

21	PRODUKTE SCHUHE NACH MASS
24	MANUFAKTUR BEI BOTTEGA VENETA
42	IM GESPRÄCH CONSUELO CASTIGLIONI
48	ZUTAT AUBERGINE

ZU TISCH AUFGEDECKT FÜR WOODY ALLEN	50
DESTINATION HOTEL IL PELLICANO	53
STADT-DESTILLAT MEXICO CITY	57
ROUND TABLE IST ZÜRICH AM SCHICKSTEN?	61



Damenwahl

KLASSIK TRIFFT AUF FOLKLORE: DIE MODE DER SAISON GIBT SICH SEHR ERWACHSEN, ABER ALLES ANDERE ALS STRENG

Seite 29

Reizthema Pelz

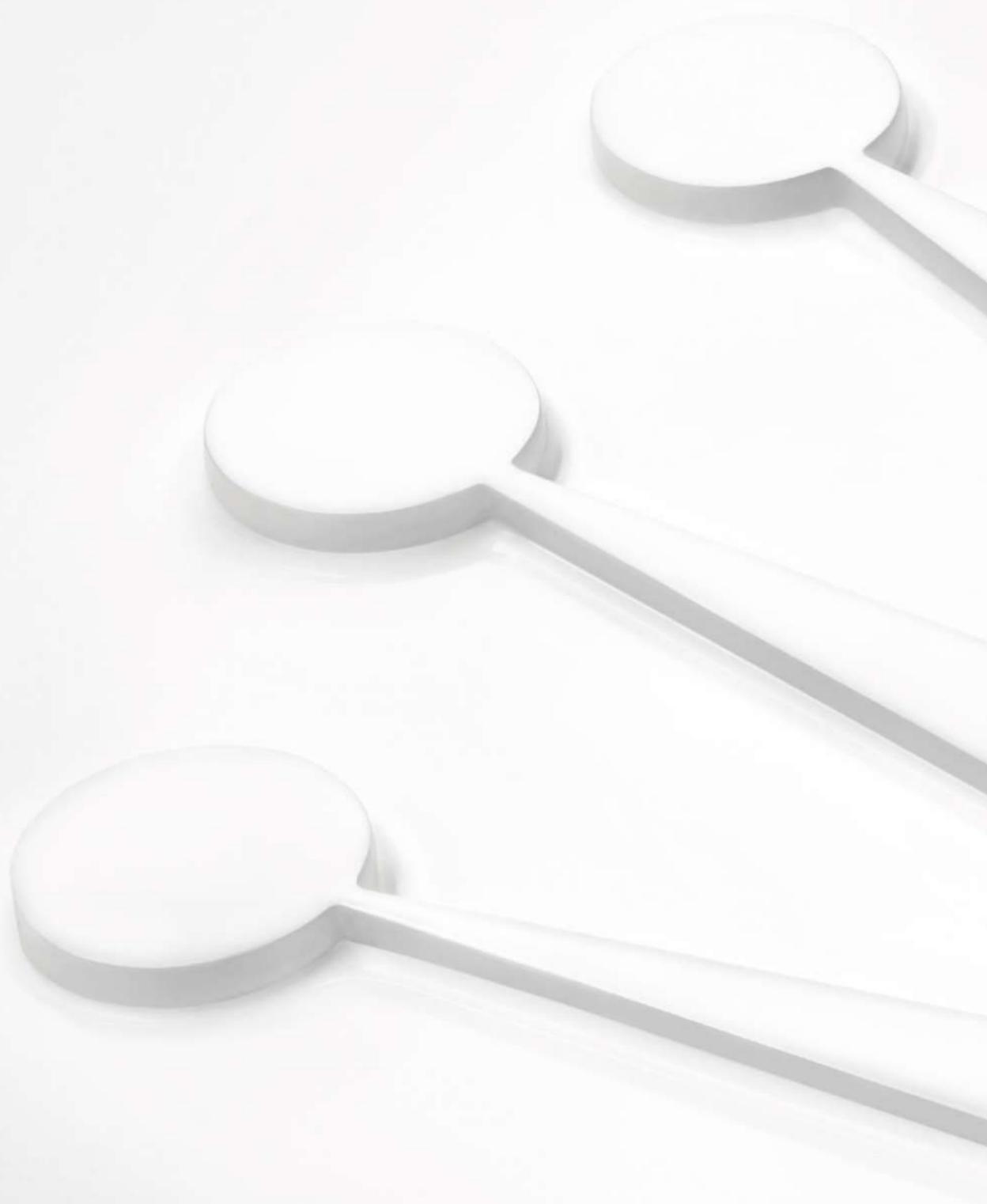
TIERFELL IST WIEDER EN VOGUE. DER TREND HAT DIE DISKUSSION UM ETHIK UND ÄSTHETIK NEU ENTFACHT

Seite 44





CHANEL



ROLEX

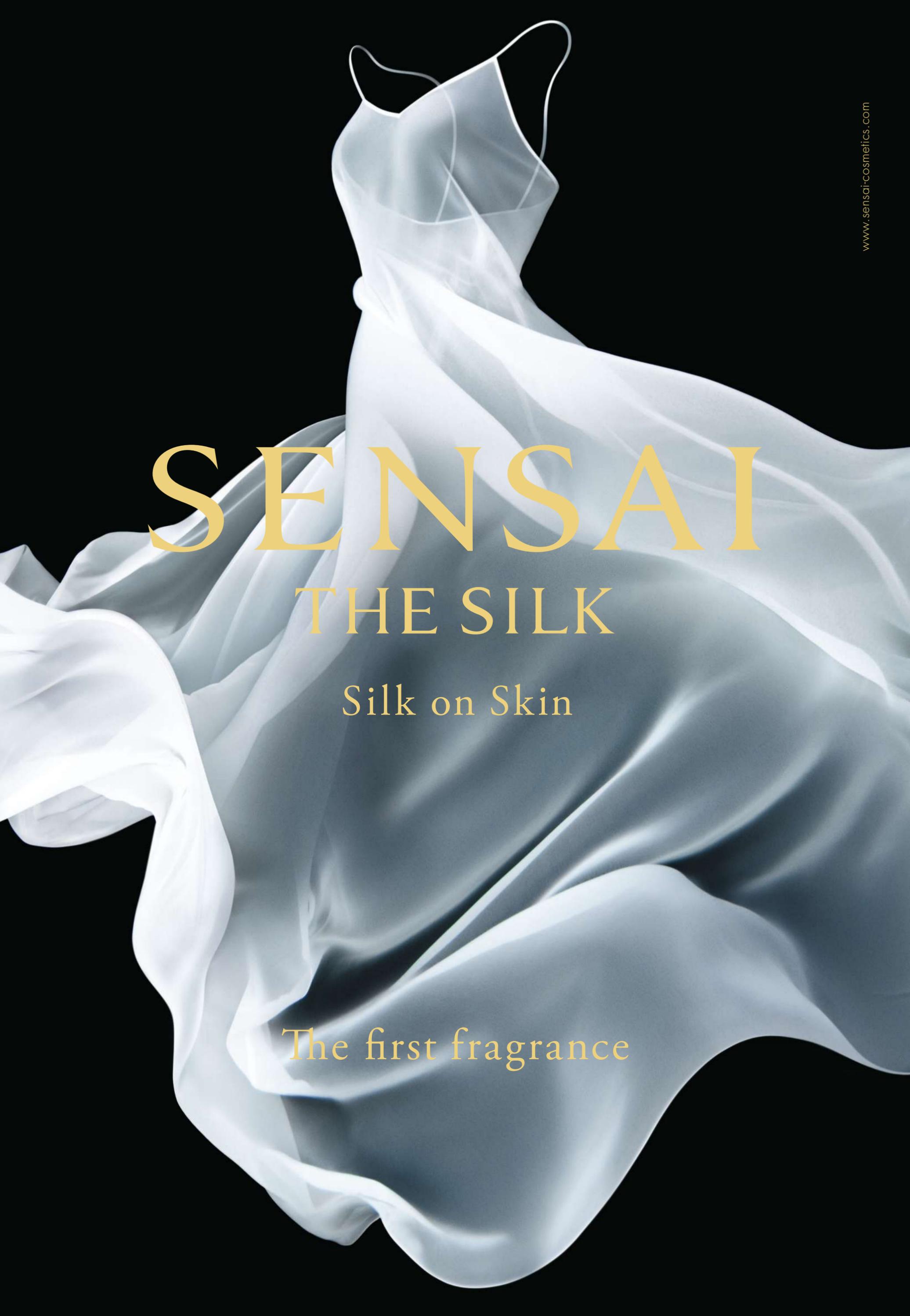


OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 40 IN PLATIN



SENSAI
THE SILK





SENSAI

THE SILK

Silk on Skin

The first fragrance





Ermenegildo Zegna
Taglio Esclusivo

The Ultimate Casual Luxury in Made to Measure



Luxusmode ohne Grenzen
Weltweiter Express-Versand



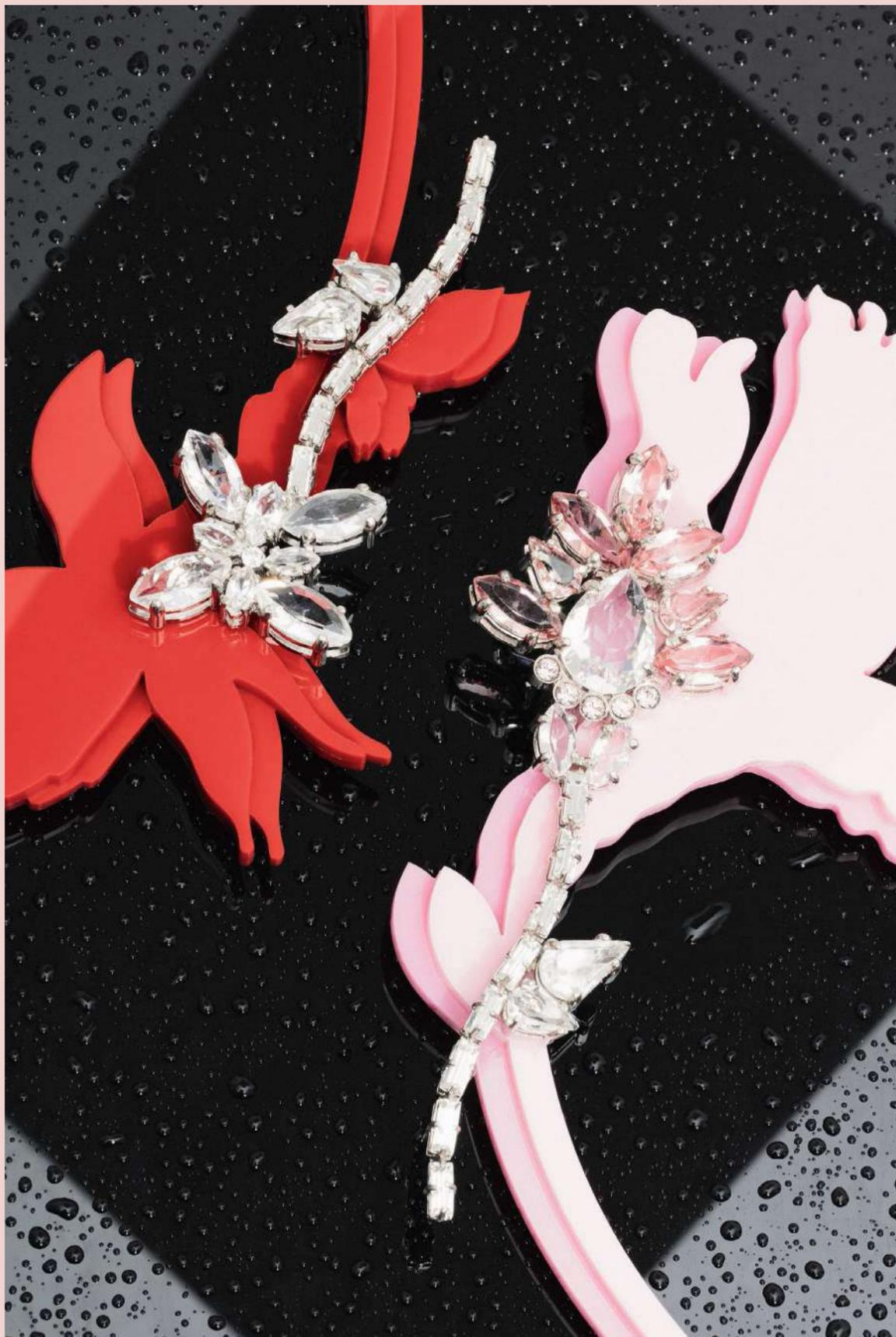
NET-A-PORTER.COM



Ansteckgefahr

BROSCHEN SIND WIE QUALLEN: SCHÖN, ABER GEFÄHRlich, DENN SIE VERTRAGEN SICH NICHT MIT ALLEN STOFFEN. GERADE EROBERN SIE SICH IHREN PLATZ IN DER MODE ZURÜCK

Text **MALENA RUDER** Foto **JONAS MARGUET**



NOCH MEHR FÜRS REVERS

Chanel: Fast schon barock anmutende Statement-Pins.

Bally: Schlicht-verspielte Stücke, die an Werke von Sophie Taeuber-Arp erinnern.

La Double J: Vintage-Phantasie-Orden von Ugo Correani für Valentino (über Mytheresa.com).

Eigentlich sind Broschen etwas Wunderbares. Sie scheinen auf der Kleidung zu schweben, schwerelos, gleich Vögeln am Firmament. Dass das Schmuckstück in den letzten Jahrzehnten in Vergessenheit geraten ist, hat damit zu tun, dass dieser Effekt einen hohen Preis hat: Die Kleider gehen drauf.

