

9	ZEUG GARTENWERKZEUG
16	PRODUKTE FANCY DIAMONDS
21	IM GESPRÄCH DELFINA DELETTREZ
24	MANUFAKTUR WELLENDORFF

IM PORTRÄT CHRONOSWISS	39
ZUTAT CIMA DI RAPA	44
ZU GAST MARIE CURIE	46
STADT-DESTILLAT HONGKONG	49



Sommerzeit

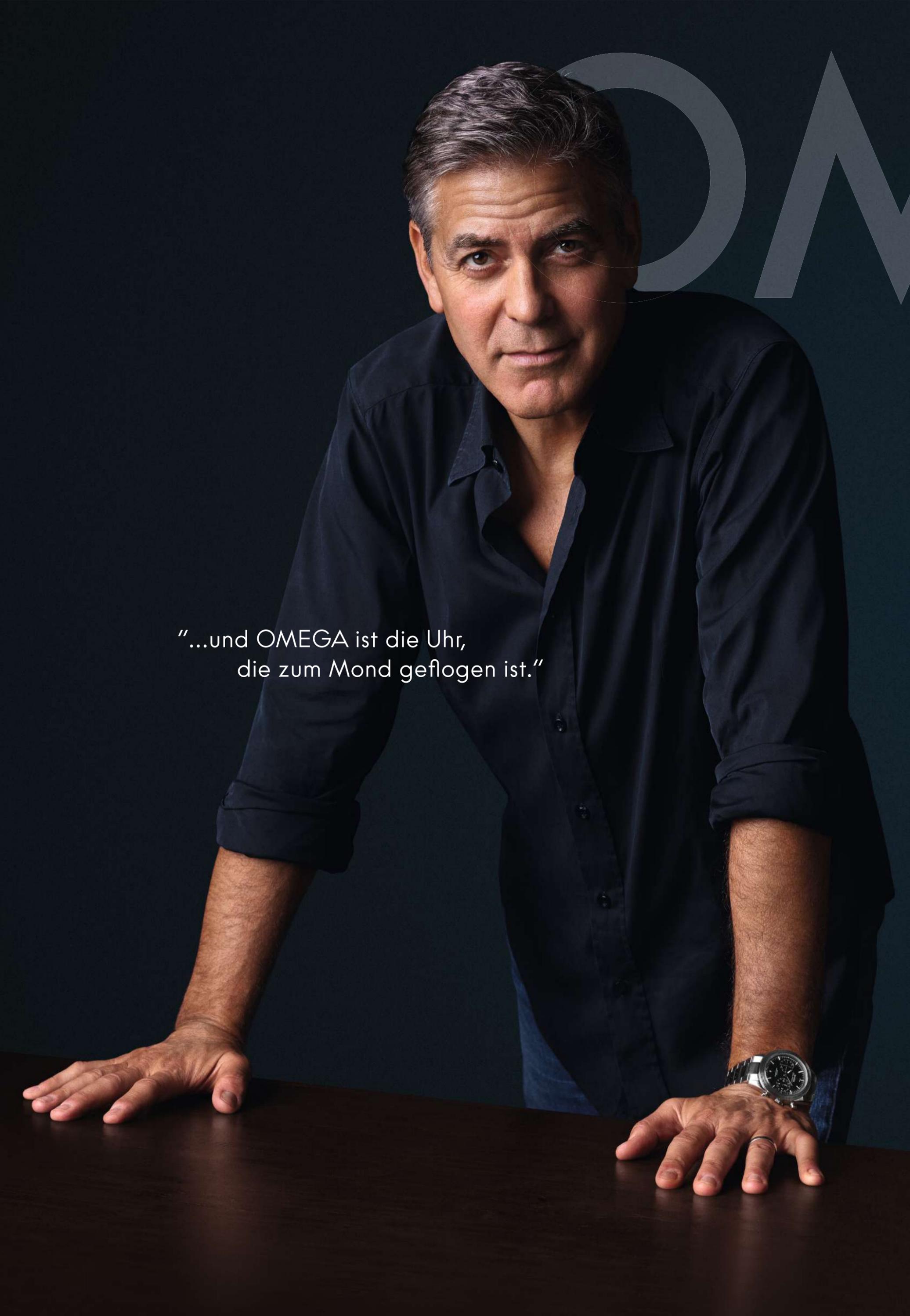
UHRENEUHEITEN IM PRÄGNANTEN LOOK

Seite 26

Steinreich

WAS ANTWERPEN UND TEL AVIV MIT DIAMANTEN ZU TUN HABEN

Seite 40



"...und OMEGA ist die Uhr,
die zum Mond geflogen ist."

MEEGA



Speedmaster

GEORGE CLOONEY'S CHOICE

#moonwatch

Ω
OMEGA

Boutiques OMEGA: Zürich • Genève • Luzern • Interlaken • Bern • Crans-Montana • Zermatt

COCO MADEMOISELLE



CHANEL





Oris Big Crown ProPilot Calibre 111
10 Tage Gangreserve
Patentierte nichtlineare Gangreserveanzeige
Krokodillederband
www.oris.ch



real watches **for** real people

ORIS
Swiss Made Watches
Since  1904



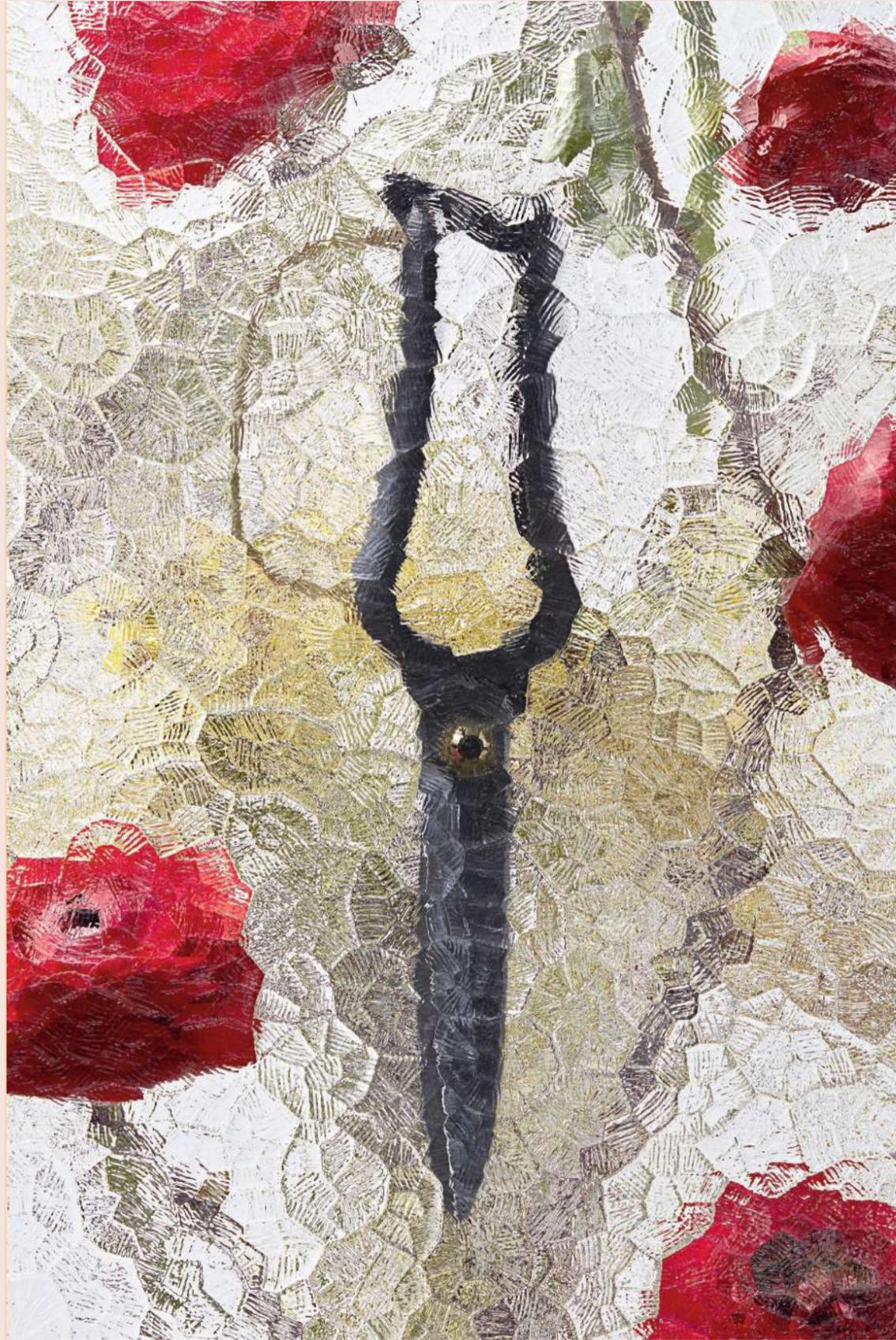
OBJEKTE FÜR DAS LEBEN



Scherenschnitt

NICHT JEDES ERDENKIND WIRD MIT EINEM GRÜNEN DAUMEN GEBOREN. DOCH ELEGANTES WERKZEUG WECKT SELBST BEI BANAUSEN DIE GÄRTNERLUST

Text ANNA KAMINSKY Foto JONAS MARGUET



STIL IM BEET

Hermès: Des Gärtners Finger schützen die robusten Lederhandschuhe mit hohem Schaft.

Manufactum: Flink steckt man in den Holzcllogs mit rotem Lederüberzug und steht darin solide zwischen Stauden und Ranken.

Globus: Vor dem Ausgang noch schnell die Setzlinge überprüfen? Schürze umbinden und los.

Form und Funktion dieser japanischen Formschnittschere gehen miteinander einher. Sie ist überraschend leicht, das geschwungene Design schmiegt sich der Hand an, die raue Oberfläche ist ein haptisches Erlebnis, und der bronzefarbene Bügel, der angenehm auf dem Handrücken liegt, unterstützt einen sicheren Griff. So können sich zum Gärtner Berufene ganz auf ihr künstlerisches Schnittwerk konzentrieren.

Bevor man sich nun aber an einem Baum oder einer Hecke vergreift, halte man kurz inne: Äste

wachsen nach, jedoch langsam. Im Kleinen zu üben, kann Unfrieden in der Gartengemeinschaft verhindern. Dazu eignet sich eine kleinere Schere mit kürzeren, stärkeren Scherblättern, die ohne Sicherheitsbügel auskommt. Wollen die Übungen überhaupt nicht fruchten, eignet sich das schöne Gerät auch als dekoratives Einrichtungsobjekt. Für die neu geweckte Gärtnerleidenschaft finden sich genug andere Aufgaben im Grünen.

Formschnittschere (140 Fr.), bei Limited Stock



louisvuitton.com

Tambour Automatic Chronograph

LOUIS VUITTON

INHALT



Seite 16, Produkte: Farbige Diamanten sind ein rares Gut.

Z

ZEITGEIST

- 13—NEUES AUS DER SCHWEIZ
- 14—NEUES AUS DER WELT
- 16—PRODUKTE
- 19—SCHÖNHEIT

21—IM GESPRÄCH

Delfina Delettrez

Die italienische Schmuckdesignerin über ihre berühmte Familie, Rom und die passenden Preziosen für ihre Generation

24—MANUFAKTUR

Gegen die Physik

Das Familienunternehmen Wellendorff aus Pforzheim versteht es, aus Gold seidenweiche Kordeln zu spinnen



Seite 49, Stadt-Destillat: Der Central District Hongkongs erwacht zu neuem Leben.

26—IM BILDE

Der Lenz ist da

Die Uhren der aktuellen Saison, inszeniert in einem urbanen Birkenwald



ZÄSUR

27—DANIEL HUG

28—BARBARA VINKEN / RAPHAEL GÜLLER

29—BICE CURIGER / RICHARD KÄGI

30—DOROTHEE VOGEL



Seite 26, Im Bilde: Uhren, die nicht nur die Zeit angeben.

39—IM PORTRÄT

Chronoswiss

Gegründet in München, ist die Uhrenmarke nun in Luzern zu Hause. Die Komponenten ihrer Produkte stammen von jeher aus der Schweiz

40—ZENIT

Diamantenfieber

Den kostbaren Steinen auf der Spur – eine Reportage aus Tel Aviv und Antwerpen



Seite 40, Zenit: Einblicke in den Diamantenhandel.

44—ZUTAT

Cima di Rapa

In Italien klingt der Stengelkohl nicht nur besser, man weiss auch damit umzugehen

46—ZU GAST

Marie Curie

Vor 150 Jahren kam die Wissenschaftlerin in Polen zur Welt. Bahnbrechende Entdeckungen haben ihr zwei Nobelpreise beschert



ZUGABE

49—STADT-DESTILLAT

52—IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN

54—ZITAT



Seite 46, Zu Gast: Die Physikerin und Chemikerin Marie Curie lädt ins Labor.

MACHT DIE WELT UND IHR HANDGELENK ZU EINEM BESSEREN ORT.



Da Vinci Chronograph Edition
«Laureus Sport for Good Foundation». Ref. 3934:
Diese Uhr ist ein bisschen besser als andere. Schliesslich geht ein Teil des Verkaufserlöses an die Laureus Sport for Good Foundation und schenkt so benachteiligten Kindern neue Chancen im Leben. Damit nicht genug: Dank ihres klassischen Designs zaubert sie

nicht nur den Kids, sondern auch ihrem Besitzer ein Lächeln ins Gesicht.

Limitierte Auflage von 1500 Exemplaren in Edelstahl,
Mechanisches Uhrwerk, Automatischer Aufzug,
Gangreserve nach Vollaufzug 68 Stunden, Zentrumsekunde,
Spezielle Bodengravur (Abbildung), Wasserdicht 3 bar,



Gehäusehöhe 14.5 mm, Durchmesser 42 mm,
Alligatorlederband von Santoni

IWC Schaffhausen Boutique | Bahnhofstrasse 61 | 8001 Zürich | Tel. 044 211 00 55 | www.iwc.com

IWC
SCHAFFHAUSEN

NEUES AUS DER SCHWEIZ

DESIGN

Bunte Nudeln

Kaum war der Entwurf mit dem charismatischen Geflecht auf dem Markt, gab man ihm den ebenso einprägsamen Namen «Spaghetti-Stuhl». Allerdings konnten 1948 weder Huldreich Altorfer, der für die Gestaltung des Liegestuhls verantwortlich war, noch sein Vater, der damalige Direktor des Möbelherstellers Embru, ahnen, dass sich ihr Produkt über Jahrzehnte bewähren würde. Nicht zuletzt deshalb ist neben einem Stuhl, der auch von Altorfer stammt, seither ein Lounge-Stuhl im gleichen Stil in die Kollektion eingeflossen – und dazu eine ganze Reihe Farben. Denn selbst ein Klassiker verträgt ab und an einen neuen Anstrich. (das.)



embru.ch

«Altorfer Lounge-Stuhl» (475 Fr.), von Embru.

Im Fluss

Seinem Namen überaus gerecht wird das Service, das Alfredo Häberli für die seit 1747 produzierende Porzellanmanufaktur Fürstenberg gestaltet hat. «Fluen» heisst der Entwurf des Schweizer Designers, und fließend sind auch die Formen seiner Teller, Tassen, Schalen und Teekannen. Dadurch bieten sie den Speisen und Getränken, die sich dereinst darauf und darin tummeln werden, eine Bühne, die ihnen auf ebenso zurückhaltende wie elegante Weise die Hauptrolle überlässt. (das.)

fuerstenberg-porzellan.com



Porzellan-Service «Fluen», von Alfredo Häberli für Fürstenberg.



Plakat der Ausstellung.

AUSSTELLUNG

Bike Design City

Gewerbemuseum Winterthur, bis 30. Juli 2017

«Autos haben in den Städten nichts mehr zu suchen», so Bertrand Delanoë, von 2001 bis 2014 Bürgermeister von Paris. Nach einem Besuch der «Bike Design City» im Gewerbemuseum Winterthur ist man geneigt, ihm zu glauben: Neben Velos neuerer und älterer Bauart werden hier Konzepte für fahrradregierte Siedlungen sowie veloverliebte Kunst vorgestellt. (rud.)

gewerbemuseum.ch

HOTEL

25hours Hotel

Langstrasse 150, Zürich



Zimmer im neuen Zürcher «25hours».

Wer mit dem Zug in Zürich ankommt, wird ihn nicht verpassen – den Bau mit den grosszügigen Fensterfronten, der das neue «25hours» an der Langstrasse beherbergt. Der Blick von innen auf das Gleisfeld ist nicht weniger imposant, erhält jedoch Konkurrenz durch das gelungene Interieur. (das.)

25hours-hotels.com

SCHMUCK

Königsklasse

342 Karat, lupenrein – die «Queen of Kalahari» ist ein perfekter Diamant mit Mehrwert: Er stammt aus der Karowe-Mine in Botswana, die von der von Chopard-Co-Präsidentin Caroline Scheufele gegründeten Green Carpet Challenge als nachhaltig zertifiziert wurde. Das Juwel wurde zu 23 Diamanten verarbeitet, diese stecken nun in 6 Haute-Joaille-Kreationen. (rud.)

chopard.com



Haute-Joaille-Collier «The Garden of Kalahari», von Chopard.

MODE

Delikate Stücke

Die aufwendigen Entwürfe der Designerin Ezgi Cinar erinnern an die Kleider von Märchenprinzessinnen. Die Unikate bestehen aus feinsten Materialien und werden in Handarbeit in der Türkei geschneidert. Die neue Kollektion «home far away from home» ist von weitgereisten Damen in edlen Roben inspiriert und im Zürcher Maison Gassmann erhältlich. (ijo.)

ezgicinar.com



Kleid «Alina's Balcony», von Ezgi Cinar, bei Maison Gassmann.



Der Zürcher Issey-Miyake-Store erhielt ein neues Kleid.

