghurt oder 600 g griechischer Joghurt, ½ Schlangengurke, 1 Knoblauchzehe, schwarzer Pfeffer aus der Mühle, Salz, 1 Bund Schnittlauch, in Röllchen

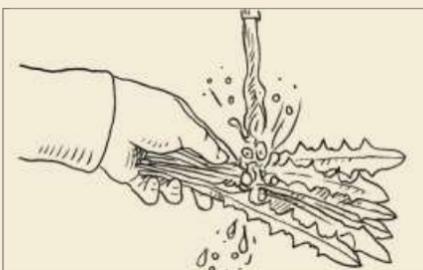
Zubereitung

Quark und Joghurt vermengen. Die Gurke waschen, schälen, entkernen und mit der Röstireibe raffeln. Gurke in einem Sieb über einer Schüssel abtropfen lassen, dann unter den Quark-Joghurt mischen. Knoblauchzehe dazupressen, mit Salz und Pfeffer würzen. Schnittlauch untermischen.

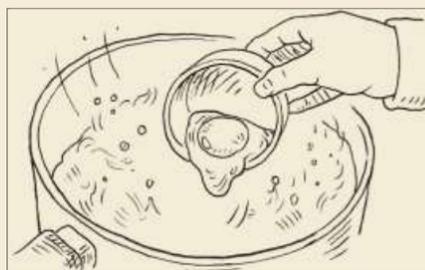


Löwenzahnsalat mit pochiertem Ei an Schnittlauchdressing

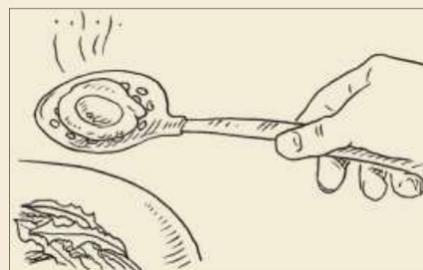
Zutaten für 4 Portionen: 2 Handvoll junge, zarte Löwenzahnblätter, 4 Eier, 4 EL Apfelessig. Für das Dressing: ½ Bund Schnittlauch, 3 EL weisser Balsamico oder Apfelessig, 6 EL Traubenkern- oder Olivenöl, 1 Prise Zucker, 1 TL grobkörniger Senf, Salz, schwarzer Pfeffer aus der Mühle, ½ Zitrone, Saft und Schale



1. Den Löwenzahn unter fliessendem kaltem Wasser gut waschen, mit Küchenpapier trocken tupfen und auf vier Teller verteilen. Einen grossen Topf Wasser aufsetzen.



2. Essig ins Wasser geben. Die Eier eins ums andere ins Wasser gleiten lassen. Topf vom Herd ziehen. Eier 3 Minuten pochieren, dann vorsichtig herausheben.



3. Pochierte Eier auf die vier Salatteller verteilen. Am besten geht es mit der Schaumkelle. Für das Dressing den Schnittlauch waschen und trocken schütteln.



4. Schnittlauch in feine Röllchen schneiden. Essig und Öl verrühren, den Senf unterrühren. Schnittlauch und alle übrigen Zutaten beifügen, Dressing über den Salat geben.



Weitere Rezepte finden Sie online auf bellevue.nzz.ch

Im Reich der Träume

Text **KIM DANG**



IM NEUEN UND FRISCH RENOVIERTEN MEGASTORE DIOR 30 MONTAIGNE IN PARIS BEFINDET SICH AUCH DIE WUNDERBARE GALERIE DIOR, DIE SICH DER HISTORIE DER MAISON WIDMET

Sie ist ein Symbol für Haute Couture und Pariser Eleganz. Eine jener Adressen, die sich Modefans einprägen, eröffnete doch Christian Dior hier im Dezember 1946 seine gleichnamige Maison: die 30 Avenue Montaigne. Im kleinen, schlichten Hôtel particulier mit neoklassizistischer Fassade von 1865 präsentierte Monsieur Dior seine ersten Kollektionen, mit denen er innert zehn Jahren – von 1947 bis 1957 – die Welt eroberte.

