

14 **PRODUKTE** SCHMUCKE EINZELSTÜCKE
18 **MANUFAKTUR** SKELETTUHREN VON PIAGET
31 **ZÄSUR** ANSICHTEN UND EINSICHTEN
41 **DESTINATION** SERIFOS, GRIECHENLAND

ZUTAT RHABARBER 50
ZU TISCH MITTAGESSEN MIT GAUGUIN 52
STADT-DESTILLAT MONTPELLIER 55
ROUND TABLE DIE ALTERSFRAGE 61

Uhren der Stunde

DIE APPLE WATCH IST DA – UND WAS TUT DIE KONKURRENZ? EINE BRANCHENANALYSE
Seite 45

INSPIRATION KOSMOS: NEUE MODELLE MIT ASTRONOMISCHEN FINESSEN
Seite 26

Kreativer Aufstand

FRANCESCA AMFITHEATROF MISCHT ALS NEUE DESIGNCHEFIN DAS AMERIKANISCHE TRADITIONSHAUS TIFFANY & CO. AUF
Seite 22





MEGGA



Ladymatic
NICOLE KIDMAN'S CHOICE

Ω
OMEGA

Boutiques OMEGA Zürich • Genève • Luzern • Interlaken • Bern



DER CHANEL MOMENT



L'INSTANT
CHANEL



SIE KENNEN DEN NAMEN.
ERLEBEN SIE JETZT DIE AUTOS.

Erleben Sie aussergewöhnliches Design, handgefertigte Interieurs, präzises Fahrverhalten und bestechende Leistung. Erfahren Sie mehr über unsere Leasing-Programme **ab CHF 345 pro Monat*** inklusive Währungsvorteil. MEHR ERFAHREN SIE UNTER 0800199129 ODER AUF WWW.CADILLAC.CH



ATS Sedan



SRX



CTS



ATS Coupe

*Cadillac ATS 2.0L RWD Elegance AT. Barkaufpreis 40'588.-. Berechnungsbeispiel Leasing: 48 monatliche Leasingraten à 345.- bei einer Kilometerleistung von 10'000 p.a. Sonderzahlung 9'550.-. Effektiver Jahreszinssatz 3.76%. Alle Preise in CHF und die gesetzliche Mehrwertsteuer von 8% beinhalten. Der Abschluss einer Vollkaskoversicherung ist obligatorisch und in den obgenannten Preisen nicht enthalten. GMAC Suisse SA schliesst keine Leasingverträge ab, falls diese zur Überschuldung des Kunden führen könnten.

Kraftstoffverbrauch (l / 100 km, kombiniert) und CO₂-Emissionen (g / km, kombiniert): # SRX 3.6L V6-AT: 10,8 l / 100 km, 252 g / km. Energie-Effizienzklasse G.# Escalade 6.2L V8 (vorläufige Werte): 13,1 l / 100 km, 302 g / km. Energie-Effizienzklasse G. # CTS Sedan 2.0T: 8,5 l / 100 km, 198 g / km. Energie-Effizienzklasse G. # ATS Coupe 2.0T: 8,3 l / 100 km, 193 g / km. Energie-Effizienzklasse G. # ATS Sedan 2.0T: 8,2 l / 100 km, 190 g / km. Energie-Effizienzklasse G. Durchschnitt aller verkauften Personenkraftwagen in der Schweiz: 148 g / km. Dies ist ein Angebot von Cadillac Europe, Stelzenstrasse 4, 8152 Glattpark, Schweiz.

Zweite Haut

LEDERMODE IST LÄNGST NICHT MEHR NUR DERB ODER ROCKIG. EINE INNOVATIVE VERARBEITUNG BRINGT AUCH DIE SINNLICHEN SEITEN DES MATERIALS ZUR GELTUNG

Foto JONAS MARGUET Text KIM DANG



MEHR MARKEN MIT FEINEM LEDER

Hermès: Cardigans für Herren, aus gestricktem Lamm-Nubuk.

Mulberry: Kleider und Mäntel aus Velours- und Nappaleder mit feinen Lasercut-Mustern.

Bottega Veneta: Sportive Blousons aus hauchdünnem Schafleder.

Obwohl Bikerjacken und schmale Lederhosen sich bereits in der Mode etabliert haben, denken viele beim Wort Ledermode immer noch an Stereotype wie die derbe Töff-Kluft oder gar ein hartes Domina-Outfit. Dabei kommt Leder dieses Frühjahr so luftig daher wie leichte Stoffe und wird auch ähnlich eingesetzt und verarbeitet.

Einer der Innovatoren der Gerberei-Industrie ist der Italiener Ferrero Rosati, der in den achtziger Jahren Marken wie Armani, Ferré oder Versace belieferte und zu den treibenden Kräften hinter der

Erfindung von Stretch-Leder zählt. Mit rund dreissig Jahren Erfahrung gründete der Toskaner 2008 das Label Drome, Tochter Marianna ist Chefdesignerin. Saisonal präsentieren die beiden eine Kollektion ganz aus Leder. Ein neues Highlight ist das hier gezeigte Hemd aus zartem Nappa: Fein perforiert und mit Streifen bedruckt, vereint es clever verarbeitetes Naturmaterial mit dem angesagten cleanen Chic. An S&M denkt so keiner mehr.

Damenhemd aus Nappaleder (etwa 1060 Fr.), von Drome



Die Uhrmachermeister der «La Fabrique du Temps Louis Vuitton» haben 24 Zeitzonen auf einem handbemalten Zifferblatt verewigt, dessen Farbpalette von legendären Städten auf der ganzen Welt inspiriert ist. Die Stunden drehen sich um das Zifferblatt, während der gelbe Pfeil in der Mitte bewegungslos bleibt.

INHALT

Z

ZEITGEIST

- 11—NEUES AUS DER SCHWEIZ
- 12—NEUES AUS DER WELT
- 14—PRODUKTE
- 17—SCHÖNHEIT



Seite 14, Produkte: Schmuckes aus Marmor, Stein und Eisen.

18—MANUFAKTUR

Bis auf die Knochen

Uhren skelettieren ist die Königsdisziplin des Traditionshandwerks. Im Neuenburger Jura pflegt die Firma Piaget diese Kunst

22—IM GESPRÄCH

Francesca Amfitheatrof

Die Chefdesignerin von Tiffany & Co. über die Balance zwischen Tradition und Moderne



Seite 24, Work-Life-Balance: Designerin Francesca Amfitheatrof findet Inspiration in der Kunst.



Seite 17, Schönheit: Produkte für mehr oder weniger Sportliche.

Z

ZÄSUR

- 31—BARBARA VINKEN / MALENA RUDER
- 32—DANIEL HUG / JOACHIM SCHIRRMACHER
- 33—RICHARD KÄGI / BICE CURIGER
- 34—ALFREDO HÄBERLI



Seite 27, Im Bilde: Astronomische Finessen.

27—IM BILDE

Kosmos am Handgelenk

Mondphase und ewiger Kalender: Die neuen Astro-Uhren sorgen für Sternstunden



Seite 45, Zenit: So tickt gerade der Uhrenmarkt.

45—ZENIT

Zukunft der Uhrenbranche

Daniel Hug zeigt auf, wie Schweizer Unternehmen auf Smartwatches reagieren



Seite 52, Zu Tisch: Draussen aufgedeckt für Paul Gauguin.

41—DESTINATION

Serifos

75 Quadratkilometer griechisches Inselglück mitten im Ägäischen Meer

50—ZUTAT

Rhabarber

Das süßsaure Gemüse hat gerade Saison. Drei Rezepte für Teller, Schüssel und Glas

52—ZU TISCH

Mittagessen mit Gauguin

Auch wer die Zivilisation flieht, muss etwas essen, am besten an einer im Sinne und zu Ehren des Künstlers gedeckten Tafel

Z

ZUGABE

- 55—STADT-DESTILLAT
- 58—IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN
- 61—ROUND TABLE
- 62—ZITAT



Seite 55, Stadt-Destillat: Die südfranzösische Stadt Montpellier überrascht mit spannender Architektur und kleinen Boutiquen.



THERE ARE EXCEPTIONS
TO EVERY RULE.

ES GIBT AUSNAHMEN ZU JEDER REGEL.



ROYAL OAK
OFFSHORE
ROSÉGOLD MIT
DIAMANTBESATZ.

AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

NEUES AUS DER SCHWEIZ



Langlebig: Zwei Rote aus Genf und aus dem Wallis sowie ein Schweizer Weisswein aus Schaffhausen.

WEIN

Drei Schweizer Preziosen, die über Jahre reifen können

Hiesige Weine werden in der Regel viel zu früh genossen. In der Schatzkammer der Vereinigung Mémoire des Vins Suisses lagern jüngere und ältere Jahrgänge von über 50 Spitzenwinzern. Kürzlich durfte sich das Publikum in Zürich von der Alterungsfähigkeit der Weine überzeugen, stellvertretend dafür seien drei Originale aus nicht alltäglichen Schweizer Rebsorten erwähnt. Wahrhaftig nobel ist der Pinot blanc des Weinguts Bad



Am Rebberg in Osterfingen (SH) wächst ein nobler Pinot noir heran.

Osterfingen aus Schaffhausen: frischer, filigraner 2013er, schön gereifter 2009er. Ausdrucksstark präsentiert sich der Syrah Vieilles Vignes des Walliser Produzenten Simon Maye & Fils: sortentypischer, fruchtig-würziger, dichter 2012er, in Würde gealterter 2000er mit weiterem Potenzial. Eine Seltenheit die Cuvée Grand'Cour der gleichnamigen Domaine aus Genf: 70 Prozent Cabernet Franc und 30 Prozent Cabernet Sauvignon. Der 2011er ist kräftig und konzentriert, der elegante 2002er ein guter Langstreckenläufer. (kep.)

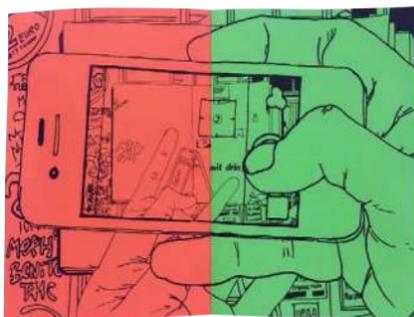
badosterfingen.ch; simonmaye.ch

MAGAZIN

Fanzines von Nieves, Zürich

Ein Zine (kurz für Fanzine) wird per Definition in kleiner bis minimaler Auflage von einem unabhängigen Verleger publiziert. Bei Nieves ist das Benjamin Sommerhalder, der sein Verlagshaus mit Sitz in Zürich Wiedikon 2001 gründete. Er ist spezialisiert auf Bücher über das Werk von Künstlern wie Spike Jonze oder Kim Gordon – und eben auch auf Zines. Ein neuerer Titel heisst «Me, Myselfie+I», kommt ganz im RGB-Look daher und trägt die «Handschrift» des Zürcher Zeichners Ingo Giezendanner, dessen Website Grrrr.net der Hardcore-Punk-Bewegung Riot Grrrl huldigt, die in den neunziger Jahren mehrere Zines hervorbrachte. (ols.)

nieves.ch



Eine Prise Punk: «Me, Myselfie+I» von Ingo Giezendanner.

DESIGN

Häberli und die Nordländer



Vielfach verwendbar: Der Stoff «Nadir» von Alfredo Häberli.

Verschmäht wird er in der Schweiz ja auch nicht, doch mit geradezu leidenschaftlicher Verehrung begegnet man Alfredo Häberli im hohen Norden. Man denke nur an den Erfolg des Geschirrs, das der Designer für Iittala entworfen hat. Ebenso viel Beachtung

haben seine Stoffe verdient, die in den letzten Jahren in Zusammenarbeit mit dem dänischen Textilunternehmen Kvadrat entstanden sind – aktuell die an astronomische Fotos erinnernden Strickstoffe «Nebula», «Nadir» und «Galaxy». (das.)

kvadrat.dk

AUSSTELLUNG

Do It Yourself Design, Zürich

Museum für Gestaltung, bis 31. Mai 2015



Ob Konfitüre, Abendkleid oder Büchergestell, das Selbermachen erfährt seit einiger Zeit eine ganz neue Wertschätzung. In welcher Beziehung diese Entwicklung zu unserem Konsumverhalten und Lebensstil steht, vor allem aber auch, welche Auswirkungen sie auf den Entwurfsprozess professioneller Designer hat, damit befasst sich die Ausstellung «Do It Yourself Design», die noch bis Ende Mai im Zürcher Museum für Gestaltung gezeigt wird. (das.)

museum-gestaltung.ch

Haute Couture in Basel. Aus dem Schaffen von Fred Spillmann

HMB – Historisches Museum Basel / Barfüsserkirche, bis 16. August 2015

Zum 100. Geburtstag des Basler Couturiers Fred Spillmann zeigt das HMB eine Auswahl seiner phantasievollen Entwürfe und Zeichnungen. (rud.)

hmb.ch



MODE

Céline kommt nach Zürich



Laufsteg-Look von Céline, Frühling/Sommer-Kollektion 2015.

Phoebe Philo hat als Designerin für das französische Label Céline in den letzten Jahren die Damenmode mit ihren schlichten, aber femininen Entwürfen massgeblich geprägt. Jetzt wurde an der Storchengasse 23 die erste Zürcher Boutique eröffnet. (rud.)

celine.com

RESTAURANT

Werk 8, Basel

Gundeldinger Feld, Dornacherstr. 192



Im Werk 8 überzeugen die Bar wie auch die Küche.

Im Februar haben die Betreiber des Gault-Millau-Restaurants 5 Signori auch das «Eoipso» (Restaurant/Bar) im Gundeldinger Feld übernommen. Verändert hat sich optisch nicht viel, und die Drinks sind immer noch gut. Die Speisekarte punktet aber neu mit einem frischen, unprätentiösen Angebot, etwa feinen Pommes frites. (rud.)

werkacht.ch

NEUES AUS DER WELT

DESIGN

Lalique und Damien Hirst



Damien Hirst auf 1537,5 cm²:
Panel aus der Edition
«Eternal Love».

Es muss ja nicht gleich ein Tigerhai in Formaldehyd sein, Kunst vom Briten Damien Hirst gibt es auch für kleine Wohnungen: Zum Beispiel in Form von Paneelen mit Schmetterlingen und Libellen, wie sie aus der Zusammenarbeit mit der Kristallmanufaktur Lalique entstanden sind. (das.)

lalique.com

MODE

Kinder mit Krokodil



Klassisch, aber mit coolem Dreh:
Bedrucktes Polo von Lacoste.

Der Gründer der französischen Marke Lacoste, Tennisspieler René Lacoste, hatte selbst vier Kinder; diese waren allerdings schon in ihren Dreissigern, als er 1958 die erste Kids-Kollektion auf den Markt brachte. Adrette Kinder in Polo-

Shirts passten zur sauberen Welt der fünfziger Jahre. Auch die neueste Kollektion eignet sich nur bedingt für den Spielplatz: helle Schuhe, pastellfarbene Poloshirts, weisse, an Tennis erinnernde Jupes, alle verziert mit dem obligatorischen Krokodil, einem Statussymbol, das in seiner Plakativität nur bedingt zeitgemäss erscheint. Dazwischen aber findet man Klassiker mit einem coolen Dreh: Polos und Kleider mit wilden Blätterdrucken, abgefahrene Streifenprints und verspiegelte Sonnenbrillen; Kleidung, die für einen Besuch bei den Sonntagsstaat-bewussten Grosseltern ebenso taugt wie für einen Nachmittag im Wald. (rud.)

lacoste.com

RESTAURANT

Kulinarische Experimente



Vegan-Food und Sowjet-Besteck.

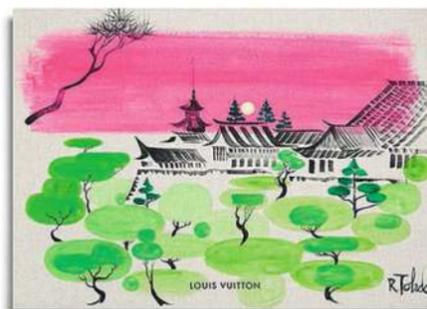
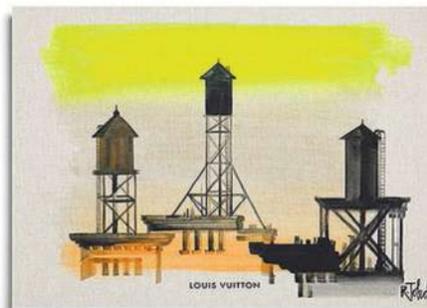
Vegane, biodynamische Gerichte mit ungewöhnlichen Samen und essbaren Blüten, präsentiert wie Kunstwerke – das steckt hinter dem Namen «Steinbeisser's Experimentelle Gastronomie». Vom 2. bis 5. Juli lässt die transdisziplinär aktive Organisation Steinbeisser im Berliner Restaurant Nobelhart & Schmutzig für 40 Neugierige aufdecken. Es gibt fünf Gänge mit Wein- oder Saft-Begleitung für 125 Euro pro Mund. (ols.)

steinbeisser.org

REISEN

Unterwegs mit Vuitton und Toledo

Seit 15 Jahren bringt der kubanische Künstler Ruben Toledo, Ehemann der Modedesignerin Isabel Toledo, für Louis Vuitton die Metropolen dieser Welt mit Pinselstrichen zu Papier. Paris, Seoul, Tokio, Kapstadt, Moskau, L.A. und 15 anderen Städten



Zeichnungen von Ruben Toledo für die Louis-Vuitton-«City Guides».

wurde in dieser Zeitspanne bereits ein eigener Führer gewidmet. Neu in ausgewählten Louis-Vuitton-Stores erhältlich ist ein auf 30 Stück limitiertes Portfolio: Jede der 6000 Euro teuren Boxen enthält 15 auf Baumwollpapier gedruckte Bilder Toledos, ein Buch mit 108 Illustrationen und eine signierte Originalzeichnung des Künstlers auf dem Leinen-Umschlag. (ols.)

louisvuitton.com

HOTEL

Aman Tokyo Im Grossstadthimmel



(Blick auf den Kaisergarten und manchmal sogar bis zum Berg Fuji.)

Aman steht für grosszügige, perfekt angelegte Resorts. Selbst inmitten der Stadt Peking hat sich die Hotelkette in einem riesigen, historischen Gelände niedergelassen. Nun hat sie in Tokio zum ersten Mal in die Höhe gebaut: Das dortige «Aman» belegt die Etagen 33 bis 38 des Otemachi-Turms im gleichnamigen Geschäftsviertel. Spektakuläre Ausblicke und Raumverhältnisse sind «all inclusive». (roz.)

amanresorts.com

AUSSTELLUNG

The Fashion World of Jean Paul Gaultier. From the Sidewalk to the Catwalk

Bis 3. August 2015



Montreal, Dallas, Madrid, Paris: Das sind vier von zehn Destinationen der ersten Ausstellung, die sich umfassend dem Designer Jean Paul Gaultier (Bild) widmet. Im Pariser Grand Palais sind 140 Entwürfe zu sehen, die teilweise einen ikonischen Status haben. Erstmals gezeigt werden Kostüme aus Almodóvars Film «Die Haut, in der ich wohne» und ein Lederkorsett. Paris ist die letzte Station der Schau. (roz.)

grandpalais.fr

LITERATUR

Designer «KL» und andere Promis

John von Düffel, KL – Gespräch über die Unsterblichkeit, etwa 27 Fr.

John von Düffel deklariert seine witzigen Dialoge – so mit dem Designer «KL» – als fiktiv. Doch gäbe er sie als echt aus, würde man keinen Moment daran zweifeln. «KL», klar erkennbar als Karl Lagerfeld, etwa legt er wunderbare Bonmots in den Mund. Spritzig, phantasievoll, gescheit. (roz.)

dumont-buchverlag.de



Kollektion *Glücksgefühle*

WAHRE  WERTE

Wellendorff

SCHMUCKMANUFAKTUR SEIT 1893

Erleben Sie die neue Kollektion "Glücksgefühle" bei unseren Juwelier-Partner in der Schweiz: Zürich: Beyer - Les Ambassadeurs • Basel: Seiler
Bern: Zigerli + Iff • Samnaun: Zegg • Chur: Zoppi • Olten: Adam • Zermatt: Schindler • Tel. 079 - 716 70 05 • wellendorff.com

SICHERE WERTE

MARMOR, STEIN UND EISEN BRICHT, ABER UNSERE LIEBE NICHT.
ALLES, ALLES GEHT VORBEI, DOCH WIR SIND UNS TREU

Redaktion **MALENA RUDER** Fotos **DOUGLAS MANDRY**

A

Marmor

Das Berliner Label P.age verwendet für seinen Schmuck Natursteine, darunter Marmor-Verschnitte, also Abfall; der Begriff Upcycling könnte nicht besser passen.

Anhänger an vergoldeter Kette (etwa 75 Fr.), von P.age



B

Stein

Es muss nicht immer der klassische Diamant-Solitär als Liebesbeweis sein.

Ring «Entourage» (4700 Fr.), Roségold, Rutil im Cabochon-Schliff, Perlmutter, braune Diamanten, von Bucherer



C

Eisen

Für die Kollektion «Monete» von Bulgari werden antike Münzen verwendet.