Sie werden von den dicken Nadeln der Broschen durchbohrt und bleiben verletzt zurück, reif für die Altkleidersammlung. Gerade der beliebte Jersey ist sehr gefährdet, da dieses dehnbare Material gestrickt ist; und jeder weiss, was passiert,

wenn man bei einem Pullover am falschen Faden zieht. Nun, die Broschen sind zurück, und gerade so, wie es Stoffe gar nicht gern haben: gross, üppig, schwer. Es gilt also, die Schmuckstücke so zu tragen wie unsere Grossmütter, nämlich an stabilen, gewobenen Stoffen. Mäntel und Jacken eignen sich hervorragend. Bei allen anderen Materialien kann man sich nur mit der Plattitüde trösten, dass man für Schönheit eben leiden muss.

Broschen, Filz, Kristall und Plexiglas (je 740 Fr.), von Prada



Rendez-Vous Night & Day

Carmen Chaplin, Schauspielerin und Regisseurin




JAEGER-LECOULTRE

Open a whole new world

INHALT



ZEITGEIST

- 17—NEUES AUS DER SCHWEIZ
- 18—NEUES AUS DER WELT
- 21—PRODUKTE
- 22—SCHÖNHEIT



Seite 21, Produkte: Schuhe nach Mass, die auch optisch Individualisten befriedigen.

24—MANUFAKTUR Lederkunst

Die Intrecciato-Flechttechnik hat den Ledertaschen von Bottega Veneta Ikonen-Status verliehen. Ein Atelierbesuch in Nordostitalien

29—IM BILDE

Willkommen, Mode-Herbst

Reverenzen an vergangene Epochen sind deutlich, trotzdem präsentieren sich Mode und Schmuck der Saison zeitgemäss – und sehr erwachsen



Seite 44, Zenit: Kaum ein Material vermag so sehr zu provozieren wie der Pelz.



Seite 42, Im Gespräch: Modemacherin Consuelo Castiglioni.

42—IM GESPRÄCH Consuelo Castiglioni

Vor 20 Jahren hat die italienische Modedesignerin das Unternehmen Marni gegründet. Mode ist für sie etwas, das Spass machen muss



Seite 29, Im Bilde: Top, Hose und Halskette von Dries Van Noten, Kreolen von Hermès.



ZÄSUR

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

44—ZENIT

Das Pelz-Dilemma

Pelz ist in Mode – Tierschutz ebenso. Eine Annäherung an ein schwieriges Thema

48—ZUTAT

Aubergine

Aus der mediterran-orientalischen Küche ist die violette Schönheit nicht wegzudenken



Seite 48, Zutat: Elastische Oberfläche, weisses Fruchtfleisch – die Aubergine.

50—ZU TISCH

Brunch mit Woody Allen

Der New Yorker Kult-Regisseur und Autor wird 80 – die Tafel für ihn ist gedeckt

53—DESTINATION

Hotel Il Pellicano

Ein Jubiläumsband huldigt dem bei Berühmtheiten beliebten Fünfsternehotel in der Südtoskana



ZUGABE

57—STADT-DESTILLAT: MEXIKO-CITY

60—IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN

61—ROUND TABLE

62—ZITAT



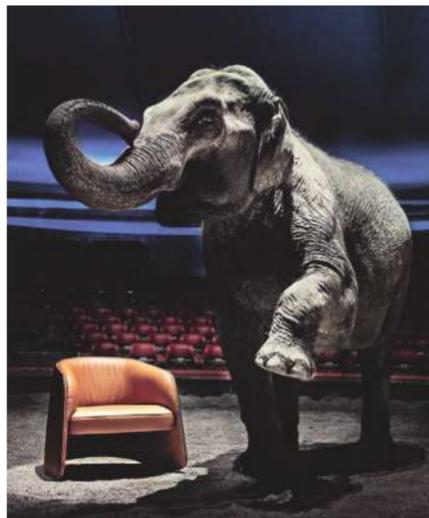
Seite 53, Destination: Baden wie die Stars – Hotel Il Pellicano an der Costa d'Argento.



PRADA



NEUES AUS DER SCHWEIZ



Zum 50. Geburtstag einen Sessel: «DS-900» (5185 Fr.), von de Sede.

DESIGN

Sessel für grosse und kleine Tiere

Keine Angst, Grosswild musste nicht erlegt werden, um den «DS-900» von de Sede zu überziehen. Vielmehr soll der Elefant an die Form des ledernen Schaukelstuhls erinnern – von hinten bullig und standsicher, von vorne jedoch elegant und durchaus grazil. Zudem sollte man sich beim Wippen auf einem Elefantenrücken wähen. Und ganz nebenbei vermag das Tier aufs stolze Alter des Schweizer Möbelherstellers zu verweisen, der dieses Jahr seinen 50. Geburtstag feiert. (das.)

desede.ch

KULINARIK

Gourmetfestival The Epicure

The Dolder Grand, Zürich,
17.–20. September

Wieder steht das «Dolder Grand» im Zeichen des Genusses. Zu Tisch bittet, was Sterne und Punkte hat. Gäste können sich für drei 8-Gänge-Diners und Masterclasses anmelden. (ols.)

theepicure.ch



Salatkreation des deutschen Kochs Joachim Wissler.

UHREN

Taucher mit neuem Herzen

Zeitlos ist die «Pelagos» der Rolex-Tochter Tudor, was die Uhr nicht gegen Neuerungen feilt. Nun treibt den bis zu 500 Meter wasserdichten Zeitmesser ein Tudor-Manufakturwerk an: Selbstaufzug mit 70 Stunden Gangreserve, 4 Hz, ein Oszillator mit Silizium-Feder. Und dann dieses Blau, es beruhigt Taucher und Businessmen im Haifischbecken. (fzo.)

tudorwatch.com



Mechanische Taucheruhr «Pelagos» (4200 Fr.), von Tudor.

MODE

Schweizer Duo auf Erfolgskurs



Das Mode-Duo Huber Egloff spielt gerne mit unerwarteten Kontrasten.

Im Juli zeigten Andreas Huber und Raúl Egloff Alcaide ihre neoeleganten Kreationen in Berlin, auf Einladung der Deutschen «Vogue». Und demnächst präsentieren Huber Egloff ihre Kollektion in Paris, wo ihr Name, im lokalen Akzent ausgesprochen, Programm ist: «Über-Egloff!» (kid.)

huberegloff.com



Eines der 21 modernisierten Zimmer im Parkhotel Bellevue & Spa.

HOTEL

Parkhotel Bellevue & Spa

Bellevuestrasse 15, Adelboden

Nachdem das Haus aus den dreissiger Jahren in fünf Etappen aufgefrischt worden ist, stehen seit kurzem auch 21 neu gestaltete Doppelzimmer und Suiten zur Auswahl. Das «Bellevue» ist eine der wenigen Hotelbauten in den Alpen, die im gradlinigen Stil der klassischen Moderne errichtet wurden (die Architekten Urfer & Stähli wurden berühmt für ihre Schwimmbäder). Dass das 1931 erbaute Haus mittlerweile erfolgreich zum ruhigen Stil von damals zurückfand, ist unter anderem dem renommierten Basler Büro Buchner Bründler zu verdanken. Die zuletzt modernisierten Gästezimmer blicken nach Süden und versprechen visuelle Erholung. (roz.)

parkhotel-bellevue.ch

ACCESSOIRES

Neue alte Leichtigkeit

Nach dem Keil- ist der Blockabsatz der beste Freund der Frauen, wenn es darum geht, Bequemlichkeit mit hohen Absätzen zu vereinen. Nachteil ist, dass solche Modelle oft klobig aussehen. Bally wirkt diesem Effekt mithilfe seines Archivs entgegen: Wie einst in den siebziger Jahren verjüngen sich bei einigen Modellen der aktuellen Kollektion die wuchtigen Absätze nach oben hin. (rud.)

bally.ch



Sonnengelber Sling-Pump «Clidia» (625 Fr.), von Bally.

GRAFIK

Sie können einpacken

Die Schweizer Manufaktur Hieronymus mit eigenem Geschäft an der Zürcher Bäregasse stellt alles her, was einem schriftlichen Gedankenaustausch den Weg weist – vom edlen Briefpapier bis zum formschönen Schreibgerät. Wer lieber ohne Worte auskommt, muss allerdings nicht darben, ihr Geschenkpapier ist nicht minder kommunikativ. (das.)

hieronymus-cp.com



Geschenkpapier «Crystal Coral», (14 Fr.), von Hieronymus.

KUNST

Martin Creed

Galerie Hauser & Wirth, Zürich,
bis 31. Oktober 2015

Das Œuvre des 46-jährigen Briten Martin Creed dreht sich um seine Faszination für Allgemeinplätze. So simpel die Interventionen des Turner-Preis-Gewinners scheinen, so wirkungsvoll sind sie: Creed füllt Räume mit weissen Ballons oder lässt bunte, geometrische Wandmuster auf den Besucher wirken. «Alles ist ein Live-Event, auch ein Gemälde an der Wand, weil es nur dort hängt, damit Leute es betrachten und realisieren, dass es an der Wand hängt», meint der Künstler. (kid.)

hauserwirth.com



Künstler Martin Creed vor einer Auswahl seiner «Broccoli-Prints».

NEUES AUS DER WELT



Beliebt bei Leuten aus Kunst und Kultur: Soho-Bar im Groucho Club.

HOTEL/CLUB

The Groucho Club, London

Londons legendäres Memberlokal, der 1985 von einem Verlegertrupp eröffnete Groucho Club, hat gerade eine 24 Monate lange Umbauphase hinter sich. Der Club, der sich über drei Gebäude im Soho-Quartier erstreckt, ist ein kultiger Szene-Treffpunkt. Nun kann man online eines der 20 Hotelzimmer buchen – oder sich gleich für eine Mitgliedschaft bewerben. (ols.)

thegrouchoclub.com

HOTEL

Mama Shelter, Los Angeles

Zuflucht bei der französischen Mutter aller Boutique-Hotels findet man jetzt auch an der Ecke Selma/Wilcox Avenue in L.A., wo eben ein Mama-Shelter-Hotel eröffnet wurde. Das Interior gestaltet hat Thierry Gaugain, Ex-Chefdesigner in Philippe Starcks Studio. Klammer auf: Auch eine Zürcher Location ist geplant. Klammer zu. (ols.)

mamashelter.com



Sitzgelegenheit in der Lobby des neuen «Mama Shelter» in L.A.

FASHION

Leder-Accessoires von Acne Studios

Alles, was von den Acne Studios kommt, trägt das Prädikat «cool». So auch die neuesten Leder-Accessoires, wunderbar clean, mit schönen Details und kontrastierenden Innenseiten – selbstverständlich aus hochwertigem Leder und gefertigt in Italien. (kid.)

acnestudios.com



Lederhüllen von Acne Studios, ab etwa 200 Fr.



Jacke, etwa 2000 Fr., Schal, etwa 1000 Fr., von Brunello Cucinelli.

Kuscheliger Cashmere-Pelz

Gestartet hat er in den achtziger Jahren mit knallbunten Cashmere-Pullis. Heute ist Brunello Cucinelli König eines Lifestyle-Imperiums, das weit über die Ursprünge im Edel-Strick hinausgeht: Mode, Schuhe, Schmuck und Wohnaccessoires umfasst das Sortiment der börsenkotierten Luxusmarke. Kernkompetenz ist aber nach wie vor hochwertiger Cashmere. Zurzeit erhält dieser durch innovative Handwerksverfahren eine flauschige Oberflächenstruktur. «Cashmere-Pelz» taufte Cucinelli das kuschelige Resultat. (kid.)

brunellocucinelli.com



Audrey Hepburn, fotografiert von Douglas Kirkland, 1966.

AUSSTELLUNG

Portrait of an Icon

NPG, London, bis 18. Oktober

Ihr Wiedererkennungswert bleibt ungebrochen, und sie gehört zu den am meisten fotografierten Persönlichkeiten überhaupt: Audrey Hepburn (1929 – 1993). Alle Grossen hatten die US-Schauspielerin vor der Linse, Richard Avedon, Cecil Beaton, Irving Penn ... Hepburn-Porträts, darunter viele unbekannte, zeigt die Londoner National Portrait Gallery, dazu Magazin-Covers, Standbilder und Archivmaterial der Ikone. (ols.)

npg.org.uk

DESIGN

Royale Currywurst

«Kurland» heisst das Service der königlichen Porzellan-Manufaktur Berlin, das bei Empfängen der Bundesregierung zum Einsatz kommt. Zu seinem 225. Geburtstag wird es um eine Currywurst-Schale ergänzt. Ob das eine Auswirkung auf das Menu der Staatsoberhäupter hat? (das.)

kpm-berlin.com



Currywurst-Schale, erhältlich in zwei Grössen (59/118 €).

Klassischer Trendsetter

Die Popularität des nordischen Möbeldesigns beruht auf Qualitäten, die bereits vor 100 Jahren geschätzt wurden. Schon der Architekt Kaare Klint setzte bei seinem «Faaborg»-Stuhl auf schlichte Formen und natürliche Materialien. Der Entwurf von 1914 ist nun in einer limitierten Nussbaumholz-Edition von Rud Rasmussen erhältlich. (das.)

rudrasmussen.com



«Faaborg Chair» (etwa 4000 Fr.) von Kaare Klint.

SCHMUCK

Unkompliziertes für Diven



Stücke aus der «Diva»-Kollektion, ab 1540 Fr., von Bulgari.

Die 2013 lancierte «Diva»-Kollektion von Bulgari wird heuer mit ganz unkomplizierten, alltagstauglichen Entwürfen erweitert. Die typische fächerartige Grundform, inspiriert von vorchristlichen römischen Mosaiken, findet sich als Anhänger an zarten Armändern, Ketten und Sautoirs wieder. Frauen mit dem Bedürfnis nach mehr Drama kommen dennoch auf ihre Kosten: Auch opulente Stücke sind im Angebot. (rud.)

bulgari.com

Akris Boutique auf
www.akris.ch

A-K-R-I-S-

DESIGN PORTRAIT.