SHOPPING

Issey Miyake

Münsterhof 12, Zürich

In grellem Blau leuchten die langen Aluminiumplatten des kürzlich wiedereröffneten Zürcher Flagship-Stores von Issey Miyake. Damit passen sie zu den grafischen Designs des japanischen Modemachers, welche sehr futuristisch anmuten. Untergebracht ist der 230-Quadratmeter-Laden allerdings in unmittelbarer Nähe zur Fraumünster-Kirche in einem Gebäude aus dem 13. Jahrhundert – und versinnbildlicht so den Kontrast zwischen Zukunft und Geschichte. (ijo.)

isseymiyake.com

RESTAURANT

Helvti Diner Bellevue

St.-Urban-Gasse 4, Zürich



Hamburger und US-Reverenzen.

Der Vorreiter der Schweizer Gourmet-Burger-Szene eröffnet ein drittes Restaurant in der Innenstadt. Anders als an den Standorten beim Stauffacher und im Urania-Parkhaus liegen hier auch Brunch- und Bar-Karten auf. Ob man sich nun für Angus-Beef entscheidet, einen «Dog», Eggs Benedict oder «After Burger»-Drinks – dank Diner-Ambiente fühlt man sich wie Danny oder Sandy in «Grease». (ols.)

helvti-diner.ch

NEUES AUS DER WELT



Schreibwerkzeug (je 80–100 Fr.)
von Legendär.

ACCESSOIRES

Legenden schreiben

Ob man mit dem Kugelschreiber und dem Drehbleistift des norddeutschen Labels Legendär tatsächlich etwas zu Papier bringt, das bleibenden Wert hat, sei dahingestellt. Auch auf die Schönheit der Handschrift hat das aus Messing gefräste Schreibwerkzeug keinen Einfluss. Aber es sieht gut aus, und es liegt mit je rund 35 Gramm angenehm schwer in der Hand. (rud.)

lgndr.com

Für Charakterköpfe

Das kommt also dabei heraus, wenn Sonnenbrillen-Designer sich einmal so richtig austoben dürfen: «Mykita Studio», die neue Linie des Berliner Labels Mykita, lotet die Grenzen der Tragbarkeit aus. Elegant tanzen die grafischen Entwürfe auf dem schmalen Grat zwischen modischem Accessoire und untragbarem Objekt, nehmen ungeniert Anleihen bei Art déco und Funktionalismus, schwelgen im Kontrast von matten und glänzenden Oberflächen und präsentieren sich in eigens geschaffenen Acetat. (rud.)

mykita.com



Sonnenbrille «Studio 1.1»
(434 Fr.), von Studio Mykita.

Horizontenerweiterung

Industriedesigner Dimitrios Tsatsas und Architektin Esther Schulze-Tsatsas kreieren seit 2012 schlichte, elegante Taschen für ihr Label Tsatsas. Bis jetzt fokussierten sie auf Leder, alle Modelle werden im Atelier von Dimitrios' Vater in Offenbach am Main gefertigt. Nun arbeiteten sie erstmals auch mit Stoff: Fünf auf je 50 Exemplare limitierte Versionen der Tote-Bag «Fluke» aus Rindsleder und Stoffen sind entstanden für die Raf-Simons-Kollektion des dänischen Textilunternehmens Kvadrat. (rud.)

tsatsas.com



Tasche «Fluke» in Masai/Grey
(99 Euro), von Tsatsas.

RESTAURANT

La Dame de Pic

Four Seasons Hotel, 10 Trinity Square,
London



Essbare Kunst von Anne-Sophie Pic.

In ihren kulinarischen Kreationen stecken die Ambition einer Alchemistin, die Vision einer bildenden Künstlerin und das verblüffende Talent einer Illusionistin. Im Januar eröffnete die französische Köchin Anne-Sophie Pic, die Sterne-Lokale in Paris und Valence führt und auch die Küche des Gourmet-Restaurants des Lausanner «Beau-Rivage Palace» verantwortet, ihre erste Londoner Adresse. (ols.)

ladamedepiclondon.co.uk



Teekanne «Nomu» (135 Fr.), von
Naoto Fukasawa für Alessi.

DESIGN

Verspielt kann man die Entwürfe von Naoto Fukasawa kaum nennen. Vielmehr gilt der japanische Designer als Meister schnörkelloser, funktionaler Objekte. Gut, beherrscht die Firma Alessi beide Seiten – Utensilien, die eher lustig denn praktisch sind, aber auch Teekannen, die man selbst leer auf den Tisch stellen möchte. (das.)

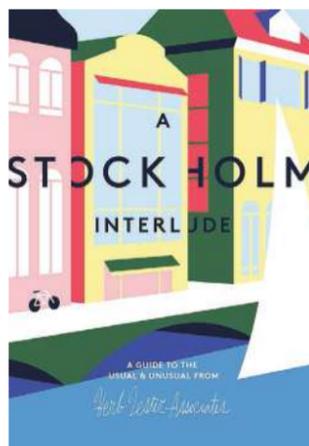
alessi.com

REISEN

Weniger ist mehr

Eine Stadt in ihrer Gesamtheit zu zeigen, ist nicht mehr Aufgabe eines Reiseführers. Oft wünscht sich der informierte Leser nur ein paar Bilder, um in Vorfreude zu schwelgen, vor allem aber Tipps, die ihn unmittelbar zu einem Insider machen. So konsequent wie Herb Lester Associates verfolgt diesen Ansatz jedoch kaum jemand. Ihre Guides, die im Gestalten-Verlag erhältlich sind, bestehen aus illustrierten Stadtplänen mit wenigen, aber umso besseren Ratschlägen. (das.)

gestalten.com



Stadtplan «Stockholm» (Fr. 5.50),
bei Gestalten-Verlag.



Pannobile von Paul Achs.

WEIN

Grosses Reifepotenzial

17 Jahre hat er auf dem Buckel. Aber der Wein ist frisch und gut erhalten. Der rote Pannobile 2000 des österreichischen Spitzenwinzers Paul Achs aus dem Burgenland zeigt nicht nur im Alter, sondern auch in der Jugend seine Qualitäten wie Kraft, Eleganz und Komplexität. Pannobile ist eine Winzervereinigung, die unter diesem Namen einen gebietstypischen Wein in der obersten Liga produzieren will. Erlaubt sind die einheimischen Blaufränkisch, Zweigelt sowie St. Laurent. Achs verwendet meist alle drei Sorten. Auf dem Markt erhältlich ist jetzt der 2014er für Fr. 29.50. (kep.)

gerstl.ch



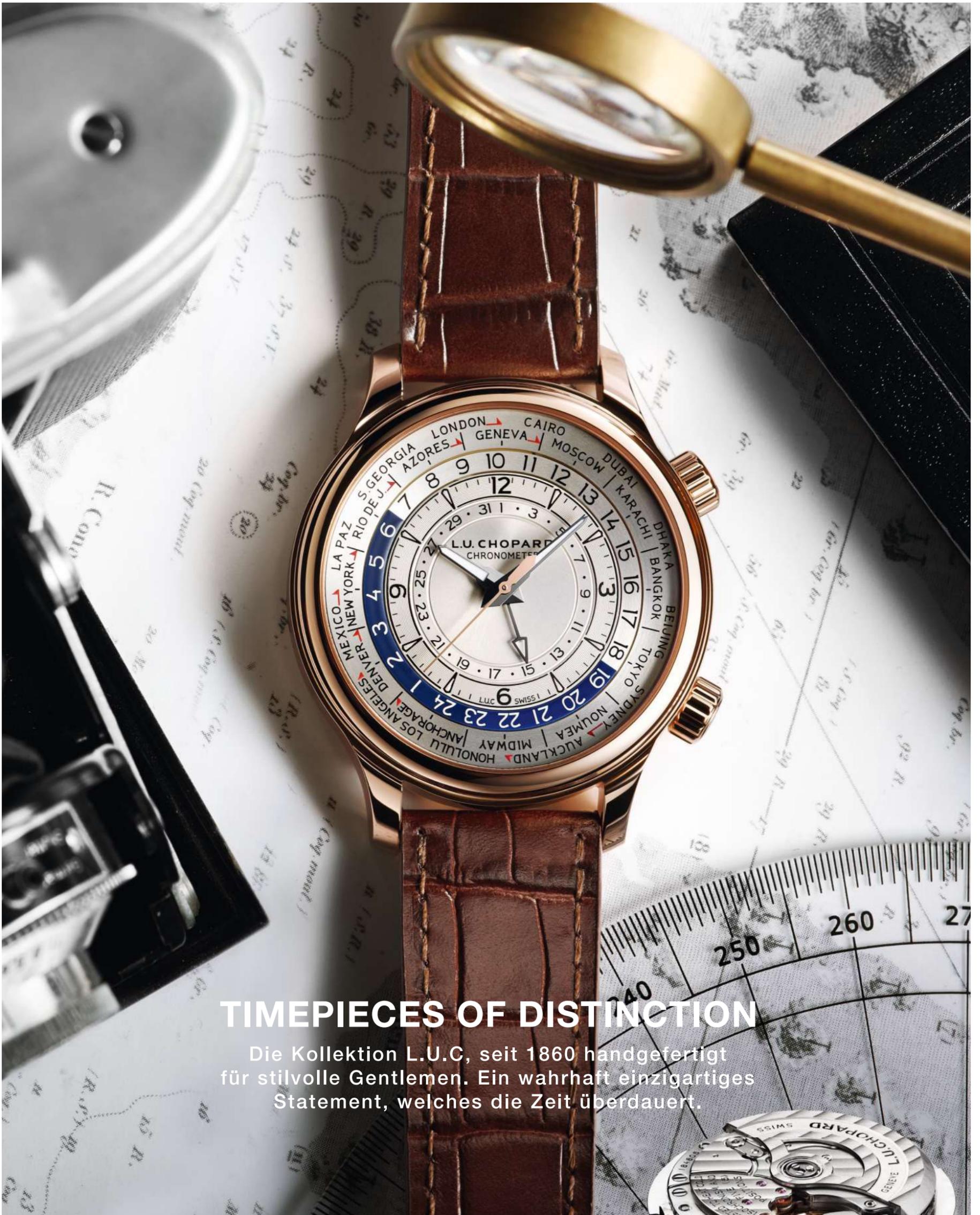
Sakko (915 Fr.) und Hose
(145 Fr.), von Atelier NA.

MODE

Auf Mass gescannt

Ein gutsitzender Anzug ist für Herren von Welt ein absolutes Muss. Mit rund 1500 englischen und italienischen Premium-Stoffen und einem 3-D-Bodyscanner, der mehr als 200 Körpermass misst, leistet das Pariser Label Atelier NA Pionierarbeit in Sachen Innovation, ohne dabei die reiche Tradition der Massschneiderei zu vernachlässigen. (ijo.)

atelierna.com



TIMEPIECES OF DISTINCTION

Die Kollektion L.U.C, seit 1860 handgefertigt für stilvolle Gentlemen. Ein wahrhaft einzigartiges Statement, welches die Zeit überdauert.

L.U.C TIME TRAVELER ONE (161942-5001), MANUFATUR-AUTOMATIKKALIBER L.U.C 01.05-L



L.U.C
Chopard

NATURSCHÖNHEITEN

FANCY DIAMONDS, FARBIGE DIAMANTEN, SIND ÄUSSERST SELTEN. SIE BETÖREN DEN BETRACHTER MIT BUNTER BRILLANZ, IHR PREIS ERREICHT ZUWEILEN SCHWINDELERREGENDE HÖHEN

Redaktion **ANNA KAMINSKY** Fotos **DOUGLAS MANDRY**

A

Prinzessin
Die hohe Kunst der Zurückhaltung manifestiert sich in diesem klassischen Ohrschmuck. Sein unwirklicher Wert offenbart sich nur dem Wissenden.

Hänge-Ohringe (2,70 Mio. Fr.), blaue und weisse Diamanten, von Cartier



B

Diva
Nur einer unter hunderttausend Diamanten funkelt farbig. Mit 232 rosa und 281 gelben Diamanten an einem Collier ist ein grosser Auftritt garantiert. Collier «Palme» (Preis auf Anfrage), rosa, gelbe und weisse Diamanten, von Van Cleef & Arpels



C

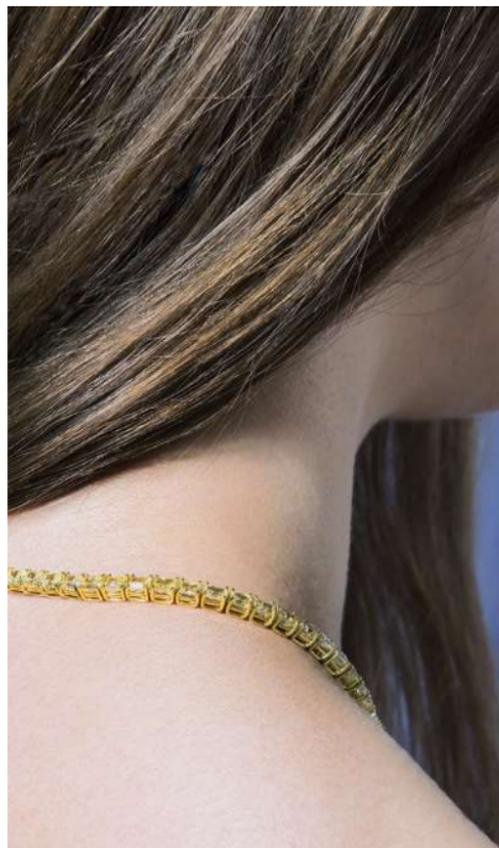
Märchenfee
Mit kindlicher Unbeschwertheit und dem Duft von Zuckerwatte umhüllt die Aura von acht rosa und acht gelben Steinen die Trägerin dieses Rings.

Ring (54 600 Fr.), gelbe (2,4 Kt) und rosa (2,22 Kt) Diamanten, von Chopard

D

Puristin
Zweiundneunzig nebeneinanderliegende gelbe Diamanten im Radiantschliff für ein Bekenntnis zur Geradlinigkeit und zur Farbe Gelb.

Collier «Rivière» (298 000 Fr.), gelbe Diamanten (42,24 Kt), von Bucherer





CONTACT: +41 (0) 44 857 80 00
SWISS@THOMASSABO.COM

Thomas Sabo

JEWELLERY & WATCHES

HUBLOT



HUBLOT

BOUTIQUES

GENEVE • LUZERN • ZURICH • ZERMATT

hublot.com • f • t • i

Big Bang MECA-10 All Black.
Gehäuse aus schwarzer Keramik.
Manufaktoreigenes Werk mit Handaufzug,
10 Tagen Gangreserve und einer
innovativen Architektur inspiriert von
einem Baukasten. Austauschbares
Armband mit einem einzigartigen System.
Auf 500 Exemplare limitierte Serie.

Die Entdeckung der Langsamkeit

Die Kosmetikindustrie arbeitet auf Hochtouren an der Entwicklung neuer Produkte, welche die Zeit überlisten sollen. Doch statt Anti- ist jetzt Slow Aging angesagt. Damit räumt man ein, dass die Hautalterung nicht gänzlich aufzuhalten ist. Wir nehmen es gelassen

Text **URSULA BORER** Illustration **ALICE TYE**



<p>1</p> 	<p>Kaviar Schweizer Kaviar und Know-how stehen hinter der neuen, luxuriösen Beauty-Linie. «Rejuvenating Face Cream», 50 ml, etwa 255 Fr., von Zwyer Skincare</p>	<p>2</p> 	<p>Rose Christian Dior liebte die Granville-Rose. Schön, dass sie auch die Haut schützt. «La crème texture riche», 50 ml, etwa 415 Fr., von Dior Prestige</p>	<p>3</p> 	<p>Retinol Mit der stabilen Formel Retinol 8 ist der Firma aus Schweden ein Riesen-Coup gelungen. «Day Cream SPF 15», 50 ml, etwa 139 Fr., von Verso, bei Marionnaud</p>	<p>4</p> 	<p>Rote Alge Seit 47 Jahren setzt Filorga auf medizinische Pflegeprodukte. «Nutri-Filler Crème nutri-reconstituante», 50 ml, 72 Fr., von Filorga, bei Marionnaud</p>
---	---	---	--	---	---	---	---



SOS-Treatment für überstrapaziertes Haar

Haar besteht zu 90 Prozent aus Keratin (Eiweiss). Sind die Haare hoffnungslos trocken, brüchig und unzähmbar, ist die Keratin-Struktur beschädigt. Eine gute Voraussetzung, um das neue Hydra-Triplex-Treatment «Awapuhi Wild Ginger» von Paul Mitchell zu testen. Zuerst wird zweimal shampooiert, dann folgt die Behandlung. Die hochkonzentrierte Mischung aus Aminosäuren, pflanzlichen Proteinen und pflegenden Ölen spendet sofort Feuchtigkeit. Bei Härtefällen wendet man auch noch das Kera-Triplex-Treatment an. Es repariert und versiegelt die Haare zusätzlich. Das Resultat: Fast sechs Wochen lang waren die Haare wie neu, glänzend und kämmbar. Geholfen hat auch die Pflege mit der Awapuhi-Wild-Ginger-Linie zu Hause. Die Stimmung: hoffnungsvoll!

Die Treatments werden in Paul-Mitchell-Salons angeboten und kosten je etwa 60 Franken; paulmitchell.ch



Wie riecht denn das?

«Wie Al Pacino, der als Godfather seine Pistole reinigt.» – «Fein – würde ich auch als Frau tragen.» – «Wie in einem Londoner Herrenclub, wo bei einem guten Glas Wein Schwarzgeld verschoben wird.» – «Zu schwer und zu penetrant.» – «Erinnert an etwas traditionell Italienisches mit einem modernen Twist.» – «Wie die Ausstattung in einem schönen alten Auto.» – «Da denke ich gleich an einen kultivierten Männerabend auf kapitonierten Ledersitzen.»

«Pour Homme», Eau de Parfum (150 Fr. für 90 ml), holzig-ledrig, Kopfnote: Kiefer, Wacholder, Herznote: Piment, Muskatellersalbei, Basisnote: Patschuli, Leder, von Bottega Veneta

LEBE
DEINE
LIEBE.



GLÜCK IST LIEBE.

„Solange ich an meinem Wellendorff-Ring drehe, werde ich immer dieses Glück spüren – ein Leben lang.“

Lebe Deine Liebe.