Armband (14200 Fr.), Gelbgold mit antiken griechischen Münzen (rund 400 v. Chr.), von Bulgari



RADO TRUE
HIGH-TECH CERAMIC • LUXURY AND COMFORT • SERIOUSLY IRRESISTIBLE

RADO
S W I T Z E R L A N D

TIME IS THE ESSENCE WE ARE MADE OF

HUBLOT



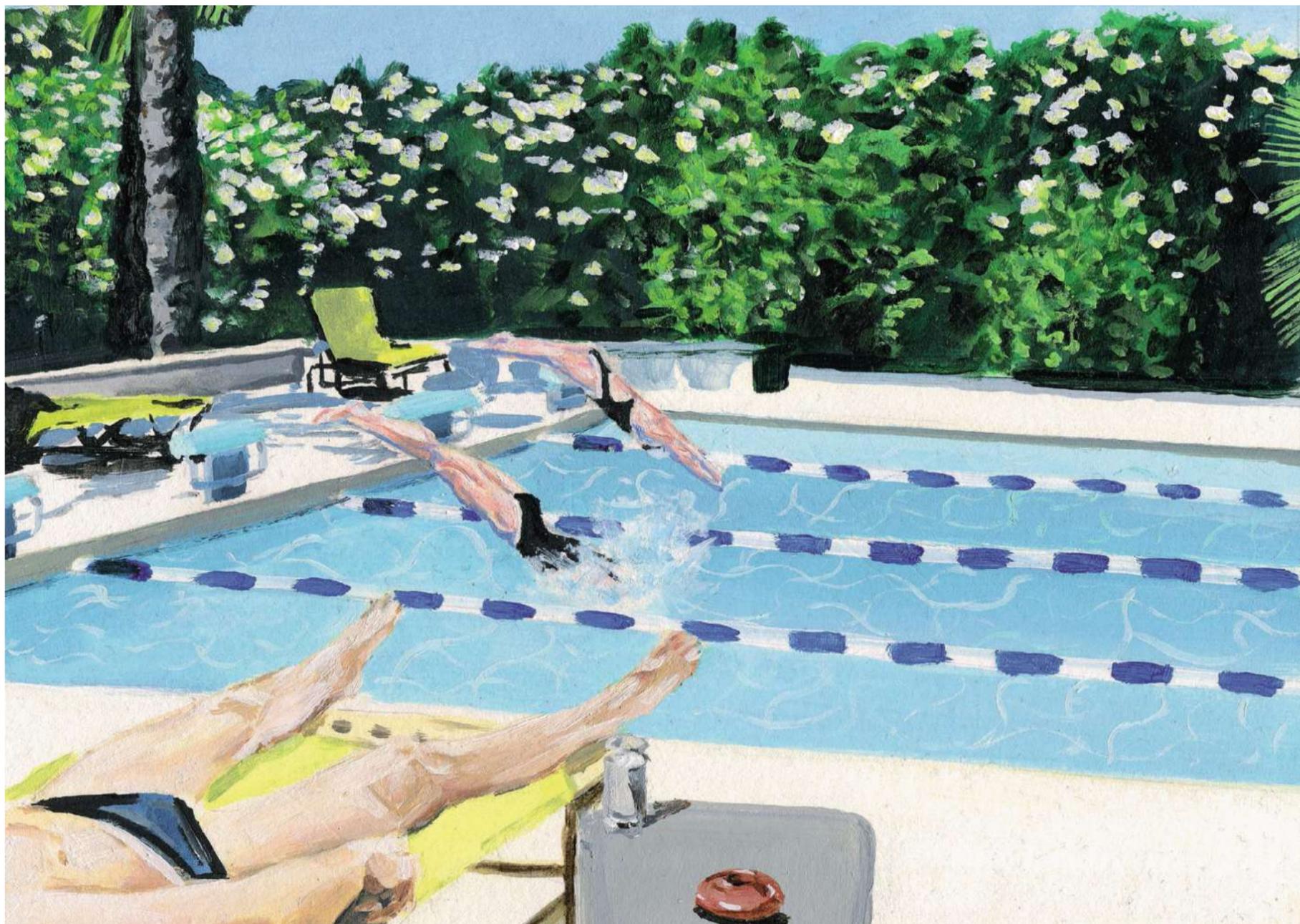

HUBLOT
BOUTIQUES
LUZERN • ZÜRICH

Big Bang Broderie.
Gehäuse aus 18 Karat Gold. Mit 209 Diamanten
besetzt aus insgesamt 1,3 Karat. Einzigartiges
Verfahren, Carbon Lünette und Ziffernblatt mit der
historischen St. Gallen Stickerei zu überziehen. Band
aus 100% Seidenstickerei auf schwarzem Kautschuk.
Auf 200 Exemplare limitierte Edition.

Sportfreunde

Bewegung macht schön und glücklich, gerade wenn sie unter freiem Himmel stattfindet. Verschmierte Wimperntusche oder ein Sonnenbrand schmälern allerdings die Freude, und geduftet hat man auch schon besser als nach körperlicher Ertüchtigung. Diese Produkte leisten erste Hilfe

Text MALENA RUDER Illustration ALICE TYE



1

Aufhübschen
Tauchen könnte zu viel sein, aber eine Runde Schwimmen übersteht eine wasserfeste Wimperntusche.

«Diorshow Iconic Overcurl Waterproof», 48 Fr., von Dior

2

Straffen
Keine Crème der Welt kann eine sportliche Figur zaubern. Als Unterstützung taugen solche Produkte aber.

«Masvelt Crème anti-rondeurs rebelles», 70 Fr., von Clarins



3

Schützen
Wasserfeste Sonnensprays sind schnell aufgetragen, sie trotzen Wellen und Schweiß.

«Sun Beauty SPF 50 Dry Oil Fast Tan Optimizer», Fr. 54.50, von Lancaster



4

Erfrischen
Nach dem Sport ist vor dem Sport. Dazwischen ist aber Duschen angebracht.

«Reine Naturseife Pfefferminze», Fr. 11.90, von Dr. Bronner's, bei Globus

Wellness

Dass Bewegung nicht nur dem Körper dient, sondern auch der Seele, weiss man. Yoga ist für viele erste Wahl, wenn es um den Ausgleich zum stressigen Alltag geht. Zur Abwechslung kann man die Dehn- und Kräftigungsübungen auch aufs Wasser verlegen: Beim SUP-Yoga balanciert man auf den grossen Brettern, auf denen man sonst, mit einem Paddel bewaffnet, übers Wasser gleitet. Das hört sich schwieriger an, als es ist, selbst Yoga-Unerfahrene können den nach unten schauenden Hund, eine Kerze und Sonnengrüsse bewältigen.

SUP-Yoga, noch bis Ende April indoor im Aquabasilea, Pratteln: surfparadies.ch, oder outdoor auf dem Zürichsee: supyogazuerich.ch



Wie riecht denn das?

«Hmm, frisch und würzig.» – «Als Kind hatte ich Plastic-Zwerge von Walt Disney, die genauso rochen.» – «Nach der Sauna.» – «Ein Schiff mit Holzboden.» – «Ist das für Männer oder für Frauen?» – «Ich sehe eine helle, freundliche Farbe, die zum Frühling passt: Gelb oder Grün.» – «Ein Souk in Tunesien.» – «Anfangs cool, aber dann stört mich doch etwas.» – «Brausestäbchen.» – «Ein teures Duftsäckchen für den Kleiderschrank, aufwendig bestickt.» – «Gefällt mir. Ist da Minze drin?»

«Eau de Cartier Vetiver bleu», Eau de Toilette (65 Fr. für 50 ml), Unisex, holzig-aromatisch, Kopfnote: Minze, Herznote: Lakritz, Basisnote: Vetiver, von Cartier

TEXT TIMM DELFS FOTOS SÉBASTIEN AGNETTI, PD

Die Nacktmodelle

Skelettuhren legen im wahrsten Sinne des Wortes offen, wie viel Arbeit in den filigranen Werken steckt. In Zeiten, in denen der Luxusmarkt das Handwerk feiert, erleben sie eine neue Blüte. Ein Besuch in den Werkstätten von Piaget im Neuenburger Jura



LINKS Die Herstellung einer skelettierten Piaget-Uhr dauert im Schnitt drei bis vier Arbeitstage.

LINKS UNTEN Blick auf den Hauptsitz von Piaget, abseits gelegen in La Côte-aux-Fées (NE).



Die Geschichte der Marke Piaget beginnt im kleinen Dorf La Côte-aux-Fées im Neuenburger Jura, versteckt zwischen Sainte-Croix und Fleurier. Auf dem Wappen des Ortes mit dem zauberhaften Namen ist ein Schaf abgebildet. «Fées», so wird uns erklärt, komme nämlich gar nicht aus dem Land der Elfen, sondern von *fayes*, und das bedeutet ganz prosaisch: Schaf. Hier, auf rund tausend Metern über Meer, nutzten die Bauern vor 200 Jahren die verschneiten Winter für Heimarbeit. Während die einen sich mit Spitzenklöppeln zusätzliches Geld verdienten, arbeiteten die anderen als Zulieferer für die Uhren-Comptoirs in den Städten La Chaux-de-Fonds, Neuenburg und Genf. Die Patrons waren darauf bedacht, ihren Zulieferern nur Aufträge zu erteilen, die einzelne Komponenten eines Uhrwerks betrafen, so dass diese die Funktion des gesamten Uhrwerks möglichst nicht erahnten. Man wollte sich schliesslich nicht Konkurrenz in den eigenen Reihen schaffen.

Heute ist Piaget eine der Marken im Portfolio der Schweizer Richemont-Gruppe. Ihre Spezialität sind edler Schmuck und extraflache Uhren – darunter auch skelettierte, bei denen der kunstvolle Mechanismus im Inneren des Werks sichtbar ist.

Wir nähern uns dem Ort von Yverdon her, fahren durch eine Schlucht, passieren Sainte-Croix, wo einst Thorens Plattenspieler fertigte. Dann folgt lange nichts als verschneite Weiden und vereinzelt Tannen. La Côte-aux-Fées hätten wir fast verpasst. Mit seinen rund 500 Seelen ist es so klein, dass man es nicht beachten würde, wäre da nicht das 1945 erbaute Fabrikationsgebäude der Manufaktur Piaget. Das Gebäude weist einen wie ein grosser gewölbter Erker gestalteten Mittelteil auf, dessen drei übereinanderliegende Fensterbänder für maximale Lichtausbeute nach Süden ausgerichtet sind, und setzte damals Massstäbe im Industriebau. Als wir ein-

treffen, liegt noch Schnee auf den Jurahöhen. Es ist kühl, und die Luft ist angenehm rein. Besonders auffallend: die Stille. Drinnen hört man aus einigen Ateliers das Geräusch von CNC-gesteuerten Maschinen. Doch in den Uhrmacher-Ateliers im Mittelteil ist es mucksmäuschenstill. Am Ausblick aus den Fenstern hat sich seit dem Bau der Fabrik nicht viel geändert. Noch immer können die Uhrmacherinnen und Uhrmacher auf den verschneiten Hang gegenüber blicken. Den dortigen Skilift hat der ehemalige Patron Yves Piaget seinem Heimatdorf in den sechziger Jahren spendiert. Sie könnten, wenn sie wollten. Doch sie sitzen über ihre Arbeit gebeugt, die sie auf Kinnhöhe verrichten. Ihre Arbeitstische, die sogenannten *établis*, sind so hoch, dass sie die Werkstücke, an denen sie arbeiten, direkt vor der Nase haben. Zwei Frauen sind gerade dabei, Uhrwerksteile, die an allen möglichen Stellen durchbrochen sind, mit winzigen Feilen und Holzstäbchen zu bearbeiten. Die ultimative Abmagerungskur für ein ohnehin schon schlankes Uhrwerk besteht nämlich darin, es zu skelettieren. So nennen die Uhrmacher das Entfernen von so viel Material wie möglich von Platinen und Brücken. Mechanische Uhrwerke sind in der Regel so konstruiert, dass ihre drehbaren Teile sehr leicht sind, damit sie auch mit sehr wenig Kraft noch bewegt werden können. Brücken und Platinen hingegen, also die tragende Struktur, sind recht massiv ausgelegt, so dass sie den grössten Teil des Räderwerks verdecken. Diesem Manko wird mit dem Skelettieren abgeholfen.

Der optische Reiz eines offen sichtbaren Uhrwerks war bereits im 19. Jahrhundert bekannt, als Pendulen und Standuhren hergestellt wurden, die den Blick auf ihr Inneres freigaben. Beim Skelettieren wird so viel Metall von Brücken und Platinen entfernt, dass das Werk aussieht, als würden nur noch seine Umrisse dastehen. Bis vor kurzem gab es noch ein paar wenige Spezialisten, die das mithilfe einer winzigen Laubsäge von Hand angingen. Heute schneiden CNC-Fräsen und Draht-Erodier-Maschinen die gewünschten Fenster in die Werkteile. Handarbeit gibt es danach noch genug: Die winzigen



Teilchen müssen in stundenlanger Arbeit entgratet werden. An sämtlichen Flanken müssen die Bearbeitungsspuren der Maschinen mit winzigen Feilen entfernt werden. Anschliessend glätten und polieren geübte Finger diese vertikalen Oberflächen mit Holunderholzstäbchen und Schleifpaste. Die Übergangskanten zwischen Oberflächen und Flanken werden in einem Winkel von 45 Grad gebrochen und poliert. Die Breite der entstehenden Linie muss über das ganze Uhrwerk konstant sein, da das menschliche Auge jede Unregelmässigkeit sofort wahrnimmt.

Das Nonplusultra der Skelettierkunst besteht aber darin, die filigrane Struktur zum Schluss noch mit Diamanten zu besetzen. Das geht nur, wenn das gesamte Uhrwerk in Gold gefertigt wird, was in der im Jahr 2000 eingeweihten Manufaktur in Genf geschieht,

OBEN Jede Schraubenziehergrösse hat ihre eigene Farbe (l.); die in die Graveurkugel eingespannte Schwungmasse einer Automatik-Uhr (r.o.); eine skelettierte Platine wird auf einem Holzstock mit Siegelack fixiert, um dann mit Diamanten besetzt zu werden (r. u.). UNTEN LINKS Ein Glassturz schützt die Teile vor Staub und Davonrollen.

Die beste Abmagerungskur für ein ohnehin schon schlankes Uhrwerk besteht darin, es zu skelettieren.



Piaget



Die Geschichte von Piaget beginnt mit Georges Edouard Piaget, der 1874 im Alter von 19 Jahren den Grundstein für das Unternehmen legt, als er im Elternhaus beginnt, komplette Uhrwerke eigener Konstruktion zu bauen. 1911 folgt ihm sein Sohn Timothée, ab 1945 wiederum führen dessen Söhne Gérald und Valentin das Unternehmen. Yves G. Piaget schliesslich entwickelt die Marke zu dem, was sie heute ist. 1988 veräussert er das Unternehmen an Cartier, wodurch sie später zum Richemont-Konzern stösst.



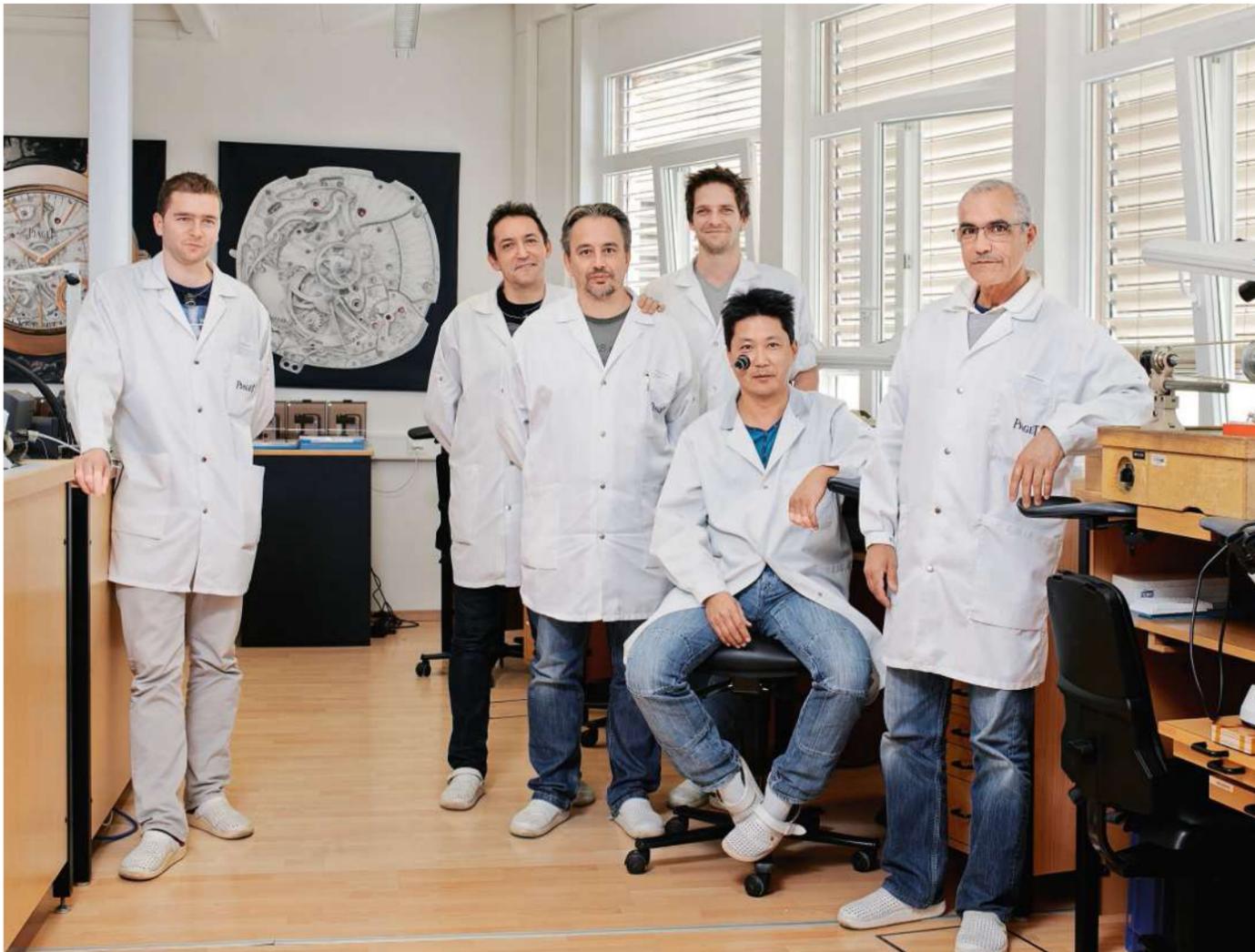
Die Tiffany CT60

Von den Erfindern der New York Minute

ENTDECKEN SIE DIE KOLLEKTION AUF TIFFANYCT60.COM

TIFFANY & Co.

NEW YORK SINCE 1837



Das Nonplusultra der Skelettierkunst besteht aber darin, die filigrane Struktur zum Schluss noch mit Diamanten zu besetzen.

wo neben Uhregehäusen und -armbändern auch Schmuck entsteht. In seinem Atelier in einem modernen Bau in einem Vorort von Genf arbeitet der Meister-Steinfasser Régis Largeron gerade an der skelettierten Platine eines extraflachen Kalibers. Er fixiert sein Werkstück aus Gold mit Siegelack auf einem hölzernen Zylinder, den man gut in der Hand halten kann. Dieser wiederum ist in einer Graveurkugel fixiert, deren Gewicht dafür sorgt, dass das Werkstück nicht verrutschen kann. Die Platine darf sich in ihrer Verankerung nicht bewegen, da sie sich sonst verbiegen würde und als Basis eines Uhrwerks wertlos würde.

Die Arbeit des Fassers verlangt Kraft und spielt sich gleichzeitig im Bereich von Zehntelmillimetern ab. Largeron blickt durch die Okulare seines Stereomikroskops, während seine Linke das Werkstück und seine Rechte den messerscharfen Stichel bewegen. Beim Fassen von Steinen werden zunächst winzige trichterförmige Vertiefungen gebohrt, die später die Steine aufnehmen. Anschliessend entfernt der Fasser darum herum so viel Metall, bis nur noch vier winzige Säulen um die Vertiefung stehenbleiben. Jeder einzelne Brillant wird von diesen Säulen festgehalten, die der Fasser mit einem anderen Stichel über den Rand des Edelsteins biegt. Sind alle Steine gefasst, werden die Enden der Ärmchen mit einem sogenannten Perloir auf Hochglanz poliert, woraufhin sie sich kaum vom Glanz der sie umgebenden Brillanten abheben. Nach einer abschliessenden Politur der

OBEN Das Team der Meister-Uhrmacher in der Abteilung «komplizierte Uhren» in La Côte-aux-Fées im Neuenburger Jura.

RECHTS Setzen eines Brillanten in eine skelettierte Brücke.

RECHTS UNTEN Mit Genfer Streifen versehene Schwungmassen.



Oberfläche reist die Platine mit den übrigen skelettierten und ausgefassten Brücken nach La Côte-aux-Fées, wo alles von den geschickten Händen der Uhrmacherinnen und Uhrmacher zu einem funktionierenden Ganzen zusammengesetzt wird. Nach etlichen Tests, die sie, wie auch alle anderen Werke von Piaget, über sich ergehen lassen, beginnt die Reise erneut. Zurück in Genf, werden die Uhrwerke endlich mit Zeigern versehen und in ihr vorne und hinten transparentes Gehäuse eingebaut, in dem sie wirken wie feinste, schneeweisse Spitze – womit sich der Kreis zu den Ursprüngen der Uhrmacherei in La Côte-aux-Fées wieder schliesst.