B&B

ÜBER EINEN LEISTEN

HABEN SIE EINEN BREITEN RIST ODER EINEN FLACHEN FUSS? MASSSCHUHE ERFÜLLEN FAST JEDEN WUNSCH NACH MEHR KOMFORT UND INDIVIDUALITÄT. UND SIE SIND EIN STATEMENT GUTEN STILS

Fotos **DOUGLAS MANDRY** Redaktion **KIM DANG** Set Design **CAMILLE LICHTENSTERN**

A

Eigenwillig
Das Zürcher Label Le Majordome hat diese Version eines Monkstraps entworfen. Farben, Leder und Sohle sind frei wählbar.

«Modell 21», Kalbsleder (500 Fr.), von Le Majordome. Socke von Falke, Hose erhältlich bei AP&CO



B

Bequem
Der klassische schwarze Schnürer passt immer, auch dank der dämpfenden Sporteinlage und der kontrastierenden weichen Gummisohle.

Modell «Carlo», Kalbsleder (420 Fr.), von Risch. Hose erhältlich bei AP&CO

D

Distinguiert
Nach dem Vorbild des Klassikers «Bally Scribe» entstand dieser Entwurf mit Goodyear-Einfassung.

Modell «Scanio», Kalbsleder, von Hand gefärbt und poliert, (895 Fr.), von Bally. Hose erhältlich bei AP&CO



C

Apart
Huwyler ist sowohl beste Adresse für Schuhreparaturen als auch Anbieter von Massschuhen.

Modell «Blister», Suede, Glattleder (720 Fr.), von Huwyler. Socke von Falke

Namaste

Yoga als Lebensstil hat die Kupfer-Wolle-Bast-Ecke schon lange verlassen, das lässt sich nicht zuletzt in Drogerien und Parfümerien belegen. Neben Bio- und Naturkosmetik-Marken bieten auch konventionelle Brands Produkte an, die zu Entspannung, Selbstfindung und innerer Einkehr verhelfen sollen

Text MALENA RUDER Illustration ALICE TYE



1

Abschalten
Körper, Pyjama oder das Bett mit dem Duft nach weissem Lotus und Yi Yi Ren einnebeln, tief durchatmen, und ab ins Reich der Träume.

Duftspray «Yin» (28 Fr.), von Rituals

2

Auftanken
Die Serum-Maske lindert Zeichen von Stress und Erschöpfung über Nacht und spendet sehr viel Feuchtigkeit.

«Hydra Zen Overnight Serum-in-Mask» (etwa 90 Fr.), von Lancôme



3

Aufbauen
Haut, Haare und alle fünf Sinne erfreuen sich an diesem Trockenöl aus Avocado, Süssmandel, Jojoba und dem Duft von Zitrone und Amber.

«5 Sens» (etwa 40 Fr.), von René Furterer



4

Ausgleichen
Praktisch für unterwegs: Roll-on-Stick, der mit dem Duft von Jasmin, Zypresse, Koriander und Salbei beruhigt.

«Balance-Öl» (Fr. 21.90), von Yogandha, über yoga-artikel.ch



Yoga-Massage

Eine Yoga-Massage ist als Wellnessbehandlung oder therapeutisch sinnvoll, um körperliche Leiden sowie seelische Symptome zu lindern, erklärt Anna Schmuki, welche die von der ayurvedischen Ärztin Kusum Modak entwickelte Methode in Zürich anbietet. Auf einer Matratze bringt man den Körper nach Anleitung Schmukis in verschiedene Positionen im Sitzen oder Liegen, Schmuki vertieft die Dehnung mit sanftem Zug oder Druck. Jede Behandlung wird individuell zusammengestellt, nach den 65 Minuten fühlen sich Kopf und Körper deutlich leichter an.

Yoga-Massage, 65 min, 150 Fr., Zwinglistrasse 35, Infos und Kurse: www.ayurvedische-yogamassage.ch



Wie riecht denn das?

«Hellblaue und rosa Wolken – und Einhörner!» – «Frisch. Mit ein bisschen lolitahafter Süsse.» – «Eine tropische Insel. Bunte Blumen, bunte Vögel, der Dschungel und das Meer.» – «Angenehm unaufdringlich.» – «Dieser Duft riecht nicht gerade speziell, finde ich.» – «Ein florales Psychedelikum für die Nase.» – «Déjeuner sur l'herbe.» – «Libellen, die an einem lauen Sommerabend übers Wasser jagen.»

«Eau de Karma», Eau de Parfum (66 Fr. für 50 ml), sinnlich-frisch, Kopfnote: Freesien, Apfel, Cassis, ozonische Noten, Herznote: Lotusblüte, Rose, Pfingstrose, Basisnote: Amber, Moschus, Zedernholz, von Thomas Sabo

THERE ARE EXCEPTIONS
TO EVERY RULE.



MILLENARY
ROSÉGOLD.

AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

TEXT KIM DANG FOTOS HIEPLER, BRUNIER, PD

Das Geflecht von Vicenza

In Norditalien, in einer frisch renovierten Villa, pflegt Bottega Veneta in luftigen, hellen Ateliers die hauseigene Handwerkstradition. Hier entstehen Handtaschen wie die ikonische «Cabat» aus doppelseitigem Intrecciato-Geflecht, dem Markenzeichen der italienischen Luxusmarke



UNTEN Der Boden der «Cabat»-Tasche wird mithilfe von Ahle, Nadel und Faden angebracht.

GANZ UNTEN Aus dem scheinbaren Wirrwarr von 77 Lederbändern wird eine einzige «Cabat» geflochten.



OBEN Viel Licht und Luft für die Handwerksleute im neuen Lederatelier von Bottega Veneta.

Was nach Chaos aussieht, hat in Tat und Wahrheit Methode: Aus einem Gewirr von sieben Lederbändern, jedes rund 140 Zentimeter lang, entsteht unter den geschickten Händen einer Handwerkerin ein Dreieck. Dessen Hypotenuse ist ein sauberer Rand, während an den beiden anderen Seiten die Bänder, *fettucce* genannt, lose herausbaumeln. Noch ist es nur schwer vorstellbar, dass aus elf dieser mit viel Geduld und Konzentration angefertigten Dreiecke später eine 40 Zentimeter lange Lamledertasche wird: der Shopper «Cabat» von Bottega Veneta.

Mit seiner simplen, zeitlosen Form und dem perfekt nach der Intrecciato-Technik verarbeiteten Ledergeflecht steht er symbolisch für die italienische Luxusmarke. Rund 7000 Franken blättern Kundinnen für ihn hin, die Kroko-Variante kostet das Achtfache. Gefertigt wird er in hellen, luftigen Ateliers bei Vicenza in der Region Venetien.

Auf einer Holzkiste werden die fertigen Dreiecke dann Stück für Stück nebeneinander aufgereiht. Die Klammern, die zum Fixieren verwendet werden, sind mit Leder überzogen, damit das kostbare Material



nicht beschädigt wird. Nun kann man sich den oberen Taschenrand der «Cabat» vorstellen. Nach unten hin geht es dann weiter mit dem Verflechten: Das Wirrwarr loser Streifen wird schliesslich zu einem Ganzen, dem Taschenkörper, zusammengefügt. Jede «Cabat» wird von einer einzigen Handwerksperson gefertigt, damit die Spannung des Geflechts gleichmässig ist. Die Flechter arbeiten im Stehen, nur so lässt sich ein regelmässiges Flechtwerk mit der richtigen Dichte herstellen. Das Ledernetz soll beständig, weder zu steif noch zu lose sein. 77 zweiseitig verklebte Lederstreifen, rund 100 Meter, aus etwa zehn Lammhäuten werden für eine Tasche benötigt.

Im nächsten Schritt werden von einem zweiten Mitarbeiter mithilfe von Ahle, Lochzange, Nadel und zwei Fäden der Taschenboden und die Henkel angebracht. Die Arbeit erfordert nicht nur Geduld, Konzentration und Leidenschaft fürs Handwerk, sondern auch eine Mischung aus starkem Selbstbewusstsein und genügend Respekt vor der Fertigung dieser Handtasche – jegliche Ungenauigkeit könnte fatale Auswirkungen auf das Endprodukt haben. Mindestens zwei Tage benötigen zwei professionelle Handwerksleute für die Anfertigung einer mittelgrossen «Cabat» aus Nappaleder. Im Vergleich: Für das Flechten des beutelförmigen «Veneta»-Bags braucht eine erfahrene Handwerkerin rund zweieinhalb Stunden. Dafür wendet man die klassische, nur aussen-seitige Variante des Intrecciato an: Lederstreifen werden mit einem Stück Leder verwoben und dann mit einem Futter unterlegt. Für die ungefüttete «Cabat» hingegen kommt eine Weiterentwicklung der Technik zum Einsatz, die zusätzlich dafür sorgt, dass auch die Innenseite der Tasche tadellos ist. Bottega Venetas Atelierangestellte tüftelten das «Doubleface»-Intrecciato auf Anregung von Tomas Maier aus. Seit 2001 ist der gebürtige Deutsche Kreativchef von Bottega Veneta, die «Cabat» gehört zu seinen ersten Entwürfen. Damals hatte die Gucci-Gruppe, der heutige Kering-Konzern, den 300-köpfigen Betrieb kurz vor dem Ruin aufgekauft. «Als ich zu Bottega Veneta kam, war die Marke dabei, langsam ihre Identität und ihre Wurzeln zu verlieren», sagt Maier heute. «Wir haben neue Richtlinien geschaffen, unsere vier Eckpfeiler: hervorragendes Handwerk, innovatives Design,



Seit alle Logos von den Produkten verbannt worden sind, steht das exquisite Lederhandwerk noch stärker im Vordergrund

GANZ OBEN Auch bei der Herstellung des «Veneta»-Bags kommt die Intrecciato-Technik zum Einsatz, bei der zwei Lagen Leder ineinander verwebt werden.

OBEN Das Materiallager von Bottega Veneta ist ein Paradies für Lederliebhaber.

RECHTS Die Villa Montebello Vicentino bei Vicenza.



Bottega Veneta



Die Flechttechnik Intrecciato ist das Kennzeichen der 1966 gegründeten Lederwarenmarke Bottega Veneta. Seit 2001 gehört das Luxuslabel zur Kering-Gruppe (ehemals Gucci Group). Unter Kreativchef Tomas Maier werden Accessoires, Kleider, Schmuck und Möbel entworfen. 2014 beschäftigte der Betrieb mit Hauptsitz nahe Vicenza 3212 Mitarbeiter und besass 236 Boutiquen. Der Jahresgewinn betrug 357 Millionen Euro bei einem Umsatz von 1,131 Milliarden Euro. (kid.)

bottegaveneta.com

zeitgemässe Funktionalität und die besten Materialqualitäten.» Nach seinem Amtsantritt verbannte Maier alle Logos von den Produkten. Seither steht an deren Stelle das exquisite Lederhandwerk im Vordergrund, und das Intrecciato wurde zum Markenzeichen. Das Firmenmotto «When your initials are enough» – etwa: wenn die eigenen Initialen genügen – unterstreicht die Understatement-Devise des Labels. Mit nur einer Kollektion, bestehend aus 14 Taschen, hat Maier damals begonnen. Heute ist Bottega Veneta ein Lifestyle-Brand mit über 3000 Mitarbeitern und globaler Ausstrahlung. Neben dem Kerngeschäft, den Lederwaren, tragen mittlerweile auch Kleider, Schmuck und Uhren, Möbel, Wohnaccessoires, Brillen sowie Parfums zu einem Umsatz von über einer Milliarde Euro jährlich bei.

Kommendes Jahr begeht die Firma, deren Name so viel bedeutet wie «venezianisches Atelier», das Fünfzig-Jahre-Jubiläum. Die Bescherung fand allerdings bereits vor zwei Jahren statt: Im September 2013 hat man das eigene Hauptatelier vom bisherigen Standort in Vicenza in eine nahe gelegene Villa aus dem 18. Jahrhundert verlegt. Die Umbauarbeiten seien äusserst anspruchsvoll gewesen, das Resultat ist umso befriedigender: Der campusähnliche Komplex mit dem grosszügigen, lichtdurchfluteten Neuanbau hat sehr niedrige Verbrauchswerte; er zählt dank seiner äusserst umweltfreundlichen und nachhaltigen Bauweise zu den ersten Gewerbebauten Europas mit einer Platin-Zertifizierung von LEED (Leadership in Energy and Environmental Design). «Nach sieben Jahren konnten wir endlich unsere neuen Ateliers in Montebello Vicentino beziehen», so Maier, der für seine Arbeit ständig zwischen seinem Designbüro in New York, den Firmenräumen in Mailand und der neuen Villa pendelt. Er ist äusserst stolz auf das Atelier, mit dem er vor allem seine treuen Angestellten beschenken wollte: «Die stattliche Villa im regional-typischen palladischen Stil soll mit einer besseren und gesünderen Arbeitsumgebung unsere Angestellten stimulieren.»

Die hellen Gänge mit den dezenten Lichtstreifen in den originalen Terrazzoböden, der Kontrast zwischen modernster Technik, Glas und Metall sowie antiken Elementen wie Türen mit Pferdekopfklinken, Stuckdecken und pompösen Murano-Leuchten – sämtliche Kleinigkeiten der aufwendigen Umbauarbeiten wurden nach klaren

Vorstellungen Maiers realisiert. Herzstück der Anlage ist aber nicht die einstige Villa Schroeder-Da Porto selbst, sondern die grosse Halle in der ehemaligen Scheune, die mit Blick auf den 55 000 Quadratmeter grossen Park, der das Anwesen umgibt, anmutet wie ein Wintergarten. Aber hier gibt es weder Pflanzen noch Gartenstühle. In der Luft liegt der Geruch von Leder, und an zwei Dutzend Werk-tischen führen Handwerker Hunderte von Arbeitsschritten aus: Nähen, Verdoppeln, Falten, Kantenbemalen... Fundament für Maiers hohe Ansprüche ist das Know-how der Handwerker.