BEXER

Zürich seit 1760 · Uhren & Juwelen
Bahnhofstrasse 31 · 8001 Zürich · Tel +41 (0)43 344 63 63
beyer-ch.com

Die NEUE KOLLEKTION ist erhältlich in der Wellendorff-Lounge bei Beyer, Bahnhofstrasse 31, Zürich. Sprechen Sie mit Ihrer Wellendorff-Expertin unter Tel. 043 344 63 63 oder store@beyer-ch.com.



WAHRE WERTE

Wellendorff

Delfina Delettrez

Die 30-jährige Schmuckdesignerin wuchs umringt von den tüchtigen Frauen der Fendi-Familie in Rom auf. Sie hat ein eigenes Label, das ihren Namen trägt, entwirft aber auch für das von ihrer Grossmutter gegründete Modehaus

INTERVIEW KIM DANG



Wie spät ist es, Frau Delettrez?

Warten Sie, ich schaue auf mein Smartphone! Uhren trage ich, wenn überhaupt, dann nur der Ästhetik wegen, so wie Schmuck. Das merkt man dem Design der «Policromia» an, der ersten Uhr, die ich für Fendi entworfen habe: Von weitem sieht sie aus wie ein Armband. Ich empfehle, zwei «Policromias» zu tragen, an jedem Handgelenk eine.

Woher stammt der etwas s p e r r i g e Name der Uhr?

Er ist dem **Griechischen** entnommen – «poli» bedeutet multipel und «cromia» steht für Farbe. Eine weibliche Version von **Chronos**, dem Gott der Zeit, verspielt, aber auch sehr klar und zeitgenössisch.

Hat dieses Design, wie die meisten Entwürfe aus dem Hause Fendi, einen Bezug zu **ROM?**

Die Bögen versinnbildlichen die «volte», die *Arkaden-Bögen*, die man überall in Rom antrifft und die auch ein Erkennungsmerkmal des Palazzo della Civiltà Italiana, des neuen Fendi-Hauptsitzes, sind. Seine klare Architektur ist die Hauptinspiration für die Formgebung dieser Uhr. Der ganze Palazzo ist in meinen Augen eine riesige Uhr, eine Sonnenuhr. Wenn man ihn betritt, weiss man aufgrund der Schattenwürfe sehr genau, wie spät es ist.

Wie stehen Sie zum Palazzo, der unter Mussolini erbaut wurde?

Als Römerin bin ich mit diesem Gebäude aufgewachsen. Schon von ganz weitem wirkt «il colosseo quadrato», das eckige Kolosseum, wie wir Römer es nennen, riesig. Fellini nannte das EUR-Viertel, in dem das Gebäude steht, eine «Outdoor-Cinecittà», die Gegend wirkt hyperreal, wie ein Filmset. Noch immer kann ich es kaum glauben, dass meine Mutter, Silvia Fendi, in diesem Gebäude ihr Büro hat.

Ab welchem Alter haben Sie Einblick in den Familienbetrieb erhalten?

Ich wurde quasi im Betrieb aufgezogen, das Atelier war Teil unseres Zuhauses. Ich hörte zu, wenn meine Mutter, meine Grossmutter Anna Fendi und ihre vier Schwestern sich austauschten und über ihre Meinungen und Strategien diskutierten. Es hat also nie diesen einen Moment gegeben, in dem ich auf einmal realisierte, dass ich Teil einer Mode-Dynastie bin.

Welche Werte haben Sie vom Fendi-Clan übernommen?



Haute-Joallerie-Uhr «Policromia», von Delfina Delettrez für Fendi.

Kreativität ist immer gepaart mit Hingabe. Es ist wichtig, eine eigene Vision und keine Angst zu haben, diesen Weg zu gehen und dabei auch Regeln zu brechen. Und meine Familie brachte mir bei, nicht nur das Schöne zu respektieren, sondern auch die Arbeit, die dahintersteckt. Ich habe gelernt, nachzufragen und zu schauen, wie und von wem Dinge hergestellt werden.

Woher stammt Ihre Leidenschaft für Schmuck?

Ich konnte einfach keinen passenden Schmuck für mich finden! Wenn ich ein klassisches Stück trug, und sei es der feinste Diamantring, fühlte ich mich alt. Also begann ich auf eine ziemlich naive Art, Schmuck zu machen, was zuerst zu meiner Passion und schliesslich zu einer Firma wurde.

Wie unterscheiden sich Ihre Kreationen für Ihr eigenes Label Delfina Delettrez von jenen für Fendi?

Die Codes des Hauses habe ich verinnerlicht, sie sind Teil meiner DNA. Aber ich interpretiere sie anders, da ich ja einer anderen Generation angehöre.

Eine Ihrer Qualitäten?

Ich bin sehr diplomatisch – und wäre sicher eine gute Richterin geworden. Manchmal wäre ich aber gerne durchsetzungsfähiger, so wie meine Grossmutter Anna. Sie war eine richtige Dampfwalze!

Was ist Ihre Lieblings-Stil-Periode?

Die Zeit nach dem Ersten Weltkrieg. Ich mag das Funktionale, das in dieser Zeit entstand. Dazu gehört etwa der

Die Mode dieser Periode war praktisch, rational und doch elegant.

R
e
i
s
s
verschluss.

Wie würden Sie Ihren Stil beschreiben?

Kategorisieren lasse ich mich nur sehr ungern, mein Kleidungsstil wurde

schon als «**schizoPhreN Poesie**» bezeichnet. Ich habe viele Facetten, war schon ein Punk und eine japanische Lolita. Heute habe ich für den Alltag eine Uniform parat, die mich nicht ablenkt und an die ich morgens keinen Gedanken verschwenden muss: Ich lasse mir Überkleider, die Nonnen zum Arbeiten im Garten tragen, auf Mass bei einem Nonnenausstatter anfertigen.

Wer ist für Sie eine Stilikone?

In Sachen Eleganz und Stil inspirieren mich Frauen mit verrückten, zerrissenen Lebensgeschichten aus der Vergangenheit. Etwa die ungarische «Blutgräfin» Elisabeth Báthory oder Frauen wie George Sand, Oriana Fallaci, Elsa Peretti und Elsa Schiaparelli – allesamt stark und unabhängig.



Der Palazzo della Civiltà Italiana, seit 2015 Hauptsitz der Marke Fendi.



DER TIFFANY® SETTING
SEIT ÜBER 130 JAHREN HERAUSRAGEND

TIFFANY & Co.

NEW YORK SINCE 1837

TEXT NICOLE ALTHAUS

Anpassungsfähig

In einer kleinen Werkstatt mitten in Pforzheim wird Gold zu einer Kordel gesponnen, die sich an den Hals schmiegt wie ein Seidentuch. Das Familienunternehmen Wellendorff setzt mit seinem Schmuck auf die Haptik. Ein Alleinstellungsmerkmal in einem Geschäft, das hauptsächlich von der Optik lebt



Man muss sie in den Händen haben, die Goldkordel von Wellendorff, sie über den Handrücken ziehen oder um das Handgelenk wickeln, um ihre seidige Textur zu spüren. Man muss sie sich um den Hals legen und erleben, wie geschmeidig sie sich der Anatomie anpasst, dass nichts zwickt, kein Nackenhärchen sich verklemmt. Schmuck ist normalerweise ein optisches Geschäft. Sind es doch die Steine, der Glanz und die Formen, die verführen. Bei Wellendorff aber sind Textur und Gewicht des Materials sowie der Tragekomfort so wichtig wie das Design. Das kommt nicht von ungefähr: War es doch ein haptisches Erlebnis, das in die Entwicklung der legendären Goldkordel mündete. Eva Wellendorff wünschte sich in den siebziger Jahren von ihrem Mann Hanspeter, der das Familienunternehmen in der dritten Generation führte, ein Schmuckstück, das sich auf der Haut so anfühlte wie die Vorhangquaste an den Fenstern des Hauses ihrer Grossmutter. Die Ikone war geboren. Doch erst Tausende von Stunden Handwerksarbeit und viele gescheiterte Versuche später hat man es in Pforzheim geschafft, das harte Edelmetall zu verarbeiten, als wäre es ein Seidenfaden.

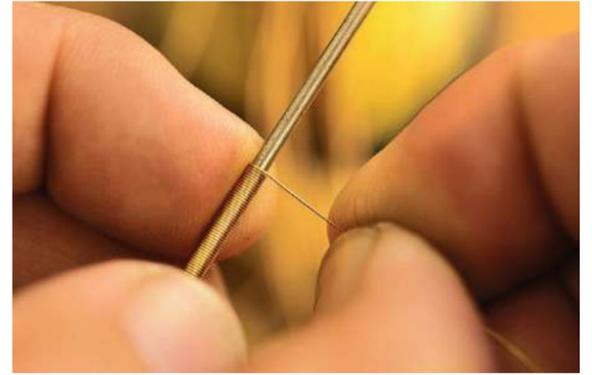
48 Schritte und 8 Berufsgruppen sind heute in der Werkstatt mitten im deutschen Pforzheim involviert, bis eine Goldkordel an den Juwelier ausgeliefert werden kann. Von der Legierung bis hin zum Verschluss, der den maschinellen Härte-test bestehen muss, damit er ein Frauenleben lang hält, ist alles Handarbeit. Man spürt den Handwerkerstolz an jedem Arbeitstisch. Und man kann ihn nachvollziehen. In der digitalen Welt gibt es schliesslich nicht mehr viele Produkte, die vom Geschick von zwei Dutzend Händen und vom unbestechlichen Blick ebenso vieler Augen abhängig sind.

Am Anfang der Kordel steht ein simpler Goldstab, rund eine Armlänge lang und 90 000 Euro schwer. Zurichter Sven Hille drückt ihn vorsichtig durch eine Walzmaschine. Immer länger, dünner und dichter wird der Stab, bis er viele Arbeitsstunden später zu einem endlosen Goldfaden verarbeitet ist. Aufgewickelt auf einer profanen Spule, steht das Gold auf dem Tisch, gerade so, als befände man sich in einer überdimensionierten Spinnerei. Der Vergleich ist so falsch nicht, denn das Geheimnis der Goldkordel

OBEN In Pforzheim verarbeitet man Gold, als wäre es Seide: Einzelne Kordeln werden zum Gürtel geflochten.

RECHTS Georg Wellendorff führt mit seinem Bruder Christoph das Familienunternehmen in der vierten Generation.





von Wellendorff ist tatsächlich ihre in der Goldschmiedekunst einmalige Verspinnung: Aus den haarfeinen Fäden werden Stränge gezwirbelt, die so satt sind, dass sie kein Haar einklemmen können, und doch so geschmeidig, dass sie sich jedem Hals anpassen. Viele haben versucht, die Kordel zu kopieren. Bisher ohne Erfolg. «Was wir zur Stabilisierung verwenden, ist unser Geheimnis. Wir nennen es die Seele der Kordel», sagt Claudia Wellendorff, die sich um Marketing und Pressearbeit kümmert und auch gleich klarmacht, wer im Haus die letzte Instanz ist: «Bei uns kommt kein Schmuckstück in Produktion, das die Frauen der Familie nicht ausgiebig Probe getragen haben.» Schliesslich sei auch das schönste Collier erst eine Zierde, wenn es mit Selbstverständlichkeit getragen werden könne. Dann führt sie weiter zum Tisch, wo jedes einzelne Stück zur Perfektion poliert wird. Noch der kleinste Kratzer wird sorgfältig weggeschliffen, jedes Staubkorn, das nur unter einem Mikroskop sichtbar ist, entfernt, so dass keine Unebenheit Licht schlucken und den Glanz des Materials schmälern könnte. Auch der Brillant in der Mitte des kleinen W, das als Anhänger und Markenzeichen jede Kordel schmückt, wird von Hand gefasst.

In der Goldschmiedekunst steckt die Perfektion im Detail. Und die Detailversessenheit hat bei Wellendorff System. «Wir arbeiten mit denselben engen Toleranzen wie die Uhrenindustrie», erzählt Georg Wellendorff, der mit seinem Bruder das Unternehmen in der vierten Generation leitet. Besonders stolz ist er auf den Verschluss der Armbänder, den Wellendorff patentieren liess. Schliesslich steckt neben der Perfektion auch der Teufel im Detail: Was nützt der schönste Schmuck, wenn frau ihn morgens nicht alleine verschliessen kann? Oder wenn er sich unbemerkt löst und verloren geht? Rund 40 000 Mal muss man ein Armband öffnen und wieder verschliessen können, wenn die Trägerin es 100 Jahre lang täglich an- und wieder auszieht. Das hat Georg Wellendorff ausgerechnet. Und das war sein Anspruch an den Verschluss. Also liess er

einen Simulator bauen, der nichts anderes tat. Anfänglich rissen die Verschlüsse nach ein paar tausend Versuchen. Das neue System aber überstand den Härtetest locker. Nach 116 000 Mal auf- und zuschliessen stellte man die Maschine ab. Eine Kordel, die das Haus Richtung Juwelier verlässt, kann man also getrost an die nächste und übernächste Generation weitervererben.

Die momentane Rückbesinnung des Luxuskonsums auf Handwerk, traditionelle Werte und Authentizität kommt dem Familienunternehmen sicher entgegen. Die Zeitlosigkeit des Schmucks ist neben dem Tragekomfort die zweite Säule des Erfolges von Wellendorff. Natürlich sind die Ringe, Ketten und Colliers, die seit 1893 in Pforzheim gefertigt werden, immer auch Produkte ihrer Zeit. Sie verändern sich mit dem Zeitgeist, werden einmal opulenter, dann wieder schlichter. Im Kern aber sind sie zeitlose Klassiker, die so auf den Punkt gebracht sind, dass sie eigentlich keine zusätzlichen Gestaltungselemente mehr brauchen. Design-Chef Peter Thoner sieht seine Aufgabe denn auch vor allem in der Reduktion: «Wir müssen so viel wie nötig tun, damit ein Collier getragen werden kann, und so wenig wie möglich, damit das Material und seine Eigenschaften möglichst gut zur Geltung kommen.»

OBEN Von der Legierung bis hin zum Verschluss steckt in der Kordel von Wellendorff Handarbeit: Zunächst wird das Gold in Form eines Stabes in vielen Arbeitsschritten in die Länge gewalzt, bis es dünn ist wie ein Seidenfaden. Danach wird der Faden so dicht gewickelt, dass sich beim Tragen kein Härchen darin verfängt.

UNTEN Goldfäden verschiedener Legierungen auf Spulen, bevor sie zur Kordel gezwirbelt werden.

Kein Schmuckstück kommt hier in Produktion, das die Frauen der Familie nicht ausgiebig Probe getragen haben.

Wellendorff



Das Familienunternehmen aus Pforzheim besteht seit 1893, tritt aber erst seit 1970, in der dritten Generation, als Marke mit eigenem Namen auf. Davor wurde mit grossem Erfolg, aber stets anonym erst für den russischen Zarenhof, später für Händler und Juweliere Schmuck produziert. Nach dem Zweiten Weltkrieg gelang Dr. Alex Wellendorff dank dem Gold eines Schweizer Kunden der Wiederaufbau. Der Aufbruch in die Moderne kam mit der dritten Generation und der Etablierung des Namens als Marke. Mit der Entscheidung, jedes Schmuckstück mit dem kleinen W zu signieren, verlor die Familie zwar 50 Prozent ihrer Händler, fand aber als erste Goldmanufaktur in Europa den Weg aus der Anonymität. Die vierte Generation schliesslich erweiterte die Kollektion um einen drehbaren Ring. (na.)

wellendorff.com



Frühlingserwachen

FOTOS RAPHAEL JUST REDAKTION TIMM DELFS
STYLING CAROLINE ZIEGLER

HAARE UND MAKE-UP NICOLA FISCHER (STYLE COUNCIL)
FOTO-ASSISTENZ ANDREAS GRABER
MODELS ILVIE WITTEK (WIENER MODELS),
WERNER SCHREYER (OPTION)



RECHTE SEITE, ILVIE Uhr «Cape Cod Shadow», Stahl, 29 mm (3900 FR.) **HERMÈS HORLOGER**,
T-Shirt (280 FR.) **WOORYOUNGMI** bei **OPIA**, Hose, Feincord (340 FR.) **WUETHRICHFUERST**

RECHTE SEITE, WERNER Uhr «Octo Solotempo», Stahl, 38 mm (6300 FR.) **BULGARI**,
Mantel «Sphere Coat» (998 FR.), und Hose «Align» (449 FR.) **ARC'TERYX VEILANCE**

COVER Uhr «Panthère or jaune», Gold, 27x37 mm (21 700 FR.) **CARTIER**, Kleid (695 FR.) **STUDIO WINKLER**

Vom Kauf einer Uhr, die ihren Wert behält

Text DANIEL HUG



ERBSTÜCK Berühmte Vorbesitzer sind wertsteigernd: Diese Rolex «Daytona» trug Eric Clapton. 2015 wechselte sie für 1,4 Millionen Franken den Besitzer.

FOTO: PD

Das Instrument, das die Zeit misst, wird mit der Zeit oft selbst wertlos. So wie die meisten irdischen Güter, an denen der Zahn der Zeit nagt. Doch das gilt nicht für alle Uhren: Am 14. November 2016 legte ein Bieter an der Genfer Uhrenauktion von Phillips nicht weniger als 11 Millionen Franken auf den Tisch für einen seltenen Stahl-Chronografen von Patek Philippe mit ewigem Kalender und Mondphase aus dem Jahr 1943. Damals kostete die Uhr ein paar tausend Franken.

«Die Zeit entscheidet, was bedeutungsvoll ist und was nicht», sagt Aurel Bacs, einer der besten Experten auf dem Gebiet und Leiter des Uhrendepartements im Auktionshaus Phillips. Erst aus einer gewissen zeitlichen Distanz lässt sich sagen, ob eine Uhr ein zeitloser Klassiker wird oder in die Kategorie Kitsch und Tand gehört.

Es ist kein Zufall, dass einzelne Uhren wertmässig zulegen – und andere im Staub der Schubladen verschwinden. Worauf gilt es zu achten? Kaufen Sie keine Smartwatch als Wertanlage, sie wird so schnell obsolet wie ein Mobiltelefon. Uhren mit einem elektronischen Quarzwerk, das für wenige Dollars hergestellt wird, gehören ebenfalls in diese Kategorie, ausser es handelt sich um eine erlesene Schmuckuhr von Piaget, Cartier oder Patek.