Francesca Amfitheatrof

Alessi, Marni, Chanel. Geschirr, Kunst, Möbel. London, Paris, Tokio und nun New York – Francesca Amfitheatrof hat schon viel gesehen und viel geschaffen. Für Tiffany & Co. kreiert sie als Designchefin hinreissend moderne Schmuckstücke

INTERVIEW MALENA RUDER



Was ist Schmuck? **Kunst am Körper.**

Und eine Vervollständigung unseres Selbst.

**Wie schwierig ist es, ein
Traditionshaus aufzumischen?**

In grossen Häusern wird oft viel darüber gesprochen, was man alles verändern möchte, und nichts passiert. Bei Tiffany aber fühlte ich mich von Anfang an unterstützt.

**Wird Ihnen schnell
langweilig?**

Ja.

Tiffany & Co. wird also vielleicht nur ein Gastspiel?

Nein.

Es ist ein Haus mit langer Tradition. Trotzdem ist dies kein Korsett. Wir kreieren unsere eigenen Regeln – und brechen sie auch wieder. Das gefällt mir.

**Ihr
Stil?**

Mir gefallen klare Linien.

**Aber ich suche immer nach einer Kombination,
die unerwartet und einmalig ist.**

Nach Ihrem Kunststudium haben Sie sich noch in Italien zur Goldschmiedin ausbilden lassen. Warum?

An einer Kunstschule hängt man auch immer viel herum. In Italien, bei einem Meister seines Fachs, habe ich gelernt, schnell zu sein und kein Material zu verschwenden.

Form oder Funktion?

Es geht mir nicht um das Dekorative, sondern um

Proportionen

und darum, wie sich etwas auf der Haut anfühlt.

Seit Ihrer ersten Kollektion, der «T-Collection», werden Sie als Erneuerin von Tiffany gefeiert. Was sagen Sie dazu?

Viele sehen Tiffany als klassische, brave Firma. Aber das stimmt gar nicht! Die künstlerische, verrückte, ja sogar respektlose Seite war immer da. Gerade sind wir dabei, sie wieder aufzuwecken!

Wie würden Sie sich beschreiben?

Neugierig. Voller Energie.

Etwas obsessiv.

Und manchmal unnachgiebig.

**Designerin Elsa Peretti hat seit den
siebziger Jahren viel für Tiffany
entworfen. Was halten Sie von ihr?**

Sie ist eine Göttin !

Alles, was sie je entworfen hat, ist immer noch frisch, modern. Und sie hat die Art und Weise, wie wir Silber sehen, komplett verändert.

Work

FRANCESCA AMFITHEATROF

Life



Flatiron District

NEW YORK

Cape Cod



oder irgendwo am Meer

• • •

Lieblingort

Haider Ackermann

A/W 2015



Outfit

Die besten Cocktailkleider sind von Preen

«Pansy», Preen by Thornton Bregazzi, 1915 FR., über net-a-porter.com



Medium



Ich beginne immer mit einer

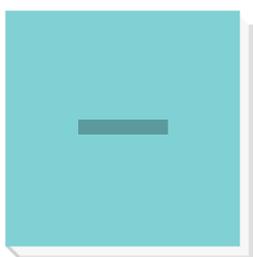
Skizze

S k y p e

Inspiration

Frühe 90er

Mein erstes «Blue Book», in dem jedes Jahr die Haute Joaillerie von **Tiffany & Co.** präsentiert wird.



Besonders liebe ich



asiatische Kunst und Keramik

Herzensprojekt

Familie

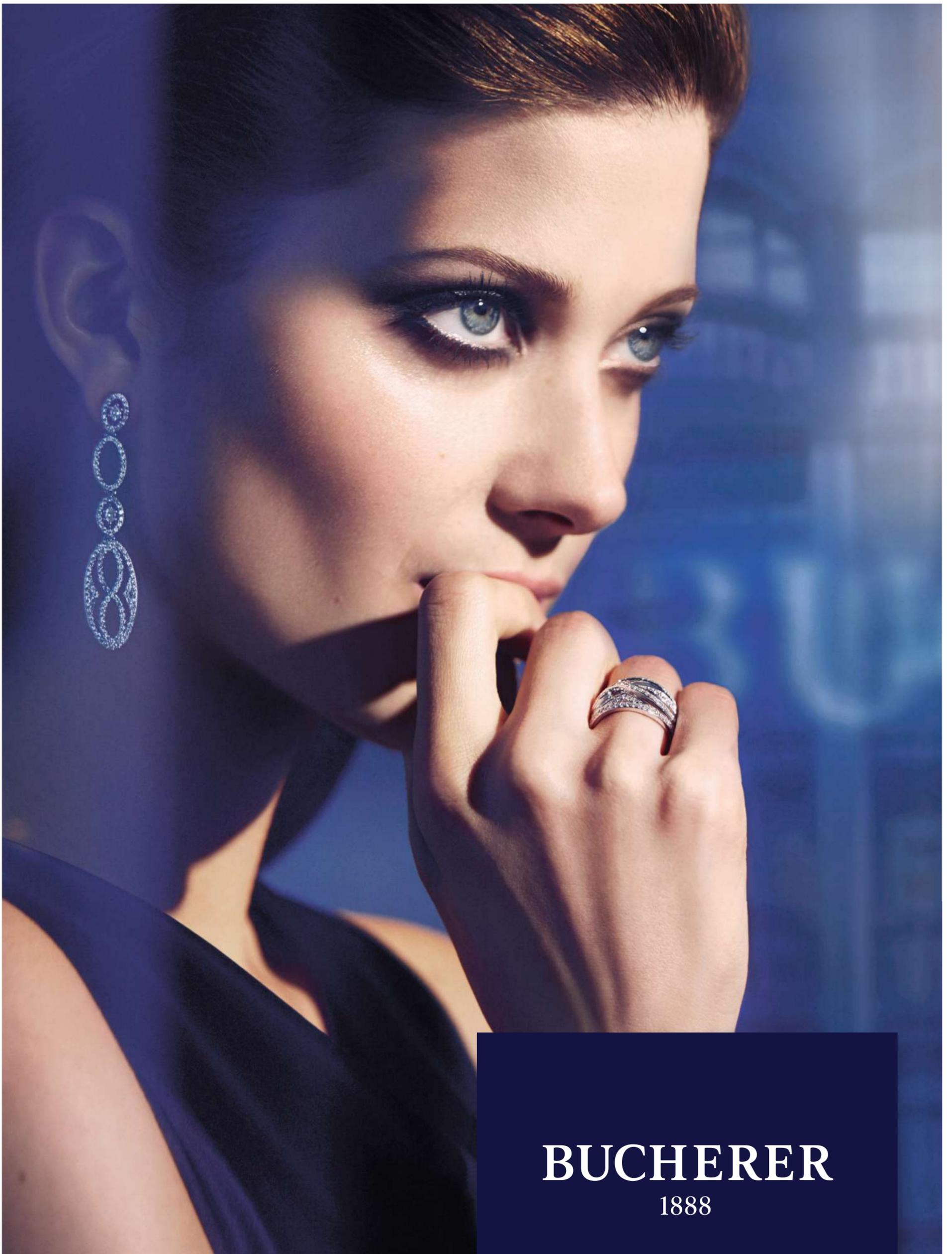
Gold & Silber

Farbe



Lippenstiftfarbe «Dragon Girl» von Nars

Velvet Matte Lip Pencil, 48 FR., narscosmetics.com



BUCHERER
1888

BUCHERER.COM

EINZIGARTIG WIE IHRE EMOTIONEN – SEIT 1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

real watches **for** real people



Oris Big Crown ProPilot Altimeter
Patentiertes Automatik-Uhrwerk
mit mechanischem Höhenmesser
Matt satiniertes Edelstahlgehäuse
Wasserdicht bis 10 bar/100 m
www.oris.ch



ORIS
Swiss Made Watches
Since  1904

So tickt das Universum

REDAKTION FLORIAN ZOBL FOTOS PATRIK FUCHS / AGENTUR TINA AICH
FOTO-ASSISTENZ MICHELE DI FEDE

Sonne, Mond und Sterne haben den Menschen erst auf die Idee gebracht, was Zeit ist. Und auch darauf, dass man sie messen und einteilen kann. Die schönsten Uhren mit astrologischer Finesse



VON LINKS, IM UHRZEIGERSINN «Conquest Classic Moonphase», 42 mm, Automatik mit 48 Stunden Gangreserve, kleine Sekunde, 24-Stunden-Anzeige, Wochentag, Monat und Mondphasen, Datum, Chronograf mit 30-Minuten- und 12-Stunden-Zähler, Edelstahl (3210 FR.) **LONGINES**, «Montre Rêves de Panthère de Cartier», 42,75 mm, Automatik, Tag/Nacht-Anzeige, rhodiniertes Weissgold (165 000 FR.) **CARTIER**, «Tonda 1950 Météorite Abyss», 39 mm, 7,8 mm flach, Automatik mit 42 Stunden Gangreserve, exzentrisch am Uhrwerkrand angeordnete Mikro-Schwungmasse aus Platin, kleine Sekunde, Titan, Zifferblatt aus Meteorit (19 500 FR.) **PARMIGIANI FLEURIER**



OBEN «Zenith Academy Christophe Colomb Tribute to Felix Baumgartner», 45 mm, Handaufzug, Gravitations-Kontroll-Modul, selbstregulierendes gyroskopisches Modul, das die regulierenden Teile horizontal positioniert, Zifferblatt aus Aventurin und Türkis als Hommage an den Sprung in die Stratosphäre, Alligatorenband, Platin, limitiert auf 10 Stück (250 000 FR.) **ZENITH**, RECHTE SEITE «Classic Fusion Aerofusion Moonphase», 45 mm Durchmesser, automatischer Aufzug, skelettierte Uhr mit Vollkalender und Mondphase bei 6 Uhr, Titanium (15 300 FR.) **HUBLOT**





COVER, VON UNTEN LINKS, IM GEGENUHRZEIGERSINN «Villeret Quantième Complet», 40 mm, Automatik, vollständiger Kalender, Mondphasen, Edelstahl (14 000 FR.) **BLANCPAIN**, «Tonda 1950 Météorite Abyss» (DETAILS SIEHE SEITE 35) **PARMIGIANI FLEURIER**, «L. U. C Lunar Big Date», 42 mm, Automatik (DETAILS SIEHE SEITE 35) **CHOPARD**

STILKRITIK

Kehrseite

Text MALENA RUDER

Ärsche allenthalben, der *derrière* ist auf dem besten Wege, das *Décolleté* als beliebtesten Blickfang des weiblichen Geschlechts abzulösen. Seit den Culs de Paris im 18. und 19. Jahrhundert stand das weibliche Gesäss modisch nicht mehr so im Fokus. Die Pos von Stars wie Beyoncé oder Kim Kardashian sind berühmt, die «Vogue» rief die Ära der *big booties* aus, gepolsterte Slips verkaufen sich gut, chirurgische Vergrößerungen auch. Das heisst aber nicht, dass ein entblösster Podex keinen Sturm der Entrüstung auslösen könnte. Fast zwei Monate lang – in Zeiten des Internets eine Ewigkeit – regte man sich darüber auf, dass Pop-Ikone Madonna auf dem roten Teppich der Grammy-Verleihung diesen Februar den Jupe ihres Röckchens von Givenchy lüpfte. Grund des Geschreis war aber weniger der exhibitionistische Akt an sich, sondern vielmehr, dass dieser von einer 56-Jährigen begangen wurde, also in einem Alter, in dem eine Frau sexuell unsichtbar zu sein hat.

Madonnas Aktion fordert einerseits das Recht auf sexuelle Gleichberechtigung ein, andererseits kann sie bereits als Gegenreaktion auf die empörten Reaktionen gesehen werden: Es ist nicht nur erotisch konnotiert, den (beinahe) nackten Hintern zu zeigen, gerade, wenn dies so beiläufig geschieht. «Mooning», wie dieses Phänomen im englischen Sprachraum fast schon poetisch



DOPPELDEUTIG
Es ist durchaus nicht nur sexuell konnotiert, den blanken Hintern zu zeigen.

genannt wird, ist eine Demütigung des Betrachters, ein vulgärer Akt des Hohns, des Protests, dabei aber eher lausbubenhaft denn bedrohlich; der bekannteste «Mooner» ist übrigens Bart Simpson. Madonnas Outfit passt zum doppeldeutigen Auftritt: Netzstrümpfe, Overknee-Stiefel und Jock-String gehören zur klassischen Porno-Ausstattung, die Epauletten hingegen erinnern an eine Uniform. Kommerziell gesehen hat Madonna diese Schlacht gewonnen: Ihr neues Album «Rebel Heart» erhielt viel Presse, dem Hintern sei Dank.

MALENA RUDER leitet das Magazin «Z» und schreibt über Mode, Schmuck und Schönheit. Sie interessiert sich nicht nur für das, was Menschen tragen, sondern vor allem dafür, warum sie es tun.



KLEIDERORDNUNG

Schmuckstück

Text BARBARA VINKEN Illustration JEAN-MICHEL TIXIER

die Verlebendigung durch Teilhabe am Kosmos, sondern die fetischistische Verdinglichung findet sich in der Vorstellung der Frau als Mobilia des Mannes: Sie ist Ornament an seiner Seite, so geschmückt wie schmückend. Und er stellt mit dem Kleinod, das sie für ihn ist, seine Finanzkraft aus.

Schmuck, den man schenkt oder geschenkt bekommt, erinnert an wichtige Ereignisse im Leben; er markiert Tage des Eingedenkens. Durch Familienschmuck wird oder bleibt man Teil einer Familie, tritt man ein in das Erbe. Zur Erstkommunion oder zur Konfirmation bekommt man ein Kreuz oder ein Amulett, zur Hochzeit einen Ring, zur Geburt des Kindes eine Perlenkette. Diese konventionelle Bedeutung des Schmucks mag zurückgehen. Trotzdem zeigt ein Amerikaner noch heute durch die Karate des Verlobungsringes, was sein Schatz ihm wert ist. «Diamonds are a girl's best friend.» Neben den öffentlichen Liaisons ist der Schmuck Vergegenwärtigung, Erinnerung an unsere Passionen. In Medaillons versteckt, trägt man das Porträt oder die Locke des Geliebten.

Schmuck ist begehrt und kostbar. Die meisten Sterblichen können von glänzendem Geschmeide nur träumen; Königinnen stolpern in Halsbandaffären darüber. Grundsätzlich hat sich das Verhältnis zum Schmuck mit der künstlichen Herstellbarkeit allen Schmuck-Materials geändert. Das technisch Hergestellte ist nicht mehr

vom Geschaffenen zu trennen, synthetische Steine sind nicht von echten zu unterscheiden. Coco Chanel hat durch die von ihr propagierte Mischung von Mode- und echtem Schmuck den Geldwert des Schmuckes ausgehebelt und das Phänomen der Frau als Wertobjekt des Mannes verschoben.

Heute wirken Ohringe, Ketten, Ringe, Armbänder mit Charms oft wie ein *objet trouvé*: selbstgebastelt wie das Geschenk eines kleinen Mädchens. Manchmal sieht der Schmuck wie ein ethnologisches Exponat aus. Oder wie ein Relikt aus dem heroischen Zeitalter der Industrialisierung, das man in einer Fabrikhalle als Abfall gefunden und neu zusammengeschweisst hat. Postmodern exponiert Schmuck nichts als die schiere, bunt kostbare Materialität der Steine und Metalle. Dieser Schmuck wirkt nicht mehr wie das, was er einmal war: raffiniert gefasst und aufwendig geschliffen, Inbegriff von Kunstfertigkeit. Der Kosmos ist nicht mehr gegeben, er muss von jedem einzeln aus Abfall und zufälligen Fundstücken neu zusammengesetzt werden. So gedenkt er im Kleinen dessen, was im Grossen einmal die Welt war.

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.

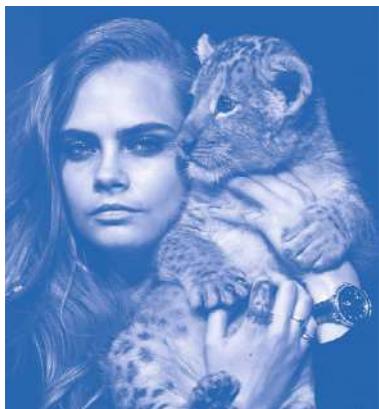
Schmuck leuchtet, funkelt, glüht, blendet, schimmert wie Sonne, Mond und Sterne. Das Feuer des Steins, der Glanz der Perlen entscheiden über den Wert. Schmuck ist die schönste Teilhabe am Licht der Schöpfung, das er kunstvoll einfängt. In ihm glänzt die Ordnung des Seienden auf, die dem Wort nach «Schmuck» heisst: der Kosmos.

So wie die Menschen, vorab die Frauen, sich mit Schmuck in die Lebendigkeit des Kosmos einfügen, sich mit seinem belebenden Licht und mit seiner Flora und Fauna, mit Blättern, Blüten und Tieren schmücken, so kann umgekehrt die Frau zum Schmuckstück versteinern. In den Gedichten der Renaissance werden die Zähne zu Perlen, die Lippen zu Korallen, die Haut zu Alabaster. Vergoldet erstarrt sie in der späten Romantik – bei Baudelaire oder Moreau – zum Idol, das vergöttert werden will. Nicht

Fallstricke der Propaganda mit Prominenten

Text DANIEL HUG

Prominente als Werbeträger von Uhrenmarken sind völlig austauschbar. Wirkungsvoller sind Persönlichkeiten, die ihre Uhr aus Überzeugung tragen – nicht weil sie dafür bezahlt werden



Die Basler Uhrenmesse ist auch ein Schaulaufen der Stars, die ihre Berühmtheit der Film- oder Sportwelt verdanken. Fast jede Uhrenmarke hat heute ihre Botschafter oder «Friends of the Brand», wie es neudeutsch heisst. Nur weiss heute kaum mehr jemand, wer für welche Marke wirbt. Fliegende Wechsel erschweren die Übersicht: Der junge Roger Federer trug Maurice Lacroix, der reifere bevorzugt Rolex. Top-Stars wie Schauspieler George Clooney verwirren mit ihrer polyvalenten Begabung: Steht Clooney nun für Kapselkaffee oder für eine Luxusuhr? Für

ihn lohnt es sich, beide Rollen zu erfüllen: Pro Vertrag locken mehrere Millionen Dollar, wenn man in der obersten Liga spielt.

Posiert das Model Cara Delevingne mit einem Löwenbaby für TAG Heuer, ist mediale Aufmerksamkeit garantiert – in kürzester Zeit erreicht sie Millionen von Twitter-Followern. Doch wie glaubwürdig ist ein britisches Laufsteg-Model für Schweizer Präzisionsuhren? Aufmerksamkeit verflüchtigt sich schnell, bis zum Kaufentscheid ist es aber ein weiter Weg. Zu rasch wechselt überdies das Identifikationsangebot der Marke: 2014 inszenierte TAG Heuer eine andere Blondine als Botschafterin – die Actress Cameron Diaz.

Besser wirken glaubwürdige Ikonen, die ihre Uhren aus einem einzigen Grund tragen: weil sie von deren Qualitäten überzeugt sind. Paul Newman, der Inbegriff des souveränen Filmstars, der auch als Rennfahrer Mut bewies, war so prägend für ein Rolex-Modell, dass es inoffiziell seinen Namen erhielt. Die Rolex Daytona «Paul Newman» ist heute der heilige Gral unter den Rolex-Uhren, hat den Ruf der Marke

gestärkt und erzielt Spitzenpreise weit über 100 000 Franken. Newman stand aber nie bei Rolex unter Vertrag. Seine erste Daytona hat ihm seine Frau 1972 geschenkt, die Uhr galt damals noch als Ladenhüter.

Auch der Revolutionär Che Guevara trug in Kuba ein Modell mit der Krone: eine Rolex GMT, welche ihm stets eine zweite Zeitzone anzeigte. Die Fotos mit ihm gingen um die Welt und wirken auf einschlägigen Blogs bis heute – auch wenn Rolex nie mit ihm einen Vertrag eingegangen wäre.

Unbewusst Geschichte geschrieben hat Omega: Die Weltraumbehörde Nasa liess 1965 gut ein Dutzend Chronografen testen. Die Ingenieure malträtierten die Uhren mit Stössen, eisiger Kälte und Backofenhitze – die Omega Speedmaster überlebte alles. Darum trug sie Apollo-11-Astronaut Neil Armstrong 1969 auf dem Mond. Der Erfolg dieser Reifeprüfung hält bis heute an – und überdauert den Ruhm jedes Show-Sternchens.

DANIEL HUG ist Leiter des Ressorts Wirtschaft der «NZZ am Sonntag».

WAHGENOMMEN

Zwischen Allüre und Lebenshilfe

Text JOACHIM SCHIRRMACHER Illustration JEAN-MICHEL TIXIER

Wir müssen reden. So geht es nun nicht! Wir Kunden verhalten uns zu «unberechenbar, unlogisch, unvorhersehbar». Wir müssen der Modebranche helfen, sonst kriegen wir bald nichts mehr zum Anziehen. Die Lage ist so prekär, dass sich 16 «Macher der Branche» (nur Männer!) zum Krisengipfel trafen. Mode hat massiv an Anziehungskraft verloren, ihr Anteil am Konsum ist in den letzten Jahren um 30 Prozent gesunken, die Zahl der Läden um 40 Prozent, die Frequenz um 20 Prozent, die Umsätze 2014 um 4 Prozent.

Die Macher sind selber schuld. 50 Prozent der Bevölkerung haben Übergewicht, doch «Schlank wird schlanker». Die Sommerferien enden im September, aber die Daunenjacken hängen im Juni im Laden. Die Generation 50 plus konsumiert über 50 Prozent, aber die Marktforschung hört bei einem Alter von 45, spätestens 66 Jahren auf. Geht's noch?