Jede Saison entwickeln Mitarbeiter neue Verarbeitungstechniken, angespornt von Maier, der für seine Hartnäckigkeit berüchtigt ist. Jedes Material, jeder Arbeitsschritt wird genaustens dokumentiert, sei es beim Spalten des Leders, bis dieses 0,2 Millimeter dick ist, oder bei den Qualitätstests in einem der Hightech-Labors. Und damit auch spätere Generationen die Kunst des Lederflechtens meisterhaft ausüben können, bildet man in der Scuola della Pelletteria Bottega Veneta jährlich zwölf Nachwuchstalente im Bereich Lederhandtaschen aus. Als Erstes lernen sie, wie jeder neue Mitarbeiter, den Begriff «unmöglich» durch die Worte «Ich kann es einmal probieren» zu ersetzen.

«Wir wollen mit einem besseren und gesünderen Arbeitsort unsere Angestellten stimulieren»



OBEN Tomas Maier, Kreativchef von Bottega Veneta seit 2001.

LINKS UND UNTEN Der doppelseitig nach Intrecciato-Technik geflochtene Shopper «Cabat» ist längst eine Ikone des Hauses.





FERRAGAMO.COM

Salvatore Ferragamo

#DontCrackUnderPressure



TAG Heuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



MONACO CALIBRE 12

Das Vermächtnis von Steve McQueen ist zeitlos. Über seine Arbeit als Schauspieler und Rennfahrer hinaus wurde er zur Legende. Wie TAG Heuer setzte er eigene Maßstäbe und hielt getreu dem Motto „Don't Crack Under Pressure“ jedem Druck stand.

IM BILDE

Der Herbst ist im Anzug

FOTOS RENÉ FIETZEK REDAKTION UND STYLING KIM DANG



FOTOASSISTENZ STELLA SCHWENDNER, MIGUEL ANGEL ROMERO
STYLINGASSISTENZ MIREIA SOLER

HAARE & MAKE-UP ESTRELLA ELORDUY MIT PRODUKTEN VON DIOR / LABEL.M / BALBCARE
CASTING GILLIAN WIECHERT
MODEL LENA HARDT (AM MODEL MANAGEMENT)

OBEN UND COVER Wolljacke mit Lederverzierung, Rollkragen-Top und Stoffhose (PREISE AUF ANFRAGE) **TOD'S**,
Ohringe «Dew Drop», Sterlingsilber (ETWA 320 FR.) **GEORG JENSEN**, Ringe «Luck N Love», vergoldetes
Sterlingsilber und Sterlingsilber (JE 190 FR. BZW. 230 FR.) **STUDIO MASON**



Massgefertigtes Missverständnis

Text RAPHAEL GÜLLER

Das Bedürfnis, aus der Masse herauszustehen, hat dazu geführt, dass heutzutage fast alles nach Mass bestellt werden kann. Dabei ist der Schein des individuellen Glücks trügerisch

«Bespoke Haircuts» stand da letzthin auf einem Schild vor dem Coiffeurladen. Etwas bemüht, würde man vielleicht denken. Ist ja nicht so, als würde die gesamte Konkurrenz mit einer Schablone arbeiten. Und ist ein Haarschnitt nicht naturgemäss immer eine Massanfertigung?

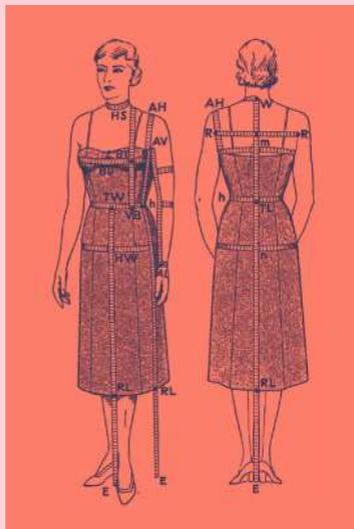
Ein Gespür für aktuelle Vermarktungstaktik kann man den Salonbetreibern aber nicht absprechen. Vom Designerstuhl über Parfums bis zu Frühstücksflocken kann heute fast alles den persönlichen Vorlieben angepasst werden. Nike ID lässt Kunden seit Jahren die Farbkombination der Turnschuhe selber zusammenstellen – das haben inzwischen sämtliche Modehäuser nachgeahmt; sie bieten von Handtaschen bis zu Trenchcoats vieles in individueller Ausführung an. Der Trend hat sich aber weiterentwickelt. Beim Startup Knyttan können Muster digital gezeichnet und Minuten später als Pullover oder Schal getragen werden. Und die Schönheitscreme mit hautspezifischer Zusammensetzung des Beauty-Labels Geneu ist bereits eine halbe Stunde nach dem DNA-Abstrich fertig.

Mit der eigentlichen Herkunft des Wortes «bespoke» hat diese Art der Individualisierung aber oft nur mehr wenig zu tun. Ursprünglich wohl von der Londoner Savile Row stammend, wo die betuchte Gesellschaft die gewünschten Massanzüge erst mit dem Schneider absprechen und dann bestellen (englisch: to bespeak) musste, stand es für das Nonplusultra sartorieller Handwerkskunst. Heute spricht die Branche eher von «mass customisation»: Dank Errungenschaften der Logistik und Technologie kann standardisierten Produkten ein individueller Anstrich verliehen werden. Für einen Aufpreis, versteht sich.

Der moderne Kunde freut sich dennoch, kann er sich doch so selbst verwirklichen und von der Menge abheben. Allzu exzessiv sollten wir dem Individualisierungsdrang dennoch nicht frönen. Studien zeigen, dass eine Fülle an Optionen auch zu höherer Unzufriedenheit führt, weil mehr Zeit für die Evaluation aufgewendet werden muss und die Angst steigt, die falsche Wahl zu treffen. Das viele Entscheiden macht uns auch müde und schlechter gelaunt, wie eine Untersuchung an US-Gerichtshöfen gezeigt hat, an denen Juristen gegen Ende des Tages und nach vielen Urteilen im Durchschnitt weniger milde gerichtet haben.

So ist vielleicht mein Bekannter der Schlauere, der von jeher zum selben türkischen Barbier geht, wo tatsächlich nur ein einziger Haarschnitt angeboten wird. Tondeuse auf der Seite, Schere oben, 10 Minuten – macht 10 Pfund. Minimaler Aufwand, massloses Glück.

RAPHAEL GÜLLER ist Marketingstrategie in London. Als Berater bei der internationalen Kreativagentur Winkreative betreut er zahlreiche internationale Marken.



KLEIDERORDNUNG

Spitzen-Furor

Text BARBARA VINKEN

Illustration JEAN-MICHEL TIXIER

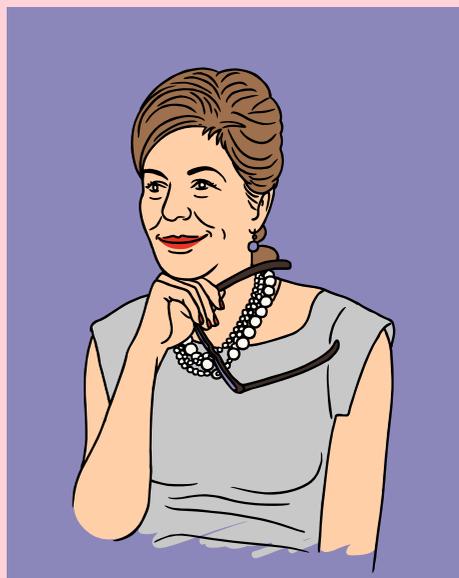
Die Mode, sagen viele schon wieder, sei tot. Ständig dreht sie sich im Kreis, erschöpft sich in schwindelerregenden Selbstzitataten, und verwirrt fragt man sich, ob gerade die siebziger, die achtziger oder doch die sechziger Jahre en vogue sind. Längst ist nicht mehr wahr, dass nur das als modisch wiederkommt und als Neues wie der Phönix aus der Asche erstet, was dem Orkus des Vergessens entrissen worden ist. Oft kommt das Ewiggestrige wieder, das, was wir ein für alle Mal hinter uns geglaubt hatten. Zudem prägen nicht mehr die makellosen Stickerinnen von Lesage mit ihrem Können die Modeindustrie, sondern die zersetzten Lungen der Leute, die unsere Jeans für die neue alte Denim-Mania sandstrahlen, um ihnen den rechten Vintage-Chic zu geben. Bulimisch-kannibalisch scheint die Mode sich selbst – jene, die sie herstellen, und jene, die sie kaufen – aufzufressen.

Dagegen beobachtet man eine ungeahnte neue Begeisterung für alles Textile. Sie wird umweht von einem Wehmutsschleier, denn man erzählt dabei von etwas, das einmal war und nicht mehr ist, von Niedergang und verlore-nem Kulturgut. Und von denen, die in Europa der Globalisierung zum Opfer fielen: die Seidenwebereien am Comersee und in Zürich, die Seidenindustrie am linken Niederrhein um Krefeld, die Europa überziehenden grossen Spitzenstickereien und -klöppeleien – sie gaben dem alten Europa seine spezifische Textur. Filme wie «La dentellière» setzten ihnen ein Denkmal. Allerdings auch den Ausbeuterlöhnen; man denke an Gerhart Hauptmanns «Weber», an Kin-

der in der Heimarbeit, die blind wurden vom Sticken.

Die hohe Kunst der Handarbeit und des Handwerks begeistert im Moment mehr als die Designer-Namen. Der Film «Dior und ich» erzählt vor allem von den Damen des Ateliers, welche diese köstlichen Stoffe, die Stickereien und Applikationen anfertigen. Die Königin unter den Stoffen war – und ist es wieder – in reines Ornament verwandelte Kunst: die Spitze mit dem Reiz des Durchbrochenen. Für Jahrhunderte war sie das begehrteste Luxusgut schlechthin. Vom 16. bis im 19. Jahrhundert tobte in Europa wie dann auch in Amerika der Spitzenfuror, schmuckversessene Leidenschaft. Die Nadelspitze, deren heimliche Hauptstadt Venedig war, zierte Ludwig XVI. bei seiner Krönung, und schon Carpaccios «Kurtisanen» sind mit solchen Spitzen geschmückt. Die Merletti di Burano wurden Mitte des 17. Jahrhunderts durch die französische Klöppelspitze verdrängt: *Chantilly, point d'Alençon*. St. Gallen beherrschte sodann den internationalen Markt mit maschinell hergestellter Spitze bis zum Anfang des Ersten Weltkrieges. Danach verschwand die Spitze für lange Zeit in der Versenkung.

Doch die Zeiten, in denen Ornamente Verbrechen waren, scheinen vorbei. Das hätte man ahnen können, als Jerry Lee Lewis «Chantilly lace and a pretty face» sang. Helmut Langs Latexkleider aus gegossener Spitze, 1995 zum Dress of the Year erklärt, waren Vorreiter der neuen Spitzenraserei. Seitdem: Spitze, so weit das Auge reicht. Kate Middletons Hochzeitskleid zierte von der Royal School of Needlework applizierte, üppige französische Spitze. Michelle Obama erschien in St. Galler Nadelspitze zur Inauguration, und plötzlich weiss fast jeder, was *Guipure* ist, und die weibliche Welt geht, vom Overknee-Boot bis zu den Haarspitzen und zu jeder Tages-, Nacht- und Jahreszeit, in Spitze.



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.

WAHRGENOMMEN

Hallo, ihr Lieben

Text JOACHIM SCHIRRMACHER Illustration JEAN-MICHEL TIXIER



Jeder ist lieb, alles ist super, toll und fein. Willkommen in der absurden Welt der Mode. Wo sonst umfasst eine E-Mail schon einmal 27 Superlative? Wo werden etablierte Journalisten jovial mit «Hallo, meine Lieben» und «Hallo, mein Süsster» angesprochen? Wo wird man von Geschäftspartnern scheinbar herzlicher empfangen als von langjährigen Freunden? Und wo melden sich Unbekannte singend am Telefon mit «Halloooo, hier ist die Juliaaa...»? Die anmassende und vereinnahmende Nähe ist Strategie, der Vorname entscheidend. Auch die grossen Designer werden nur Karl, Helmut, Tom oder Albert genannt. Man suggeriert: «Karl ist mein bester Freund. Wer mich kennt, kennt bald auch Karl. Stelle dich also gut mit mir.» Fast alle Journalisten spielen mit, auch weil sie dazugehören und all die kleinen Annehmlichkeiten, die Präsentationen in London, Paris oder Antibes geniessen wollen.

Hinter der schönen Fassade herrschen harte Deals, doch die Spielregeln werden nie ausgesprochen (eine der wenigen Ausnahmen schrieb Christian Krug: «Kollektiv der Rückgratlosen»). Es fängt klein an. Beim Themenvorschlag fragt die Agentur-Julia nach: «Wie viele Seiten kannst du dir vorstellen?», als ob es keine kurzen Meldungen gäbe. Später werden die Agenturen gerne deutlicher: «Icon macht aber zwei Seiten.» Und es wird mit Liebes-, also Anzeigenentzug gespielt: «Ihr habt gar nichts für uns getan, magst du uns nicht mehr?» Dann braucht es schnell ein kräftiges Argument – also eine grosse Geschichte im Blatt. Auch wenn es um viel Geld geht, der Ton bleibt zuckersüss. Schliesslich muss man sich im-

mer noch freundlich begegnen können, auch wenn das Lächeln nicht selten einmal gefriert.

Zur Ehrenrettung: Auch ich kann mich dem System nicht ganz entziehen. Und wenn man sich privat trifft, sind viele sehr nett und normal, auf dem Fahrrad unterwegs statt mit Chauffeur. Klar sind PR-Agenturen wichtige Mittler. Aber PR wird heute meist als billige Form der Werbung verstanden. Kaum einer spricht von Öffentlichkeitsarbeit, von «Werben um öffentliches Vertrauen». So wird viel Potenzial verschenkt. Problematisch ist auch, dass Unternehmen und PR-Agenturen nicht verstehen, warum auch Modejournalismus unabhängig sein will. Wer ehrlich seine Meinung schreibt, sich am Leser und nicht an den Anzeigenbudgets orientiert, braucht eine sehr starke Redaktion im Rücken. Am ehesten ist dies noch bei Tageszeitungen der Fall.