Besser fährt man mit Swiss-made-Uhren, in denen ein erstklassiges mechanisches Uhrwerk tickt: Sie sind dazu prädestiniert, ihre Träger ein Leben lang zu begleiten. Werden sie einigermaßen gepflegt, halten sie ewig, denn sie können immer repariert werden (das gilt auch für ein paar deutsche Marken). Die Wahl des Herstellers ist entscheidend: «Es gibt Marken, die mehr in die inneren Werte der Uhr und in ihre Langlebigkeit investieren als ins Marketing – und die konsistenter und seriöser arbeiten als andere», so Bacs.

Wie in der Kunst gibt es zunächst die grossen Namen, an denen man sich orientieren kann: Patek und Rolex sind die Blue Chips der Branche, wenn es um den langfristigen Werterhalt geht. Diese beiden Marken schwingen an den Auktionen meist obenaus, die Leute vertrauen ihnen und ihrer jahrhundertelangen Geschichte – und schreiben den Produkten eine besonders hohe Qualität zu.

Breguet, Audemars Piguet und Vacheron Constantin zählen ebenfalls zu den Namen, die unter Sammlern einen hohen Stellenwert haben. In den letzten Jahren haben auch die Preise gewisser Modelle von Marken wie Omega, Jaeger-Le Coultre, Heuer, IWC, Zenith oder Universal deutlich angezogen. Für eine Heuer «Autavia» von 1966 (das Modell wurde einst von Formel-1-Rennfahrer Jochen Rindt getragen), wurden an der Phillips-Auktion im vergangenen November 75 000 Franken bezahlt. Diese Uhr kostete einst weniger als 400 Franken.

Hier ist entscheidend, wie begehrt das spezifische Modell ist – auf die Marke allein kann man sich nicht verlassen. Wer heute über 6000 Franken auslegt für eine Luxusuhr, in der ein billiges Massenuhrwerk tickt,

das millionenfach hergestellt wird, der kann nicht auf einen langfristigen Werterhalt zählen. Grössere Chancen hat man mit Uhren, die durch zeitloses, aber charakterstarkes Design faszinieren (wie etwa die «Royal Oak» von Audemars Piguet), durch spezielle Funktionen des Uhrwerks oder eine beeindruckende Geschichte und legendäre Träger (Rolex «Daytona», Omega «Speedmaster»). Der Zeitmesser wird hier oft als identitätsstiftender Begleiter am Handgelenk wahrgenommen.

Wertsteigernd wirkt zudem die Seltenheit des Zeitmessers. In den Jahren vor 1990 sind aufwendige Uhren mit Tourbillon-Werk nur in winzigen Stückzahlen hergestellt worden – heute jedoch inflationär. Das wirkt sich auf den Werterhalt aus. Auch bei sogenannt «limitierten Serien» muss man vorsichtig sein. «Manchmal ist eine Uhr bloss anders bemalt, das macht sie noch nicht zu einer echten Rarität», erklärt Bacs.

Entscheidend ist ferner der Zustand: Die Uhr muss authentisch sein und bleiben, Zifferblatt und Zeiger sollten original sein, Gehäuse und Uhrwerk sowieso. Eine schöne, gleichmässige Patina wirkt wertsteigernd – und verleiht dem Stück Einzigartigkeit. Dokumente und Zertifikate erhöhen den Wert, ein berühmter Vorbesitzer ebenfalls. Eine seltene Rolex «Daytona» von 1971 mit silbernem Zifferblatt («Oyster Albino») wechselte 2015 bei Phillips für 1,4 Millionen Franken die Hand: Sie tickte einst am Handgelenk der Bluesrock-Legende Eric Clapton, und das machte sie nochmals einen Tick wertvoller, als sie ohnehin schon war.

Leider sind die Zeiten vorbei, als die tollsten Uhren auf Flohmärkten für ein Butterbrot zu erwerben waren. Im Zeitalter des Internets wissen fast alle, was die gefragten Zeitmesser wert sind. Ob man nun eine Vintage- oder eine neue Uhr kauft: Aus Spekulationsgründen sollte man es nicht tun. Kaufen Sie sich die Uhr, die Ihr Herz höherschlagen lässt, dann haben Sie die emotionale Dividende auf sicher. Lesen Sie alles über Ihr Modell, tauchen Sie in die Geschichte ein, und lernen Sie, sich im Universum der Zeitmessung zurechtzufinden. Wie in der Kunst kaufen Sie umso besser ein, je mehr Sie von der Materie verstehen. Und wer viel vom Thema versteht, hat auch mehr Freude daran.

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



Rotgold ist zurück, und es heisst jetzt viel edler: Roségold. Es ist unübersehbar schlicht überall, aus einem sich seit drei Jahren ankündigenden Trend ist ein *craze* geworden. Je dunkler die Zeiten werden, desto grösser offenbar unsere Sehnsucht, das Leben rosarot zu sehen, einen rosigen Glücksschimmer zu erhaschen. Eigentliche Aufgabe von Design und Mode scheint es im Moment zu sein, die gesamte Farbskala zwischen Puder, Nude, zartem Erröten, leichten, fast durchsichtigen Himbeertönen, sattem Orange, dem Rosenrot des Laetare, schreiendem Rot, Shocking Pink und tiefem Purpur in immer überraschenden Kombinationen durchzudeklinieren. Die Wiederkehr des rosigen Tons im Gold war, um in diesem Konzert einen Akzent setzen zu können, eine Frage der Zeit. So ganz war er bei traditionsbewussten Juwelieren nie verschwunden: dreifarbige Schlingringe aus Weiss-, Gelb- und Rotgold sind ein unvergänglicher Klassiker. Das Roségold kommt als letztes Glied in einem Goldrausch, der bis vor kurzem noch als protzig

WELTORDNUNG

Roségold

Text BARBARA VINKEN Illustration JEAN-MICHEL TIXIER

vulgär gegolten hätte. Wer hätte vor fünf Jahren Gläser mit schweren Goldrändern für erträglich gehalten, aus goldenen Teekannen getrunken, von goldenen Tellern gegessen? Das überliess man Märchenprinzessinnen. Aber nun: goldene Schleifen und Troddeln allüberall, von goldenen Lurex-Hosenanzügen, Kissen und Bikinis gar nicht zu reden. Und jetzt Roségold.

Nicht nur Damenjuwelen, nein Herrenuhren, nicht nur zierliche Füllfederhalter, nein auch das Schreibzeug für gröbere Hände schimmert rosig. Schmuck scheint nur noch dieses Edelmetall zu kennen, aber auch Manschettenknöpfe, Schuhe, ja Sneakers, Parfumflakons, Nagellack, Taschen, Stühle, Kerzen, Haare, Tagescrèmes und Lidschatten – alles roségold. Bei ihrem letzten Staatsempfang trug Michelle Obama ein roségoldenes glänzendes Kleid; das schimmernde Kettenhemd verwandelte sie in einen wehrhaft strahlenden Erzengel Michael. Selbst Mofas sollen mit dieser neuen Farbe in Marokko in Serie gehen; damit hätte sie alle weibischen Konnotationen hinter sich gelassen. Lange kann es bis zur roségoldenen Vespa, bis zum rosig schimmernden Mini nicht mehr dauern. Laptops, Handy und Tablets glänzen schliesslich schon seit mehreren Saisons rosé. Schaufenster von Wein-

handlungen sind ganz in Rosé gehalten, auch der Champagner perlt rosig.

Rotgold war lange verfemt und galt als vulgär, ein billiger Ersatzstoff für die, die sich Besseres nicht leisten konnten. Denn der rötliche Ton wird erzielt, indem man dem edlen ein unedles Material beimischt: Kupfer kommt ins Gold. Das hat den Vorteil, das sehr weiche Edelmetall zu härten, aber die Legierung hat den Nachteil, den jedenfalls bis vor kurzem unerwünschten rötlichen Farbton hervorzurufen. Rotgold hiess auch Russen- oder Türkengold und erfreute sich zum letzten Mal zu Beginn des 19. Jahrhunderts grosser Beliebtheit – später führte allein der Name die beklommenen finanziellen Verhältnisse der kleinen Leute vor Augen. Erst mit der Metamorphose in zart veredeltes Roségold hat sich alles geändert. Roségold ist zur Farbe unserer Träume geworden, Symptom für ein Begehren, der Hässlichkeit der Welt damit zu begegnen, dass man versucht, das Leben, um es mit Edith Piaf zu sagen, *en rose* zu sehen.

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.

Des Kaisers neue Sportkleider

Text RAPHAEL GÜLLER

Meine allmorgendliche Pendler-Fahrradfahrt durch London ist gestern wieder einmal so richtig ins Wasser gefallen. Sonne am Start, Platzregen ab Minute zwei, platschnass im Büro. Bis auf die Unterhosen. Das erstaunt natürlich niemanden hier auf der nassen Insel. Zum Glück hatte ich die Sporttasche dabei und habe mich halt in Trainerhosen und T-Shirt an den Schreibtisch gesetzt. Etwas beschämt schon. Was aber unbegründet war. Viele Arbeitskollegen sassen ohnehin in Lycra, Leggings und Laufschuhen am Platz.

Sportbekleidung im Alltag ist ja längst salonfähig geworden. Auf Neudeutsch nennt man das Athleisure. Wir kleiden uns jederzeit so, als wären wir gerade auf dem Weg ins Fitnessstudio. Auch wenn wir nur dabei sind, das Papier beim Drucker aufzufüllen oder Bostitche in Papierstapel zu rammen. Nike und Adidas haben sich längst gekonnt dieses Trends angenommen und lancieren ein Produkt nach dem anderen, das vordergründig sportlich aussieht, aber primär als Schmuckstück dient. Umgekehrt nähert sich die Mode dem Sport an. Von Fast Fashion bis Fendi lancieren alle eigene sportinspirierte Kollektionen. Sogar die Schneidermeister der Londoner Savile Row sind sich nicht zu schade, massgeschneiderte Trainingsanzüge anzubieten, die der Privatchauffeur nach dem Schweiss-

ausbruch beim Papierstapel-Archivieren einmal kurz in der chemischen Reinigung vorbeibringen darf.

Für die Branche ist Athleisure ein Home-Run. Noch erfreulicher wäre es aber, wenn der Trend nicht nur modische Heuchelei wäre, sondern uns auch wirklich zu mehr Bewegung anregen würde. In einer amerikanischen Studie aus dem Jahre 2012 wurde nämlich nachgewiesen, dass Versuchspersonen eine Aufgabe aufmerksamer lösen, wenn sie dabei einen Laborkittel anstelle von alltäglicher Kleidung tragen. Die Wissenschaftler nannten das «*enclothed cognition*». Lässt sich dieser Effekt auch auf Sportkleidung übertragen? Nehmen wir dank den Turnschuhen tatsächlich auch instinktiv häufiger die Treppe als den Fahrstuhl?

Sportlich gekleidet im Büro, spielte ich mit dem Gedanken, das Konzept gleich noch etwas vorsätzlicher umzusetzen. Zum Beispiel mit ein paar Yoga-Übungen im öden Meeting: Schnell einmal in die Pose «herabschauender Hund», wenn der Chef sich nach den Quartalergebnissen erkundigt. Und einmal kurz ins «Kuhgesicht», wenn sich die Kollegin von der Buchhaltung über die letzte vermessene Spesenabrechnung beschwert. Hört sich aber alles etwas zu anstrengend an. Ein Glück, dass wir in Sachen Athleisure schon auf der Zielgera-

den sind: Der nächste Modetrend werden angeblich Pyjamas als Alltagskleidung. «*Enclothed cognition*» besagt in diesem Fall wohl, dass wir dann alle etwas schlaftrunkener durch das Büro schlurfen werden. Und wenn wir deswegen wieder weniger athletisch trainiert sind, verdeckt der locker fallende Schlafanzug die Wampe bedeutend besser als die engen Leggings.

RAPHAEL GÜLLER betreut als Markenberater in London zahlreiche internationale Unternehmen. Anleitungen zu Fitnessübungen, mit denen man sich im Office lächerlich machen kann, nimmt er gerne unter hello@raphaelgueller.com entgegen.



Aus dem Augenwinkel

Text und Fotografie **BICE CURIGER**

Die Hochstaplerin

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.



Man steht vor der Kasse im Supermarkt. Der Wagen wieder einmal zu voll mit Waren, für die wir den schönen, an die Vorstellung vom Überleben gemahenden Begriff "Lebens-Mittel" verwenden.
In diesem Moment lacht uns rosarot die bereitgestellte Tüte im XL-Format entgegen. Erinnerst Sie nicht an...? Ja, die Tasche, ... die Hutm-Bag! Symbol der Obsession unserer Kultur für sogenannte "High-End-luxusgüter". Der Anblick erzeugt kurze Verwirrung. In der Kunst prägen die Situationisten das für den Begriff "Detournement". Diese Tasche hier ist eine fröhlich genuine Hochstaplerin. Frucht des Product-Hacking: "Ein Hacker ist jemand, der versucht, einen Weg zu finden, wie man mit einer Kaffeemaschine Toast zubereiten kann" (WanHolland).

In Ehren gereift

Text **RICHARD KÄGI** Illustration **NAOMI ELLIOTT**

Es gibt junges, frisches Gemüse. Das möchte sofort verspeist werden. Gemüse wird aber auch eingemacht. Dann wird der Faktor Zeit das Wichtigste. Zum Beispiel bei Kimchi, pikant eingelegtem Chinakohl. Ebenso beim Wein, bei Sardinen oder Sojasauce.

Beim Menschen verhält es sich nicht anders. Nach stürmischen Jahren ist Gelassenheit und Reife angesagt, Erfahrung verdrängt den Leichtsinns, Interessen ändern sich, Begehrlichkeiten suchen eine neue Richtung. Haare gehen, Falten kommen. Bei anderen fiel mir solches auf, natürlich nicht bei mir. Bis an dem Tag in den Sommerferien am Meer, der mich in eine Depression stürzte: Ich spazierte durch das abendliche Getümmel am Hafen, ein bildhübsches Fräulein läuft mir mit strahlendem Blick entgegen, in der Hand Flyer für die angesagte Disco im Ort. Ich, der das Lächeln erwidert und bereit ist, die Schöne niederzufflirten. Doch oh weh, Fräulein samt Lächeln und Flyer stürmen an mir vorbei, der Kerl hinter mir ist ihr Ziel. Er ist halb so alt wie ich und hat mehr Haare. Genauer gesagt, er hat Haare.

Doch zurück zum ehrwürdigen Altern. Und zwar von Sojasauce. Nicht nur dafür reiste ich nach Japan, aber auch. Ich bin in Higashikagawa, einem kleinen Ort auf Shikoku, der kleinsten der vier Hauptinseln Japans. Dort besuche ich Kamebishi, eine über zweihundert Jahre alte artisanale

Sojasaucen-Manufaktur. Ein berühmter Sushi-Meister in Tokio hatte mir den Tipp gegeben. Wie viele grossartige Produkte besteht auch Sojasauce aus ganz wenigen, einfachen Zutaten: Weizen, Sojabohnen, Meerwasser. Mittels Zugabe von Mushiro-Koji, einer Art Pilz, wird das Ganze fermentiert und dann gelagert. Natürlich ist der Vorgang viel komplexer. Kanae Okada, die Chefin in siebteilter Generation, erklärt: «Wir sind total anders als die Industrie. Alles ist Handarbeit, allerbeste, regionale Grundzutaten, und unsere einfachste Sauce lagert mindestens drei Jahre in grossen, hundertjährigen Fässern aus Zedernholz.» Wir gehen zwischen den mächtigen Behältern hindurch, Spinnweben und eine dicke Schicht Ablagerungen überall, eine Art Kruste. Ich denke an unsere Qualitätssicherung bei Globus. Kanae scheint meine Gedanken zu erraten. «Das ist kein Schmutz, das ist Pilzbewuchs, über Jahrhunderte gewachsen. Der ganze Prozess ist äusserst hygienisch, hier leben über 200 Bakterienarten, Pilze und Mikroben, das ganze Gebäude lebt!»

Im Büro lässt sie mich dickflüssige, tiefdunkle Sauce kosten. «Das wird mein Meisterstück, sie ist jetzt fast dreissig Jahre alt», sagt sie nicht ohne Stolz. Es ist die einzige über Jahrzehnte gereifte Sojasauce der Welt. «Ich besuchte einen Balsamico-Produzenten in Modena und war fas-



ziniert von den uralten Säften. Das brachte mich auf diese Idee. Wir werden die Sauce erst verkaufen, wenn sie fünfzig Jahre alt ist.» Sie schmeckt nach Zedern, nach Portwein und Sherry, nach Shiitakepilzen und rahmigem Sbrinz, nach am Knochen gereiftem Steak, umami pur. Die zehnjährige, im Retail etwa 150 Franken kostende Sauce ist nur wenig komplexer, eine salzig-würzige Geschmacksbombe, ideal zu einem Steak oder über einem Carpaccio. Gut gemacht, Frau Okada!

Ich ziehe weiter auf der Suche nach dem Guten. Zwei Wünsche nehme ich mit: die Hoffnung auf eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung mit dieser wunderbaren Manufaktur und etwas mehr Gelassenheit beim Älterwerden.

RICHARD KÄGI ist Food-Scout bei Globus. Die weiteren kulinarischen Abenteuer sowie die Lieblingsadressen des Gastronauten in Japan finden Sie auf richardkaegi.ch



From a very personal view

Text und Illustration DOROTHEE VOGEL

Ich soll über Uhren und Schmuck schreiben? Eine toughe Angelegenheit, da mir das Mich-Schmücken eher ausgetrieben wurde – damals!

«Sei nicht so ein «GRASAF»», hiess es, wenn ich meine Zöpfe öffnete und mir meine langen Haare gefielen oder ich mich allenfalls im Spiegel angeschaut habe oder diesen oder jenen Fingerringli- oder Ketteli-Wunsch hatte.