Die Marken wollen Allüre, die Kunden Lebenshilfe. Die grosse Kunst ist der richtige Mix zwischen Style und Realität. Denn Mode ist erst dann Mode, wenn sie auf der Strasse getragen wird, wie wir von der Modetheoretikerin Ingrid Loschek lernten. Alles andere sind Vorschläge.

Heute weiss die etablierte Kundin, was angesagt ist, übersetzt es für sich und wählt die dezente Variante. Und zwar



in einer grossen Vielzahl an Lebensstilen. Wir Berater sprechen von Wertegruppen wie Elitär-, Trend-, Populär-, Solid-, Banal- oder Non-Design. Da es kaum noch Modediktate gibt, selbst die Farbe der Saison ist längst passé, liegt hier die Zukunft.

Die Macher müssten sich nur ein wenig mit den Kunden auseinandersetzen, statt auf ihre Zahlen zu schauen. Oder bei meiner Kollegin Elke Giese in Berlin anrufen, die sich seit Jahrzehnten auf empirische Modeforschung spezialisiert hat. 40 Frauen zwischen 45 und 70 haben ihr Wohnung, Kleiderschränke und ihre Seele geöffnet.

Mit 50 fühlt man sich heute sicherer, selbstbewusster und zufriedener als mit 30. Also will man sich auch so kleiden. Auch weil man im Beruf und gar nicht selten in der Partnerwahl im Wettbewerb mit Jüngeren steht. Es gibt dabei aber zwei Probleme: fehlende Passformen und Stil-Vorbilder.

Denn auch wenn man schlank ist, die Pfunde verteilen sich im Alter am Körper anders, ob Frau oder Mann. Arme, Beine, Brust, Bauch, Taille und der Hals – alles Problemzonen. Und sagen wir es frei: Ein ergrauter Mann gilt nicht wenigen als sexy. Aber über die Frau ab 50 «gehen die Blicke hinweg». Für eine reife weibliche Attraktivität gibt es keine Vorbilder. Die müssen die Frauen sich jetzt schaffen, jenseits aller Klischees. Ständerätin Karin Keller-Sutter, 51, Pop-Queen Madonna, 56, Schauspielerin Iris Berben, 64, oder die Designerin Iris von Arnim, 70, mögen mit ihrem je ganz eigenen Stil helfen. Neugier am Leben, Beweglichkeit und eine gute Haltung sind das A und O für eine attraktive Ausstrahlung. Es wäre doch schön, wenn diese sich in ebenso attraktive Kleidung hüllen könnte.

JOACHIM SCHIRRMACHER ist als Creative Consultant in den Bereichen Mode und Design tätig. In seiner Arbeit verbindet er Wirtschaft und Design, Forschung und Praxis, Visuelles und Verbales.

Jäger des guten Geschmacks

Text RICHARD KÄGI Illustration CRISPIN FINN

Richard Kägi, Food-Scout bei Globus Delicatessa, sieht seine Arbeit als Berufung. Er nimmt jede Strapaze auf sich, um mit seinen kulinarischen Entdeckungen die Kunden glücklich zu machen – und sich selbst

«Food-Scout für Globus Delicatessa? So ein Schoggi-Job, ein Traum-Job!», das höre ich oft. Tatsächlich, Schokolade wird bei uns degustiert. Das ist unerlässlich, um die kleinen, feinen Unterschiede herauszuschmecken. Und Traumjob nennt wohl jeder eine Arbeit, deren Motor die Leidenschaft ist. Mein Auftrag ist klar definiert: Kulinarische Köstlichkeiten aufspüren. Ich bin sozusagen ein menschliches Trüffelschwein. Nur habe ich es besser, da ich nicht nur Trüffeln, sondern weitere Produkte entdecken darf. Und: Das Schwein riecht nur an der Trüffel. Ich kann, muss reinbeissen.

Hinter dieser Berufung steckt eine lebenslange Leidenschaft. Kaum verdiente ich mein eigenes Geld, investierte ich jeden überzähligen Franken in Restaurantbesuche und Weine, machte Jagd auf Exklusives, Teures, egal ob es schwamm, flog oder lief. Ich dinierte in Gourmettempeln. Kochte mich durch Wälzer von Bocuse bis Casty. Briet Gänseleber, sautierte Froschschenkel, erschnorrte Kaviar. Flirtete

die Denner-Kassierererin schwindlig, sie verriet mir dafür Ankunft und Angebot der jeweils neuen Bordeaux-Jahrgänge.

Keine Strapaze ist für mich zu gross, um das Besondere, das Spezielle aufzuspüren. Die beste Vanille finden und verstehen, wieso gerade diese die beste ist? Das heisst stundenlange Märsche durch den Dschungel Madagaskars. Eine der letzten artesischen Reisblätter-Produktionen in Vietnam sehen? Das geht nicht ohne eine Tagesfahrt im Monsunregen den Mekong River hinauf. Ich schwitze in indischen Küchen, backe Süsses mit apulischen Hausfrauen und scheuiche Schwarzfussschweine durch die Steineichenwälder Andalusiens.

Kulinarische Literatur ist unerlässlich sowie der Austausch mit Köchen, Berufskollegen, Food-Journalisten und Gastrokritikern. Der Lohn ist die Zufriedenheit unserer Kunden, unter anderem. Denn schufteten ohne Not liegt mir nicht. In meiner Seele hat sich nichts Protestantisches eingenistet.



Guter Geschmack ist nicht angeboren, geschenkt kriegt man ihn schon gar nicht. Hinter ihm steckt harte Arbeit, ein Leben lang; man muss probieren, degustieren, seinem Geschmack vertrauen lernen. Doch wer die Spur des Guten gefunden hat, weicht nie mehr von ihr ab. Ist das Leben zu kurz, um schlechten Wein zu trinken, gilt dies für schlechtes Essen noch mehr.

RICHARD KÄGI ist Food-Scout bei Globus. Auf der Suche nach dem wahrhaft Guten reist er für die Delicatessa um die ganze Welt. Adressen und Rezepte mit Fokus Brot über richard.kaegi@globus.ch

AUS DEM AUGENWINKEL

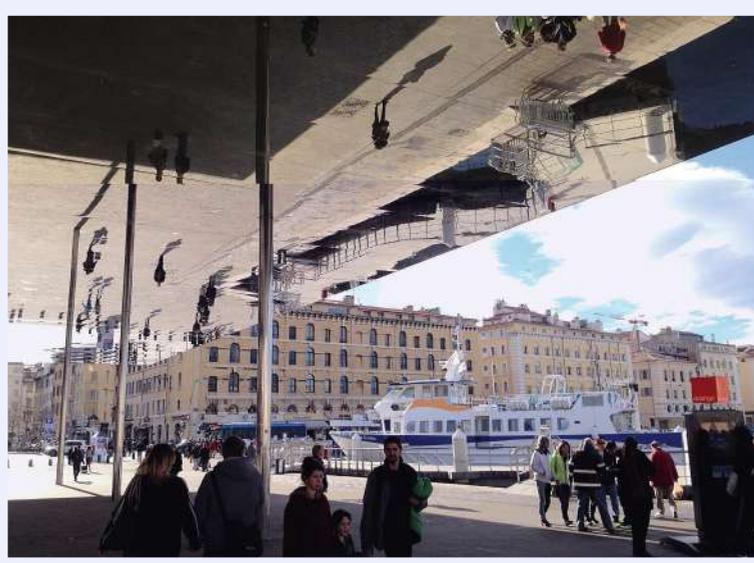
Südfranzösische Alchemie

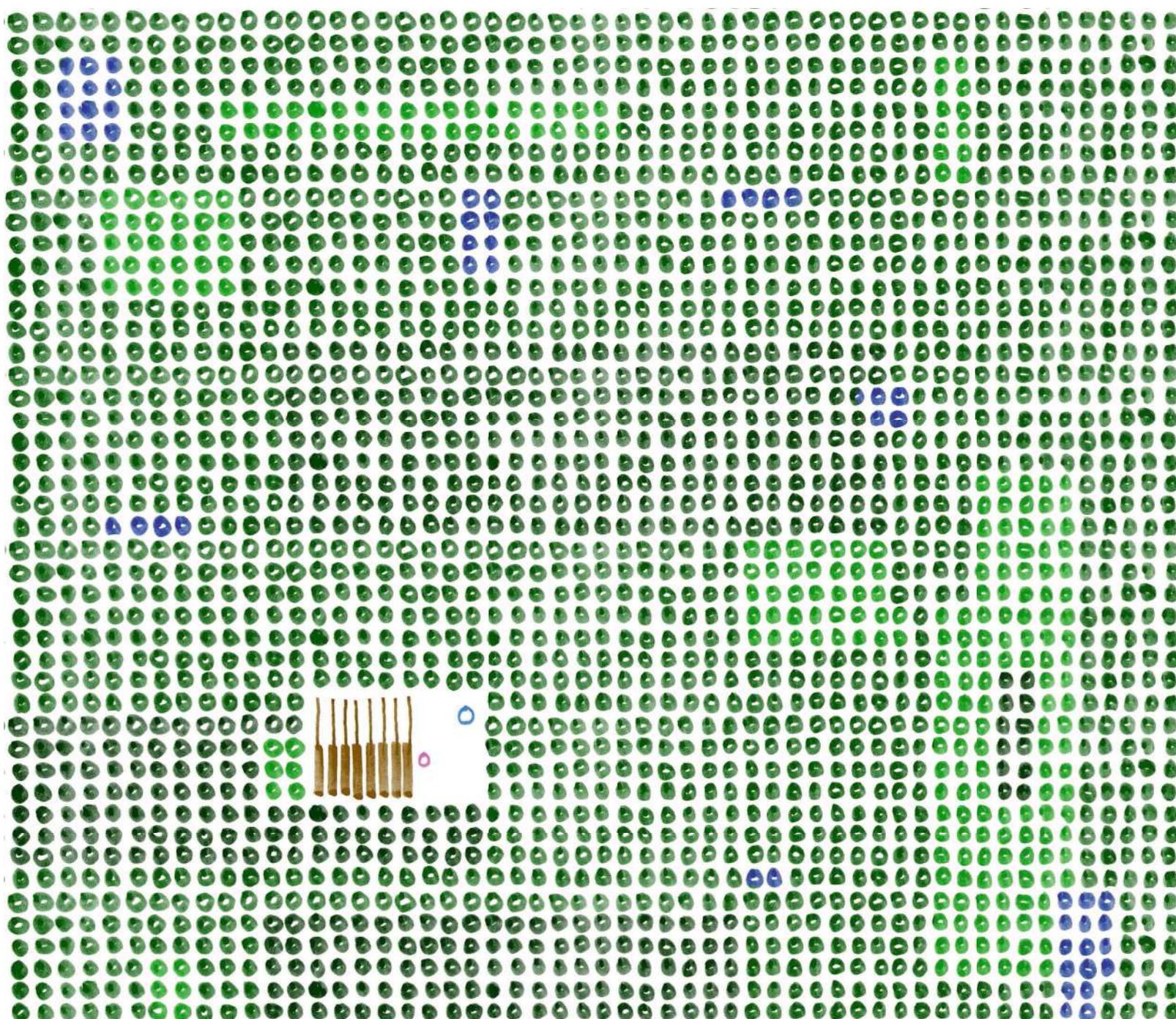
Text und Fotografie BICE CURIGER, PRO LITTERIS

BICE CURIGER ist künstlerische Direktorin der Fondation Vincent van Gogh Arles und Chefredaktorin der Kunstpublikation «Parkett». Zuvor war sie während 20 Jahren Kuratorin am Kunsthaus Zürich.

Wie oben so unten, wie unten so oben,
Was klein ist, wird gross, was
gross ist, wird klein.

Anschaulich gemacht durch die Spirale "Maman" von Louise Bourgeois im Skulpturenpark des Château la Coste, eines Trio-Weingutes in der Nähe von Aix-en-Provence, sowie durch das Schattendach am alten Hafen von Marseille des Architekten Norman Foster. Dieser holte sich seine Inspiration wohl beim Künstler Olafur Eliasson, der 2003 die Decke der Turbine Hall in der Tate Modern verspiegelt hat.





Aus dem Dickicht

Text und Illustration ALFREDO HÄBERLI

Design ist heute fast alles. Und die Mücken sind Bestandteil des Erlebnisses

«Don't let yourself be blinded by the shine of design.» Das habe ich vor langer Zeit auf den Entwurf einer Mütze für die Automarke Mini geschrieben. Heute ist der Satz wahrer denn je, vom Nail-Design über Body-Design zum Hair-Design bis hin zu Design & Design, mit Design lässt sich fast alles anschreiben und vieles verkaufen: Messen, Ausstellungen, Wettbewerbe, Zeitschriften, Blogs und Hotels. Die neuste Entwicklung in unserem Design-Wahn ist die designte Reise, massgeschneidert für das Ich: Wir zahlen teure Flugtickets, die uns um die Welt fliegen lassen, zurück zur Natur und zu uns. Es gibt da kein WLAN, kein Netz, kein TV und kein Radio, das Bett ist hart, die Hütte mit Strohdach überdeckt, nachts brennt bloss

eine Kerze. Die Früchte sind ausgezeichnet, die Zeit ist unendlich lang, und die Mücken sind Bestandteil des Erlebnisses.

Alles steht still. Da sind nur die bis dahin unerhörten Geräusche der Natur, die Vögel, die lärmern, und die Tiere im Wald. An solchen Orten liegen die Nerven der Ehe schon nach kurzer Zeit blank – aber das scheint sich so zu gehören für diese Art von Design-Ferien.

ALFREDO HÄBERLI gilt als der international erfolgreichste Schweizer Designer der Gegenwart. 2014 ehrte ihn das Bundesamt für Kultur mit dem Schweizer Grand Prix Design. Fürs Magazin «Z» setzt er sich illustrativ mit den modernen Seiten des Seins auseinander.



VON LINKS, IM UHRZEIGERSINN «Tycho Brahe Limited Edition», 42 mm, Automatik, Pointer-Moon-Anzeige zum Ablesen der Mondphase über einen 29,5-Tage-Zyklus, Gehäuse aus Edelstahl (2200 FR.) **ORIS**, «Radiomir 1940 Equation of Time 8 Days Acciaio», 48 mm, Handaufzug, Datum, Monat, Zeitgleichung «Equation of Time», polierter Stahl (18800 FR.) **PANERAI**, «L. U. C Lunar Big Date», 42 mm, Automatik, orbitale Mondphase bei 7 Uhr, weicht vom tatsächlichen Mondzyklus in 122 Jahren nur einen Tag ab, Weissgold (28200 FR.) **CHOPARD**





OBEN, VON LINKS NACH RECHTS «World Time Moon Ref 5575G-001», 39,8 mm, Automatik mit max. 48 Stunden Gangreserve, Anzeige von 24 Zeitzonen, Tag/Nacht-Anzeige, Mondphasen, Weissgold, limitiert auf 1300 Exemplare (46 000 FR.) **PATEK PHILIPPE**, «Master Calendar», 39 mm, Automatik-Manufakturwerk mit 43 Stunden Gangreserve, Stunde, Minute, Sekunde, Wochentag, Datum, Monat, Mondphasen, Rotgold, Zifferblatt aus Meteorit (24 200 FR.) **JAEGER-LE COULTRE**, LINKE SEITE, VON OBEN NACH UNTEN «Reine de Naples Gold Thread», 36,5×28,45 mm, Automatik mit kleiner Sekunde, Gangreserve- und Mondphasenanzeige, Weissgold mit Perlmutt und Diamantenbesatz (70 000 FR.) **BREGUET**, «Vintage 1945 XXL Large Date and Moon Phases», 36,1×35,25 mm, Automatik, Stunde, Minute, kleine Sekunde, Grossdatum, Mondphase, Edelstahl (15 900 FR.) **GIRARD PERREGAUX**, «J12 Flying Tourbillon», 38 mm, Handaufzug mit 40 Stunden Gangreserve, Stunde, Minute, fliegendes Tourbillon, kratzfeste Keramik und Weissgold, mit Brillantenbesatz, auf 50 Stück limitiert (PREIS AUF ANFRAGE) **CHANEL**



OBEN, VON LINKS NACH RECHTS «Datograph Perpetual», 41 mm, Manufakturkaliber mit Handaufzug, 36 Stunden Gangreserve, Tachymeterskala, ewiger Kalender, Datum, Mondphase, Schaltjahr, Tag/Nacht-Anzeige, Weissgold (130 500 FR.) **A. LANGE & SÖHNE**, «Speedmaster Moonwatch Co-Axial Chronograph Grey Side of the Moon», 44,25 mm, Automatik-Chronografenwerk, 60 Stunden Gangreserve, Keramik (11 300 FR.) **OMEGA**, «Harmony Dual Time», 40×49,3 mm, Automatik, Anzeige zweite Zeitzone, Tag/Nacht-Indikation, Weiss-/Roségold, 88 Diamanten auf Lünette (49 500 FR.) **VACHERON CONSTANTIN**
 RECHTE SEITE, UNTEN «Cellini Dual Time», 39 mm, Automatik mit rund 48 Stunden Gangreserve, COSC-zertifizierter Chronometer, zweite Zeitzone mit Tag/Nacht-Anzeige auf 6 Uhr, Weissgold (14 500 FR.) **ROLEX**



Astrologische Referenzen in der Uhrmacherei

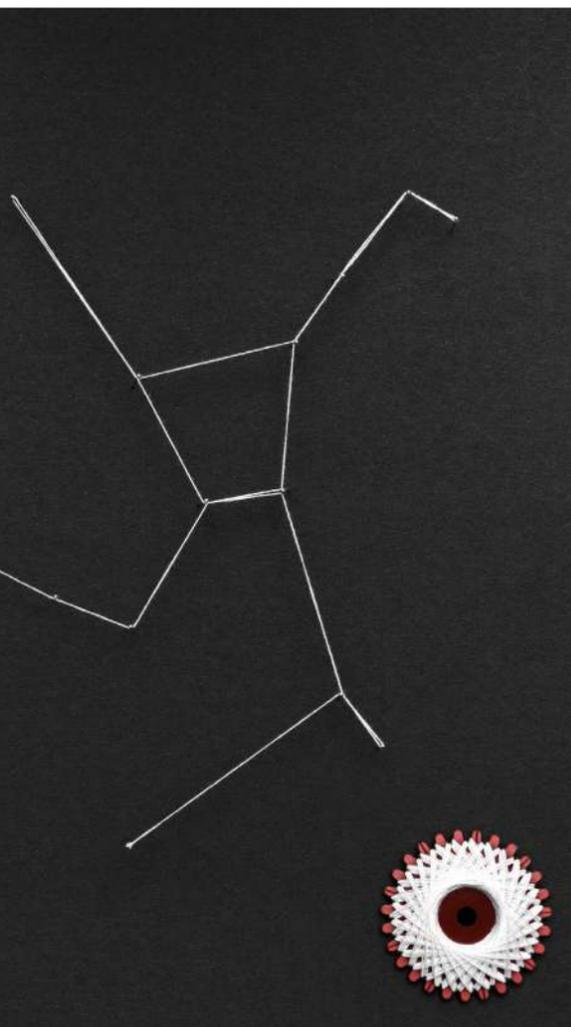
Mondphasenanzeige: Nach rund 29,5 Tagen hat der Mond seinen Zyklus durchlaufen, er verändert sich aus unserer Sicht vom Vollmond zum Halbmond, zur Sichel, zum Neumond und wieder zurück zum Vollmond. Uhren stellen diesen natürlichen Kreislauf unterschiedlich kompliziert dar. Beliebt ist eine kleine Aussparung am Zifferblatt, unter der sich eine Scheibe dreht. Aber auch über einen zusätzlichen langen Zeiger, der auf die jeweilige Phase hinweist, welche am Aussenring des Zifferblatts abgebildet ist, lässt sich eine Mondphase ablesen. Bei manchen Uhren ist das Zifferblatt teilweise durchbrochen, darunter wechselt der Mond, auf einer Scheibe rotierend, sein Gesicht.

Tag/Nacht-Anzeige: An einer 12-Stundenanzeige lässt sich nicht ablesen, ob es 12 Uhr mittags oder Mitternacht ist. Die Tag-Nacht-Anzeige ermöglicht diese Unterscheidung.

Ewiger Kalender: Eine der drei grossen Komplikationen. Er gibt das richtige Datum fortwährend an, berücksichtigt also auch verschiedene Monatslängen sowie Schaltjahre.

GMT: Die zweite Zeitzone ist für Reisende eine nützliche Komplikation. Die GMT-Uhr zeigt die Lokalzeit sowie die Zeit am Zielort an. Wichtig ist eine integrierte 24-Stunden-Referenz, erst so weiss der Träger, ob es daheim oder in der Ferne Tag oder Nacht ist. GMT steht für Greenwich Mean Time, die mittlere Sonnenzeit am Nullmeridian. **Florian Zobl**

LINKS «Heritage Spirit Orbis Terrarum», 41 mm, Automatik, 24 Zeitzonen, sich drehende 24-Stunden-Scheibe mit Tag/Nacht-Anzeige, Saphirglaszifferblatt, Weltzeitdrücker bei 8 Uhr, Edelstahl (5700 FR.) **MONTBLANC**, «Portugieser Perpetual Calendar», 44,2 mm, Automatik mit 7 Tagen Gangreserve, ewiger Kalender, ewige Mondphase für beide Hemisphären, Schwungmasse aus Rotgold, Gehäuse aus Weissgold (42000 FR.) **IWC**



Cassina



Classic Original

Le Corbusier G. Jeanneret C. Perriand
LC2 designed by Le Corbusier, P. Jeanneret und C. Perriand

Seit 50 Jahren unerreich

Die Ikone der Moderne. Die LC Kollektion seit 1965 exklusiv bei Cassina.
Von vielen imitiert, aber das Original bleibt unerreich.