Schon bald platzte das Stammhaus aus allen Nähten. Anliegende Gebäude wurden zunehmend beansprucht, um dem Bienenstock-ähnlichen Betrieb aus Vorführsalons, Probierkabinen, Verwaltung, Verkaufs- und Lagerräumen und natürlich den verschiedensten Entwurfs- und Nähateliers Platz zu geben.

75 Jahre nach der Eröffnung und nach einer über zweijährigen Renovation erstrahlt die legendäre Adresse in neuem Glanz. Auf einer imposanten Gesamtfläche von 10 000 Quadratmetern vereint Architekt Peter Marino im modern-pompösen Megastore das gesamte Markenuniversum: Taschen, Accessoires und Schuhe, Mode für Frauen, Männer und Kinder, Parfums und Beauty, Schmuck und Haute Couture. Wie die Kulissen in einem Theater wechseln sich die mit moderner Kunst geschmückten Räume ab. Dazwischen gibt es Gärten, ein Restaurant, ein Café und eine Patisserie. Der ultimative Modekick: die Suite zur Übernachtung mit Zugang zum Dior-Reich ausserhalb der Öffnungszeiten, 12-köpfiges Personal inklusive.

Eindrücklich ist aber auch die Galerie Dior, mehr als nur ein Ausstellungsraum, ein Museum, das Christian Diors Vision – aber auch jene der sechs nachfolgenden Kreativchefs Yves Saint Lau-

rent, Marc Bohan, Gianfranco Ferré, John Galliano, Raf Simons und Maria Grazia Chiuri – darlegt. Abwechslungsreich inszeniert, gibt es eine Vielzahl eindrucklicher Exponate, Fakten und Anekdoten zu entdecken, ähnlich wie in der vergangenen Erfolgsausstellung «Christian Dior: Designer of Dreams». Nebst Zeichnungen, Fotos und 166 Couture-Kreationen in 13 Themenräumen zählt Chefarchivarin Soizic Pfaff einen kleinen Accessoires-Katalog vom Dezember 1951 zu ihren Highlights: «Das faszinierende Dokument zeigt die kreative, bahnbrechende und einzigartige Vision von Monsieur Dior auf. Darin wird sogar schon erwähnt, dass Bestellungen per Flugzeug geliefert werden können!»

Das neue «Reich der Träume», wie es einst sein Begründer nannte, ist ein Monument von einem Markentempel, in dem aber nicht nur präsentiert, sondern, mit den Ateliers der Haute Couture wie auch der Haute Joaillerie unter demselben Dach, emsig an zukünftigen Luxusträumen gearbeitet wird.

INFORMATION

Adresse **11 RUE FRANÇOIS 1ER, 75 008 PARIS, FRANKREICH**

Eröffnung **2022**

Eintrittspreis Galerie Dior **12 EURO**

Öffnungszeiten **TÄGLICH (AUSSER DIENSTAG) VON 11 BIS 19 UHR**

Verpflegung **JEAN IMBERTS «LE CAFÉ DIOR», NEBENAN IM STORE «LE RESTAURANT MONSIEUR DIOR» UND «LA PÂTISSERIE DIOR»**

Ausstellungsfläche **2000 M²**

Website **GALERIEDIOR.COM**



FOTOS: KRISTEN PELOU, ADRIEN DIRAND

Instagram-tauglicher Eintritt ins «Reich der Träume»: Eine geschwungene Treppe führt an einem «Diorama» mit 452 Miniaturen von Kleidern und Accessoires im Regenbogenverlauf vorbei und hinauf in die Ausstellungsräume der frisch eröffneten Galerie Dior.



Beim Eingang zum neuen Megastore Dior 30 Montaigne (oben links) geht es (unten links) zur Galerie Dior mit den ikonischen Roben und zu Monsieur Diors «Cabine» (unten rechts), in der er einst die Models vor der Präsentation auf dem Laufsteg mit seiner Haute Couture einkleidete.