«Grasaf»? habe ich dann immer überlegt. Was ist das, ein «Grasaf»? Und habe mir dabei grünes Gras und einen braunen Affen vorgestellt.

Konnte darin aber keinen Zusammenhang mit meinen langen Haaren und dem In-den-Spiegel-Schauen erkennen.

Bei Wikipedia würde man heute nachlesen können: Ein «Grasaf» ist eine extrovertierte, übersteigerte Form des Sich-selber-Schmückens und Sich-selbst-Gefallens, dessen Gegenteil die Bescheidenheit ist.

Zum Glück habe ich das damals alles nicht kapiert oder (noch besser!) einfach ignoriert und dann halt all die Wünsche (bildlich) selber in die Hand genommen

und Tonnen von Halsketten, Ohrringen aus Weihnachtsschmuck, Zahnspangen aus Kerzenwachs mit Silberdraht, Gürtelschnallen aus Kaffeebüchsendeckeln mit Schrauben beklebt und mit Goldfarbe übermalt, Plateauschuhe aus Isolierkork eigens hergestellt.

Beim Tragen wurde dann wieder an das Bescheiden-Bleiben appelliert, und ich «legte die Unikate wieder ab», oder sie waren mir sowieso bereits verleidet!

Denn – ich hatte ein neues Ventil für meine Glitzer-Schmuck-Passion entdeckt: die «Neue Post». Damals der heutigen «Gala» ebenbürtig!

Ich kannte alle Diademe von Farah Diba, die aus Perlentropfen mit Diamanten kombinierten Ohrgehänge von Anne-Marie von Griechenland, die Kronen der Königin Margrethe von Dänemark und alles von Jackie O. und ihren langen Perlenketten auf Skorpion auswendig. Ich habe die Sei-

ten studiert, geträumt, verinnerlicht. Ich wusste Bescheid über die Looks bei einer Krönung oder an den Ferienorten der Majestäten. Ich habe alles verfolgt!

Und trotzdem hat mich das Bescheiden-Bleiben irgendwie geprägt und sein Gutes bei meiner Stil-Entwicklung getan.

Ich mag es heute nur so: zeitlos und mit wenig Schmuck.

PS: Nur etwas hätte ich gern, das sind Broschen, echte Stücke, Klassiker, wie die Queen sie trägt; und bei Buccellati würde ich ebenfalls nicht «No way» sagen, das auch nicht bei den Uhren!

DOROTHEE VOGEL ist eine der renommiertesten Modedesignerinnen der Schweiz und hat auch international auf sich aufmerksam gemacht. Bekannt wurde sie als kreativer Kopf der Modemarke Annex, 2002 gründete sie ihr eigenes Label Dorothee Vogel.





OBEN Uhr «Carrera Tourbillon 02 Black Phantom», Titan, 45 mm (19 900 FR.) **TAG HEUER**, Pullover, Baumwolle (189 FR.) **PELIKAMO**, Hose (598 FR.) **NEIL BARRETT** bei **FIDELIO**

RECHTS, ILVIE Uhr «Artelier Calibre 113», Stahl, 43 mm (5900 FR.) **ORIS**, Kleid, Seide (4990 FR.) **AKRIS**

RECHTS, WERNER Uhr «Air-King», Stahl, 40 mm (5900 FR.) **ROLEX**, Hemd (350 FR.) **WOORYOUNGMI** bei **OPIA**

RECHTE SEITE Uhr «Royal Oak Offshore Diver Funky Colors», Stahl, 42 mm (19 500 FR.) **AUDEMARS PIGUET**, Mantel, Wolle (1260 FR.) **STUDIO WINKLER**, Pantyhose «Iride 5080» (FR. 49.50) **FOGAL**, Schuhe «Odette», Kalbsleder (1800 FR.) **HERMÈS**







LINKS Uhr «Avenger Hurricane», Kohlefaser-Compound, 50 mm (8235 FR.) **BREITLING**,
Jacke (429 FR.) **ACNE** bei **FIDELIO**,
Hose (600 FR.) **ERMENEGILDO ZEGNA**

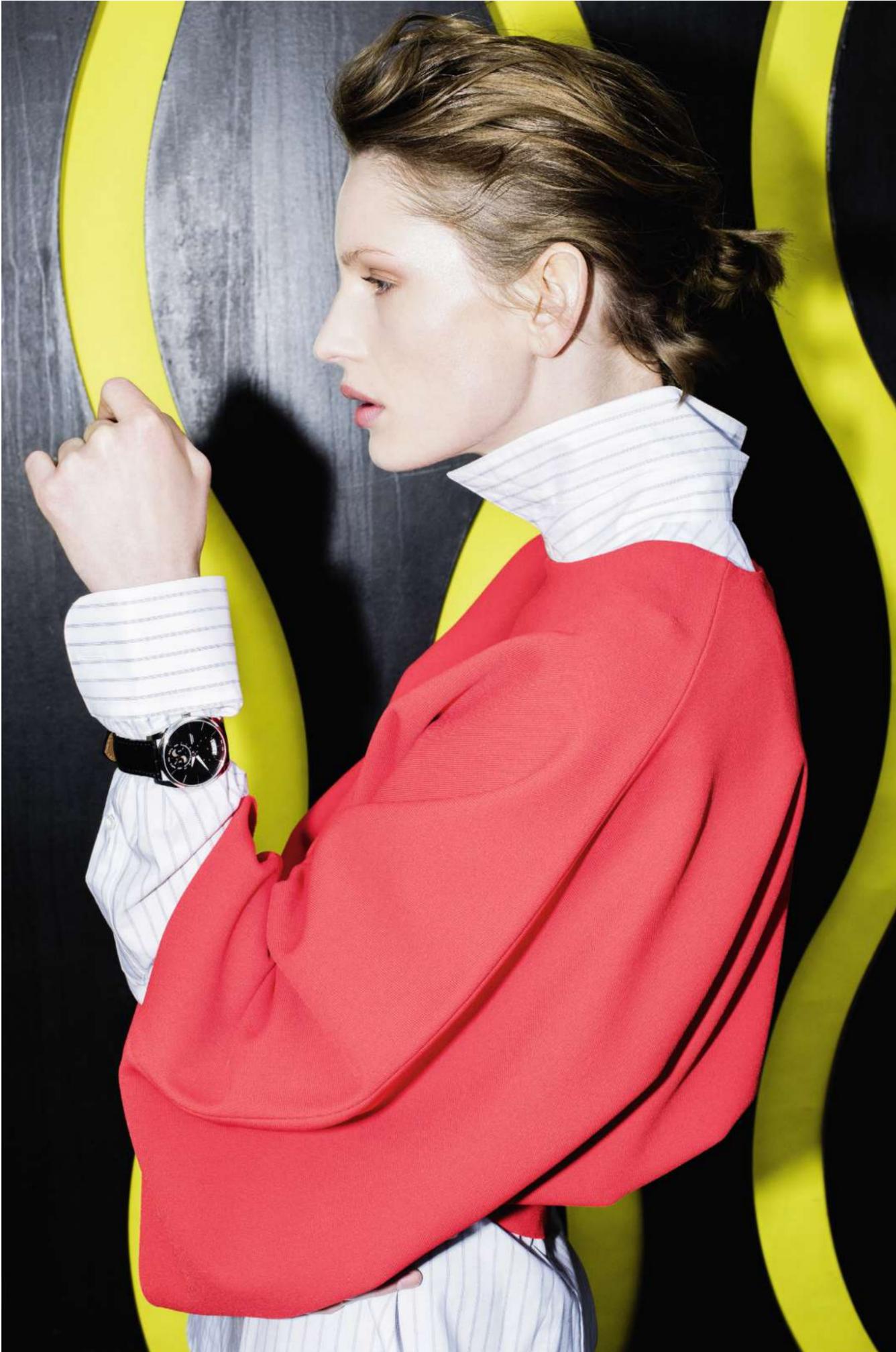




OBEN Uhr «De Ville Trésor», Weissgold, 40 mm (13 500 FR.) **OMEGA**,
Jacke, Samt (320 FR.), und Hose, Samt (390 FR.) **WUETHRICHFUERST**

LINKS Uhr «Patrimony phase de lune et date rétrograde», Gold,
42,5 mm (42 800 FR.) **VACHERON CONSTANTIN**,
Rollkragenpullover (198 FR.) **FIDELIO**





OBEN Uhr «Tonda 1950 Lune», Stahl, 39,1 mm (12 900 FR.) **PARMIGIANI**,
 Top (850 FR.) **STELLA MCCARTNEY** bei **GRIEDER**, Hemd (279 FR.) **DRIES VAN NOTEN** bei **BOUTIQUE ROMA**

LINKE SEITE Uhr «Luminor Submersible 1950 BMG-tech», Stahl, 47 mm (9600 FR.) **PANERAI**,
 Blouson, Mouliné (2400 FR.), und Hose, Mouliné (1550 FR.) **HERMÈS**



BUCHERER

1888

BUCHERER.COM

EINZIGARTIG WIE IHRE EMOTIONEN – SEIT 1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Chronoswiss

DIE UHRENMARKE CHRONOSWISS IST EINE DER LETZTEN, DIE SICH KOMPLETT IN FAMILIENBESITZ BEFINDET. AUCH GEOGRAFISCH GESEHEN IST SIE EINE AUSNAHMEERSCHEINUNG – IHR HAUPTSITZ BEFINDET SICH IN LUZERN

Text **TIMM DELFS**



Oliver Ebstein und Gerd-Rüdiger Lang.

CHRONOSWISS – DAS UNTERNEHMEN

Gründer GERD-RÜDIGER LANG	Geschäftsfeld UHREN
Gründungsort MÜNCHEN	Hauptsitz LUZERN
Gründungsjahr 1983	Mitarbeiter 30
Inhaber OLIVER UND EVA EBSTEIN	

100 JAHRE ALTE MASCHINEN

Um die Einzigartigkeit der Chronoswiss-Zifferblätter herauszustreichen, holten die Ebsteins einen ehemaligen Mitarbeiter der Firma Fabergé an Bord, einen Meister des Emails und der guillochierten Muster. Diese werden mithilfe von Maschinen, die zum Teil hundert Jahre auf dem Buckel haben, in Luzern für alle sichtbar in Zifferblätter aus Gold oder Silber gestochen.

1983

Alles begann mit einer Kündigung. Der deutsche Uhrmacher Gerd-Rüdiger Lang (*1943) hatte für die schweizerische Uhrenmarke Heuer-Leonidas ein Service-Center in München aufgebaut. Doch 1981 kam das Aus. Heuer-Leonidas war am Ende, und Jack Heuer persönlich musste Lang die Kündigung ausstellen. Der Uhrmachermeister hatte sich ein ausgezeichnetes Beziehungsnetz zu Schweizer Zulieferern sowie ein umfangreiches Ersatzteillager aufgebaut. Nachdem er erfolgreich seine übrig gebliebenen Heuer-Chronografen verkauft hatte und die Nachfrage nach mechanischen Uhren nicht nachliess, begann er 1983 auf eigene Faust, Uhren zu produzieren.

NOMEN EST NOMEN

Gerd-Rüdiger Lang ist deutscher Staatsbürger, und lange Zeit war auch das von ihm gegründete Unternehmen in München beheimatet. Da er sämtliche Komponenten für seine Uhren aus der Schweiz bezog, ist die Wahl des Namens Chronoswiss jedoch nicht völlig aus der Luft gegriffen. Er führte die Firma fast dreissig Jahre lang eigenhändig. Inzwischen hat er sie verkauft und sitzt nicht mehr am Steuer. Auf ewig verbunden mit der Marke wird sein Name dennoch sein, denn seine Initialen sind Teil des Chronoswiss-Logos: Dieses besteht aus den Buchstaben C, R und L.



CHRONOSWISS

PIONIERGEIST

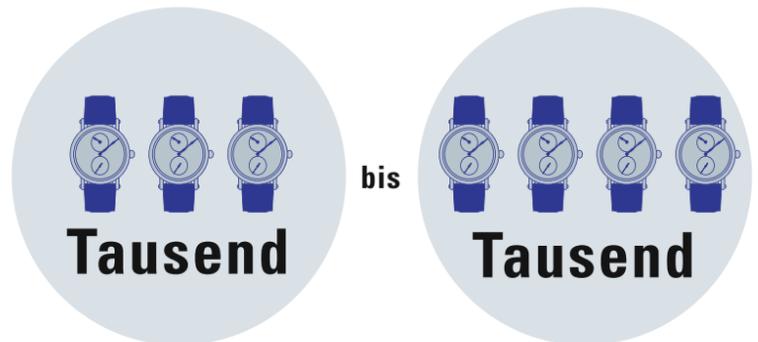
Bezüglich der Renaissance der mechanischen Uhr spielte Chronoswiss eine Vorreiterrolle. So entwickelte die Firma 1988 die erste in Serie gefertigte Armbanduhr mit Glasboden. Im selben Jahr kam die «**RÉGULATEUR**» auf den Markt, die erste Armbanduhr, bei der Stunde, Minute und Sekunde wie bei einer Observatoriums-Standuhr nicht konzentrisch, sondern in einer Linie angeordnet sind.



MASSARBEIT

Gerd-Rüdiger Lang erfand das Rad nicht neu. Die Merkmale, die ein Produkt von Chronoswiss unverwechselbar machen, fand er in historischen Uhren, solchen fürs Handgelenk, Taschen-, aber auch Grossuhren. Wiederkehrend sind die gerändelte Lünette, die Zwiebelkrone und die typischen Breguet-Losange-Zeiger. Auch heute wird besonders viel Gewicht aufs Gesicht der Uhren gelegt: In Luzern entstehen in Einzelanfertigung guillochierte und emaillierte Zifferblätter.

JÄHRLICHE PRODUKTION



Klassiker



1988
«Chronoswiss Régulateur»



2017
«Flying Regulator, CH-1243.3 BLBL»

300 Verkaufspunkte in 26 Ländern

UMZUG NACH LUZERN

Der Hauptsitz von Chronoswiss befand sich seit der Gründung bis 2012 in München. Mit dem Verkauf an das Ehepaar Oliver und Eva Ebstein aus Luzern wanderte die Marke an einen Standort, der dem Namen der Marke eher gerecht wird. Seit 2014 befindet sich der Sitz von Chronoswiss im ehemaligen Hotel Union an der Löwenstrasse im Herzen Luzerns. Hier können Passanten den Uhrmachern bei der Endmontage und beim Guillochieren und Emaillieren von Zifferblättern über die Schulter blicken.



Werkstatt von Chronoswiss.



Der Hauptsitz von Chronoswiss in Luzern.

Facettenreich

Tel Aviv und Antwerpen sind zwei der bedeutendsten Städte im globalen Diamantenhandel. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Stein an einem der beiden Standorte geschliffen wird oder einen neuen Käufer findet, ist sehr hoch. Wir haben die hochkarätigen Zentren unter die Lupe genommen

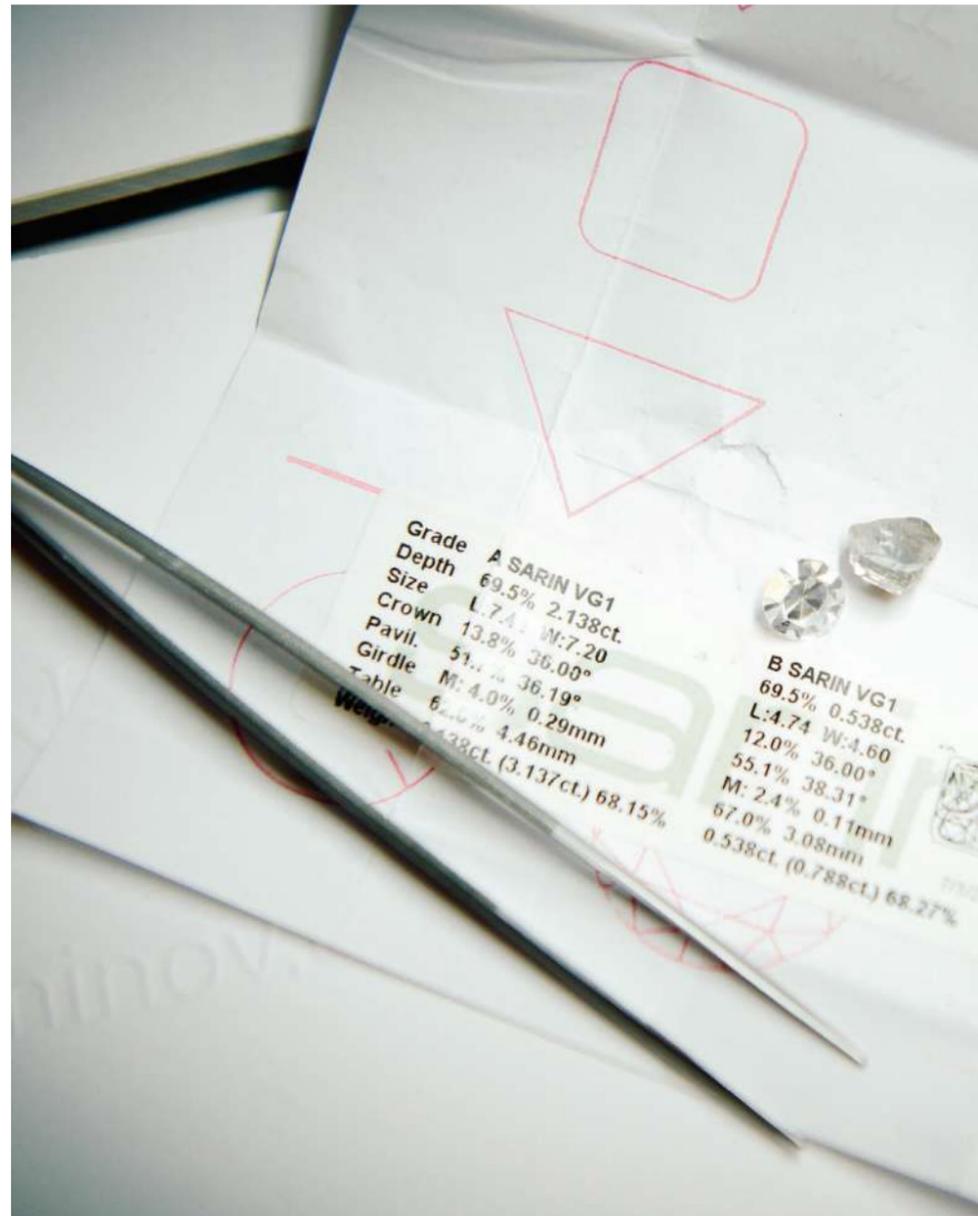
TEXT OLIVER SCHMUKI FOTOS FLORIAN KALOTAY

Zügigen Schrittes betritt Marcel Herszaft ein an Unscheinbarkeit kaum zu überbietendes, staubiges Gebäude im Diamond Exchange District von Ramat Gan, unmittelbar ausserhalb der Stadtgrenze von Tel Aviv. Es ist Sonntagmorgen, der Sabbat ist vorüber, die israelische Arbeitswoche hat begonnen. Herszaft ist auf dem Weg zu Shlomi Alon, einem der «besten Polierer der Welt», wie er sagt. In jeder Ecke des Treppenhauses sieht man Überwachungskameras. Auch im Warenlift, der den jüdischen Verkäufer ruckartig nach oben transportiert. Herszaft hat es eilig, er ist nervös. Alon bearbeitet in seinem Auftrag einen äusserst seltenen blauen Diamanten. Millionen stehen auf dem Spiel.