Innovativ für eine nachhaltige Zukunft

Vegetabil gegerbtes Leder, Waterborn-Stoff, dreiwertiges Chrom (CR3), Zertifizierung nach
Greenguard und ISO14001: Weil die großen Klassiker mit der Zeit immer besser werden.

Empfohlener Verkaufspreis in Ausführung "X" in D/CH/AU 3.845 Euro (exkl. MwSt.)

Serifos

Text **RENATE V. SCHEIPER** Foto **PHILIPPE MICHEL / PRISMA**



SCHON VOR 4000 JAHREN WAR DIE KYKLADENINSEL BEWOHNT. DOCH DER MASSENTOURIST HAT SIE BIS HEUTE NICHT ENTDECKT. ZUM GLÜCK FÜR ALLE, DIE AUTHENTIZITÄT SUCHEN

Wie ein kostbares Juwel mit türkisfarbener Fassung schwimmt die nur knapp 75 Quadratkilometer grosse Insel Serifos im Wasser. Kiesel- oder Sandbuchten mit flachen Stränden säumen das fast kreisrunde Eiland, und die kubischen weissen Häuser schmiegen sich Schulter an Schulter, vom kleinen Hafen Livadi bis hinauf zum Ort Chora. Förmlich übersät ist die karge, aber quellenreiche Felseninsel mit kleinen Kirchen und Kapellen – 365 sollen es sein, für jeden Tag eine.

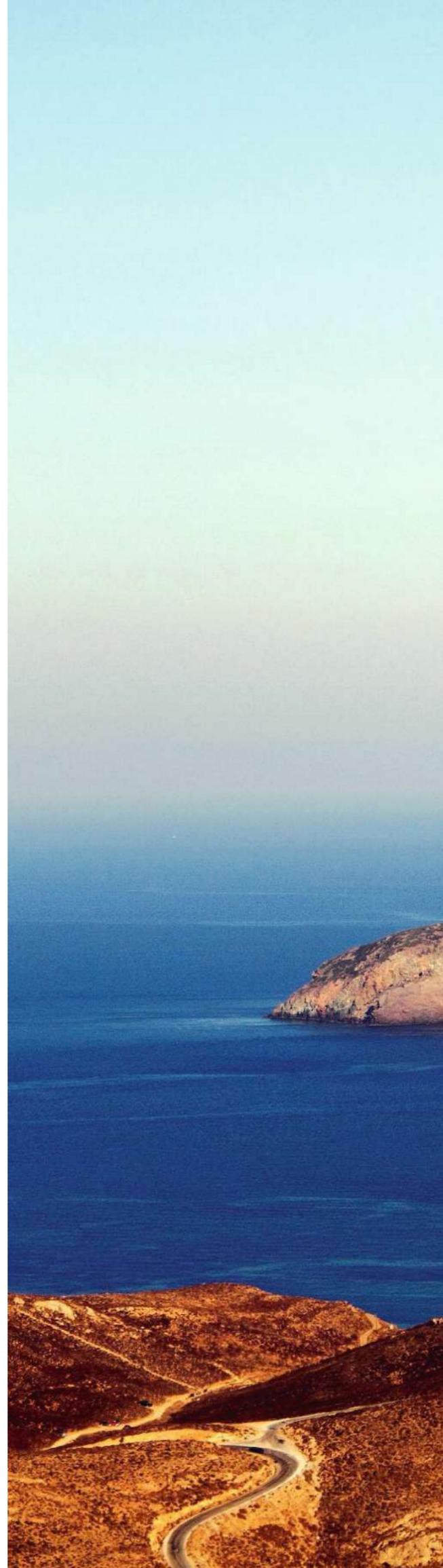
Beschaulich ist das Leben auf der Kykladeninsel und ruhig. Es spielt sich hauptsächlich im hübschen Hafentort Livadi ab. Und trotz Bars und Diskotheken besteht das Nachtleben vorab aus gemütlichem Zusammensitzen in einer Taverne. Zwischen kleinen Hotels und Pensionen finden sich auf Serifos nämlich noch typische *kafenias* und Tavernen, die den Gast traditionell mit klarem Quellwasser zum *kafedaki* und mit *mezedes* zum Ouzo bewirten.

Herzliche Gastfreundschaft findet man auch in den Dörfchen, in denen sich der gesellige Alltag der Einheimischen auf der *plateia* unter schattigen Bäumen abspielt. Nicht selten wird man nach einem fröhlichen «Kalimera!» («Guten Tag!») spontan zu einem Ouzo eingeladen, was man nicht ablehnen sollte. Glücklicherweise der Gast, der zum griechischen Osterfest (in diesem Jahr eine Woche nach dem unseren) auf Serifos weilt, wenn der Duft nach grilliertem Lamm die Insel umhüllt wie ein seltenes Parfum.

Nicht nur für den Geniesser von Authentizität und Einfachheit ist die Insel eine Reise wert, auch den Flaneur und Wanderer

wird sie nicht enttäuschen. Der Duft von Salbei, Kamille, Thymian und Wacholderbüschen begleitet ihn auf Schritt und Tritt, und die roten Mohnblumen oder Margeriten, die sich im Frühjahr wie ein grosser Teppich über die Insel legen, sind eine Augenweide. Wer die Mühe auf sich nimmt, um auf den mit 580 Metern höchsten «Berg», den Tourlos, zu kraxeln oder mindestens zum Taxiarchis-Kloster bei Galini hochzusteigen, wird mit einem göttlichen Ausblick belohnt. Apropos göttlich: Gemäss der griechischen Mythologie ist Serifos so felsig, weil der tapfere Jüngling Perseus den aufdringlichen Liebhaber seiner Mutter zu Stein erstarren liess. Aber das ist eine lange und komplizierte Geschichte, so wie die bewegte Vergangenheit der Insel, in welcher der Bergbau eine zentrale Rolle gespielt hat. Am besten lässt diese sich im archäologischen Museum erkunden, das sich den Ausgrabungen auf der Insel widmet.

INFORMATION	
Nächste Flughäfen MILOS UND PAROS	MEZ 0
Staat GRIECHENLAND	Grösse 75 KM²
Beste Reisezeit APRIL–OKTOBER	Einwohner 1420
Längengrad 37° 16' 08" N	Breitengrad 24° 48' 58" 0
Sprache GRIECHISCH	Vorwahl +30



Die ersten Bewohner von Serifos waren laut der mythologischen Überlieferung die Zyklopen, die hohe Mauern über die Insel zogen. Die Geschichtsforschung weiss, dass die Kreter schon Tausende Jahre vor unserer Zeitrechnung die Insel entdeckten und Kupfervorräte ausbeuteten.



Auf Serifos teilen sich 15 Dörfer und Weiler 17 Strände. Kirchen und Kapellen soll es für jeden Tag eine geben. Am erstaunlichsten ist jedoch, dass die kleine Insel zwei Museen beherbergt, ein archäologisches, das sich den dortigen Ausgrabungen widmet, und ein ethnografisches.



Thomas Sabo

FINE JEWELLERY

*925 Sterling Silver, 18 Karat Gold und schwarze Diamanten.
Exklusiv erhältlich in unseren Flagship Stores – London · Zürich · Frankfurt · Stuttgart · Wien*

WWW.THOMASSABO.COM/FINEJEWELLERY

Im Zukunftslabor

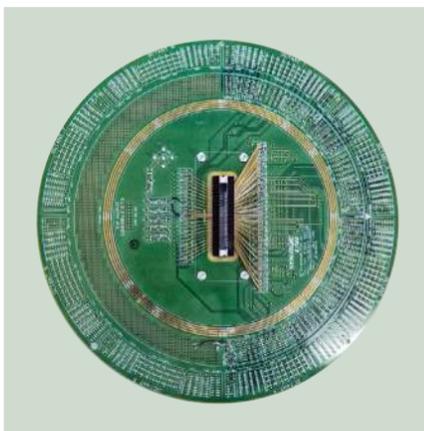
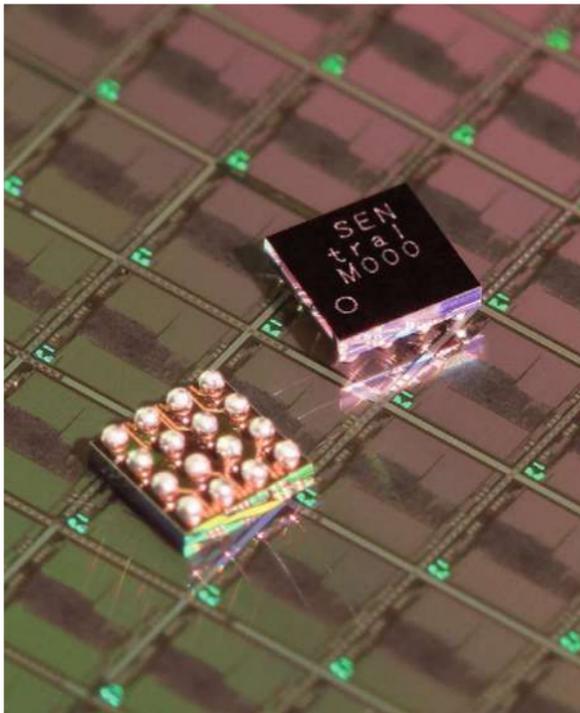
Bestückt mit Sensoren und Prozessoren werden intelligente elektronische Armbanduhren zur Konkurrenz für traditionelle Zeitmesser. Dies zwingt die Uhrenbranche zu Innovationen. Eine kaum bekannte Schweizer Firma mischt ganz vorne mit

TEXT DANIEL HUG FOTOS MARCO ZANONI, PD ILLUSTRATION GIULIO MIGLIETTA

RECHTS Ein Mitarbeiter von EM Marin lädt unter Reinraum-Bedingungen Halbleiterscheiben in einen Diffusionsofen.

UNTEN Sensoren-Interface-Chips, kleiner als ein Streichholzkopf.

GANZ UNTEN Ein Kontrollinstrument für die bei EM Marin hergestellten Chips.



Wenn Medien die Schweizer Uhrenbranche in Bildern zeigen, sind oft beschauliche Ateliers zu sehen, in denen gewissenhafte Uhrmacher an hohen Tischen mit der Lupe winzige Teile zu Uhrwerken zusammenfügen. Diese Fotos atmen den Geist der Vergangenheit, der Arbeitswelt im frühen 20. Jahrhundert.

Wer an die Rue des Sors 3 im Neuenburger Vorort Marin fährt, entdeckt eine ganz andere Welt. In einem unauffälligen viergeschossigen Zweckbau mit grau-weißer Fassade logiert die Firma EM Microelectronic. Sie ist den meisten Leuten kein Begriff, obwohl diese häufig ihre Produkte nutzen, ohne dass sie es wissen: Das Unternehmen, das zum Uhrenkonzern Swatch Group gehört, baut viele der winzigen Helfer, die uns den Alltag erleichtern. Vom Wecker frühmorgens über die elektrische Zahnbürste bis zur Kreditkarte, von der Armbanduhr über die Fernbedienung des Auto-Türschlosses bis zum Hörgerät und zur drahtlosen Maus von Logitech, von Mobiltelefonen bis zu elektronischen Fitness-Armbändern. «Unsere Produkte findet man fast überall», sagt Michel Willemin, Chef von EM Marin. War der 1975 gegründete Betrieb einst

auf die Herstellung von Bauteilen für Quarzuhren ausgerichtet, werden heute in Marin vor allem die winzigen elektronischen Schaltkreise (IC) hergestellt, welche sich in allen Computern und elektronischen Geräten finden. 90 Prozent des Umsatzes erzielt EM Marin mit Kunden ausserhalb der Uhrenindustrie. «In allen modernen Smartphones finden Sie unsere IC und Sensoren, die zum Beispiel den Luftdruck messen», erläutert Willemin. Laut unbestätigten, aber vertrauenswürdigen Informationen ist selbst die neuste Generation des iPhone mit einem Bauteil aus Marin ausgerüstet. Es misst die Höhenunterschiede und ermöglicht so die Treppensteigen-Anzeige.

Die Ingenieure haben sich auf Komponenten spezialisiert, die nur kleinste Mengen an Energie benötigen. Willemin rechnet in Nanowatt: Das entspricht einem Millionstel der Leistung eines Wassertropfens im Fall, erklärt der Physiker und Elektroingenieur. Neben den IC stellt EM Marin auch berührungsempfindliche Bildschirme, biegbare LC-Displays und Sensorschnittstellen her. Die Aufträge beschäftigen in Marin rund 350 Mitarbeiter aus 33 Ländern. Weitere 250 Angestellte stehen in Colorado Springs (USA), Prag und Bangkok auf der Lohnliste. Sie erzielen jährlich rund 300 Millionen Franken Umsatz, Tendenz steigend. «Wir haben die Smartwatch-Welle schon lange vorweggenommen», erklärt Willemin.

Erste Erfahrungen haben seine Leute mit der Herstellung der Kernkomponenten von elektronischen Fitness-Armbändern wie jenen von Garmin gesammelt. Jetzt profitiert Swatch vom Schweizer Silicon-Valley-Betrieb bei der Herstellung ihrer ersten Fitness-Smartwatch. Spezielle Modelle für Freerider, Surfer oder Köche (Kalorienmessung) werden bald folgen.

In Marin arbeitet man an der Zukunft. «Wir geniessen komplette Freiheit in der Entwicklung und haben viele Ideen in der Pipeline, die auf ihre Realisierung warten», betont Willemin. «Unser Ziel ist stets, die Dinge anders als die Konkurrenz zu machen.» Seine Leute haben Sensoren zur Pulsmessung ohne lästigen

«Wir von EM Marin haben die Smartwatch-Welle schon lange vorweggenommen.»



1: Konnektivität im Armband: Montblanc «Timewalker E-Strap». 2: Kooperation mit US-Firma Fullpower: Frédérique Constant «New Horological Smartwatch». 3: Die Pebble «Time» hält

sieben Tage ohne Nachladen durch. 4: Mondaine nutzt dieselbe Technik wie Frédérique Constant. 5: Motorola/Lenovo: Die «Moto 360» operiert mit dem Betriebssystem Android.



6: Eigenständig: Swatch «Touch Zero One» – weitere Modellvarianten sollen bald folgen. 7: Samsung «Gear S»: Mitteilungen können über die Mini-Freisprechanlage diktiert werden. 8: Über eine App des iPhone lässt sich die Breitling «B55 Connected» leichter bedienen.

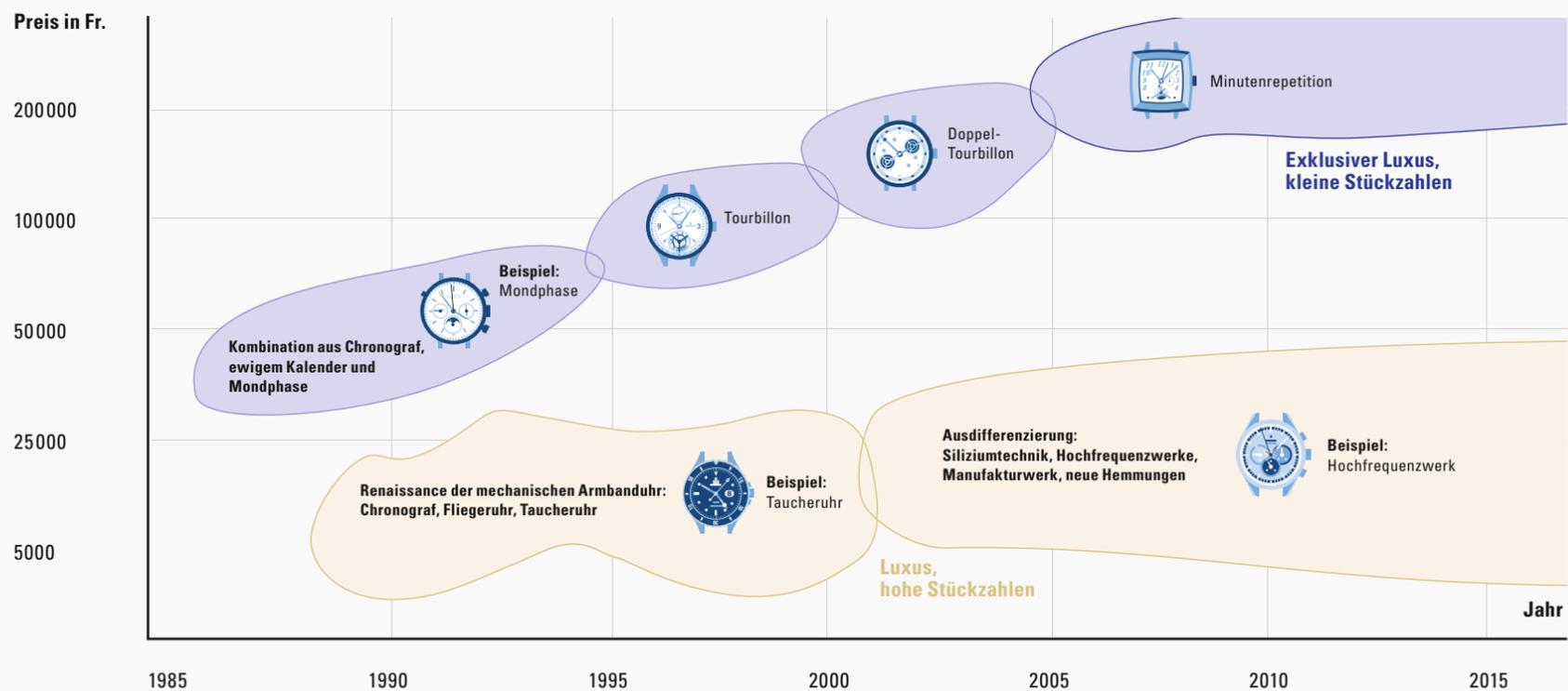
Brustgurt entwickelt, doch zuerst muss noch ihre Zuverlässigkeit verbessert werden. Künstliche Nasen (Geruchssensoren) können die Luftqualität messen. Sensoren für Luftdruck, Beschleunigung, Feuchtigkeit, Magnetfelder und Gyroskope (für die Messung von Drehbewegungen) zählen nun bereits zum Standard. Und da die Kosten der Sensoren in den letzten Jahren stark gefallen sind (zum Teil unter 1 Franken), werden sie auch immer häufiger eingesetzt. Hochauflösende Farb-Displays, die mit sehr wenig Energie auskommen, sind im Labor schon Realität: Der Bildschirm schaltet sich nur bei Bedarf ein, sonst kreisen analoge

Zeiger über den Bildschirm, der ausgeschaltet ein normales Zifferblatt darstellt. Mit neuartigen Batterien, die bei gleicher Grösse über eine doppelte Kapazität verfügen (eine Erfindung der Konzerntochter Belenos), wird es in etwa drei Jahren möglich sein, dass selbst Uhren mit Farbbildschirm wochenlang durchhalten werden.

Die findigen Köpfe in Marin tüfteln auch am Einsatz der NFC-Technik (Near Field Communication). «Die Uhr wird damit zu einem Schlüssel, der den Zugang zu Türen, massgeschneiderten Angeboten und Informationen öffnet. Und sie wird ein ganzes Bündel von Sensoren nutzen», erläutert Willemin. Vorerst wird Swatch aber die NFC-Technik einsetzen, um das bargeldlose Zahlen zu ermöglichen.

Die Produktionsweise in Marin erinnert an die Computerbranche: Auf Silizium-Scheiben von 20 Zentimeter Durchmesser werden Schicht für Schicht die mikroskopisch kleinen Schaltkreise von Hunderttausenden von IC aufgetragen. Die kleinste Transistor-Dimension misst nur 0,18 Mikrometer, also weniger als ein Tausendstel eines Millimeters. «In der Schweiz haben wir keine Konkurrenz», sagt Willemin. Er will mit der Produktion im Land bleiben, weil man so viel flexibler agieren könne und wert-

Entwicklungstendenzen bei mechanischen Swiss-made-Uhren



Es ist eine eindruckliche Erfolgsgeschichte, welche die Schweizer Uhrenindustrie in den letzten Jahren geschrieben hat. Nach dem tiefen Einbruch in den 1970er Jahren, verursacht durch die billigen Quarzuhren aus Asien, haben sich die Uhrenhersteller wieder aufgerappelt – und die Swiss-made-Uhr neu positioniert: als edles mechanisches Schmuckstück, das Prestige und Status ausdrückt. Die Renaissance der Mechanik erfolgte etwa Ende der 1980er Jahre, zuerst nur zaghaft in Nischen.

Später verfolgten mehr und mehr Uhrenfirmen das Modell der Luxusmechanik, den Weg hatten Marken wie Patek Phil-

ippe, Rolex, Blancpain oder IWC gespurt. Es hat sich gelohnt: Die Ausfuhr mechanischer Uhren vervierfachte sich seit dem Jahr 2000 – von 4,4 auf 16,6 Milliarden Franken im letzten Jahr. Am stärksten war der Zuwachs bei teuren Uhren mit Preisen oberhalb von 8000 Franken. Mit dem Einsatz von viel Marketing gelang es der Branche, die mechanische Swiss-made-Uhr als festen Wert zu verankern.