Eine Änderung des Systems scheint unmöglich, zu stark ist es etabliert. Im Gegenteil: Die Blogger, die ihre Authentizität und Glaubwürdigkeit so gerne betonen, lassen sich zunehmend bezahlen. Entscheidend ist, all das Gehabe als Spiel zu verstehen. Schwierig wird es, wenn man denkt, man gehöre dazu. Hanns Joachim Friedrichs definierte Journalismus einst: «Man ist immer dabei, gehört aber nie dazu.» Das ist nicht immer leicht auszuhalten, schliesslich will jeder geliebt werden.

JOACHIM SCHIRRMACHER ist Creative Consultant in Berlin. In seiner Arbeit verbindet er Wirtschaft und Design, Forschung und Praxis, Visuelles und Verbales. Pro bono verantwortet er den European Fashion Award Fashion.

AUS DEM AUGENWINKEL

A vous de jouer!

Text und Fotografie BICE CURIGER

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.



Die französische Eisenbahn hat in vielen Bahnhöfen des Landes Klaviere installiert. Ein hellblaues Schild lädt freundlich zum Spiel ein. Und man hört und sieht man sie, die ambulanten Virtuosen, die ihr Gepäck für Momente aus den Augen verlieren – und alles im allem ein starkes Bild von Selbstversunkenheit abgeben.

Das Spiel ist spontaneistisch und entfaltet sich öffentlich vor einem Ad-hoc-Publikum.

Eine radikal analoge Version von "Social media" ...

Töten, ernten, essen

Text RICHARD KÄGI Illustration NAOMI ELLIOTT

Ob Veganismus oder Diäten, Food-Scout Richard Kägi vermisst einen langfristigen Plan. Als Allesesser achtet er streng auf Herkunft, Umwelt, Saison, artgerechte Haltung – und genügend eigene Bewegung

«Killer sind wir alle!» Meine heftige Erwiderung schien der erbosten Veganerin am Telefon zu krass, sie warf mich kurzerhand aus der Leitung. Sie, die mich aufgrund meiner letzten Kolumne über gutes Fleisch geisselte, als hätte ich eine Anleitung zum Weltuntergang veröffentlicht. In der Grillsaison interessiert das Gros der Leser nun einmal eher das Steak auf der Glut als das Rüebl im Dampf. Wie staune ich über solch missionarischen, spassbefreiten Eifer! Ist mir doch jeder Extremismus so fremd wie Astronautennahrung. Natürlich verfolge ich sämtliche kulinarischen Strömungen rund um den Erdball, aber wie sich die Vegan-Fraktion mit ihrem Töten-ernten-essen-Weltbild eigenhändig um Vielfalt und in Einzelfällen um Gesundheit und Leben kocht, ist wohl einzigartig. Nächstens stehen sie sonntags vor der Haustür, eine Ode auf Quorn-Burger auf den Lippen. Ich friere da schon einmal Grünkohlssaft ein, Höflichkeit ist eine Zier.

Überhaupt, Diäten. Ihnen allen ist eines gemeinsam: Es fehlt der Plan für den Tag danach. Als Kalorien-Abrissbirne kurzfristig überaus wirksam, machen sie auf die Dauer nur einen glücklich: ihren Erfinder. Oft ist das die Nahrungsmittelindustrie. Ihre Versprechen? Schlanker, schöner, gescheiter, gesünder, mehr Sex, sportlicher, schneller. Schneller wird dann einzig der Geldbeutel, nämlich schneller leer. Sie sind frei von medizinischen Zwängen? Dann brauchen Sie weder Diäten noch sonstige Einschränkungen, falls Sie Ihre Kalorienzufuhr mit angemessener sportlicher Aktivität kontern. Und die geht so: Körpergewicht geteilt durch zehn mal Anzahl gebecherter Flaschen Wein, minus Anzahl Liter getrunkenes Wasser ist gleich Distanz in täglich zu rennenden Kilometern. Sie merken schon, der Faule entkorkt Magnums!

Als Allesesser und -kocher mit sehr reduziertem Fleischkonsum stehe ich täglich vor einer Herausforderung. Tierwohl, Umweltsorgen, ausgebeutete Erntehelfer, Food-Abfallprobleme, das alles nehme ich mir zu Herzen. Ich kaufe beste Produkte, respek-

tiere Jahreszeit, Regionalität und bedrohte Arten. Aber auch bei mir kommt dann und wann eine Gänseleber auf den Tisch. Natürlich beziehe ich sie aus einem zertifizierten Betrieb. Was nicht heisst, dass sich die Tiere dort freiwillig eine riesige Fettleber anfuttern. Sie werden bloss etwas freundlicher dazu angehalten, bevor ihnen der Hals umgedreht wird. Im Grunde hat sich seit den Höhlenbewohnern nichts geändert. Der Steinzeitler dachte sich nichts dabei, als er einen Menschengugling zurüstete, da Mammutschinken gerade aus war. Der knurrende Magen übertönte die Moral. Auch heute kommt niemand, der leben will, darum herum, zu töten. Nicht nur, wer Sushi und Filet will. Felder mit pflanzlichen Ersatzprodukten sind wahre *killing fields*; Pflügen, Insektizid-Einsatz und maschinelle Ernte töten Millionen von Tieren. Ohne Töten gäbe es kein Leben und schon gar kein lustvolles Essen; keinen erwartungsvoll mahelnden Kiefer, keinen Bauch, der satt und wohligh aufstösst. Und um weitere Körpermusik zu bemühen: In die kulturkulinaren Annalen der Menschheit wird vegane Ernährung eingehen wie alle bisherigen und zukünftigen Diäten – als lauer, kurzer Furz.



RICHARD KÄGI ist Food-Scout bei Globus. Auf der Suche nach dem wahrhaft Guten reist er für die Delicatessa um die Welt. Ein Rezept für eine vegane «Faux gras» als echte Foie-gras-Alternative finden Sie auf www.globus.ch/de/delicatessa/foodscout

STILKRITIK

Textile Täuschung

Text MALENA RUDER



FOTO: DUKAS

Das Prinzip der Verkleidung funktioniert in zwei Richtungen: Einfache Menschen gaukeln vor, sie wären jemand Besonderes, Prominente versuchen sich am Gegenteil. Bei einem solchen *downgrading* geht es oft um Leben und Tod, Louis VXI und Marie Antoinette etwa verkleideten sich als Bauern, um der Guillotine zu entkommen. Auch Gisele Bündchen stand vor einem überlebenswichtigen Problem: Das weltweit bestverdienende Model (Kontostand 47 Millionen Dollar laut «Forbes») vermarktet sich als Naturschönheit, unberührt von den Segnungen der modernen plastischen Chirurgie. Von diesen profitieren wollte sie aber trotzdem.

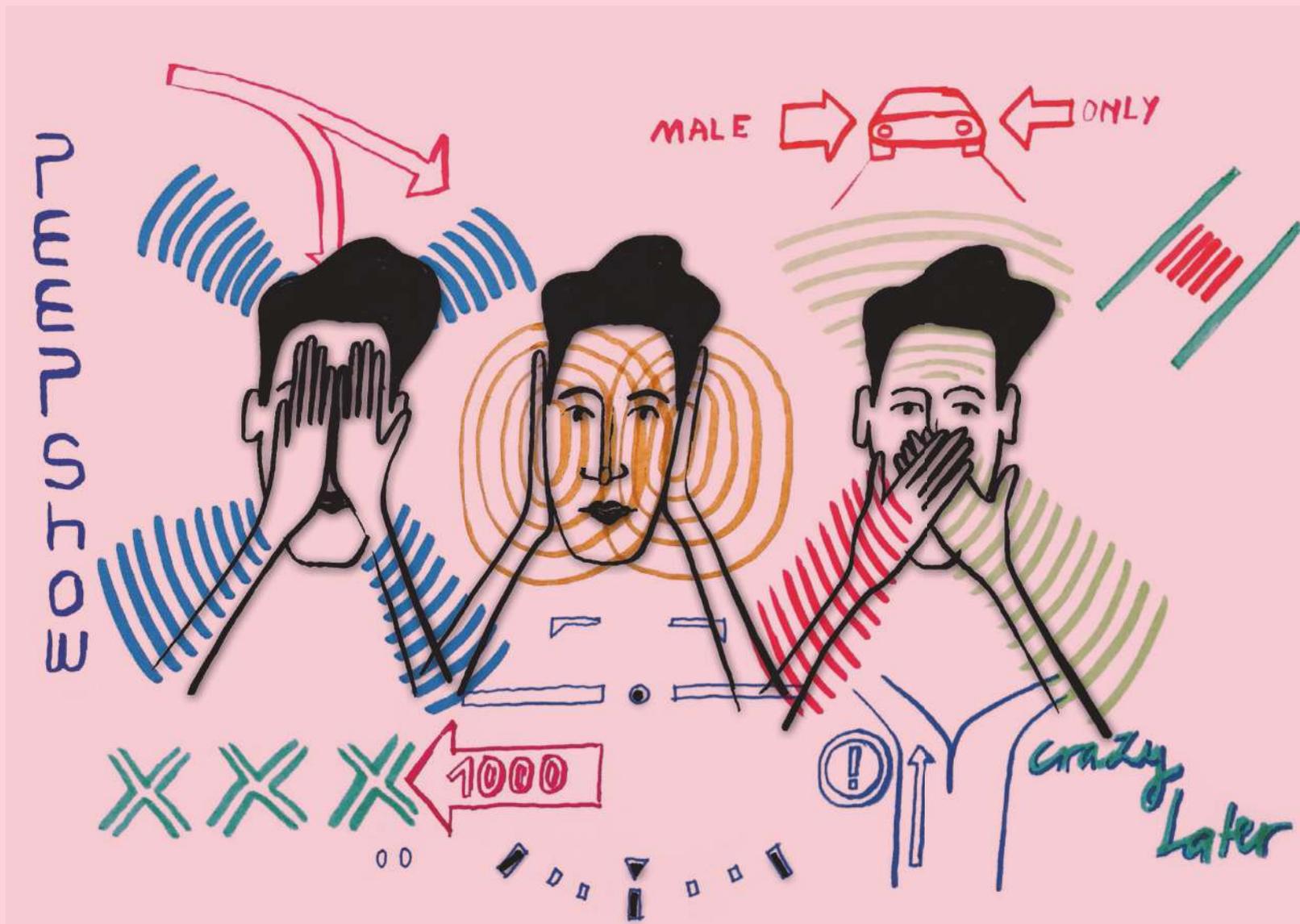
Anstatt sich mit Perücken, Hüten oder Sonnenbrillen abzumühen, gängige Massnahmen Prominenter, die nicht erkannt werden wollen, setzte sie auf eine radikalere, höchst umstrittene Verhüllung: Sie warf sich eine Burka über und besuchte mit ihrer ebenso gewandeten Schwester eine Pariser Schönheitsklinik. Dabei be-

dachte sie nicht, dass gerade eine Verkleidung ungemein authentisch sein muss. Marie Antoinette flog wegen ihres unbäuerischen Parfums auf, Bündchen wegen der blossen Hände und Füsse – traditionell werden diese bedeckt. Zudem sollte eine gute Kostümierung keine Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Der Ganzkörperschleier ist in Frankreich aber seit 2011 in der Öffentlichkeit verboten. Das Tragische an der absurden Situation ist, dass eine westliche Frau ein Kleidungsstück wählt, das als Symbol weiblicher Unterdrückung gilt, damit sie unerkant Massnahmen ergreifen kann, um dem Schönheitsideal nahe zu bleiben, dem sie in der westlichen Welt entsprechen muss. Dennoch wäre Bündchen nicht als Bündchen, sondern nur als Verkleidungsstümperin enttarnt worden, hätte sie nicht ein weiteres Detail ausser Acht gelassen: Die Paparazzi erkantnen ihren unkostümierten Chauffeur.

BLÖSSE GEBEN

Unter diesen Burkas stecken keine gläubigen Musliminnen, das verraten die nackten Hände und Füsse.

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



Von Autos und Autonomie

Text und Illustration ALFREDO HÄBERLI

Am Steuer darf der Mann schlafen, turnen, spielen oder arbeiten – alles, bloss nicht fahren

Seit geraumer Zeit beschäftigt mich die Autonomie des Fahrens. Genauer gesagt, das autonome Autofahren. Die Medien berichten täglich davon, der Autoindustrie graut es davor, und mir wird ganz schwarz vor Augen. Denn der Mann wird kontinuierlich und durchaus radikal vom Fahren abgehalten. Nicht etwa wegen der Staus, die ein fließendes Fahren auf Landstrassen und Autobahnen nicht mehr erlauben. Vielmehr wird er ständig entmündigt: Eine nette Stimme belehrt mich, wenn ich falsch gefahren bin. Wenn ich sportlich fahren möchte, ermahnt mich ein kleiner Pfeil, einen Gang höher zu schalten, um die Effizienz zu optimieren. Fahre ich zu schnell, sehe ich auf meiner Projektion an der Windschutzscheibe sofort sehr viel Rot. Fahre ich zu brüsk auf, wird schon einmal für mich gebremst. Das Parkieren aktiviert ein ganzes Orchester von Tönen und etliche Kameras, und, nein, es ist kein Trost, dass ich bald meine Hände frei haben

werde, um mir die Ohren zuzuhalten, weil mein Wagen ganz von allein fährt.

Wehmütig denke ich an die Zeit zurück, als ich auf meinem Velo freihändig zur Schule fuhr; als ich die Autoprüfung bestanden habe und danach die Motorradprüfung, an die Mille Miglia von Brescia nach Rom und zurück, 1500 Kilometer in drei Tagen, begleitet von lautem Motorenlärm und dem Wind der Freiheit. Das war männliche Autonomie. Die moderne «Piep-Show» des autonomen Autos hingegen macht den Mann zum Beifahrer, selbst wenn er am Steuer sitzt.