Ein paar Ecken und mit Zahlencode verschlossene Türen weiter sitzt Alon mit einer Handvoll anderer Polierer in einem düsteren Raum. Die Jalousien lassen das Tageslicht draussen, die gusseisernen Schleifplatten surren mit 3500 Umdrehungen in der Minute. Shlomi ist 43 Jahre alt, schon sein Vater polierte Diamanten. Seine Arbeitstage dauern schnell einmal 14 Stunden. Den fraglichen Diamanten hat er auf einer sogenannten Doppe fixiert. Er ist birnenförmig, so gross wie der Nagel des kleinen Fingers einer Frau und stammt aus der südafrikanischen Cullinan-Mine.

Marcel Herszaft steckt in einem Dilemma. Der 2,04 Karat schwere Diamant soll durch das Polieren leicht verkleinert werden. «Die Ziffer 4 steht in China für Unglück, darum will ich den Stein auf 2,03 Karat herunterpolieren lassen», sagt er. Noch lieber würde er ihn aber auf ein Gewicht von 2,01 Karat bringen. Die Berechnungen, die aus 3-D-Scans hervorgehen, die man vom Stein gemacht hat, lassen die Vermutung zu, dass er dann lupenrein wäre, «internally flawless». Das würde seine Strahlung verändern, die nicht mehr als «intense», sondern als «vivid» eingestuft werden könnte, was den Wert des Minerals von 1 Million Franken pro Karat auf gut 1,5 Millionen anheben würde. Kommt hinzu, dass Herszaft Aussicht hat auf einen Bonus, den Käufer für Vivid-Diamanten gewöhnlich entrichten, vergleichbar mit dem Trinkgeld, mit dem man sich im Kasino bei einem Croupier bedankt, der einem Glück gebracht hat.

An seinem Arbeitsplatz begrüsst Herszaft gleichentags einen Kunden aus der Schweiz. Das Büro von A. A. Rachminov befindet sich in einem der vier miteinander verbundenen Hochhäuser, die gemeinsam den Diamond Exchange bilden. Für Carlo Mutschler, Chefjuwelier bei Beyer Chronometrie an der Zürcher Bahnhof-



strasse, hat die jährliche Einkaufsvisite Tradition. Mutschler ist primär interessiert an Steinen, die er zu Hause zu Prêt-à-porter-Schmuckstücken verarbeiten kann. «Derzeit kaufe ich jeden blauen und pinkfarbenen Stein, den ich finde, da die Nachfrage nach solchen sehr stark ist», sagt der Rheintaler Fachmann. Der eingangs erwähnte blaue Diamant wird allerdings nach Asien verkauft – mit 2,03 Karat, aber als Paar mit einem rosa Stein. Trotzdem bekommt Mutschler von Herszaft und Ori Rachminov an diesem Nachmittag fast im Minutentakt neue Diamanten präsentiert, jeder von ihnen eingewickelt in ein einfaches Blatt Papier, «Briefken» genannt – allesamt die Crème de la Crème des-



OBEN Diamanten in unterschiedlichen Schliffformen und Farben am Arbeitsplatz eines Schleifers in Ramat Gan.

OBEN RECHTS Im Büro von A. A. Rachminov – gehandelt werden nur offiziell dokumentierte Diamanten.

RECHTS Ein jüdischer Schleifer betrachtet seinen Werkgegenstand mit einer Lupe.





LINKS Im Diamond Exchange District von Ramat Gan hat sich auch eine grosse Zahl an Schleifern einquartiert.

UNTEN Grüner Rohdiamant.



sen, was derzeit zu bekommen ist. «Was kein Filetstück ist, bieten wir Beyer gar nicht erst an», sagt Herschaft.

Bei A. A. Rachminov, einem der angesehensten Diamantenhändler weltweit, ist man spezialisiert auf extrem rare Steine, auf exklusive Schliffe sowie auf *fancy colors*, Stücke, die durch natürliche, intensive Farbigkeit herausragen. Die Rachminov-Familie hat sich zu Beginn der 1940er Jahre auf das Bearbeiten, den Verkauf und den Handel von Diamanten spezialisiert. In den fünfziger Jahren eröffnete man einen Standort im italienischen Valenza, 1962 einen weiteren in Antwerpen. Seither kamen Büros in Hongkong, Schanghai, Japan, Bangkok und New York hinzu. Das Hauptquartier unter der Leitung von Ori Rachminov aber ist nach wie vor in Israel.

Die Preise der Diamanten, die an diesem Tag in den Räumlichkeiten der Rachminovs den Besitzer wechseln, richten sich nach der alle zwei Wochen erscheinenden Rapaport-Liste, auf der Juweliere Richtpreise finden. Zudem gehört zu jedem Stein ein Zertifikat des Gemological Institute of America (G.I.A.), das Eigenschaften sowie Herkunft dokumentiert und als Grundlage jeder Transaktion dient, auch im Diamond Exchange, wo derzeit wieder rund 60 Prozent des globalen Diamantenhandels abgewickelt werden. Der Standort habe davon profitiert, dass die europäischen Sanktionen gegen Russland in der Folge des Krim-Konfliktes Putin veranlasst haben, die grossen Mengen an russischen Diamanten über Ramat Gan in den Weltmarkt einzuspeisen, so Mutschler. Zu jedem x-beliebigen Zeitpunkt befinden sich hier rund 10 Milliarden Diamanten. Wer sich nach Abgabe von Pass und Fingerabdrücken einen Badge und schliesslich den Zutritt in den Gebäudekomplex verschafft hat, findet sich in einem praktisch vollständig autonom funktionierenden Universum wieder. «Es ist eine mysteriöse Welt», sagt Herschaft. An der internen Börse verkaufen



LINKS Der Strand von Tel Aviv mit Blick Richtung Süden.

GANZ LINKS Ori (links) und Jonathan (rechts) Rachminov mit Marcel Herschaft, der seit 15 Jahren bei A. A. Rachminov Partner ist.

LINKS OBEN Schleifer im Diamond Exchange District von Ramat Gan konzentriert bei der Arbeit.

Zentrum des europäischen Diamantenhandels: Antwerpen



FOTO: ALAMY

OBEN Treiben an der Pelikaanstraat in Antwerpen um 1930.

Die Chance, dass man sich hierhin verläuft, wenn man vom Bahnhof Antwerpen-Centraal kommt, ist gering. Die Hoveniersstraat, eine Nebenstrasse, ist zwar in Bahnhofsnähe, aber eben auch gut versteckt. Für Touristen hat sie ausserdem keinen Charme, sie ist eng und gesäumt von nicht mehr ganz frischen Bürogebäuden. Hier scheint nichts los zu sein – ausser dass ziemlich viele Leute in Gruppen herumstehen und reden, die meisten von ihnen Inder. Als Besucher wird man angeschaut, nicht feindselig, aber auch nicht gerade freundlich. Die Blicke scheinen zu fragen: Du gehörst offensichtlich nicht hierher, was hast du vor?

Auch wenn in diesem schäbigen Strässchen nichts darauf hinweist: Hier liegt eines der Zentren des internationalen Diamantheandels. Im Diamond Office, einer Behörde, werden die Importe und Exporte kontrolliert – an jedem Arbeitstag Steine im Gegenwert von 160 Millionen Dollar. Die Wege, die ein Diamant von einer Mine zu einer Vitrine zurücklegt, sind mannigfaltig – aber er geht immer durch viele Hände und mit grosser Wahrscheinlichkeit auch durch die von Händlern in Antwerpen.

In Europa kam das Tragen von Diamanten erst im 15. Jahrhundert auf. Die Brillanz der Steine machte sich bei Dinnerpartys, die mit Kerzen beleuchtet waren, besonders gut. In Indien, wo die sagenhafte Golkonda-Mine liegt, kannte man Diamanten schon früher. Das erste europäische Handelszentrum war Venedig. Schon bald aber lösten portugiesische Händler ihre italienische Konkurrenz ab. Die Portugiesen mit ihrem Handelsposten in Goa verkauften erst Gewürze in Antwerpen, später Diamanten. Und dort, wo die rohen Steine gehandelt wurden, etablierten sich bald auch die Schleifer. Zum Aufschwung beigetragen hat nicht zuletzt die religiöse Toleranz: Sephardische Juden, die als Schleifer in Spanien und Portugal tätig waren, flüchteten vor der Inquisition nach Amsterdam und nach Antwerpen, das als «Jerusalem des Westens» bekannt wurde.

Die Mehrheit der Rohdiamanten wird an *sights*, auf Deutsch Visierungen, von den Minenbesitzern an Grosshändler verkauft. Sie finden ungefähr alle fünf Wochen statt, aus historischen Gründen in London, und aus politischen Gründen in Botswana, wo grosse Vorkommen liegen. Die *sightholder*, wie die etwa 120 Grosshändler genannt werden, bekommen dort Pakete präsentiert, die verschiedene Steine umfassen. Entweder sie nehmen ein Paket oder nicht. So stellen die Minenbesitzer sicher, dass sie auch die weniger attraktiven Steine loswerden.

Die Grosshändler wiederum verkaufen etwa 80 Prozent ihrer Ware an einer der vier Diamantbörsen in Antwerpen. Vom Händler, der Steine mit eigenem Geld beziehungsweise auf Kredit kauft, unterscheidet man den Broker, der sie nur vermittelt und dafür eine Provision von 1 bis 2 Prozent erhält. Anders als man annehmen könnte, ist nicht jeder, der in diesem Geschäft ist, besonders reich; es gibt auch Broker, die man als «diamantbesetzte arme Schlucker» bezeichnen kann. Man kann sich ausrechnen, wie viele Steine sie vermitteln müssen, wenn ein schöner Einkaräter für 15 000 Franken nur 150 Franken Provision abwirft. Kredit spielt im Diamantheandelsystem eine wichtige Rolle. Die *sights* finden regelmässig statt, aber die Endnachfrage in den Schmuckgeschäften schwankt stark saisonal.

In Antwerpen sind die Mehrheit der Broker orthodoxe Juden. Als enge Gemeinschaft mit starker sozialer Kontrolle haben sie in einem Geschäft, das immer noch per Handschlag abgewickelt wird und auf Vertrauen basiert, einen Wettbewerbsvorteil. Denn wer jemandem einen Brief mit Diamanten auf Kredit und ohne Vertrag in die Hand drückt, will sichergehen, dass er eines Tages sein Geld sieht. Der Versuchung, mit der wertvollen Ware abzuhaufen, kann man besser widerstehen, wenn man weiss, dass man dadurch den Ruf seiner ganzen Sippe ruinieren würde, von der nicht wenige vom Diamantengeschäft leben. Als Schleifstandort ist

Antwerpen seit einigen Jahrzehnten im Niedergang. Nach dem Zweiten Weltkrieg waren hier etwa 30 000 Schleifer beschäftigt, heute sind es noch 400. Das liege vor allem an den Arbeitskosten, erklärt Liesbeth Moereels, Sprecherin des Antwerp World Diamond Centre, einer Branchenorganisation. In Antwerpen kostet das Schleifen 165 bis 295 Dollar pro Karat, in Indien nur 15 bis 25 Dollar. In Indien, vor allem in der Region Gujarat, ist die Zahl der Schleifer in den vergangenen 50 Jahren von 30 000 auf etwa 1 Million angestiegen. In Antwerpen, New York und Tel Aviv werden aus Kostengründen darum nur noch die grössten und teuersten Steine geschliffen.

Die Inder haben sich auch im Handel etabliert. Nach der Unabhängigkeitserklärung Indiens war es verboten, Rohdiamanten einzuführen. 1958 wurde diese Beschränkung aufgehoben, und man begann, sehr kleine Steine in Indien zu schleifen. Viele Inder liessen sich als Händler in Antwerpen nieder. Auch bei ihnen handelt es sich um eine kleine religiöse Gemeinschaft, die sogenannten Jains. Der Jainismus ist eine mit dem Buddhismus verwandte Religion. Fast alle indischen Diamant Händler sind Jains, die aus der Stadt Palanpur in Gujarat stammen.

1978 kam es in der Diamantenwelt zu einer Erschütterung. Zu dieser Zeit war schon seit Jahren ein Boom für Diamanten als Geldanlage im Gang. Der Wert von Steinen mit 2 Karat und mehr nahm um 20 bis 30 Prozent pro Jahr zu. Doch dann brach die wichtige US-Nachfrage zusammen, die Händler blieben auf ihren Steinen und Schulden sitzen, es kam zu vielen Konkursen. Wenig betroffen waren die indischen Händler, die sich auf kleinere Steine spezialisiert hatten. Sie erholten sich rasch und verdrängten jüdische Konkurrenten. Heute stellen die Jains die Mehrheit der Händler an der Hoveniersstraat, einer unscheinbaren Strasse, an der pro Jahr an die 230 Millionen Karat Roh- und geschliffene Diamanten im Wert von 60 Milliarden Dollar umgesetzt werden. *Eugen Stamm*

Überblick

Höchster je für ein Juwel bezahlter Preis an einer Auktion («Oppenheimer Blue», 14,62 Kt, Mai 2016)

58

MIO. \$

Gesamtwert der von Israel exportierten geschliffenen Diamanten (2016)

4,657

MRD. \$

Gesamtgewicht der weltweit in Minen geförderten Diamanten (2015)

127

MIO. KT

mehrheitlich kleinere Händler ihre Steine, viele davon fallen in die Kategorie Piqué: Ihre Einschlüsse, welche die Brillanz mindern, sind mit blossen Auge erkennbar. Neben Banken, Wechselstuben, Schleifern und einem Büro für den Versand von Diamanten findet man im Diamond Exchange, in dem sich täglich rund 7000 Menschen aufhalten, aber auch einen Barber, Arztpraxen, einen Mini-Market, ein Gericht, eine Bibelschule, die Diamond Academy mit ihren Weiterbildungsangeboten, die «Cullinan»-Kantine mit koscheren und nichtkoscheren Menus sowie ein Entertainment-Zimmer, in dem pensionierte Händler Backgammon spielen.

Herschaft möchte von Mutschler wissen, was er von braunen Diamanten hält. «Wir verkaufen sie sehr gut», entgegnet Mutschler, «wir nennen die Farbe Nude.» Unter anderem schlägt Mutschler bei einem 1,60-Karat-Stein zu. «Grundsätzlich sehe ich in jedem Stein, der mir hier angeboten wird, ein Potenzial», sagt er. «Und trotzdem bleibt ein Restrisiko.» Am Ende besiegelt er seinen Kauf traditionsgemäss per Handschlag: «Mazal!» Jetzt gibt es kein Zurück mehr. Hier in Ramat Gan wird man an seinem Wort gemessen. Wer dieses bricht, der ist höchstens so viel wert wie ein Stein, dem ein ungeübter Schleifer den Glanz genommen hat.



Im Diamantenfieber

Tipps und Erklärungen von Carlo Mutschler, Leiter Goldschmiedeatelier und Stv. Verkaufsleiter Beyer Chronometrie, Zürich

1: FESTE WERTE

In 20 bis 30 Jahren werden die Primär-Lagerstätten langsam zur Neige gehen. Diamanten werden noch rarer, die Nachfrage aber wird massiv steigen, was den Werterhalt der Steine auf lange Zeit sichert.

2: FARBE IST TRUMPF

Für die seltensten Diamanten, die farbigen, werden Millionenbeträge bezahlt. Gelb werden sie durch den Stickstoff im Kristallgitter, blau durch Bor und rot durch eine Deformation des Gitters während der Kristallisation.

3: NACHSCHLIFF

Ein Recut verhilft vererbten Brillanten ohne Leuchtkraft (bei genügend Gewichtsreserven) zu neuem Leben und zu höherer Lichtreflexion. 3-D-Scanner errechnen den bestmöglichen Schliff.

4: MYSTERIUM SCHWARZ

Schwarze Diamanten sind Unglücksrabben: Ihr Wert ist ein Bruchteil desjenigen eines feinen weissen Steines, da sie mangels Druck im Magma wieder zu Kohlenstoff dekrystallisiert sind. Zudem sind sie rissig und bröckeln leicht.

5: FAUSTREGEL

Die neue Qualitätsformel für Investment-Diamanten lautet: D (Farbe), Flawless (keine inneren/äusseren Unreinheiten), Triple Excellent (Schliff, Symmetrie, Polierung) – alles mit einem Zertifikat der G. I. A.

6: FAIR TRADE

Minengesellschaften sorgen für fairen Abbau und Handel, das Kimberley-Abkommen und dessen Mitgliedstaaten für konfliktfreie Distribution. Bald werden eingelasserte Hologramme die Herkunft eines Steins deklarieren.