Ausgesprochen begehrt sind Schweizer Zeitmesser in asiatischen Ländern. Allein nach Hongkong, China und Singapur sind im Jahr 2014 Swiss-made-Uhren im Wert von 6,6 Milliarden Franken exportiert worden,

das sind mehr als dreimal so viele wie noch 2000.

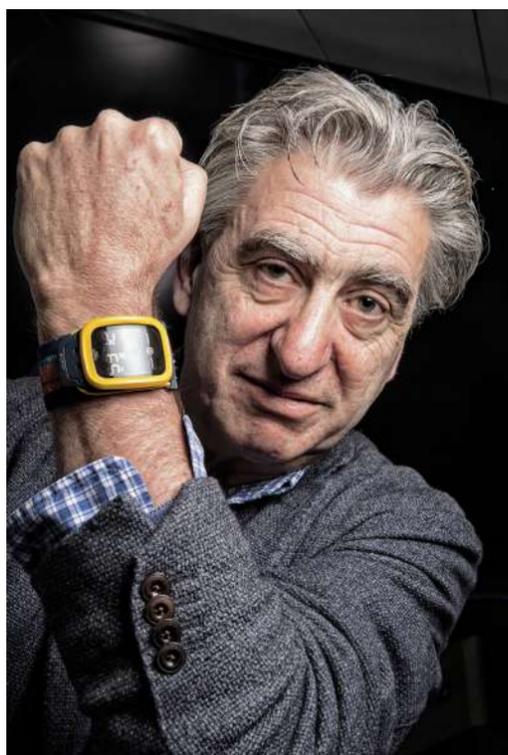
Am Anfang der mechanischen Renaissance standen Chronografen, Taucher- und Pilotenuhren. Als tonangebend erwiesen sich Rolex und Omega, die mehrere hunderttausend Uhren pro Jahr herstellen, sowie der Uhrwerkhersteller Eta (Swatch Group). Auch Zenith hielt an den mechanischen Tickern fest. In den 1990er Jahren zahlte man etwa 1500 bis 5000 Franken für solche Uhren mit Stahlgehäuse. Gleichzeitig profilierten sich Haute-Horlogerie-Marken wie Patek Philippe, Audemars Piguet und Vacheron Constantin mit viel teureren,

ausgesuchten Komplikationen, mit denen sie sich an begüterte Sammler richteten.

Die eigentliche Präzision der mechanischen Uhr verbesserten in den letzten Jahren vor allem Omega (neuartige Regulierung, Einsatz von Silizium, amagnetische Werke), Breguet (Hochfrequenzwerk) und jüngst Rolex (Halbierung der Gangabweichung der bisherigen Chronometer).

Die Rolle als langlebiges Prestige- und Statussymbol wird auch in den nächsten Jahren den mechanischen Schweizer Uhren vorbehalten sein. Die kurzlebigen Smartwatches sind da kaum eine ernstzunehmende Konkurrenz. **Daniel Hug**

RECHTS Nick Hayek, CEO der Swatch Group, stellte kurz vor der «Baselworld» 2015 das Modell Swatch «Touch Zero One» vor.



volles Produktionswissen gewinne. Weil die Volumen in der Uhrenindustrie oft klein sind, arbeitet EM Marin in gewissen Gebieten eng mit ABB und einem Unternehmen in Taiwan zusammen.

Das Modell der Swatch Group, die auf eine eigene industrielle Basis in der Elektronik zurückgreifen kann, ist in der Schweiz einzigartig. Konkurrenten wie Frédérique Constant, Mondaine oder TAG Heuer kaufen die Technologie für ihre Smartwatches ein. Dabei laufen sie stets Gefahr, dass die gleichen Konzepte auch von Konkurrenten verwendet werden.

An der Basler Uhrenmesse hat Jean-Claude Biver für TAG Heuer am 19. März seine «wichtigste Ankündigung gemacht». Es handelte sich aber lediglich um die Bekanntgabe zweier neuer Partner (Google und Intel), mit denen TAG Heuer bis gegen Ende Jahr eine erste Smartwatch entwickeln will. Doch Google für die Software (Android Wear) und Intel für die Hardware stehen auch schon beim US-Uhrenkonzern Fossil im Einsatz, und zwar bereits seit letztem September. Für das Weihnachtsgeschäft will man unter der eigenen Marke Fossil sowie mit den Modemarken Emporio Armani und Michael Kors erste *connected accessories* in den Verkauf bringen. «Der Markt steht noch ganz am Anfang der



**Montblanc-CEO
Jérôme Lambert**

Mit dem «E-Strap» präsentierte Montblanc als einzige Marke des Richemont-Konzerns eine mechanische Uhr, die «Timewalker» mit Elektronik-Ergänzung.

Wie will Montblanc, bekannt für Schreibgeräte, den Sprung in die digitale Welt schaffen?

JL Beim Schreiben ist die Funktionalität des Geräts direkter und unersetzbar. Bei den Uhren ist das anders. Will man nur die Zeit ablesen oder will man weitere Funktionen? Bei der Uhr als Accessoire geht es um Schönheit und Persönlichkeit. Kann die Smartwatch zum Luxusprodukt werden? Nein. Kann man eine Luxusuhr mit neuen Funktionen ergänzen? Ja.

Elektronik direkt im Uhrgehäuse ist für Sie kein Thema?

JL Smartwatches wie bei Apple oder Samsung kann man nicht besser machen. Wir sprechen da von reinen Technologieunternehmen, die mehr Ingenieure haben als unsere gesamte Branche. Die Uhrenindustrie muss eigene Ansätze finden, sie kann nicht einfach die Produkte der Computerfirmen kopieren. Das E-Strap, ein multimediales Armband, ist unsere Antwort.

Wie lange dauerte es von der Idee bis zum Produkt?

JL Die erste Idee kam vor zwei Jahren auf, als ich noch bei Jaeger-Le Coultre war. Dort hatten wir die «AMVOX2 DBS Transponder» gemacht, bei der man per Druck auf das Saphirglas die Türen seines Sportwagens öffnen kann. Und das Thema ist weiter relevant. Ich mache viel Sport, laufe Marathon mit einer GPS-Uhr von Garmin, gehe Bergsteigen. Der Akku einer elektronischen Uhr verabschiedet sich nach sechs Stunden. Eine gute Bergtour dauert länger. Man braucht mehrere Geräte. Hier lernt man, was es heisst, zu ergänzen.

Wie lange hält denn der Akku des E-Strap?

JL Fünf Tage. Es gibt kein GPS, der Strombedarf ist gering, da das Gerät via Bluetooth läuft. Die grosse Challenge wird später sein, mit GPS und mit dem Telefon integrierte Funktionen anzubieten. Aber wir denken eher an eine Spezialisierung des E-Strap als an eine Uhr, die alles kann.

Wie hoch sind Ihre Verkaufserwartungen?

JL Ab Juni wird verkauft. Zurzeit haben wir das E-Strap nur mit dem Modell «Timewalker» präsentiert. Aber man bekommt das Band auch separat, es funktioniert ebenso mit vielen anderen Uhren. Unser Ziel sind über 10 000 verkaufte Exemplare.

Befürchten Sie, dass sich aufgrund der Smartwatches etwas wie eine Quarz-Krise wiederholen könnte?

JL Nein, die Branche ist eher neugierig, wie sich das Ganze entwickelt. Aber es kommt auch auf das Segment an – Neugierde oder Angst sehen zwischen 500, 1000 und 10 000 Franken unterschiedlich aus.

Interview: Florian Zobl

Nach unbestätigten, aber vertrauenswürdigen Informationen ist selbst die neuste Generation des iPhone mit einem Bauteil aus Marin ausgerüstet.

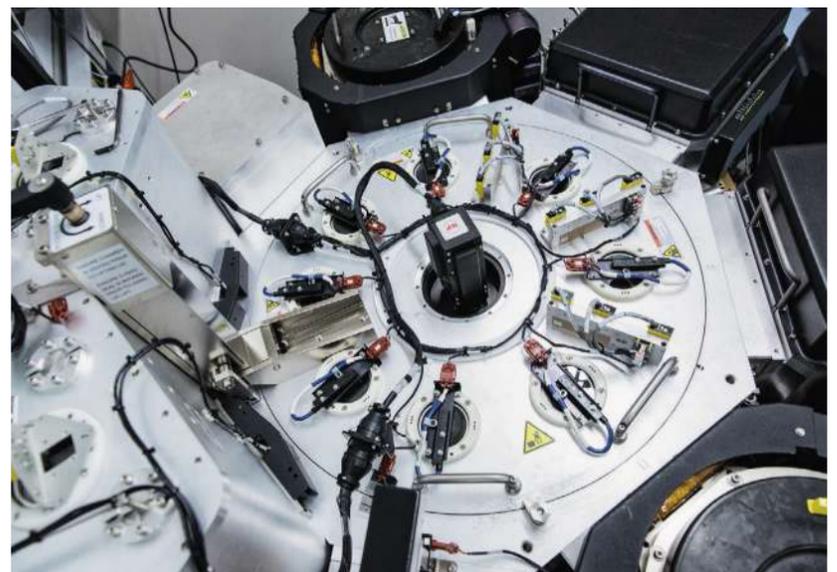
die Uhr eingebaut, die erst als Prototyp existiert. «Alles ist offen», sagt Girardin, «wir wollen von neuen Technologien profitieren, um die Funktionen der Uhr zu verbessern.»

Im Moment zeichnen sich drei Richtungen bei den Smartwatches ab: spezielle Fitness-Funktionen, biomedizinische Messungen und die Kommunikation mit dem Mobiltelefon (Messaging). Die Smartwatch vermisst den individuellen Körper, überwacht seinen Zustand und dient als Bindeglied zu seinen übrigen Geräten. Die klassische Uhr hingegen bezieht sich auf die Erdrotation (eingeteilt in 24 Stunden), den Umlauf des Mondes (Monat) oder die Umlaufung der Sonne (Jahreskalender). Sie spielt mit der Schwerkraft auf der Erde (Tourbillon) und verweist auf das Universum. Das Smartphone aber rückt das Individuum ins Zentrum.

Entwicklung», sagt Martin Frey, Chef von Fossil Group Europa. Ziel des Unternehmens sei «die Verschmelzung der Modewelt mit moderner Technologie». Sicher werde dabei der Lebenszyklus der Produkte verkürzt: Er dürfte sich etwa jenem der Smartphones von zwei Jahren angleichen. Frey sieht für sein Unternehmen grosse Chancen: «Über spezielle Apps wird es möglich sein, die Uhr zu personalisieren und mit der Community der Marke zu verbinden.» Erwarten darf man auch, dass einige Uhren aus dem Fossil-Konzern über berührungsempfindliche Anzeigen verfügen. Grosses Potenzial ortet Frey in Schmuck wie beispielsweise Bracelets, die mit digitalen Anzeigen versehen werden, etwa zur Anruferkennung. «Bis in fünf Jahren werden wir in den meisten unserer Uhren smarte Technologien eingebaut haben.» Das werden viele sein, denn die Fossil Group verkauft rund 30 Millionen Uhren im Jahr, das ist mehr, als die Schweizer Uhrenindustrie herstellt. «Mit smarten Uhren haben wir die Chance, die junge Generation zu erreichen, welche bisher keine Uhr am Handgelenk getragen hat. Im wahrscheinlichsten Fall werden wir zusätzliche Stückzahlen verkaufen können», hofft Frey.

«Mit den vernetzten Uhren lernen die Leute wieder, ein Instrument am Handgelenk zu tragen», ist auch Breitling-Vizepräsident Jean-Paul Girardin überzeugt. Für sein Modell «B55 Connected» existiert eine App für das iPhone, doch sie dient bloss der einfacheren Bedienbarkeit der Uhr. Spezielle Sensoren sind nicht in

UNTEN Die Rückseite einer «Physical Vapor Deposition»-Maschine (PVD), mit der stromleitende Schichten auf den Schaltkreisen deponiert werden.



DER NEUE LEXUS NX.

KOMPAKTE FASZINATION: ALS NX 300h VOLLHYBRID
UND AB SOFORT AUCH ALS NX 200t TURBO.



DER NEUE KOMPAKTE PREMIUM-ALLROUNDER LEXUS NX:
atemberaubende **LINIENFÜHRUNG**, vereint mit höchster **AGILITÄT**
und jeder Menge **KOMFORT**. Erhältlich als NX 300h Vollhybrid mit
E-FOUR-ALLRADANTRIEB, dynamischen 197 PS und beeindruckend
tiefem Verbrauch. Und neu auch als NX 200t Turbo mit starken 238 PS
für betont sportliches **FAHRVERGNÜGEN. JETZT TESTEN.**

INKL. LEXUS PREMIUM FREE SERVICE: 10 JAHRE/100 000 KM**

lexus-fahren.ch/nx

THE NEW
NX


LEXUS
NO.1 PREMIUM HYBRID



NEW NX 300h AB CHF 45 300.-*
MIT 3,9% LEXUS PREMIUM-LEASING CHF 405.-/MT.*



NEW NX 200t AB CHF 52 200.-*
MIT 3,9% LEXUS PREMIUM-LEASING CHF 466.-/MT.*

LEXUS CENTER: BASEL EMIL FREY AG BERN-OSTERMUNDIGEN EMIL FREY AG CRISSIER EMIL FREY SA ERLNBACH-ZOLLIKON EMIL FREY AG GENÈVE EMIL FREY SA NORANCO-LUGANO
EMIL FREY SA SAFENWIL EMIL FREY AG SCHLIEREN EMIL FREY AG ST.GALLEN EMIL FREY AG WETZIKON GRUSS EHRLER AG ZÜRICH NORD EMIL FREY AG

* Empfohlene Netto-Verkaufspreise (nach Abzug Lexus Währungs-Bonus) inkl. MwSt. New NX 300h (2,5-Liter-Vollhybrid, FWD, 5-türig) ab CHF 52 800.-, abzüglich Lexus Währungs-Bonus CHF 7 500.- = CHF 45 300.-. Leasingrate monatlich CHF 405.60 inkl. MwSt. Ø Verbrauch 5,0 l/100 km, Ø CO₂-Emissionen 116 g/km, Energieeffizienz-Kategorie A. New NX 200t impression (2,0-Liter-Turbo-Benziner, AWD, 5-türig) ab CHF 59 700.-, abzüglich Lexus Währungs-Bonus CHF 7 500.- = CHF 52 200.-. Leasingrate monatlich CHF 466.10. Ø Verbrauch 7,9 l/100 km, Ø CO₂-Emissionen 183 g/km, Energieeffizienz-Kategorie F. Abgebildete Fahrzeuge: New NX 300h FSPORT (2,5-Liter-Vollhybrid, AWD, 5-türig) ab CHF 72 000.-, abzüglich Lexus Währungs-Bonus CHF 7 500.- = CHF 64 500.-. Leasingrate monatlich CHF 577.20. Ø Verbrauch 5,3 l/100 km, Ø CO₂-Emissionen 123 g/km, Energieeffizienz-Kategorie B und New NX 200t FSPORT (2,0-Liter-Turbo-Benziner, AWD, 5-türig) ab CHF 74 400.-, abzüglich Lexus Währungs-Bonus CHF 7 500.- = CHF 66 900.-. Leasingrate monatlich CHF 598.40. Ø Verbrauch 8,1 l/100 km, Ø CO₂-Emissionen 187 g/km, Energieeffizienz-Kategorie F. Sonderzahlung 25% vom Nettopreis. 48 Monate, 10 000 km/Jahr. Eff. Jahreszins: 3,97%. Kautions 5% des Finanzierungsbetrags. Restwert gemäss Richtlinien der Multilease AG. Vollkasko obligatorisch. Eine Kreditvergabe ist verboten, falls diese zur Überschuldung des Konsumenten führt. Lexus Währungs-Bonus und Lexus Premium-Leasing gültig für Vertragsabschlüsse oder Immatrulationen vom 1. März bis 30. April 2015 oder bis auf Widerruf. Kraftstoffverbrauch gemessen nach den Vorschriften der Richtlinie 715/2007/EG. Durchschnittswert CO₂-Emission aller in der Schweiz immatrikulierten Fahrzeugmodelle: 144 g/km.
** Lexus Premium Free Service beinhaltet kostenlose Servicearbeiten bis 10 Jahre oder 100 000 km (es gilt das zuerst Erreichte) inkl. Gratisersatzwagen zur Sicherstellung der Mobilität.

Rhabarber

(RHEUM RHABARBARUM)
SÜSSSAURE GAUMENFREUDE, ZU GENIESSEN BIS ZUM LÄNGSTEN TAG IM JAHR

Text **CHRISTINA HUBBELING** Foto **NICOLE BACHMANN** Styling **ALELI LEAL FÜR STUDIO LARDO** Illustration **PETER JAMES FIELD**

Dieses Gemüse – ja, Rhabarber ist ein Gemüse! – mag es, obwohl die Staude gerade kulinarisch gesehen sehr in Mode ist, sehr tiefgründig. (Wobei sich natürlich die Frage stellt, ob sich Modebewusstsein und Tiefgründigkeit überhaupt ausschließen müssen.) Aber belassen wir es für den Moment in Sachen Tiefgründigkeit bei der Bodenbeschaffenheit: Rhabarber mag tiefgründige, nährhafte Böden, die während der Vegetationszeit schön feucht sein sollten. Am besten gedeiht Rhabarber in der Nähe des Kompost- oder Misthaufens. Die Blütenstände sollte man so früh wie möglich abschneiden, damit alle Kraft dem Wachstum der Stengel zugutekommt. Sobald diese genügend dick sind,



kann geerntet werden. Die allerletzte Ernte sollte spätestens zur Sommer-sonnenwende erfolgen. Denn ab Ende Juni ist Schluss mit dem Genuss: Ältere Stengel enthalten, wie auch die Blätter des Rhabarbers, Oxalsäure in hoher Konzentration. Der Verzehr wäre daher gesundheitsschädigend.

Beliebt ist Rhabarber im Rahmen einer Frühjahrskur, wird ihm doch eine darmregulierende, blutreinigende und entschlackende Wirkung zugesprochen. Des Weiteren kennen wir das Gemüse vor allem im süßen Kontext, zum Beispiel in der Form von Kompott, Konfitüre und Kuchen. Wer die sauren Stengel schlecht verträgt, sollte sie in Kombination mit einem Milchprodukt genießen.

Spritziger Rhabarber-Drink

Zutaten für 1,5 Liter

250 g Rhabarber, 3 cm frischer Ingwer, 6 EL Zucker, 1,5 Liter Wasser, einige Eiswürfel und frische Minzeblätter am Zweig

Zubereitung

Rhabarber waschen, Fäden abziehen, in 1 cm breite Stücke schneiden. Ingwer schälen, in Scheiben schneiden. In einen Kochtopf geben. Zucker darüberstreuen, Wasser dazugießen. Bei geschlossenem Deckel 30 Minuten köcheln lassen. Abseihen und abkühlen lassen. Saft in eine Karaffe oder einen Krug umfüllen. Mit Eiswürfeln und frischer Minze servieren.



Rhabarber-Kompott

Zutaten für 6 Personen

200 g Rhabarber, 170 g Rohrzucker, 1 Vanilleschote, 1,5 dl Vollrahm

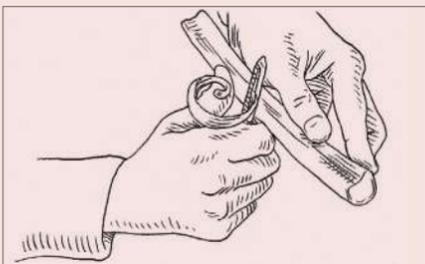
Zubereitung

Rhabarber waschen, putzen, Fäden abziehen, in Stücke schneiden. In einen Kochtopf geben, mit Wasser bedecken, Zucker und Vanille (Schote und Mark) beifügen. 30 Minuten köcheln, etwas abkühlen lassen. Vor dem Servieren den Rahm steif schlagen und unterheben.

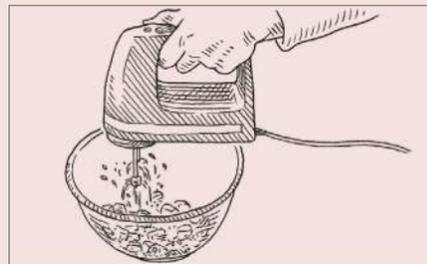


Rhabarber-Kuchen

Zutaten für 1 Springform (24 cm): 500 g Rhabarber, 1 EL Zucker, 150 g weiche Butter, 1 Päckli Vanillezucker, 250 g feiner Zucker, 3 Eier, 200 g Mehl, 1 Päckli Backpulver, Butter zum Einfetten der Kuchenform



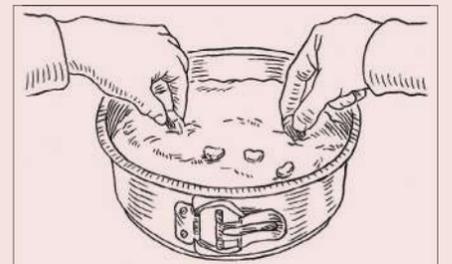
1. Rhabarber waschen, putzen und mit einem Sparschäler die Fäden abziehen. In zirka 1 cm breite Stücke schneiden. 1 EL Zucker daruntermischen, kühl stellen.



2. Die Butter, den Vanillezucker und den Zucker in eine Schüssel geben. Mit dem Handmixer 2–3 Minuten schaumig schlagen. Die Eier dazugeben, gut verrühren.



3. Mehl mit Backpulver mischen, durch ein Küchensieb in die Buttermasse sieben. Gut verrühren. Teig in die mit Butter eingefettete Springform füllen.