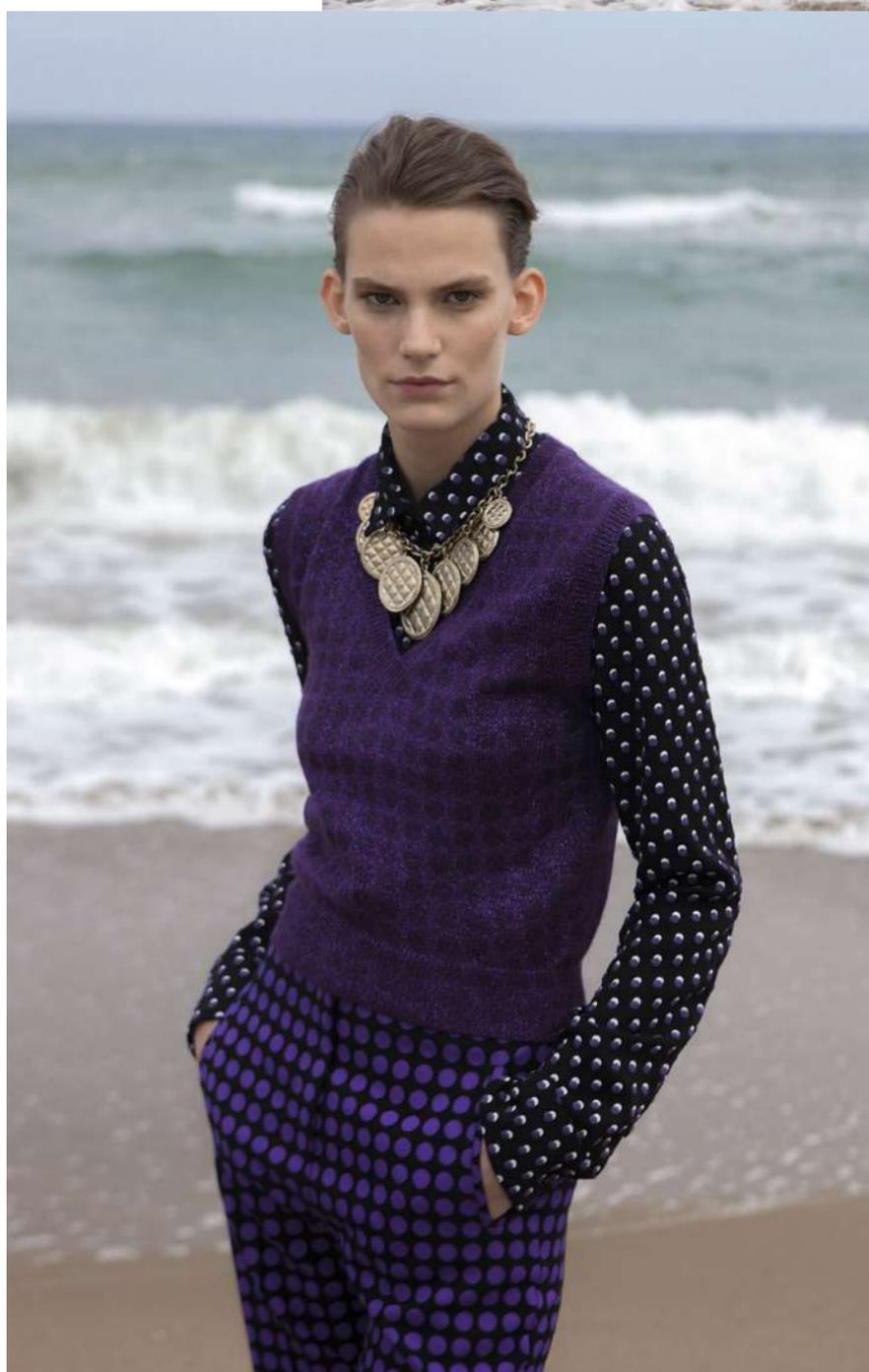
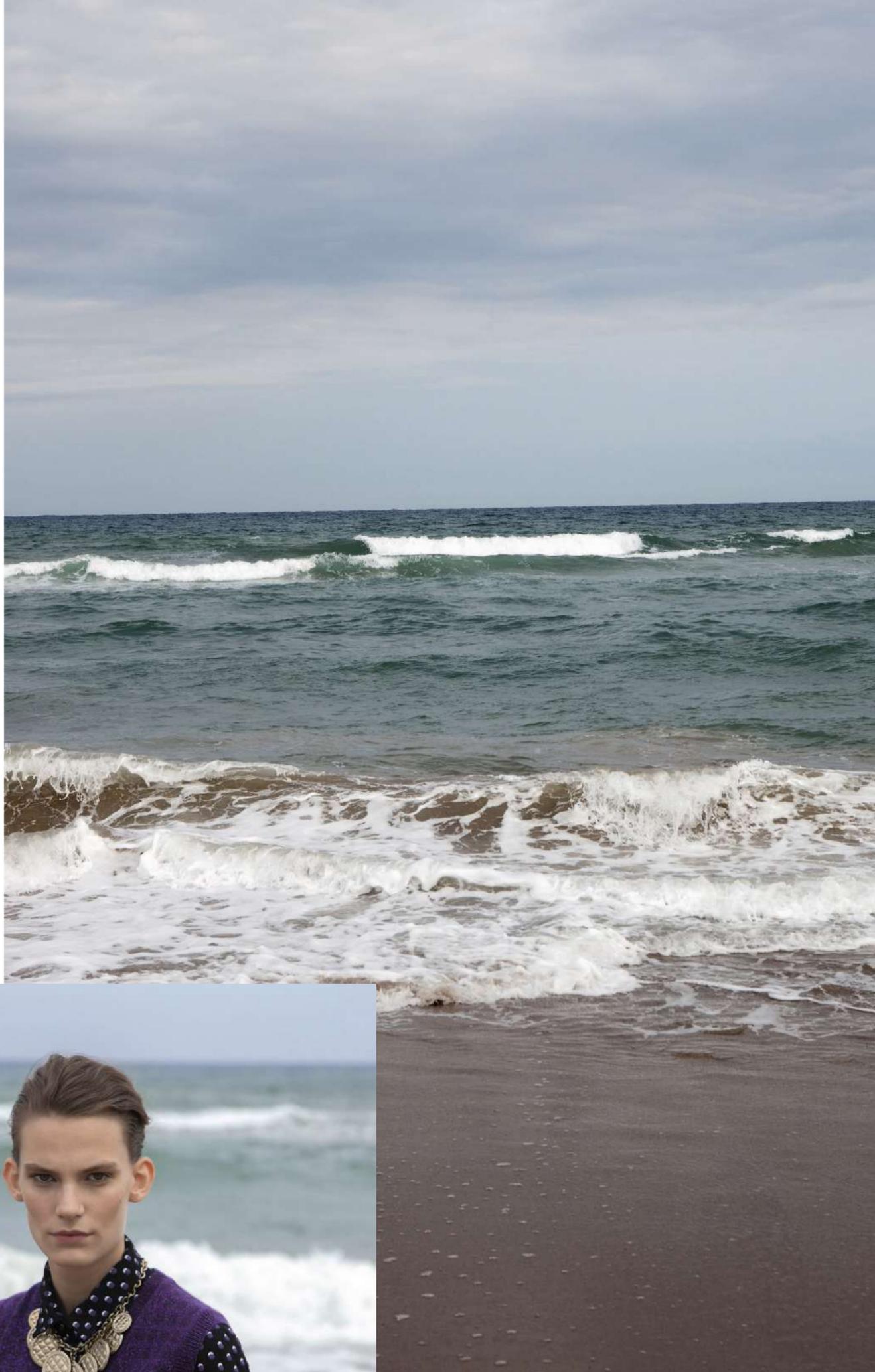
ALFREDO HÄBERLI gilt als der international erfolgreichste Schweizer Designer der Gegenwart. 2014 ehrte ihn das Bundesamt für Kultur mit dem Schweizer Grand Prix Design. Fürs Magazin «Z» setzt er sich illustrativ mit den modernen Seiten des Seins auseinander.



SEITE 30 UND UNTEN Brokat-Top mit Fransen (ETWA 650 FR.),
 weite Khaki-Hose (ETWA 360 FR.), Messing-Halskette (ETWA 340 FR.),
 Mantel mit Hasenfell (ETWA 1600 FR., NUR BILD UNTEN) **DRIES VAN NOTEN**,
 Kreolen «Filet d'Or» aus Rotgold (2250 FR.) **HERMÈS**,
 Gelbgold-Armreif «Torun» (ETWA 4000 FR.) **GEORG JENSEN**



LINKS Seidenbluse, Strick-T-Shirt und Woll-Top
 (PREISE AUF ANFRAGE) **PRADA**, Ohrringe (160 FR.)
PHILIPPE FERNANDIS BEI BIJOUX DE GHISLAINE



LINKS Debardeur (860 FR.), Seidenbluse (1080 FR.),
Wollhose (1080 FR.), **BOTTEGA VENETA**,
Metallkette (PREISE AUF ANFRAGE) **CHANEL**

RECHTE SEITE Kunstfell-Jacke (6900 FR.)
und Wollhose (1020 FR.) **LOUIS VUITTON**
Ohrringe «Dew Drop», Sterlingsilber
(ETWA 320 FR.) **GEORG JENSEN**







LINKE SEITE Seidenbluse (2200 FR.) und Seidenjupe mit Druck «Bandana Eperon d'Or»
(2850 FR.) **HERMÈS**, Ohrringe «Aria», Sterlingsilber (ETWA 280 FR.) **GEORG JENSEN**

OBEN Hosenanzug aus Woll-Jacquard, Chiffonbluse und Lederslipper mit Pelz-Bordüre
(PREISE AUF ANFRAGE) **GUCCI**, Vintage-Ohrclips (85 FR.) **BEI BIJOUX DE GHISLAINE**



OBEN Bustier-Wollkleid (1049 FR.) **BOSS**, Ohringe «Dew Drop», Sterlingsilber (ETWA 320 FR.), Armreife «Smithy», Sterlingsilber (ETWA 300 FR. UND 580 FR.), breites Armband «Archive», Sterlingsilber (ETWA 2570 FR.), Armreif «Torun», Gelbgold (ETWA 4000 FR.) **GEORG JENSEN**, Blumen-Armspange, Metall (PREIS AUF ANFRAGE) **TERESA HELBIG**

LINKS Tasche «Le Pliage Héritage Tricolore» (540 FR.) **LONGCHAMP**



OBEN Strickkleid mit Ledergürtel (PREIS AUF ANFRAGE) **CHANEL**, Ohringe «Dew Drop», Sterlingsilber (ETWA 320 FR.) **GEORG JENSEN**, Vintage-Armreif mit Mickey-Mouse-Emblem (160 FR.) **WENDY GELL BEI**

BIJOUX DE GHISLAINE, Armreif, Acryl mit Swarovski-Kristallen (585 FR.)

SIMON HARRISON BEI BIJOUX DE GHISLAINE, Ringe, Sterlingsilber, zum Teil vergoldet (AB 190 FR.) **STUDIO MASON**

RECHTS Abendkleid (PREIS AUF ANFRAGE) **ROCHAS**, Armreif «Smithy», Sterlingsilber (ETWA 300 FR.)

GEORG JENSEN, Ring «Luck N Love», Sterlingsilber (190 FR.) **STUDIO MASON**



Consuelo Castiglioni

Die italienische Modedesignerin gründete vor zwanzig Jahren die Marke Marni, die aus dem Pelzunternehmen ihres Mannes Gianni hervorging. Die Autodidaktin, die seinerzeit das Pelzbusiness aufgemischt und modernisiert hat, setzt Power mit Liebenswürdigkeit gleich

INTERVIEW KIM DANG FOTO STEFANO GALUZZI



Consuelo Castiglioni

Marni in drei Wörtern...

Design, Experimentieren, Qualität.

Wie hat sich die Modebranche verändert, seit Sie bei Marni das Zepher übernommen haben?

Immens. Mode ist jetzt ein grosses, aufgeblasenes Geschäft. Alles geht rasend schnell, und es gibt immer mehr Kollektionen pro Saison.

Woran denken Sie, wenn Sie an die

Schweiz
denken?

Heimat. Ich bin in Lugano aufgewachsen.

Ihre Erinnerungen an Ihre erste Marni-Kollektion

?

Es war aufregend! Damals wurde Pelz von einer sehr altmodischen Warte aus betrachtet. Mein Wunsch war es, die Aussage dieses Materials zu modernisieren.

Ist Mode Kunst?

Wie wichtig sind Lizenzaufträge?

Es bedeutet, mit Profis zu arbeiten, mit Menschen, die Experten sind auf einem bestimmten Gebiet. Das ist wichtig und gibt mir die Freiheit, mich ausschliesslich auf das Design zu konzentrieren.

In unserem Falle steht das Handwerk im Vordergrund, jedoch spielen auch Design- und Materialrecherche eine tragende Rolle.

Verleiht Mode einer Trägerin Macht?

Macht?

Mode hat nichts mit Macht zu tun! Sie bedeutet Freude!

Welche Rolle spielt Ihr eigenes Archiv beim Entwerfen neuer Kollektionen?

Wir richten den Blick in die Zukunft. Wir experimentieren immer mit neuen Materialien, Techniken und Kombinationen.

Wovon sind Sie derzeit besessen?

Von meinen drei Enkelkindern!

Was halten Sie vom Begriff Power-Dressing?

Liebenswürdigkeit setze ich mit Power gleich. Das widerspiegelt sich auch in meinen Entwürfen: Es geht eher um Frauen mit einer bestimmten Sensibilität als um Alter oder Status, immer aber um den Wunsch, sich selbst durch den Einsatz von Kleidern auszudrücken.

Wie würden Sie Ihren persönlichen Stil beschreiben?

Es geht immer um einen unerwarteten Mix von Farben und Materialien.

Ihr Motto?