Karat



5,0 Karat



2,0 Karat



1,0 Karat



0,5 Karat



0,1 Karat

Ein metrisches Karat entspricht 0,2 Gramm. Dies ist zugleich das durchschnittliche Gewicht eines Samenkorns des Johannisbrotbaums: «Keras» heisst auf Griechisch «Horn» und spielt auf die hörchenartige Form der Frucht an; die Meterkonvention wurde erst 1875 errichtet. Johannisbrotbaumsamen, so glaubte man, seien ungewöhnlich einheitlich in Bezug auf ihr Eigengewicht – eine Annahme, die inzwischen widerlegt worden ist. Heute wird das Gewicht aller Edelsteine in Karat angegeben. Der grösste je gefundene Diamant ist der Cullinan-Diamant, der 1905 in Südafrika entdeckt wurde und in rohem Zustand 3106,75 Karat wog, also 621,35 Gramm. (ols.)

Publireportage

So scharf sehen wie in Ultra-HD-Qualität

Eine Erfolgsgeschichte: die revolutionäre DNEye®-Technologie bei Kochoptik

Je individueller die Brillengläser, desto besser das Sehen. Nach dieser einfachen Gleichung sorgt Kochoptik seit Jahren für perfektes Sehen.

Der DNEye®-Weltmeister

Kochoptik ist in der Schweiz führend in der Anwendung der DNEye®-Technologie und erzielt damit grosse Erfolge. Die innovative und wegweisende Augenmessmethode ermöglicht die individuellsten Brillengläser aller Zeiten. Immer mehr Menschen sehen mit High-Performance-Gläsern von Kochoptik so scharf wie nie zuvor, denn weltweit verarbeitet kein Optiker mehr Gläser mit DNEye®-Option als Kochoptik. Vertrauen Sie dem Können des Spezialisten in einem unserer 25 Geschäfte.

25-mal genauere Messwerte

Der DNEye® Scanner tastet das ganze Augensystem an 1500 Messpunkten pro Auge ab. Und zwar in kürzester Zeit und völlig schmerzfrei. Damit sind 25-mal exaktere Messwerte als bei anderen Verfahren möglich und Korrekturen auf 1/100 Dioptrien genau. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Ob bei Gleitsicht-, Einstärken- oder Arbeitsplatzbrillen, Sie werden eine signifikante Verbesserung der Sehleistung feststellen.

Höchster Sehkomfort

Mit den High-Performance Brillengläsern sehen Sie nicht nur schärfer, sondern auch mehr: Ihr Sehfeld wird breiter und Sie nehmen Kontraste besser wahr. Davon profitieren Sie insbesondere im Strassenverkehr und bei getrübbten Sichtverhältnissen. Zudem arbeiten Sie am Computer dank weniger Kopfbewegung ermüdungsfreier. Und nicht zuletzt sehen Sie in der Freizeit die Welt vom Einkaufszettel bis zum Bergpanorama so scharf wie in Ultra-HD-Qualität.

Das Beste für Ihre Augen

Als führendes Optikunternehmen in der Deutschschweiz verfügt Kochoptik über mehr als 100 Jahre Erfahrung. Heute garantieren Ihnen innovative Technologien und das Fachwissen unserer Spezialisten die bestmögliche und komplett auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Sehlösung. Am besten überzeugen Sie sich selbst von den hohen Qualitätsansprüchen und vom individuellen Top-Service bei Kochoptik. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.



Kundenumfrage bestätigt Vorteile

In einer gross angelegten Umfrage haben über 220 Kundinnen und Kunden ihre Erfahrungen betreffend Brillengläsern mit DNEye®-Option geteilt. Wobei 95% aller Befragten bereits Brillenträger waren und die Veränderungen gut beurteilen konnten:

✓ 87% der Befragten sehen mit DNEye®-Gläsern besser als mit den alten.

✓ 91% würden die neuen Gläser weiterempfehlen.

GUTSCHEIN

Gratis-DNEye®-Augenscan im Wert von Fr. 43.-

Bitte vereinbaren Sie mit uns einen Termin – jetzt auch gerne online unter www.kochoptik.ch

www.kochoptik.ch
Gratisnummer 0800 33 33 10

Gültig bis 30.6.2017

KOCH®
OPTIK
MEINE SEHLÖSUNG

Cima di Rapa

(BRASSICA RAPA SYLVESTRIS)
DER KOHL AUS ITALIEN MACHT SICH IN DER HEIMISCHEN GASTROSZENE BREIT

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

Cima di Rapa, der klangvolle Name sagt es bereits, hat seine Heimat im Süden: Das Gemüse, dessen deutsche Bezeichnung Stengelkohl wesentlich weniger sinnlich anmutet, stammt hauptsächlich aus den italienischen Regionen Kampanien und Apulien. Man findet den Kohl jedoch auch in der portugiesischen sowie spanischen beziehungsweise baskischen Küche. Saison hat Cima di Rapa als typisches Wintergemüse von Oktober bis Juni.

Der Kohl wird in der Regel gegart serviert, meist gedünstet. Sehr junge Blätter kann man auch roh verzehren. Essbar ist zwar eigentlich die ganze Pflanze, jedoch sollte man die harten Stengel besser wegschneiden und die dicken der Länge nach halbieren oder

Salat mit Cima di Rapa

Zutaten für 4 Personen

1 Bund Cima di Rapa, 1 Handvoll Cherrytomaten, 1 Schalotte, klein gehackt, 1 Knoblauchzehe, gepresst, 8–10 EL Olivenöl (extra vergine), 3 EL Aceto bianco, einige Spritzer Zitronensaft, Meersalz, schwarzer Pfeffer aus der Mühle

Zubereitung

Die Cima di Rapa rüsten und waschen. Im kochenden Salzwasser blanchieren und abtropfen lassen. Cherrytomaten vierteln. Beides in eine Schüssel geben. Restliche Zutaten zu einer Vinaigrette verrühren, über das Gemüse geben.



vierteln. Zudem verfügen die grossen, dunkelgrünen Blätter über reichlich Bitterstoffe. Um den Geschmack etwas abzumildern, empfiehlt es sich, diese Blätter zu entfernen. Abgesehen von der Bitternote, erinnert das Aroma von Cima di Rapa an Broccoli.

Sich dem Zeitgeist verpflichtet fühlende Gastronomen pflegen ihre Speisekarte mit mindestens einem Cima-di-Rapa-Gericht zu küren. Etwa mit dem Klassiker «Orecchiette con cima di rapa». Weniger traditionell präsentiert sich der Kohl im Green Smoothie, in Gesellschaft von Banane, Apfel, Mango, Ananas und etwas glattblättriger Petersilie. Fügt man dem Getränk noch einige Wildkräuter bei, wird's erst recht gesund.

Green Smoothie

Zutaten für etwa 1 Liter

1 Apfel, ohne Kerngehäuse, 1 Banane, geschält, 1 Mango, entkernt, ½ Bund Cima di Rapa, geputzt und gewaschen, ½ Bund Prezzemolo, gewaschen, 1 Handvoll Wildkräuter (z. B. Brennnessel, Löwenzahn, Giersch, Vogelmilch usw.), einige Spritzer Zitronensaft und frischer, geschälter Ingwer, gerieben

Zubereitung

Früchte in mundgerechte Stücke schneiden. Alle Zutaten in einen Hochleistungs-Mixer geben und pürieren. Nach Belieben mit kaltem Wasser verdünnen.

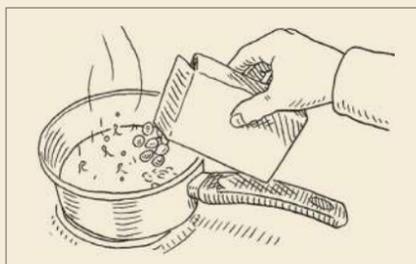


Orecchiette mit Cima di Rapa

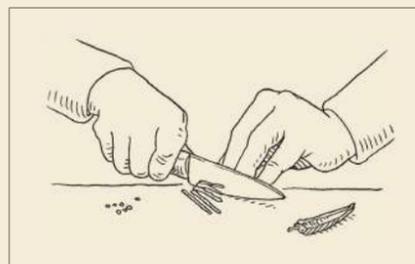
Zutaten für 4 Personen: 800 g Cima di Rapa, 500 g Orecchiette, 1 Chilischote, zirka 4 EL Olivenöl (extra vergine), 2 Knoblauchzehen, 4 Sardellenfilets, Parmesan, frisch gerieben



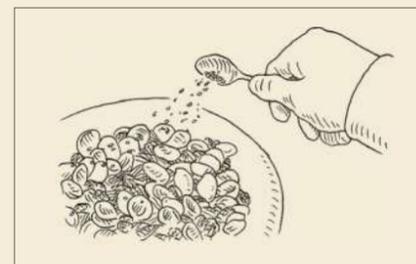
1. Die äusseren Blätter und die harten Stengel des Cima di Rapa entfernen. Gemüse in ein Sieb geben und unter fliessendem kaltem Wasser waschen, abtropfen lassen.



2. Wasser zum Sieden bringen, Salz beifügen, Orecchiette im kochenden Wasser al dente garen. Den Cima di Rapa einige Minuten mitkochen (blanchieren). Wasser abgiessen.



3. Chilischote längs halbieren, entkernen, in Streifen schneiden. Olivenöl in einer grossen Pfanne erwärmen. Knoblauch, Chilistreifen und Sardellen darin andünsten.



4. Sobald sich die Sardellenfilets aufgelöst haben, die Pasta mit dem Cima di Rapa in die Pfanne geben, eine Minute andünsten. Auf Teller verteilen, mit dem Käse bestreuen.



Weitere Rezepte finden Sie online auf:
bellevue.nzz.ch



Der Zukunft entgegenfahren.

Der neue Audi S5.
Engineered with soul.



Dank dem neu entwickelten V6-Turbomotor mit 354 PS sprintet der neue S5 Sportback in 4,7 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Mehr Infos bei Ihrem Audi Händler.

Audi S5 Sportback 3.0 TFSI quattro tiptronic, 354 PS, Normverbrauch gesamt: 7,5 l/100 km, 170 g CO₂/km, (134 g/km ø Neuwagen), 38 g CO₂/km E.-Bereitstellung, Kat. F.

Im Labor von Marie Curie



A	B	C	D	E
<p>«Träume dir dein Leben schön, und mach aus diesen Träumen eine Realität.»</p> <p>Stuhl «Houdini» (588 Fr.), von Stefan Diez für E15, bei Neumarkt 17</p>	<p>«Ein Gelehrter in seinem Labor ist nicht nur ein Techniker; er steht auch vor den Naturgesetzen wie ein Kind vor der Märchenwelt.»</p> <p>Vase «Pill» (Fr. 53.60), bei Teo Jakob</p>	<p>«Leicht ist das Leben für keinen von uns. Doch was nützt das, man muss Ausdauer haben und vor allem Zutrauen zu sich selbst.»</p> <p>Schale «Alpha II» (130 Fr.), von J. & L. Lobmeyr, bei Limited Stock</p>	<p>«Man kann nicht hoffen, die Welt zum Besseren zu wenden, wenn sich der Einzelne nicht zum Besseren wendet.»</p> <p>Beistelltisch (922 Fr.), von Philipp Mainzer für E15, bei Neumarkt 17</p>	<p>«Das Radium könnte in verbrecherischen Händen auch sehr gefährlich werden.»</p> <p>Vase «Makeup Medium» (289 Fr.), von Hermann August Weizenegger für Pulpo, bei Neumarkt 17</p>

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

Wenn es darum geht, Mädchen für die sogenannten Mint-Fächer zu begeistern, fällt ihr Name: Marie Curie, geboren vor 150 Jahren, entdeckte mit ihrem Ehemann Pierre Radium und Polonium, prägte das Wort «radioaktiv» und erhielt zweimal den Nobelpreis



F	G	H	I
<p>«Mich interessiert nicht, was getan worden ist. Mich interessiert, was getan werden muss.»</p> <p>Schüssel «Alpha III» (115 Fr.), von J. & L. Lobmeyr, bei Limited Stock</p>	<p>«Ich habe gelernt, dass der Weg des Fortschritts weder kurz noch unbeschwerlich ist.»</p> <p>Vase «Nuage» (207 Fr.), von R. & E. Bouroullec für Vitra</p>	<p>«Bescheidenheit schickt sich für den Gelehrten, aber nicht für die Ideen, die in ihm wohnen und die er verteidigen soll.»</p> <p>Vase «Bel Air Mega Scoop» (Fr. 462.50), bei Teo Jakob</p>	<p>«Man braucht nichts im Leben zu fürchten. Man muss nur alles verstehen.»</p> <p>Kerzenständer, Einzelstück (Preis auf Anfrage), von Driade, bei Neumarkt 17</p>

Cassina

The Other Conversation



Beam Sofa System designed by Patricia Urquiola. Photographed at Balint House by Fran Silvestre Arquitectos, Spain
discover more at cassina.com



Rasanter Wandel

HONGKONG IST EINE KULTURELLE SCHNITTSTELLE ZWISCHEN ASIEN UND EUROPA.
IM CENTRAL DISTRICT, DEM ÄLTESTEN STADTEIL, ERFINDET SICH DIE METROPOLE AM SÜDCHINESISCHEN
MEER GERADE NEU – ALS PULSIERENDES CROSSOVER VON TRADITION UND ZUKUNFT

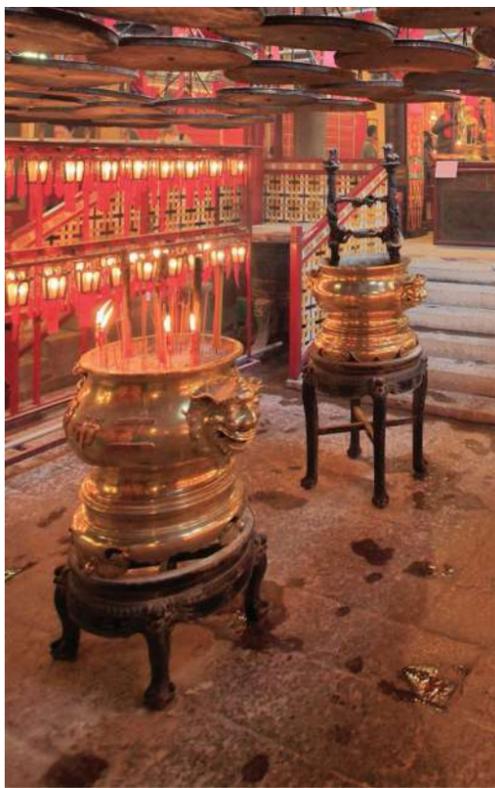
Text **SVEN WENIGER** Foto **ALAMY**

Mit 7,3 Millionen Einwohnern ist Hongkong eine der am dichtesten besiedelten Städte der Welt. Und sie wird noch dichter. Südlich des Victoria-Harbour-Kanals, der Hong Kong Island von der Halbinsel Kowloon trennt, trifft der Bauboom mit seinen gläsernen Wolkenkratzern auf den traditionellen chinesischen Alltag, auf enge Gassen und abgewirtschaftete Häuserblocks. Aber auch auf das koloniale Erbe Grossbritanniens. Hier im Central District, dem ältesten Stadtteil Hongkongs, errichteten die Briten nach der Besetzung der Insel 1841 ihre Militärverwaltung. Dorthin folgten ihnen alsbald chinesische Händler mit ihren Familien. In kurzer Zeit vervielfachte sich die Bevölkerung. Heute leben hier 250 000 Menschen auf 12 Quadratkilometern Fläche.

Doch beidseits der einen Kilometer langen Hollywood Road, die den Central District diagonal quert, trifft man nicht nur auf moderne Wohntürme, es entstehen auch hippe Quartiere. Den Auftakt zum kulturellen Wandel machte bereits 1993 der Bau des Central Mid-Levels Escalator. Das überdachte und mit 800 Metern längste Rolltreppensystem der Welt kreuzt das Viertel im rechten Winkel zur Hollywood Road und verbindet die Wohnsiedlungen

im Süden mit dem Geschäftsviertel am Wasser. Der bequeme Zugang zog seitdem nicht nur viele Besucher nach SoHo – das Akronym steht für die Amüsiermeile der Gegend: South of Hollywood Road. Er war auch das Signal zum Aufbruch in eine neue Zeit. Mit SoHo, später NoHo (North of Hollywood Road) und schliesslich PoHo, den Strassen um die Po Hing Fong, wurden Namen geschaffen, die zeitgemässer klingen als jene der alten chinesischen Quartiere und zu den Glasfassaden passen, die mittlerweile das Stadtbild bestimmen.

In diesem Dunstkreis zu wohnen oder zu arbeiten, gilt als chic. Mit der Folge, dass die Galerien, Boutiquen und Cafés, in denen sich das junge Hongkong trifft, alteingesessene chinesische Krämer, Handwerker und Imbissbuden verdrängen. Gleichzeitig hat der Aufschwung dazu geführt, dass die Stadtregierung Geld in die Rettung britischer Kolonialbauten steckt, die nach der Rückgabe Hongkongs an China 1997 verkamen. Die ehemalige Central Police Station, ein 4 Hektaren grosses Gelände, wird zum Geschichts- und Kunstzentrum umgebaut. Der Central District ist ein interkulturelles Biotop in ständigem Wandel – mit offenem Ende.



Man-Mo-Tempel



11 – Po's Atelier

TRINKEN

01 Tee

Heritage Tea House
In den Regalen des einladenden Teehauses in PoHo findet man zahlreiche Sorten hübsch verpackt neben Kannen und Tassen. Am Tresen gegenüber werden Neugierige eingeladen, frisch Aufgebrühtes direkt zu probieren.