ZU GEWINNEN



Slow-Luxury von Fin Projects mit einer besonderen Geschichte

Das Zürcher Label Fin Projects ist bekannt für zeitlose und nachhaltige Ledertaschen und -accessoires. Jedes Produkt ist bis zum Schweizer Bio-bauernhof mit Mutterkuhhaltung rückverfolgbar. Das Leder wird in der Region Pisa in Italien pflanzlich gegerbt, und in Florenz werden die Slow-Luxury-Taschen und -accessoires von Hand verarbeitet.

Der Shopper ist ein treuer Begleiter für jeden Tag. Das grosszügige Innere bietet viel Platz. Die kleine Innentasche sorgt für Ordnung und kann auch als elegante Pouch separat getragen werden. Die Hipbag wird um die Hüfte geschnallt oder über der Schulter getragen. Das Innenleben besteht aus drei Fächern und einem separaten Etui, das auch einzeln als Portemonnaie verwendet werden kann.

Wir verlosen 5 Slow-Luxury-Taschen von Fin Projects

- 1 1 x Shopper Black im Wert von 668 Franken
- 2 2 x Shopper Natur im Wert von je 668 Franken
- 3 2 x Hipbags Black im Wert von je 435 Franken

Teilnahmeschluss **24. 04. 2022**



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

Mitarbeiter der NZZ sind zur Teilnahme am Wettbewerb nicht berechtigt. Aus den richtigen Einsendungen werden eine Woche nach Erscheinen des Magazins in der Redaktion fünf 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, Mehrfachteilnahmen werden gelöscht. Teilnahmeschluss für den Wettbewerb ist der 24. April 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.)
Patrizia Messmer (mep.)
Tania Villiger (vit.)

Autorinnen und Autoren
Bice Curiger, Timm Delfs,
Richard Kägi, Nicolas Polli,
Barbara Vinken

Art-Direction
Claudio Gmür (clg.)

Produktionsleitung
Daniela Salm

Bildredaktion
Ulrike Hug-Stüwe (uhu.)

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

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

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

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

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

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

Lithos
NZZ Media Services AG

Druck
Swissprinters AG
Brühlstrasse 5
4800 Zofingen

Konzept und Creative Direction
Winkreative
www.winkreative.com

Verbreitete Auflage
184 306 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

Bulgari
bulgari.com
Cartier
cartier.com
Caudalie
caudalie.com
Chanel
chanel.com
Chopard
chopard.com
Graff
graff.com
Gübelin
gubelin.com
Hay
Hay.dk
Lancôme
lancome.de
La Prairie
laprairie.com
Mooris
Mooris.ch
Okro
Okro.com
Pasquale Bruni
pasqualebruni.com
Piaget
piaget.com
Susanne Kaufmann
susannekaufmann.com
Tiffany & Co.
tiffany.de
Van Cleef & Arpels
vancleefarpels.com
Waldraud
Waldraud.com
Wunderkammer Zürich
wunderkammerzuerich.ch

ZITAT

Ausgesucht und kommentiert von **NICOLE ALTHAUS**

«Jeder Leser ist, wenn er liest, nur ein Leser seiner selbst.»

**Ingeborg Bachmann (1926–1973),
österreichische Schriftstellerin**

Der Mensch ist ein Gefangener. Eingekerkert in der Zeit und in ihrer Ideologie, im eigenen Denken und gefangen in seinem Körper. Er hat deshalb immer schon nach Wegen gesucht, den irdischen Zwängen zu entkommen. Einigen hilft die Religion, sie zu transzendieren, anderen die Philosophie. Doch selbst wenn der Mensch als Lesender geistig dem Hier und Jetzt zu entfliehen vermag, seinem Ich entkommt er nie. Er selbst ist der Resonanzboden für alles, was er auf- und wahrnimmt. Literatur birgt deshalb das Potenzial zur Selbsterkenntnis in sich. Bücherwürmer wissen das.



LOUIS VUITTON

TAMBOUR STREET DIVER