Denke mit deinem Kopf.
mit eigenen

Und ewig lockt der Pelz

Die Laufstege der Modewochen zeigen: Pelz erlebt ein Revival. Gleichzeitig sind die Ansprüche der Gesellschaft an den Tierschutz gewachsen. Ein kaum lösbarer Widerspruch, wie jüngste Skandale zeigen

TEXT ROBERTO ZIMMERMANN ILLUSTRATIONEN JOE CRUZ



Hundertfach schwebt er über den Laufsteg im rotgoldenen Théâtre des Champs-Élysées, schimmert in allen Nuancen, glänzt einmal wie Ebenholz, dann wie Kupfer oder Gold. Man möchte seine Hände in ihn hineintauchen, ihn streicheln, so verlockend wirkt der präsentierte Pelz. Dazu donnert Igor Strawinskys Skandalstück von einst, «Le Sacre du Printemps», auf die verblüfften Zuschauer nieder. Designer Karl Lagerfeld hat Pelzstücke wild zu Kürschner-Phantasien kombiniert, geometrische Muster mit verschiedenen Ebenen herausgeschoren und auch einmal in Jackson-Pollock-Manier simple Farbkleckse verteilt. Wer in diesem Jahr die «Haute Fourrure»-Schau des traditionellen italienischen

Pelzverarbeiters Fendi sah, kam aus dem Staunen nicht heraus: Diese Lamborghini-Felle haben kaum Ähnlichkeit mit Mänteln und Mützen, die unsere Grossmütter oder Erbtanten trugen. Die Pelzmode ist im 21. Jahrhundert angekommen.

Fendi ist in guter Gesellschaft, rund zwei von drei Modemarken zeigten in diesem Jahr Pelz in ihren Kollektionen. Selten so flamboyant wie beim Römer Spezialisten, manchmal kaum erkennbar wie bei Jil Sander. Pelz wird heute auf innovative Art verfremdet, um neue Looks zu kreieren. Oder er wird dezent eingesetzt, als Kapuzenrand oder Kragen, an Schuhen oder Taschen. Anders gesagt: Pelz boomt, doch sehen wir meist «Pelz, der nicht wie

Pelz aussieht», wie Fendi-Designer Karl Lagerfeld gegenüber der «Financial Times» ausführte.

Fendi-Pelze findet man im traditionellen Zürcher Pelzgeschäft A.C. Bang an der oberen Bahnhofstrasse keine. «Das Label verkauft nur in eigenen Filialen und Shop-in-Shops», sagt Geschäftsleiterin Anja Essellier, eine studierte Kunsthistorikerin. Aus Kroatien kommend, erwarb sie 1962, im Jahr der Zürcher «Seegfrörni», als Erstes einen Pelzmantel. «Die Nachkriegsgeneration dachte anders als die Menschen von heute, sie hatten alle jahrelang gefroren.» Sie sei auf dem Dorf aufgewachsen, wo die Haltung zu Zuchttieren eine ganz andere gewesen sei: «Noch heute schlachtet man dort die Hüh-

ner selbst.» Nach einigen Jahren als Model und Pelzverkäuferin in New York kam sie 1973 zu A.C. Bang, damals Filiale des königlich dänischen Hoflieferanten. Ihr Laden ist ein Paradies für Pelzliebhaber, besser: -liebhaberinnen, denn die meisten Kunden sind weiblich. An den Stangen reihen sich russischer Zobel, finnischer Fuchs oder dänischer Nerz aneinander: Einstiegermodelle sind für 3000 Franken zu haben, das beste Stück ist ein Barguzinsky-Zobel (oder Kronenzobel) in der Farbe «Salt and Pepper» aus russischer Wildnis, einer der teuersten Pelze überhaupt. Essellier legt dem Besucher das Prachtstück um die Schultern: Die Haare fast schon immateriell fein, ist dieser Traum von einem Tierfell leicht wie ein Anzug aus Daunen, und doch könnte man in ihm schlimmste sibirische Winter überleben.

Zurzeit purzeln bei A.C. Bang die Preise. Wer auf Schnäppchen steht, kommt jetzt gerade recht. «Am Umsatz lässt sich die Wirtschaftslage der Welt ablesen», sagt Essellier. Zuerst kamen Amerikaner, Südamerikaner, Japaner, Südeuropäer, vor fünfzehn Jahren die Russen. «Das war ein sehr grosser Boom.» Sie erinnert sich aber auch an die ersten grossen Anti-Pelz-Proteste in den achtziger Jahren, danach gingen ein halbes Dutzend Geschäfte in der Stadt ein. Heute müssen die Modelle «praktisch und leicht» sein, sagt Essellier, «sie müssen auch jüngeren Frauen gefallen». Doch selbst die jungen Russinnen kämen seit der internationalen Ächtung des Landes wegen des Ukraine-Krieges nicht mehr, und der Rubel sei zu schwach geworden; trotz allem sind die Russen neben den Chinesen noch immer die wichtigsten Kunden. «Meine Kundschaft von früher ist älter geworden, und Junge kommen noch nicht nach», ist ihre Bilanz. «Die Jugend ist indoktriniert, die Zeit geht in Richtung Vegetarismus und Veganismus.» Dennoch verkaufe sie «noch immer mit grosser Freude und ohne schlechtes Gewissen. Ich sehe das Endprodukt, nicht das Tier, wenn ich einen Pelz verkaufe, einen Modeartikel wie andere aus Leder, Seide oder Wolle.» Ähnlich wird es Konsumenten gehen, die eine pelzumrandete Kapuze spazieren tragen.

«Noch vor wenigen Jahren schien ausgemacht, dass Pelz nie wieder seinen alten Stellenwert in der Mode zurückerhalten würde. Und heute?»

Einen regelrechten GAU für die Branche stellten 2005 die Videos eines Schweizer Dokumentarfilmers dar. Mark Rissi zeigte in einer Filmreportage, wie in chinesischen Zuchten Marderhunde und andere Tiere bei lebendigem Leib enthäutet wurden. Seither hat Pelz bei vielen Konsumentinnen zumindest in Westeuropa einen noch schlechteren Stand. Das Video ging (und geht noch immer) um die Welt. Der Kampf gegen Pelz, der in den neunziger Jahren einen ersten Höhepunkt erreicht hatte, erhielt mit Rissis Film neuen Auftrieb. Mitverantwortlich waren die wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit der in den USA gegründeten Tierschutzorganisation People for the Ethical Treatment of Animals (Peta) oder spektakuläre Protestaktionen etwa der Fondation Brigitte Bardot, welche auch die von Fendi im vergangenen Juli inszenierte Pariser Show störte. Die hinter der Stiftung stehende Film-Ikone ist selbst ein Symbol des epochalen Imagewandels: Bis in die siebziger Jahre posierte sie gerne mit Pelz (notabene, ohne von der öffentlichen Meinung behelligt zu werden), danach wurde sie – und mit ihr ein wachsender Teil der Gesellschaft – zur Kämpferin gegen Tierquälerei; heute bezeichnet Bardot die Haltung



und Tötung von Pelztieren als «unerträgliche Barbarei». Noch vor wenigen Jahren schien ausgemacht, dass Pelz nie wieder seinen alten Stellenwert in der Mode zurückerhalten würde. Und heute? Findet eine Renaissance des Pelzes statt?

Zehn Jahre nach der Ausstrahlung seines Skandalvideos kommt Dok-Filmer Rissi im Gespräch mit der Tageszeitung «Blick» zu einem ernüchternden Fazit: «Es hat trotzdem nichts gebracht.» Grund sei unter anderem die Akzeptanz von Pelzapplikationen, die dem Konsumenten den Kauf und dem Händler das Geschäft erleichtern: «Man wird nicht blöd angeschaut, wenn man eine Pelzbordüre am Kragen hat. Denn alle glauben, es sei Kunstpelz.» Tatsächlich ist «fake fur» dank Qualitätsverbesserungen von blossen Auge kaum mehr von echtem Pelz unterscheidbar, aber auch nicht mehr billiger als dieser (siehe Kasten Seite 46).

So klein die einzelnen Verzerrungen aus Pelz (und damit das schlechte Gewissen gegenüber dem

LINKE SEITE: Brigitte Bardot 1969 in einem Pelz von Chombert.

RECHTS: Hüte aus Biberfell waren im 18. Jahrhundert die meistverkauften Pelzartikel.



Aufwendige Alternative Kunstpelz

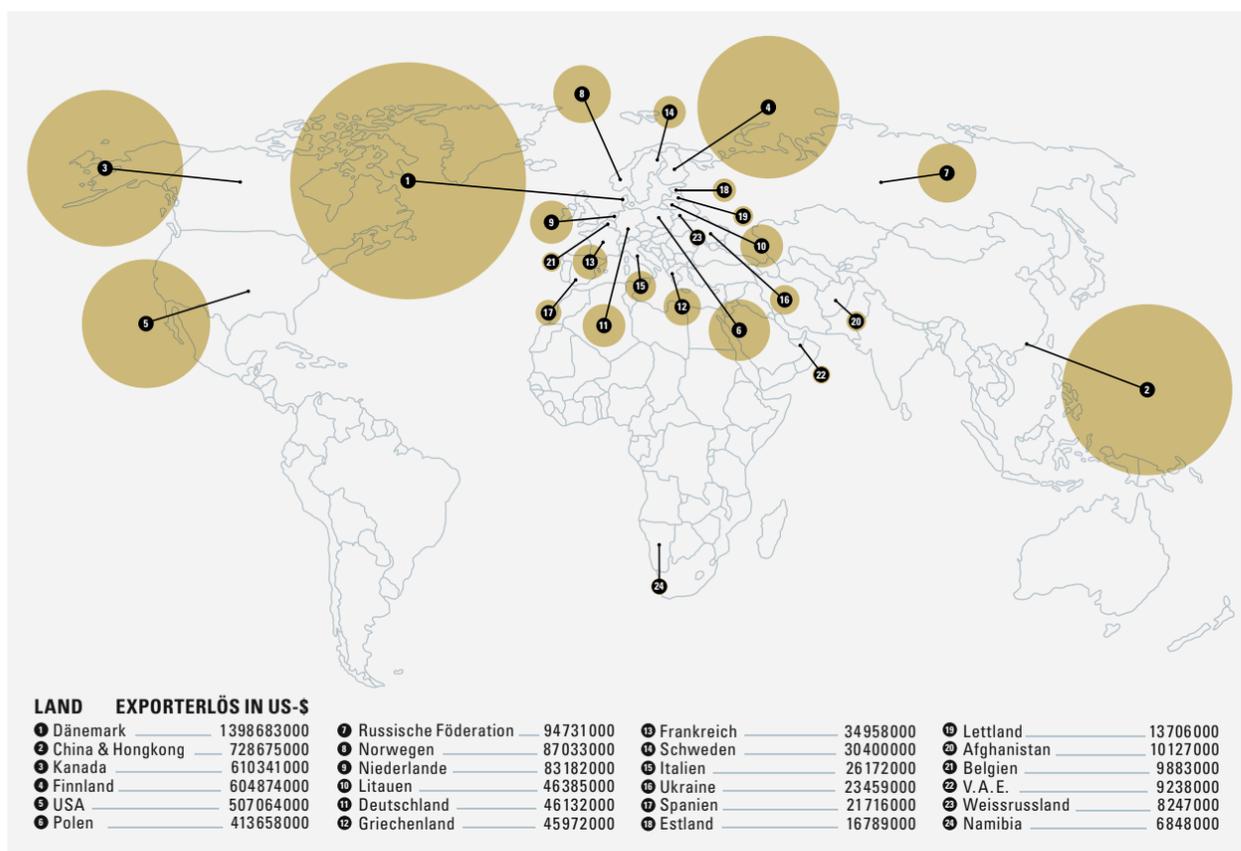


Die Tiroler Designerin Rebekka Ruétz zeigte an der Berliner Fashion Week Herbst 2015 demonstrativ Kunstpelz (Bild) – schon, um ihre Kundschaft zu beruhigen. Der synthetische kostet nicht selten mehr als echter Pelz.

Dies bestätigt Elke Weissensteiner von der Pressestelle Hugo Boss AG: «Es gibt sehr gute Qualitäten, die aber so teuer sind wie echter Pelz. Kunstpelz setzen wir zum Beispiel bei Applikationen ein.» Designerin Rebekka Ruétz oder auch Häuser wie Marc Cain verwenden den aufwendig produzierten Webpelz «Polarskin» der deutschen Firma De Ball, einen Hightech-Stoff auf Basis von Mikrofasern – dabei werden unterschiedliche Flor-Garne verwoben, und das «Fell» wird auf täuschend echt aussehendem Leder-Imitat verklebt. Auf dem Markt erscheint mitunter aber auch als Kunstpelz deklarierter Echt-Pelz. Wer sicher gehen will, macht den Test: Kunstpelz bleibt starrer, wenn man hineinpustet. Meist erkennt man unter den Haaren auch das Textilgewebe, wo bei Echt-Pelz Leder zum Vorschein käme. Zudem: Ein, zwei Haare ausgezupft, Feuerzeug daran gehalten – Pelze riechen beim Verbrennen wie menschliches Haar, Kunstfasern hingegen wie verbranntes Plastic; zudem werden diese dabei zu Kügelchen. (fzo.)

Pelzfreie Händler: www.furfreeretailer.com

getöteten Tier) auch sein mögen, in der Masse machen die aufkommenden modischen Applikationen den Unterschied aus und sorgen mit dafür, dass das Geschäft mit den Pelzen weltweit floriert: Allein zwischen 2011 und 2013 wuchs laut dem globalen Dachverband der Pelzhändler, der International Fur Trade Federation (IFTF), der Verkaufserlös von Pelzen weltweit von 15,6 auf 35,8 Milliarden US-Dollar. Zudem konnte die Branche in den letzten Jahren neue Absatzmärkte – Russland, China und Staaten des Nahen Ostens – erschliessen. So weist der Wüstenstaat Dubai heute die erstaunliche Zahl von 400 Pelzgeschäften aus; das heisse Klima ist kein Hindernis, halten sich die Träger doch meistens in klimatisierten Räumen auf. Und mit der Nachfrage der wachsenden Mittelschicht Chinas werden die Felle der inländischen Pelzzucht vermehrt im Land verarbeitet und verkauft, wobei es hierzu keine verlässlichen Zahlen gibt. Allerdings scheint im letzten Jahr der Umsatz mit Pelzmode in China rückgängig gewesen zu sein, in erster Linie wegen des milden Winters und des Kampfs der Behörden gegen die Korruption: Pelze waren bei illegalen Geschäften so gern gesehen wie Schweizer Uhren.