4 Tai Ping Shan Street

AUSGEHEN

02 Bier und Wein

Staunton's Wine Bar & Cafe

Direkt an einem der Übergänge des Central Mid-Levels Escalator in SoHos Staunton Street gelegen und daher mühelos erreichbar, ist die Bar tagsüber wie abends immer gut besucht. Vor Galerien cool ausgeleuchteter Weinflaschen sind vor allem die frisch gezapften Biere sehr begehrt. Dazu werden Snacks gereicht.

stauntonsgroup.com



Dim Sum

SHOPPEN

03 Heimlieferung

Grana

Ein Startup in SoHo mit cleverem Konzept. Im Fitting Room in der Hollywood Road probiert der Kunde Mode aus peruanischer Baumwolle und mongolischem Cashmere und bestellt sie online nach Hause. Gleich mitnehmen kann man aus dem Showroom nichts.

grana.com

04 Kunterbunt

Ms B's Cakery

Klein, aber fein ist der nur 8 Quadratmeter grosse Laden in NoHos Gough Street. Unter dem bunten Schmetterlingslogo werden die ebenso farnefrohen Torten und Kuchlein wie Porzellanminiaturen präsentiert. Neben an im Café darf man hineinbeissen.

msbscakery.hk

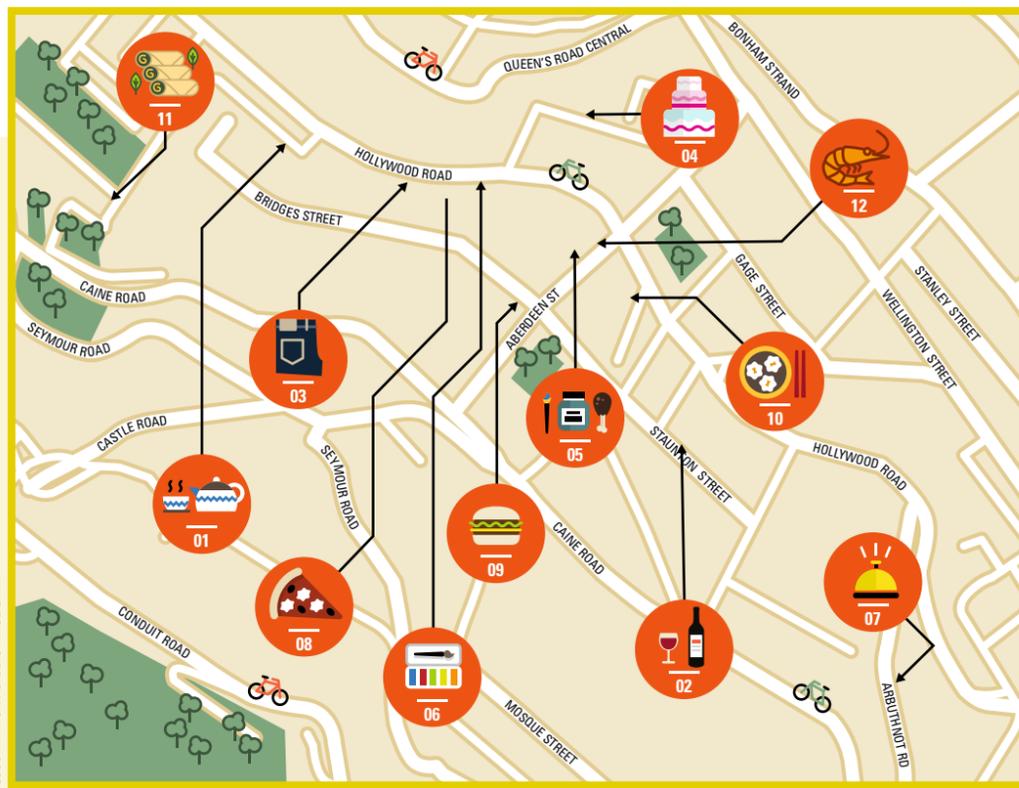


ILLUSTRATION: GIULIO MIGLIETTA

HOLLYWOOD ROAD PARK

Der nur eine Hektare grosse chinesische Park im Schatten himmelhoher Wolkenkratzer ist eine Oase der Ruhe. Er ist sehr gepflegt und dicht mit hohen Bäumen, Farnen und Buschwerk bewachsen. Im Zentrum liegt ein Fischteich mit Brücken, Wasserfall und Pavillon. Hier entspannt es sich herrlich auf einer der Bänke oder beim Brettspiel Go, zu dem sich die Alten aus der Nachbarschaft treffen. Für Kinder gibt es einen grossen Spielplatz. Bildtafeln mit alten Fotos zeigen die Gegend vor 150 Jahren.

KUNST

05 Kreative Umnutzung

PMQ

Das Police Married Quarters ist ein von der Stadt finanziertes Kunstzentrum mit wechselnden Ausstellungen (im Bild: 1600 Pandas World Tour, 2014). In den ehemaligen Wohnungen für Angestellte im britischen Polizeidienst haben Designer Ateliers und Shops eingerichtet.

pmq.org.hk

06 Street-Art

Grand So

Wegen einer drastischen Mieterhöhung musste der Maler Grand So vor einigen Jahren aus seinem Atelier in der Hollywood Road 94 ausziehen. Seither stellt er seine Werke jeden Tag auf dem Gehweg vor dem Haus aus. Oder verkauft sie direkt übers Internet.

mobilegrandarts.yolasite.com

10 – Ho Lee Fook



03 – Grana



Hollywood Road Park

MAN-MO-TEMPEL

Der taoistische Tempel von 1847 ist der älteste Hongkongs und den Göttern der Literatur (Man) und des Krieges (Mo) gewidmet. Die Räucherspiralen an der geschnitzten Holzdecke und Reihen roter Laternen senden Wünsche und Gebete aus. Der Tempelwächter verkauft «Höllengeld», Stapel geeigneter Spielgeldnoten, die vor dem Tempel verbrannt werden. Jeder darf den Tempel betreten, sich in Ruhe umschaun und Andacht halten.

Hochhäuser überall, hier die Lippo Towers





05 – PMQ



SCHLAFEN

07 Hotel

Ovolo Central

Der schlanke Wohnturm, der das Hotel beherbergt, liegt in der Arbutnot Road mitten im Central District und nahe dem Escalator. Die 24 Zimmer auf 12 Stockwerken sind sehr modern eingerichtet. Eigene Espressomaschine, Gym und Happy-Hour-Drinks – beinahe alles ist hier inklusive. Zudem sind die Mitarbeiter extrem hilfsbereit, so dass sich der Gast tatsächlich wie ein König fühlen darf.

ovolohotels.com



07 – Ovolo Central

DIM SUM

Die gedünsteten oder frittierten Teigtaschen werden traditionell in Bambuskörbchen und zu Tee serviert. In Hongkong sind Garnelen und Gemüse als Füllung besonders beliebt. Der Koch Pui Mak Kwai hat es mit Dim Sums im Lokal «Tim Ho Wan» zum Michelin-Stern gebracht.



01 – Heritage Tea House

AUF EINEN KAFFEE MIT CLAUDIA CIESIELSKI, STADTFÜHRERIN, DIE SEIT ÜBER ZWANZIG JAHREN IM CENTRAL DISTRICT LEBT

«Früher waren die Häuser südlich der Hollywood Road ziemlich heruntergekommen. Das Leben fand auf dem Trottoir statt. Man kannte sich. Da war immer ein Mann, der Reisbällchen in gedünsteten Bananenblättern verkaufte. Er formte sie aus Klebreis, stopfte ein bisschen Fleisch hinein und wickelte sie dann ein. Drei Hongkong-Dollar, etwa fünfzig Rappen, kostete das. Man sah streunende Katzen, Frauen, die Altpapier sammelten, und Männer, die Karottensaft in Bambusbechern anboten – der Alltag war gemächlich. Dieses fast dörfliche Leben gibt es nicht mehr. Stattdessen viele gestylte Bars und Shops. Alles ist extrem schnelllebig. SoHo und NoHo sind Entertainment-Viertel geworden. Doch es gibt neben den hippen Galerien und Boutiquen auch immer noch chinesische Keramikläden, Schneider und Barbieri. Wir leben in einer Art Übergangszeit mit fortschreitender Gentrifizierung. Diese Gegensätze machen die Gegend im Moment aber auch so spannend.»

B

Destillate weiterer Städte finden Sie online auf: bellevue.nzz.ch

Rolltreppensystem: Central Mid-Levels Escalator



09 – Little Bao

02 – Staunton's Wine Bar & Cafe



ESSEN

08 Allrounder

Oolaa

Das zur Strasse hin offene, grosse Lokal ist Café, Lounge und Restaurant. Ebenso vielfältig ist das Angebot, ohne dass die Qualität darunter leidet: Ob Frühstück, Pizza, Seafood oder Drinks – hier schmeckt alles. Das weiss auch die junge Kundschaft aus China und Europa zu schätzen. Im «Oolaa» erlebt man die Essenz des hippen Central District.

15 Bridges Street

09 Preziosen

Little Bao

Der kleine, modern eingerichtete Laden in der Staunton Street 66 ist ein Diner für *baos*, was auf Chinesisch so viel heisst wie «kleiner Schatz». Darunter fallen etwa Leckereien von Schweinebauch über Fisch, Huhn und Shiitake bis zu vegetarischen Kreationen, die vor den Augen der hungrigen Gäste frisch zubereitet und angerichtet werden.

www.little-bao.com

10 Kantonesisch

Ho Lee Fook

Ungeduldige werden im «Glück für deinen Mund» nicht glücklich, denn für einen Tisch muss man oft sehr lange anstehen. Allen anderen serviert Jowett Yu die traditionell frittierte und gedünstete kantonesische Küche mit einem sehr eigenen, grandiosen Touch – zum Beispiel in Form von Dim Sum mit Erdnussbutter und Bier.

holeefookhk.tumblr.com

11 Brot-Boutique

Po's Atelier

Der Laden von Vincent Cheng und Jonathan Leijonhufvud sieht aus wie eine Boutique, doch die Bäckerei mit Café hat sich der europäischen Backkunst verschrieben. Baguette, Feigen- und Nussbrot findet man hier ebenso wie Blätterteigpastetchen und Sandwiches. Dazu wird an den Tischen draussen Latte macchiato serviert.

70 Po Hing Fong

12 Fusion

Aberdeen Street Social

In einem Seitenflügel des PMQ lässt der britische Spitzenkoch Jason Atherton Traditionelles von der Insel wie Haxe und Black Pudding mit Jakobsmuscheln, japanischen Kräutern oder Wasabi auftischen. Das Interieur bedient sich ebenso englischer wie asiatischer Stilelemente – schön ist besonders der Blick in die offene Küche.

aberdeenstreetsocial.hk



04 – Ms B's Cakery

ZU GEWINNEN



GEWINNEN SIE EINES VON 4 SETS VON EVIDENS DE BEAUTÉ IM WERT VON JE 1330 FR.

1	THE EXTREME NECK & DÉCOLLETÉ SOLUTION, 60 ML	 Am Wettbewerb teilnehmen können Sie online auf: bellevue.nzz.ch
2	THE EXTREME SERUM, 35 ML	
Teilnahmeschluss 16. APRIL 2017		

Paris–Tokio: Eine Liebesgeschichte schreibt Kosmetikgeschichte

Die **Liebe** zur japanischen Kultur und **zu seiner japanischen Frau** inspirierten den Franzosen **Charles-Edouard Barthes** dazu, die luxuriöse Kosmetik-Linie **Evidens de Beauté** zu gründen. Mit französischem Raffinement und japanischer Exzellenz wurde eine hochwertige **Anti-Aging-Linie für sensible Haut** entwickelt.

Die Produkte werden von Prof. Ishibashi, einem renommierten Biotechnologen, in den Laboratoires Montagne in **Tokio** entwickelt und hergestellt. In allen Produkten werden französisches **Quellwasser aus La Foux** und ein patentierter «Triple Collagen Complex»

verwendet. Dieser besteht aus drei Arten von **Kollagen**, um die Haut aufzupolstern, sowie dem Wurzelextrakt der Weissen Maulbeere, **Morus Alba**, gegen Hautpigmentierung, Aminosäuren für die Zellregeneration und dem **Coenzym Q10** gegen freie Radikale. Die «**Extreme**»-Linie mit Nanowirkstoffen richtet sich an **reife, matte, müde und dehydrierte Haut**.

Wir verlosen 4 Sets mit der neuen «Extreme Neck & Décolleté Solution» und mit «The Extreme Serum» im Wert von je 1330 Franken. Am Wettbewerb teilnehmen können Sie online auf **bellevue.nzz.ch**. Viel Glück!

Mitarbeitende der NZZ-Mediengruppe sind zur Teilnahme am Wettbewerb nicht berechtigt. Aus den richtigen Einsendungen werden eine Woche nach Erscheinen des Magazins in der Redaktion die 4 Lose gezogen. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Mit der Teilnahme am Wettbewerb erklären Sie sich damit einverstanden, dass die Neue Zürcher Zeitung AG alle für die Durchführung und Abwicklung des Wettbewerbs erforderlichen Daten erhebt und diese für den Zeitraum des Wettbewerbs speichert. Ausserdem erklären

Sie sich damit einverstanden, dass Ihre Daten für Marketingzwecke, zur Kundenpflege und für personalisierte Werbung verwendet werden dürfen. Die Daten können zu diesen Zwecken auch innerhalb der NZZ-Mediengruppe weitergegeben und verwendet werden. Die Gewinnerlisten werden nicht öffentlich publiziert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mehrfachteilnahmen werden gelöscht. Teilnahmeschluss für den Wettbewerb ist der 16. 4. 2017.

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
Kim Dang (kid.)
Christina Hubbeling (chu.)
Jocelyne Iten (ijo.)
Anna Kaminsky (aky.)
Peter Keller (kep.)
Oliver Schmuki (ols.)
David Streiff Corti (das.)
Florian Zobl (fzo.)

Autoren
Ursula Borer, Bice Curiger,
Timm Delfs, Raphael Güller,
Daniel Hug, Richard Kägi,
Manfred Papst, Eugen Stamm,
Barbara Vinken, Dorothee Vogel,
Sven Weniger

Art-Direction
Claudio Gmür (clg.)

Layout
Alexandra Kojic (akc.)
Jürg Sturzenegger

Produktionsleitung
Daniela Salm

Bildredaktion
Anton J. Erni (aje.)

Korrektorat
Eva Koenig
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

Antje Petzold
Key-Account-Managerin
Telefon +41 44 258 13 57
antje.petzold@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 Gumy, Key-Account-Manager
Telefon +41 21 317 88 08
yves.gumy@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
257 000 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
© 2017 Neue Zürcher Zeitung AG

BEZUGSQUELLEN

Acne
www.acnestudios.com
Akris
www.akris.ch
Arc'teryx Veilance
www.veilance.arcteryx.com
Audemars Piguet
www.audemarspiguet.com
Boutique Roma
www.boutique-roma.ch
Breitling
www.breitling.com
Bucherer
www.bucherer.com
Bulgari
www.bulgari.com
Cartier
www.cartier.com
Chopard
www.chopard.com
Chronoswiss
www.chronoswiss.com
Delfina Delettrez
www.delfinadelettrez.com
Driade
www.driade.com
Dries Van Noten
www.driesvannoten.be
E15
www.e15.com
Fendi
www.fendi.com
Fidelio
www.fideliokleider.ch
Fogal
www.fogal.com
Grieder
www.bongeniegrieder.ch
Hermès
www.hermes.com
J. & L. Lobmeyr
www.lobmeyr.at
Limited Stock
www.limited-stock.com
Neil Barrett
www.neilbarrett.com

Neumarkt 17
www.neumarkt17.ch
Omega
www.omegawatches.com
Opia
www.opia.ch
Oris
www.oris.ch
Panerai
www.panerai.com
Parmigiani
www.parmigiani.com
Pelikamo
www.pelikamo.com
Rolex
www.rolex.com
Stella McCartney
www.stellamccartney.com
Studio Winkler
www.studiowinkler.com
TAG Heuer
www.tagheuer.com
Teo Jakob
www.teojakob.ch
Vacheron Constantin
www.vacheron-constantin.com
Van Cleef & Arpels
www.vancleefarpels.com
Vitra
www.vitra.com
Wellendorff
www.wellendorff.com
Wuethrichfuerst
www.wuethrichfuerst.com
Wooyoungmi
www.wooyoungmi.com
Zegna
www.zegna.it

HP empfiehlt Windows 10 Pro.

Unser flachstes und sicherstes Business Convertible.

HP EliteBook x360



hp.com/go/elitebookx360

 Windows Pro

Windows 10 Pro bedeutet Business.



keep reinventing

© Copyright 2017 HP Development Company, L.P. Die enthaltenen Informationen können sich jederzeit ohne vorherige Ankündigung ändern. Alle anderen Marken sind Eigentum der jeweiligen Inhaber. Bildschirmdarstellungen simuliert; Änderungen vorbehalten. Apps separat erhältlich, Verfügbarkeit variiert. Microsoft und Windows sind eingetragene Marken bzw. Marken der Microsoft Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

ZITATAusgesucht und kommentiert von **MANFRED PAPST****EHRGEIZ**

ist die letzte
Zuflucht
— DES —
VERSAGERS.

**Oscar Wilde (1854–1900),
irischer Schriftsteller**

Für Oscar Wilde, den Meister der geistreichen Komödien, funkelnden Essays und geschliffenen, oft paradoxen Aphorismen, war sichtbare Mühe zu wenig Mühe. Leichtigkeit war sein Ideal. Was hart erarbeitet, erzwungen und erkämpft ist, entbehrt genau dieser Leichtigkeit. Deshalb versagt, wer seine Zuflucht im Ehrgeiz sucht. Es wird ihm nichts Anmutiges gelingen, denn «Fleiß ist die Wurzel alles Hässlichen», wie es in einem anderen von Oscar Wildes «Aphorismen und Philosophemen zum Gebrauch für die Jugend» heisst.

Meine Welt. Meine Karte.

Belinda Bencic, Tennisspielerin und Besitzerin einer Cornercard Miles & More.



cr/basel



cornercard

Für alle und alles die passende Karte.
cornercard.ch



Breguet
Depuis 1775

Breguet, créateur.

Classique Phase de Lune Dame 9088

Die Phase de Lune Dame 9088 verfügt über einen kostbaren Diamantenbesatz auf ihrem Weißgoldgehäuse, welches ein mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug sowie Siliziumhemmung und –spiralfeder umfasst. Das Zifferblatt aus Grand-Feu-Email mit den emblematischen Breguetziffern verleiht diesem edlen Zeitmesser einen wunderbar femininen und zeitlosen Touch. Wir schreiben die Geschichte fort...