4. Die Rhabarberstücke aus dem Kühlschrank nehmen und in den Teig drücken. Den Kuchen 50–60 Minuten in der Mitte des auf 180 Grad vorgeheizten Ofens backen.



THOMAS FRIEDEN

SWISS JEWELLERS



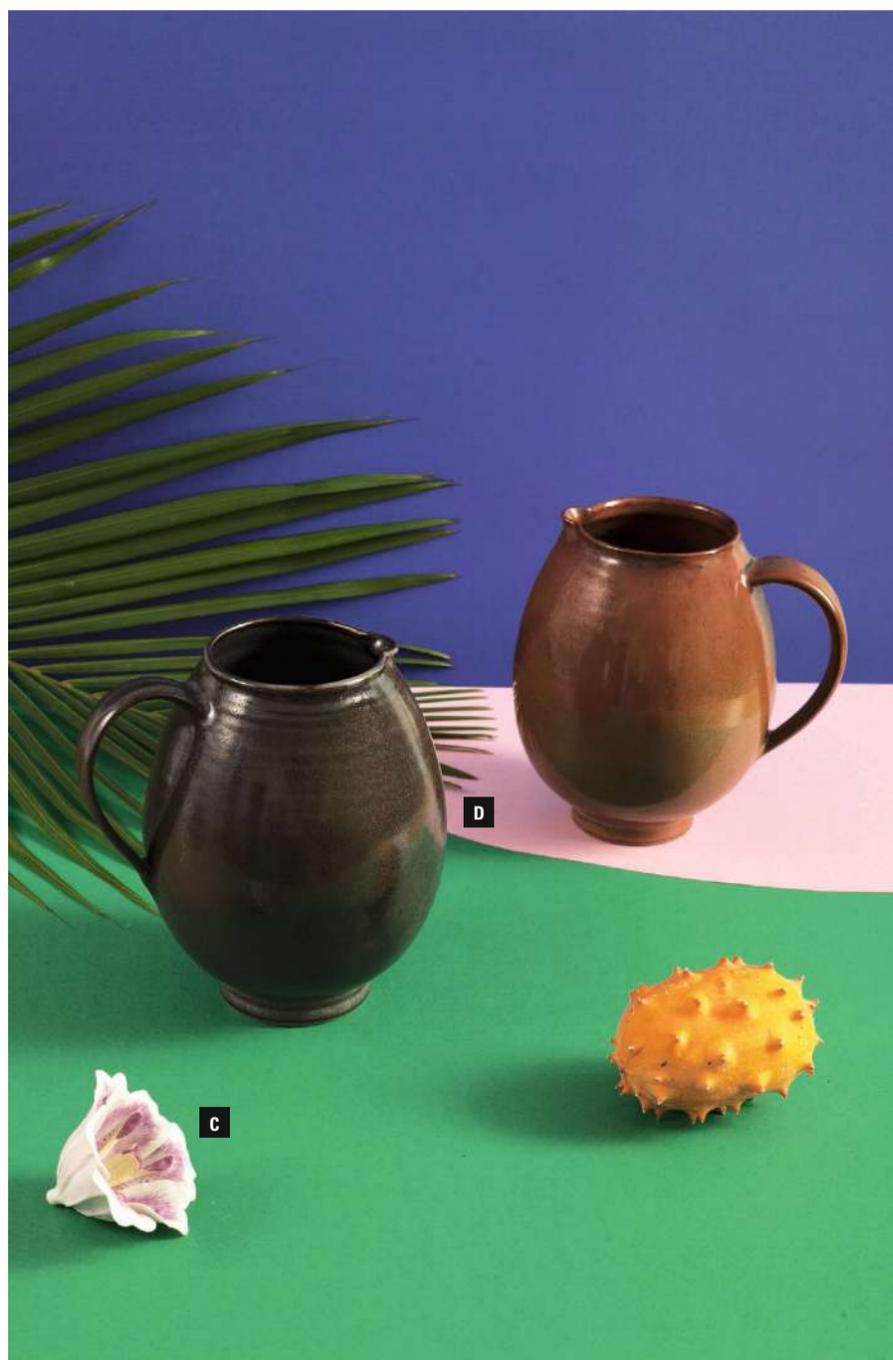
TRADITION TRIFFT ELEGANZ

FLEUR CÉLESTE

Bern: Zigerli + Iff · Gstaad: Villiger · Interlaken: Kirchhofer · Klosters: Maissen · Luzern: Ruckli · Olten: Adam
St. Gallen: Gut · St. Moritz: Scherbel · Vaduz: Huber · Zermatt: Schindler · Zürich: Beyer Chronometrie

www.thomas-frieden.com

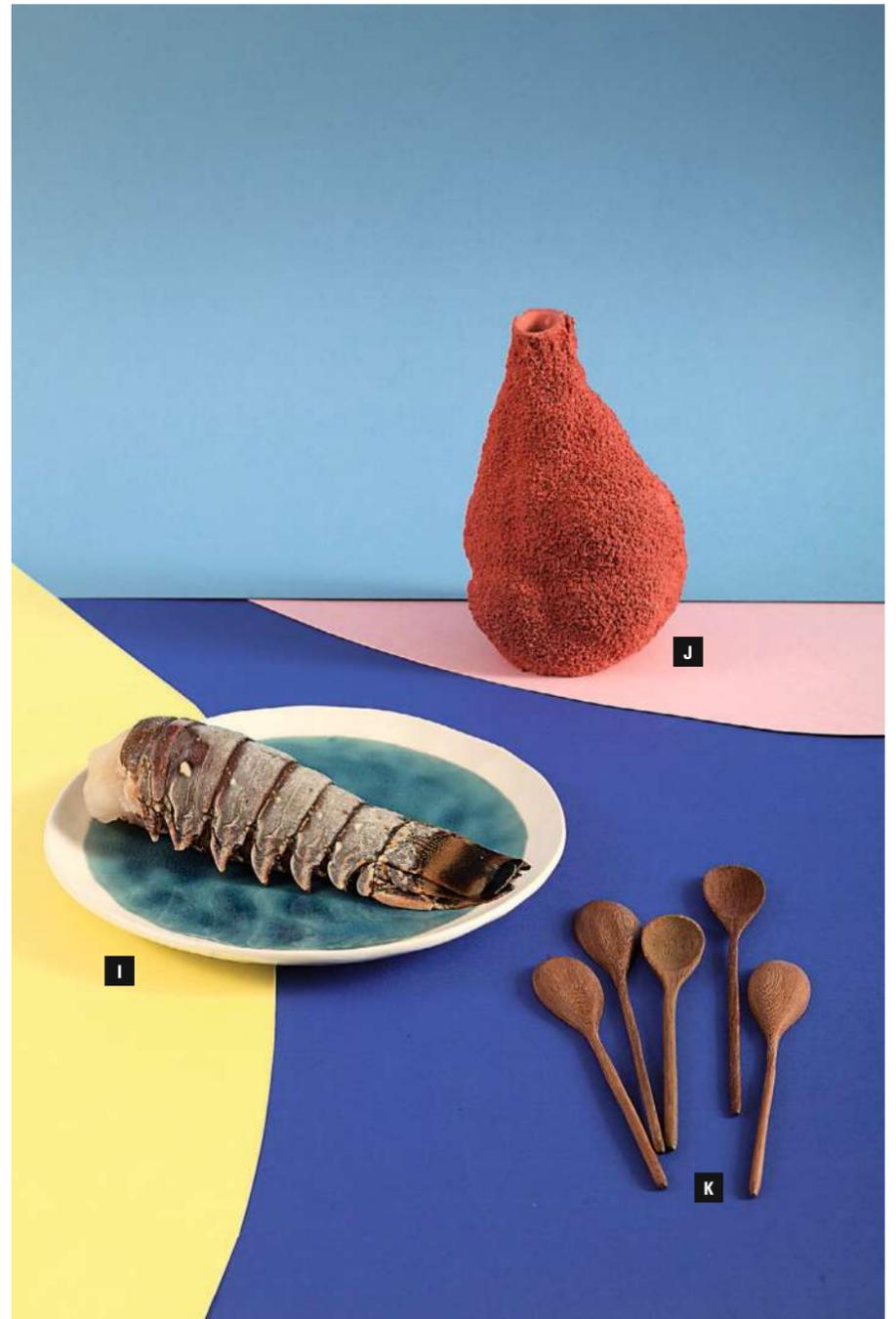
Mittagessen mit Paul Gauguin



A	B	C	D	E
<p>Leuchtende, reine Farben, starke Kontraste und klar umrissene Formen sind typisch für Gauguins Stil, den Synthetismus. Mundgeblasene Gläser aus Niederbayern (je 65 Fr.), bei Raum 49</p>	<p>«Die Natur ist rätselhaft unendlich und hat imaginative Kraft.» Schale (880 Fr.), Ebenholz aus Makassar, bei Two Rooms</p>	<p>«Ich rate Ihnen, arbeiten Sie nicht zu sehr getreu nach der Natur. Die Kunst ist Abstraktion.» Handbemalte Tischblume (570 Fr.), Porzellan, von der Porzellanmanufaktur Nymphenburg, bei Limited Stock</p>	<p>Paul Gauguins berühmteste Bilder zeigen oft zwei miteinander kommunizierende Frauen. Krüge aus Westerwälder Steinzeugmasse (je 190 Fr.), von der Keramischen Werkstatt Margaretenhöhe, bei Limited Stock</p>	<p>1891 wanderte Gauguin nach Tahiti aus. Er fand dort aber nicht das unverdorrene Paradies, das er sich erträumt hatte. Handtuch (75 Fr.) aus altem Leinen, bei Limited Stock</p>

Text **MALENA RUDER**
Fotos **NICOLE BACHMANN** Styling **ALELI LEAL FÜR STUDIO LARDO**

Willkommen, Herr Gauguin, es freut uns ungemein, Ihnen anlässlich der erfolgreichen Ausstellung in der Fondation Beyeler mit diesem Mahl unsere Ehrerbietung zu erweisen. Wir haben in freier Natur aufgetischt und hoffen, sie lassen es sich schmecken



F	G	H	I	J	K
<p>«Ich gehe fort, um ruhig zu werden, um mich frei zu machen vom Einfluss der Zivilisation.» Schmiedebesteck «Eichenlaub» (4-teiliges Set 425 Fr.), bei Limited Stock</p>	<p>«Im Übrigen muss der Künstler frei sein, oder er ist nicht Künstler.» Bierglas «Ballon» (330 Fr.), Schmetterlinge in Email-Malerei von J. & L. Lobmeyr, bei Limited Stock</p>	<p>«Malen, wie es mir einfällt, heute hell, morgen dunkel...» Teller «Azul» (Fr. 9.90) aus Steinzeug, bei Interio</p>	<p>Heiterkeit und Melancholie vereinen sich im Werk des französischen Künstlers. Teller «Summer Blue» (Fr. 13.95) aus Steinzeug, bei Pfister</p>	<p>Gauguin, vor allem bekannt für seine Bilder, schuf auch eine Vielzahl an Skulpturen. Vase «Coral VI» (65 Fr.), Kunstharz, von Michal Fargo für PCM Design Madrid, bei Limited Stock</p>	<p>«Ich will nichts anderes als einfache Kunst machen.» Löffel (je 10 Fr.), Holz, bei Limited Stock</p> <p>Quelle Zitate: Katalog «Paul Gauguin», Fondation Beyeler; Ausstellung bis 28. Juni 2015</p>

So scharf sehen wie in Ultra-HD-Qualität

Neu und schon eine Erfolgsgeschichte – die revolutionäre DNEye®-Technologie bei Kochoptik

Langsam aber sicher hat es sich herumgesprochen: Mit den High-Performance-Brillengläsern von Kochoptik ist absolut scharfes Sehen wie in Ultra-HD-Qualität möglich.

Technologie auf neuestem Stand

Mit der Einführung des wegweisenden DNEye® Scanners hat Kochoptik grossen Erfolg erzielt, denn immer mehr Leute setzen auf die neuen Brillengläser vom bekannten Schweizer Optiker. Das Besondere an diesem Scanner sind seine Messwerte, die noch nie so präzise waren. Das Ergebnis: die individuellsten und besten Brillengläser, die es je gab – sozusagen für scharfes Sehen wie in Ultra-HD-Qualität.

Einfach und schnell

Der DNEye® Scanner erfasst das gesamte Sehsystem per Scan und liefert noch genauere Messwerte als alle anderen Verfahren. Diese hochpräzisen Daten fliessen in die Brillengläser mit ein – ob bei Gleitsicht-, Einstärken- oder Arbeitsplatzbrillen, das Ergebnis beeindruckt: Im Praxistest bestätigen Brillenträger deutliche Verbesserungen ihrer Sehleistung im Vergleich zu ihrer alten Sehlösung. Der Scan dauert übrigens nur kurz und ist selbstverständlich schmerzfrei und vollkommen ungefährlich.

Weitere Pluspunkte

Mit den neuen Brillengläsern ist nicht nur schärferes Sehen gewährleistet, sondern auch ein breiteres Sehfeld und eine höhere Kontrastwahrnehmung. Dies ist vor allem im Strassen-



verkehr von Vorteil, weil es die Sicherheit erhöht. Doch auch vor dem Computer oder in der Freizeit bestechen die neuen High-Performance-Brillengläser von Kochoptik durch einen nie dagewesenen Sehkomfort.

Schweizer Qualität mit Service

Intelligente Technologie allein kann einen guten Service nie ersetzen. Darum stehen bei Kochoptik immer eine individuelle Beratung und ein Top-Service an erster Stelle – seit

Kundenumfrage bestätigt Vorteile

In einer gross angelegten Kundenumfrage hat Kochoptik über 220 Kundinnen und Kunden zu ihren Erfahrungen betreffend Brillengläser mit DNEye®-Option befragt. 95% aller Befragten haben vorher bereits eine Brille getragen und können die Veränderungen gut beurteilen. So sehen 87% der Befragten mit DNEye®-Gläsern besser als mit den alten und 91% würden die neuen Gläser weiterempfehlen.

Generationen. Denn Kochoptik ist ein Schweizer Optiker, dessen erstes Geschäft 1909 an der Zürcher Bahnhofstrasse eröffnet wurde und der mittlerweile mit 23 Geschäften im Raum

Zürich, Basel, Fribourg und Bern zu den führenden Optikern in der deutschsprachigen Schweiz zählt.



Gutschein

für eine kostenlose Messung mit dem DNEye® Scanner.

Bitte vereinbaren Sie mit uns einen Termin –
jetzt auch online möglich über www.kochoptik.ch

Gültig bis 20.4.2015

KOCH[®]
O P T I K

MEINE SEHLÖSUNG

www.kochoptik.ch
Gratisnummer 0800 33 33 10



Montpellier, mon amour

ZUGEGEBEN, IN SÜDFRANKREICH GIBT ES PRÄCHTIGERE STÄDTE. DOCH WER ZEIT IN MONTPELLIER VERBRINGT, FINDET IN IHR EINE ATTRAKTIVE, DEM MITTELMEER NAHE DESTINATION MIT EINER ÜBERRASCHENDEN KULTUR- UND GASTRONOMIESZENE

Text **JEREMY GLOOR** Foto **VILLE DE MONTPELLIER**

Montpellier ist eine junge Stadt. Vielleicht nicht historisch betrachtet, doch aber in einer Weise, die einem auf den Strassen der südfranzösischen Metropole allabendlich vor Augen geführt wird. Dann werden viele der Bars und Cafés und die Plätze, auf denen sie sich befinden, von Jugendlichen eingenommen. Ja, es wimmelt hier regelrecht von jungen Menschen. Besonders im Zentrum wird deutlich, dass Montpellier (etwa 270 000 Einwohner) zu einem beachtlichen Teil von seiner Universität und ihren rund 60 000 Studentinnen und Studenten geprägt wird.

Das soll nicht heissen, dass man sich hier jenseits der 25 nicht beschäftigen könnte oder gar unwohl fühlen würde. Montpellier ist eine facettenreiche Stadt auf einer überschaubaren Fläche. Modischer Wagemut wird hier zwar vergeblich gesucht, angenehm fällt allerdings auf, dass mit Ausnahme von ein paar französischen Namen in den Einkaufsstrassen der Altstadt keine internationalen Marken mit eigenen Shops präsent sind – die findet man im ausserhalb gelegenen Shopping- und Unterhaltungskomplex Odysseum. Aber in der Altstadt wird die Tradition der

unabhängigen Boutique offensichtlich noch gepflegt. Und diesbezüglich gibt es hier viel zu entdecken. Düfte werden angeboten, Schmuck oder Dekorationsgegenstände. Letztere sind in besonders geschmackvoller Auswahl in Geschäften um die Kirche Saint-Roch zu finden.

Vielschichtigkeit ist in vielerlei Hinsicht ein Faktor, der die Stadt auszeichnet, strebt Montpellier doch kontinuierlich und sehr bewusst eine kulturelle und gesellschaftliche Durchmischung der Bevölkerung an. So machen Sozialwohnungen etwa 30 Prozent des gesamten Wohnangebots aus. Diese befinden sich indes nicht nur in Aussenbezirken, sondern sind – etwa im Quartier Antigone – mitunter sehr zentral gelegen. Die Kulturagenda gibt einiges her und deckt ein breites Interessenspektrum ab, etwa mit einer Veranstaltung für Extremsportarten im Mai über den Marche des Diversités im Juli bis hin zum Festival für mediterranes Kino im Oktober. Und schliesslich ist die Nähe zum Mittelmeer ein Vorzug der Stadt. Besonders in der warmen Jahreszeit ist die Stadt mit Strand ein ideales Reiseziel.



DIE VIERTEL

CENTRE HISTORIQUE

Den Kern MontPELLIERS bildet seine Altstadt, wo in einem Labyrinth aus vielen Gassen und lauschigen Plätzen hübsche Boutiquen, Cafés und Bistros zu entdecken sind. Am belebtesten ist die Place de la Comédie.

ANTIGONE

Ab 1978 wurde dieser Stadtteil im neoklassizistisch-postmodernen Stil erbaut. Er besteht zu einem Grossteil aus Sozialwohnungen und wurde stadtplanerisch vom katalanischen Architekten Ricardo Bofill entworfen.

ZUGABE

PORT MARIANNE

Zeitgenössische Architektur prägt hier das Bild, allen voran das 2011 eröffnete Hôtel de Ville von Jean Nouvel und François Fontès. Grosszügige Grünflächen sowie die Nähe zum Fluss Le Lez sorgen für eine entspannte Mischung.

LES BEAUX-ARTS

Es gilt als Quartier der Bewohner, also als weniger touristisch. Doch an einem sonnigen Tag geht es auf dem Place des Beaux-Arts nicht weniger lebendig zu als auf einem Platz in der Altstadt.



Place de la Comédie

AUSZEIT

01 Grüne Oase

Jardin des Plantes
Der Botanische Garten westlich des Boulevard Henri IV wurde 1593 auf Anweisung von Henri IV erschaffen und gilt als ältester seiner Art in ganz Frankreich.

Meersicht

Cathédrale de Maguelone / Plage de Pilou
Das Mittelmeer ist lediglich zehn Kilometer entfernt. Wer es wie die Städter machen will, beendet einen umtriebigen Tag mit einem abendlichen Ausflug zum Strand.

Kunstraum

Villa des Cent Regards
Sie liegt zwar abseits des Zentrums, doch wer sich für architektonische Skurrilitäten interessiert, dem sei der Weg zur unvollendeten Villa mit den hundert Fenstern nahegelegt. centregards.pagesperso-orange.fr



SHOPPING

02 Artisan Fleuriste

Joséphine
Zu dieser Floristin wird man vom Kerzenlicht zwischen ihren üppigen Blumenauslagen gelockt und durch die Tatsache, dass sie in einer kleinen Gasse neben Bistros bilderbuchhafter nicht liegen könnte. Wieso nicht ein kleines Sträusschen für den Nachttisch im Hotel mitnehmen?
2, Rue de la Draperie, Saint-Firmin

03 Concept Store

De la Luce
Mit stilsicherem Auge hat Besitzer Olivier Bardou ein saisonales und internationales Angebot an elementaren Kleidungsstücken für Mann und Frau, handgemachtem Tafelgeschirr, ledergebundenen Schreibutensilien und eigens kreiertem Schmuck zusammengestellt.
delaluce.com

04 Einrichtungshaus

RBC Design Center
Für Wohnaspekte jeglicher Art wählt man aus zeitgenössischen Entwürfen das Passende aus. Eine Boutique im Center bietet Design fürs kleine Budget sowie eine schöne Bücherselektion (besonders für Kinder). Und das Restaurant Mia ist mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet.
rbcmobilier.com



ARCHITEKTUR

Sogenannte Starchitects, also Architekten, deren Namen in aller Munde sind, zeichnen für einige der augenfälligsten neueren Gebäude verantwortlich. Jean Nouvel etwa plante das Rathaus in Port Marianne (gemeinsam mit François Fontès) sowie den Sitz des RBC Design Center, eines Geschäfts für Designermöbel. Neben ebendiesem steht Le Nuage, ein Sportzentrum mit Schwimmbad, Fachgeschäft, Restaurant und Gym, entworfen von Philippe Starck. Etwas ausserhalb liegt der multifunktionale Monumentalbau Pierresvives von Zaha Hadid.



01 – Jardin des Plantes



Rathaus (Hôtel de Ville)



Barbier Monsieur Laurent

Yann Poulin



EIN BESUCH BEIM GEIGENBAUER YANN POULIN

Der talentierte *luthier* (französisch für Geigenbauer) hat sich in der Altstadt mit einem erfolgreichen Handwerksbetrieb etabliert.

«Es ist eine relativ neue Entwicklung, dass sich in Montpellier Geigenbauer niedergelassen haben. Anfang der achtziger Jahre gab es den ersten Betrieb, mittlerweile sind es 15 davon. Wir haben alle einen eigenen Kundestamm aufgebaut, der sich über die ganze Welt verteilt. Ich reise also regelmässig, um Musiker in Japan, China, den USA oder irgendwo in Europa zu besuchen. Meine Basis aber ist Montpellier, und es ist schön hier. Die Stadt hat eine angenehme Grösse, der Strand ist nicht weit entfernt, und oft scheint die Sonne. Die Altstadt besteht fast nur aus Fussgängerzonen, das gefällt mir. Zwei Jahre habe ich nach einem geeigneten Lokal für meine Werkstatt gesucht. Jetzt bin ich sehr zufrieden, denn im Kellergewölbe habe ich sogar einen Konzertraum geschaffen und lade nun Künstler ein, um hier aufzutreten.» luthier-poulain.com

SCHLAFEN

05 Baudon de Mauny

In einem Stadthaus aus dem 18. Jahrhundert lässt sich mitten im historischen Zentrum in sehr zeitgemäßem Ambiente übernachten. Das «Baudon de Mauny» versteht sich als B&B und verfügt über acht Zimmer (von 29 bis 64 m²) sowie ein Appartement (100 m²). Moderne Möbel, ausgewählte Antiquitäten, starke Wandfarben und verspielte Tapeten sorgen im alten Gemäuer für eine angemessene Ausgangslage, um die Gassen der Umgebung zu erkunden.

baudondemauny.com



05 – Boutiquehotel Baudon de Mauny

BEI SONNE

GENIESSEN SIE die Aussicht über die Dächer der Stadt von der frei zugänglichen Terrasse des Kongresszentrums und Opernhauses Le Corum.

SPAZIEREN SIE durch die Gassen der Altstadt, und halten Sie Ausschau nach Street-Art, die oft an einer Mauer befestigt ist oder aus vergänglichen Materialien besteht.

FAHREN SIE mit dem Velo auf einer gekennzeichneten Route entlang der grünen Ufer des Flusses Le Lez.

TRINKEN

09 Cocktails

Papa Doble

Ernest Hemingways favorisierter Daiquiri-Cocktail gibt dieser Bar ihren Namen, die Aufmerksamkeit der jungen Belegschaft dem Gast das Gefühl, wirklich willkommen zu sein. Auf der Karte stehen manche Klassiker sowie Specials.

papadoble-montpellier.fr

Kaffee

Coffee Club

Auf der Suche nach einer richtig guten Tasse Kaffee (zubereitet auf einer Nuova Simonelli Aurelia) wird man in diesem kleinen Lokal mit einigen Aussensitzplätzen fündig. Geschätzt wird es von Anwohnern wie Auswärtigen zugleich.

coffeeclub.fr

10 Kaffee

Grand Café Riche

Hierbei handelt es sich um ein klassisches Grand Café (eröffnet Ende des 19. Jahrhunderts), wie man es in manch einer französischen Metropole findet. An den kleinen Tischchen sitzend, blickt man auf die Place de la Comédie und ihr buntes Treiben.

8, Place de la Comédie



08 – Le Petit Jardin



02 – Joséphine



03 – De la Luce

ESSEN

06 Boulangerie

Des Rêves & du Pain

Christophe Prodel steht mit Leidenschaft am Ofen und versteht sein Backwerk als eine Tradition, die es auf moderne Weise zu pflegen gilt. Im vergangenen November eröffnete er seine kleine Bäckerei und erfreut sich dank feinen Tartes, knusprigem Brot und Pain au Chocolat bereits grosser Beliebtheit im Quartier.

10, Rue Eugène Lisbonne

07 Café und Shop

L'Heure Bleue

Die grosse Auswahl an Tees sowie die einfachen, warmen Speisen sind zu empfehlen. Doch es ist das Interieur, das diesen Ort ausmacht: Man wähnt sich im Salon einer etwas exzentrischen, gar schrulligen Französin. Viele der dekorativen Elemente und Antiquitäten kann man nebst Vintage-Schmuck und Foulards im haus-eigenen Shop erstehen.

1, Rue de la Carbonnerie

08 Restaurant

Le Petit Jardin

Nahe des Arc de Triomphe liegt seit über 50 Jahren das «Petit Jardin», das aus einem Restaurant und einem Bistrot besteht. Ersteres bietet eine Auswahl an saisonalen Gerichten an, zubereitet aus lokalen Produkten; im Bistrot werden international inspirierte Gerichte serviert – wie der Name verspricht auch in einem gemütlichen Garten.

petit-jardin.com

TANZEN

IM ZÉNITH SUD findet am 23. Mai 2015 nicht nur die französische Hip-Hop-Tanzmeisterschaft «Battle of the Year» statt, mit «L'Agora – Cité Internationale de la danse» befindet sich auch eine Schule für klassischen und zeitgenössischen Tanz in der Stadt; untergebracht ist Letztere in einem ehemaligen Konvent am Rande der Altstadt. Vom 24. Juni bis 9. Juli bewegt zudem das 35. Festival Montpellier Danse.

Unterwegs auf dem Le Lez



ZU GEWINNEN



Energieschub für die Haut

Genügend Energie zu haben, um den Alltag zu meistern, ist die Voraussetzung für ein gutes Lebensgefühl. Auch unsere Haut braucht Energie, um in Form zu bleiben. Die Zeit lässt sich bekanntlich nicht anhalten, doch den Zeichen der Zeit kann mit einer guten Hautpflege durchaus entgegen gewirkt werden. Die neue **Hochleistungs-Anti-Aging-Pflege von Sensai**, «Cellular Performance Extra Intensive», bestehend aus einer **reichhaltigen Crème** (40 ml) und einer **hochwirksamen Essenz** (40 ml) soll die Haut dabei unterstützen, ihre eigenen Kräfte zu mobilisieren. Die Crème soll dank

ihrem **straffenden Effekt** dem Festigkeits- und Elastizitätsverlust der Haut entgegenwirken, derweil ihre reichhaltige Textur pflegende und **revitalisierende Eigenschaften** aufweist und die Haut nachhaltig mit Nährstoffen versorgt. Die Essenz zieht schnell ein, hinterlässt eine **seidig-zarte Haut** und verleiht ein Gefühl von Frische und neuer Energie. Wir verlosen **6 Sets im Wert von je etwa 903 Franken**, bestehend aus je einer Crème und einer Essenz. Um zu gewinnen, schicken Sie eine E-Mail mit Ihrem Namen und Ihrer kompletten Adresse an **zu-gewinnen@nzz.ch**. Viel Glück!

GEWINNEN SIE EINES VON 6 SENSAI-ANTI-AGING-SETS IM WERT VON ETWA 903 FRANKEN

1	SENSAI «CP EXTRA INTENSIVE CREAM»
2	SENSAI «CP EXTRA INTENSIVE ESSENCE»
Teilnahmeschluss 19. APRIL 2015	
zu-gewinnen@nzz.ch	

Mitarbeiter der NZZ AG und der zur Gruppe gehörenden Betriebe sind zur Teilnahme am Wettbewerb nicht berechtigt. Aus den richtigen Einsendungen werden eine Woche nach Erscheinen des Magazins in der Redaktion die 25 Lose gezogen. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Die Gewinnerlisten werden nicht öffentlich publiziert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, Mehrfachteilnahmen werden gelöscht. Teilnahmeschluss für den Wettbewerb ist der 19.4.2015. Danach eintreffende E-Mails werden nicht mehr berücksichtigt.

IMPRESSUM

Z – Die Substanz des Stils
ist ein Magazin der NZZ

Chefredaktion
Felix E. Müller (fem.)
Nicole Althaus (na.)

Redaktionelle Leitung:
Malena Ruder (rud.)

Redaktion
Roberto Zimmermann (roz.)
(Ressortleitung Stil/Z)
Kim Dang (kid.)
Christina Hubbeling (chu.)
Peter Keller (kep.)
Oliver Schmuki (ols.)
David Streiff Corti (das.)
Florian Zobl (fzo.)
Karin Zweidler (zwe.)

Autoren
Bice Curiger, Timm Delfs,
Jeremy Gloor, Alfredo Häberli,
Daniel Hug (dah.), Richard Kägi,
Renate V. Scheiper,
Joachim Schirmacher,
Barbara Vinken, Roger Willemsen

Art-Direction
Claudio Gmür (clg.)

Layout
Alexandra Kojic (akc.)

Produktionsleitung
Eveline Roth (evr.)

Bildredaktion
Anton J. Erni (aje.)

Korrektorat
Eva Koenig, Irmgard Matthes,
Barbara Stuppia

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

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

Anzeigen Deutschschweiz:
NZZ Media Solutions AG
Falkenstrasse 11
Postfach
CH-8021 Zürich
Telefon +41 44 258 16 98
Fax +41 44 258 13 70
inserate@nzz.ch
www.nzzmediasolutions.ch

Eli Hess, Key Account Managerin
Telefon +41 44 258 13 58
eleanor.hess@nzz.ch

Anzeigen Westschweiz:
NZZ Media Solutions AG
Avenue Mon-Repos 22
Case postale 7082
CH-1002 Lausanne
Telefon +41 21 317 88 08
Fax +41 44 258 13 70
inserate@nzz.ch
www.nzzmediasolutions.ch

Yves Gummy, Key Account Manager
Telefon +41 21 317 88 08
yves.gummy@nzz.ch

Einzelhefte können
zum Preis von Fr. 7.50
unter www.z.nzz.ch
bezogen werden.

Lithos
St. Galler Tagblatt AG

Druck
Prinovis
Breslauer Strasse 300
D-90471 Nürnberg

Konzept und Creative Direction
Winkreative
www.winkreative.com

Verbreitete Auflage
280 000 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
Veit Dengler (CEO)

Projektverantwortung
Steven Neubauer

Projektleitung
Larissa Bieler

ISSN 1662-1573
© 2015 Neue Zürcher Zeitung AG

BEZUGSQUELLEN

A. Lange & Söhne
www.alange-soehne.com

Blancpain
www.blancpain.com

Breguet
www.breguet.com

Breitling
www.breitling.com

Bucherer
www.bucherer.com

Bulgari
www.bulgari.com

Cartier
www.cartier.ch

Chanel
www.chanel.com

Chopard
www.chopard.com

Clarins
www.clarins.ch

Dior
www.dior.com

Dr. Bronner's
www.drbronner.ch

Drome
www.dromedesign.it

Frédérique Constant
www.frederique-constant.com

Girard-Perregaux
www.girard-perregaux.com

Hublot
www.hublot.com

Interio
www.interio.ch

IWC
www.iwc.com

Jaeger-Le Coultre
www.jaeger-lecoultre.com

Lancaster
www.lancaster-beauty.com

Limited Stock
www.limited-stock.com

Longines
www.longines.com

Mondaine
www.mondaine.com

Montblanc
www.montblanc.com

Motorola
moto360.motorola.com

Omega
www.omegawatches.com

Oris
www.oris.ch

Page
www.homep-age.com

Panerai
www.panerai.com

Parmigiani Fleurier
www.parmigiani.ch

Patek Philippe
www.patek.com

Pebble
getpebble.com

Pfister
www.pfister.ch

Piaget
www.piaget.com

Raum 49
www.raum49.ch

Rolex
www.rolex.com

Samsung
www.samsung.com

Swatch
www.swatch.com

Two Rooms
www.tworooms.ch

Vacheron Constantin
www.vacheron-constantin.com

Zenith
www.zenith-watches.com

KORRIGENDUM

In der Ausgabe des «Z»-Magazins vom 7./8. März 2015 stand im Artikel «Das Gewissen der Mode», das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) würde mit rund 4 Milliarden Franken Projekte der Ethical Fashion Initiative in Ghana unterstützen. Es handelt sich aber um rund 4 Millionen. Wir möchten Sie bitten, diesen Fehler zu entschuldigen.

buffalo horn
+ titanium

L I N D B E R G 



SHAMBALLA JEWELS

Explore the Energy of Creation



NYIMA CUFF MINI
White G/vs Diamonds, 18K Rose Gold

LA SERLAS
UNIQUE JEWELLERY

Shamballa Jewels Boutique | Bahnhofstrasse 25 | 8001 Zurich | Switzerland | +41 44 212 06 08

WWW.SHAMBALLAJEWELS.COM

ROUND TABLE

WANN IST MAN IM BESTEN ALTER?

DR. ERIK POSTMA, 37

Evolutionsbiologe am Institut für Evolutionsbiologie und Umweltwissenschaften, Universität Zürich

«Menschen sind ein Produkt der Evolution, und diese will uns vor allem dabei helfen, Nachwuchs zu produzieren. Wenn sie uns also gesünder und schöner macht, dann tut sie das nur, um die Reproduktionschancen zu erhöhen. Sinkt die Wahrscheinlichkeit auf Nachwuchs, verlieren wir diese netten Attribute wieder. Frauen sind mit etwa 20 auf ihrem körperlichen Höhepunkt, Männer etwas später. Während Kosmetik und Medizin uns erlauben, bestimmte Symptome des Alterns zu bekämpfen, bleibt die evolutionsbedingte Ursache dafür unbehandelt. Wir altern, weil wir leben.»

JUTTA EIBEL, 57

Pflegefachfrau

«Durch meine Arbeit wird mir täglich vorgelebt, dass es wichtig ist, jeden Tag bewusst zu geniessen. Man sollte nicht zu viel überlegen, was morgen ist oder gestern war. Viele Altersheimbewohner bereuen beispielsweise, dass sie so viel gespart haben. Viele von ihnen sagen, dass sie es noch nie so schön hatten wie gerade jetzt, im Alter. Sorgen machen müssen sie sich um wenig. Ich selbst würde sagen, dass ich seit meinem 50. im besten Alter bin. Und die Zufriedenheit der älteren Menschen stimmt mich positiv.»

FRANÇOIS HÖPFLINGER, 67

Altersforscher und Soziologieprofessor

«Ist man Spitzensportler oder extrem schönheitsorientiert, hat man seine besten Jahre mit 35 eventuell schon hinter sich. Der Verlust von körperlicher Attraktivität oder Kraft kann hier zur Midlife-Krise führen. Theoretisch ist man dann im besten Alter, wenn ein Gleichgewicht zwischen bisher Erreichtem und den Zukunftsperspektiven besteht, also etwa mit 40 oder 50. Das beste Alter als solches wahrnehmen kann aber nur, wer sich ganz vom Jugendlichkeitswahn verabschiedet hat und sich auf die neuen Freiheiten der späteren Lebensjahre freuen kann.»

LIVIA ROOST, 18

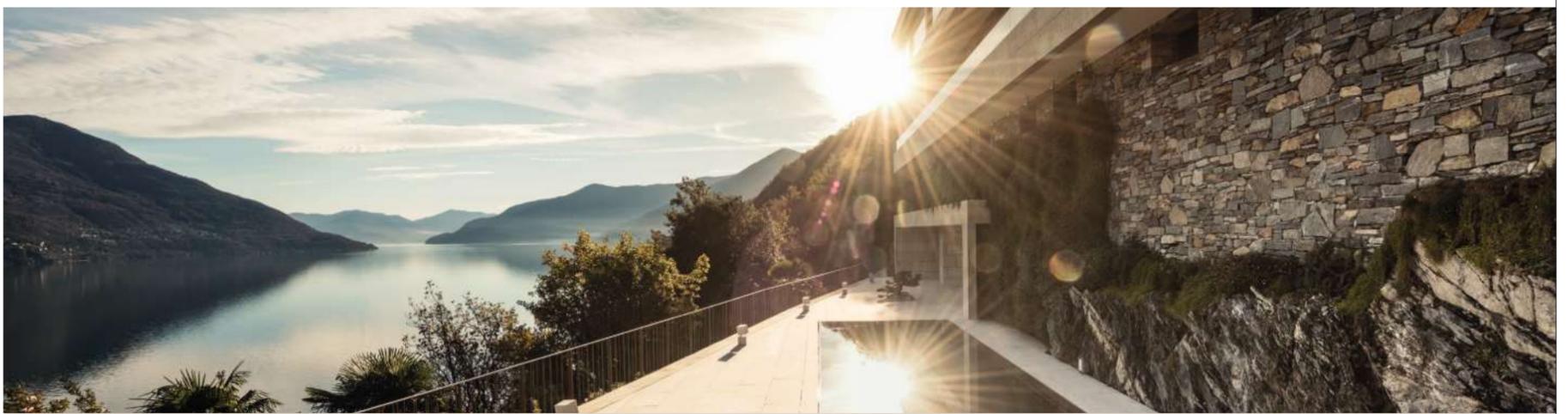
Polydesignerin 3-D, in Ausbildung

«Ich bin 18 und möchte so viel erleben wie möglich, eine Partynacht kann also schon einmal bis 6 Uhr morgens dauern. Meiner Meinung nach sind die Jahre zwischen 18 und 27 die besten: Lehre oder Studium sind langsam beendet, und trotzdem ist man noch nicht der Depression ausgesetzt, bald 30 zu werden. Glückliche und frei kann man sich aber in jedem Alter fühlen; das Schlimmste wäre, auf ein Alter zu warten oder einem nachzutruern.»

JULIA ONKEN, 72

Herausgeberin des Magazins «Generation Superior»

«Im besten Alter sind wir dann, wenn wir zu Verstand gekommen sind. Die einen schaffen dies bereits mit 50, andere erst mit 80, einige nie. Jedenfalls ist es ratsam, rechtzeitig die hauseigene Denkkentrale in Gang zu setzen, um nicht dem Schwachsinn auf den Leim zu kriechen, der landauf, landab ältere Menschen in Misskredit bringt und so tut, als werde die Gesellschaft von Rollator-Kolonien und Demenzkranken beherrscht. Die späten Jahre haben durchaus einiges zu bieten. Frauen können sich mit zunehmendem Alter in der Luxusetage niederlassen, dort, wo es nicht mehr um die Bewirtschaftung von primären und sekundären Geschlechtsmerkmalen geht. Eine neue Lebensqualität: Befreit sein von der peinlichen Anstrengung, Männer erotisch stimulieren und ein allseitig gefälliges Bild abgeben zu müssen. Während sich viele Männer im reiferen Alter bemühen, ihre schwindende sexuelle Leistungsfähigkeit zu überspielen, bündeln wir Frauen die frei gewordene Energie. Natürlich ist es kein Vergnügen, bestimmten Verwitterungsprozessen zuzuschauen. Jedoch: Wir benötigen keine Schönheitschirurgie, sondern die Erkenntnis, dass die wichtigsten kulturellen und wissenschaftlichen Errungenschaften meist von Menschen jenseits der 60 stammen!»



ARCHITEKTUR MIT WEITSICHT

Direkt über dem Lago Maggiore gelegen, vereint die Residenza Blu Spitzenarchitektur, echten Luxus und ein Höchstmass an Privatsphäre. Die letzten drei lichtdurchfluteten Eigentumswohnungen mit atemberaubender Panoramasicht erfüllen exklusive Ansprüche. Geniessen Sie Wohn- und Lebensqualität par excellence auf der Sonnenterrasse Ronco sopra Ascona.



residenza-blu.ch

ZITAT

Ausgesucht und kommentiert von **ROGER WILLEMSSEN**

”

“

AUCH

—
d i e
—**Zeit**

ist ein

M A L E R .

Francisco de Goya (1746–1828)

Als 1801 der König von Spanien den Maler Francisco de Goya bittet, einige alte Gemälde zu restaurieren, lehnt dieser ab. Schliesslich sei das Bild die Fläche, auf der sich die Zeit niederlasse. Der Wind, der den Firnis streift, der Staub, der sich auf ihm niederlässt, der Russ der Kerzen, der Federstrich des Staubwedels, die Moleküle des Parfums, die Partikel des Puders, das Öl aus den Kerzen, das Fett aus den Küchen, der zum Fenster hereindringende Nebel oder der Rauch der verbrannten Laubhaufen – all das, so unterstellte Goya, nimmt der Maler in seinen Dienst. Nur die Zeit kann ein Bild vollenden, nur das Alter ein Gesicht.

WHAT WOMEN WANT

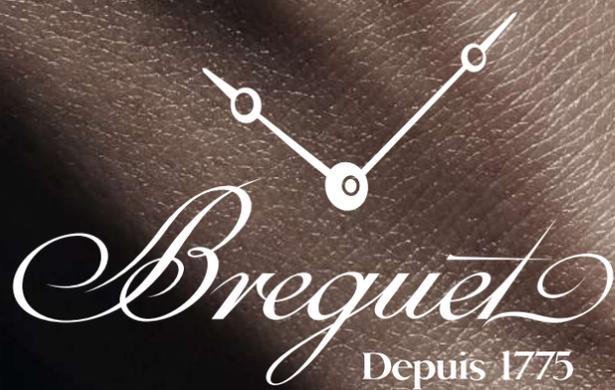
Nadine
Strittmatter
Topmodel



CORNÈRCARD LADY

Lernen Sie jetzt die erste von Frauen für Frauen entwickelte Kredit- und Prepaidkarte der Schweiz mit dem gewissen Etwas kennen:

Die **Cornercard Lady MasterCard** Karte mit ganz speziellen Leistungen, edlem Design und reizvollen Überraschungen.
cornercard.ch/lady



Breguet
Depuis 1775



Reine de Naples Kollektion
IN EVERY WOMAN IS A QUEEN