Exportserlös von Rohpelzen der 24 wichtigsten Exportnationen in US-Dollar im Jahr 2014. (Quelle: Int. Trade Centre, intracen.org)

«In der Masse machen modische Applikationen den Unterschied aus und sorgen mit dafür, dass das Geschäft mit den Pelzen weltweit floriert.»

Trotz Zahlenmangel ist klar, dass das Land der Mitte gleichzeitig einer der grössten Züchter, Produzenten und Exporteure von Pelz und Pelzmode ist. Ein beliebtes Zuchttier ist der Marderhund, der auf Englisch als «finn raccoon» oder «raccoon dog» («raccoon» bedeutet Waschbär) bezeichnet wird und eher im Tiefpreissegment Verwendung findet. Mit der oft verwendeten, falschen Bezeichnung «Waschbär» wird kaschiert, dass es sich beim Tier um eine Hunderasse handelt. Wobei diesem Versteckspiel – wohl zu Recht – die Annahme zugrunde liegt, dass den Pelzkonsumenten Hundeleid näher geht als Waschbärenleid. Tatsächlich wachsen die Tiere in schlimmsten Verhältnissen heran, und ihr Leben wird oft auf brutale Weise beendet. «In China ist es schwieriger, den Markt zu reglementieren», gab selbst Pelz-Promoter Mark Oaten, CEO der IFTF, gegenüber dem Magazin «Business of Fashion» zu.

In Europa hingegen, dem Kontinent mit der grössten Pelzzucht-Branche, werden in den etwa 6000 Farmen vornehmlich Nerze und Füchse mit ihren wertvolleren Fellen aufgezogen und getötet: 70 Prozent der Nerz- und 63 Prozent der Fuchsproduktion weltweit findet in EU-Staaten statt. Zu den Big Playern gehören Dänemark, Finnland, die Niederlande und Polen, welche 2014 zusammen für rund 2,6 Milliarden Dollar Rohpelze exportierten. Felle von in Fallen gefangenen Tieren stammen in erster Linie aus Kanada, den USA und Russland. Rund 15 Prozent der getöteten Pelztierchen erleiden diese Todesart, die der Grausamkeit in chinesischen Zuchten laut Tierschutzorganisationen in nichts nachsteht. Während in China keinerlei Gewähr besteht, dass Zuchttiere auch nur einigermaßen «human» behandelt werden, brüstet sich der europäische Verband der Pelztierzüchter, Fur Europe, gerne damit, dass in den Farmen seiner Mitglieder die EU-Vorschriften eingehalten würden. Bei diesen han-

delt es sich jedoch lediglich um Empfehlungen, die von den Mitgliedsländern individuell umgesetzt werden. Tatsache ist, dass beispielsweise in Dänemark Zuchtnetze isoliert in Käfigen gehalten werden, die etwa das Volumen von zwei Briefkästen aufweisen und deren Böden aus Maschendraht bestehen, damit der Kot der Tiere hindurchfällt. Die Ernährung besteht meist aus Fischpaste. Nerze werden nach sechs Monaten in sogenannte «killing machines» geworfen und mit Abgasen aus Benzinmotoren vergast, wie eine Dokumentation des Norddeutschen Rundfunks von 2014 zeigt. Nach zehn bis fünfzehn Sekunden fallen sie ins Koma, maximal zwei Minuten später sollen sie laut den Züchtern tot sein. Auch die Häutung findet hier meist maschinell statt. Peta zeigt auf seiner Website Videobilder aus Finnland, auf denen sichtlich verstörte Tiere sich selbst anaggen und unter Infektionen leiden. «In Finnland beanstandeten Veterinäre der Lebensmittelbehörde Evira bei ihren Inspektionen jedes Jahr knapp 30 Prozent der besuchten Pelzfarmen», sagt Peta-Sprecher Frank Schmidt, «weil Tiere vernachlässigt wurden, krank oder unbehandelt waren oder gesetzliche Minimalvorschriften zu Käfigen nicht eingehalten wurden.» Finnische Züchter verdienen ihr Geld vor allem mit der Aufzucht von Fuchsarten.

In der Schweiz wurde die Zucht von Wildtieren 2008 gesetzlich streng geregelt. Das Bundesamt für Veterinärwesen zählt auch seit Jahrzehnten gezüchtete Tierarten wie Fuchs und Nerz zu den Wildtieren. Daher muss, wer solche Tiere heranzieht, faktisch Standards wie in einem Zoo einhalten. Damit ist die Zucht wirtschaftlich unergiebig, zumindest bei den Preisen, die heute weltweit für Pelze bezahlt werden. Ein Kleidungsstück aus – nach Schweizer Gesetz – tiergerecht gezüchtetem Pelz wäre ein wahres Luxusprodukt. Doch wie viele Kunden wären bereit, dafür den Preis zu zahlen? Auch andere Länder haben die Pelztierzucht

implizit oder explizit verboten, so Österreich, Grossbritannien, Kroatien, Schweden und Neuseeland. Das Parlament der Niederlande, eines der drei grössten Nerzproduzenten weltweit, hatte die Zucht dieser Tiere vor drei Jahren mit einer Übergangsfrist bis 2024 untersagt – jene von Füchsen und Chinchillas ist seit längerem verboten (2014 wurde das Verbot der Nerzzucht von einem Gericht aufgehoben, weil die Politiker den finanziellen Folgen für die Farmer zu wenig Beachtung geschenkt hätten). Und sogar Dänemark, neben China der grösste Pelzproduzent der Welt, hat vor sechs Jahren beschlossen, das Züchten von Füchsen ab 2023 zu verbieten. Beinahe scheint möglich, dass die Zucht von Tieren allein wegen ihrer Felle in absehbarer Zeit aus Europa verschwinden wird. In den USA ist die landesweit gebräuchliche Fallenjagd bereits in einigen Gliedstaaten verboten. Eine Pioniertat war die 2013 getroffene, bisher einzigartige Entscheidung der US-Stadt West Hollywood, den Detailhandel mit Pelzen gänzlich zu untersagen. Es wäre nicht völlig überraschend, wenn die Kalifornier hier eine Bewegung losgetreten hätten, die der-einst auch in anderen Weltteilen ankommen könnte.

Vielleicht aber wird ein derartiges Verbot unnötig werden, wird die Liste der Modemarken und Kleiderhändler doch jährlich länger, die sich als «fur free», frei von Pelz, deklarieren. Bereits gehören Ladenketten wie H&M, C&A oder Zara und Brands wie Esprit, Ralph Lauren, Calvin Klein oder Tommy Hilfiger dazu. Zu den jüngsten Zugängen gehören etwa der Schweizer Detailhändler Charles Vögele und die deutschen Modelabel Marc O'Polo und Hugo Boss. Als Grund gibt Boss-Sprecherin Elke Weissensteiner an: «Hugo Boss beschäftigt sich schon seit Jahren intensiv mit dem Thema Tier- und Artenschutz. Eine Reduzierung der Pelzprodukte ging folglich seit mehreren Jahren mit dieser Entwicklung einher.» Da Zuchtpelz-Applikationen weniger als 0,01 Prozent der Kollektionsteile ausmachten, sei der endgültige Verzicht nur «ein logischer Schritt» gewesen. Das Unternehmen aus Süddeutschland hofft darauf, den Verlust von Kunden, die Pelz suchten, mit dem Gewinn solcher zu kompensieren, «die unser Engagement im Bereich des Tier- und Artenschutzes schätzen».

Als Vorreiterin für pelzfreie Mode gilt die britische Designerin Stella McCartney. Ihr Label verarbeitet weder Pelze noch Leder. Ihr Beispiel zeigt

UNTEN:
Fendi-Schuhe mit
Pelz-Applikation.

GANZ UNTEN: Clutch
aus Pelz von Fendi.



OBEN Fendi-Look
an der Mailänder
Fashion Week 2015.

«Ist umfassendes ethisch korrektes Verhalten gegenüber Tieren weltweit überhaupt denk- und durchsetzbar?»

allerdings, wie vertrackt Tierschutz sein kann. Noch setzte McCartney Schafwolle ein, als Peta vor einem Monat Bilder aus Argentinien veröffentlichte, die Misshandlungen von Schafen in einem der Zuchtbetriebe zeigten, von denen McCartney Wolle bezieht. Seit Jahren sind solche Brutalitäten aus Australien bekannt, dem grössten Produzenten von Schafwolle. Auf Videos sind Merinoschafe zu sehen, denen Arbeiter Knochen brechen oder ins Fleisch schneiden. Auch Hermès wurde kürzlich von Tierschützern angeklagt: Peta-Videos zeigten kaltblütig misshandelte Krokodile in Texas und Simbabwe, deren Häute für die Birkin Bag verwendet werden, die für mindestens 35 000 Franken in den Handel kommt. Schauspielerin und Sängerin Jane Birkin untersagte dem Taschenhersteller aus Frankreich umgehend, dem über 30-jährigen Kult-Teil weiterhin ihren Namen zu verleihen. Hermès liess verlauten, dass die «Partner» des Unternehmens bei der Behandlung der Tiere «höchste Standards» einhalten. Seit zehn Jahren würden die Haut-Lieferanten monatlich besichtigt.

Beide Fälle zeigen: Ein Ende der Diskussion um Tierrechte in der Modeindustrie ist nicht abzusehen. Sie wird sich im Gegenteil fortsetzen und weitere Aspekte einbeziehen. Wie steht es um die Herkunft des Leders, das für Schuhe, Taschen und Kleider verwendet wird? Wer überwacht die Intensivtierhaltung, die eine

Voraussetzung für die Herstellung genügender Mengen an Leder ist? Zu den grössten Lederlieferanten gehören China, Indien, Brasilien und Russland – allesamt keine Tierparadiese.

Es stellt sich eine grundsätzliche Frage: Ist umfassendes ethisch korrektes Verhalten gegenüber Tieren überhaupt denk- und durchsetzbar? Und was (oder wer) definiert ein solches Verhalten? Da es bereits bei den Menschenrechten, die immerhin in der Uno-Charta verbindlich für die gesamte Welt festgelegt sind, zu Streit zwischen Kulturen und Ideologien kommt, ist es fraglich, ob sich international und interkulturell verbindliche Standards in Sachen Tierhaltung durchsetzen lassen, falls diese dereinst einvernehmlich definiert würden. Während sich in Europa und Nordamerika Vegetarismus und Veganismus unter den Happy Few verbreiten, möchten in Schwellen- und Entwicklungsländern Milliarden Menschen am Wohlstand teilhaben, der für viele den Konsum von tierischen Erzeugnissen einschliesst. China ist in diesem Punkt ein interessantes Labor: Hier treffen die beiden entgegengesetzten Strömungen aufeinander. Bio, Öko und Tierliebe breiten sich genauso aus wie der Konsum von Fleisch und tierischen Nebenerzeugnissen wie Pelz oder Leder. Auch in dieser Hinsicht könnte das Land der Mitte zum Land der Zukunft werden.

Aubergine

(SOLANUM MELONGENA)

DIE DUNKELVIOLETTE SCHÖNHEIT IST INBEGRIFF DER MEDITERRANEN KÜCHE

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

So ein wunderschönes Geschöpf der Natur möchte man eigentlich für die Ewigkeit bewahren. Stattdessen bestaunen wir das längliche Ding mit seiner glatten, sanften Haut, dem perfekten Glanz und der einmaligen Farbe, dann fassen wir uns ein Herz und zerstören seine Schönheit. Kaum hat das Messer die leicht elastische Haut durchgeschnitten, gleitet es durch das weissliche Fruchtfleisch, die Geste hat beinahe etwas Brutales an sich: Wie um sich zu rächen, dauert es beim Kochen nur einen kurzen Moment, und das frische Fleisch verfärbt sich bräunlich-grau. Egal, es tut der Sache in kulinarischer Hinsicht keinerlei Abbruch. Ob im Ratatouille, als Kaviar, im Moussaka oder frittiert als



Häppchen auf dem Apérobuffet: Auberginen gehören zum Sommer wie die Gurke in den Gazpacho andaluz. Die wunderschönen Früchte dieser subtropischen Pflanzenart sind ein integraler Bestandteil der mediterranen und orientalischen Küche. Ihre Erntezeit beginnt im Juli und dauert bis Oktober. Am geläufigsten sind die dunkelvioletten Sorten, doch eigentlich gibt es Auberginen in fast allen Farben – von weiss über gelb bis rosa-weiss gestreift. So vielfältig wie ihre Farbgebung ist auch ihr Verwendungszweck. Einzig zum Rohverzehr ist die Eierfrucht, wie die Aubergine auch genannt wird, nicht geeignet. In Sachen Gesundheit kann sie mit Kalzium, Kalium, Magnesium sowie mit den Vitaminen A und C auftrumpfen.

Auberginen-Kaviar

Zutaten für 4 Portionen

600 g Auberginen, 4 EL Olivenöl, 2 Knoblauchzehen, gepresst, 1–2 EL Zitronensaft, 2 TL Herbes de Provence, Salz und Pfeffer aus der Mühle

Zubereitung

Auberginen längs halbieren, Rautenmuster einritzen, mit Olivenöl bestreichen und mit den Kräutern bestreuen. Im auf 180 Grad vorgeheizten Ofen etwa 35 Minuten rösten. Fruchtfleisch mit einem Löffel aus der Schale lösen. Mit Knoblauch und Zitronensaft im Mixer pürieren. Mit Salz, Pfeffer und Herbes de Provence abschmecken.



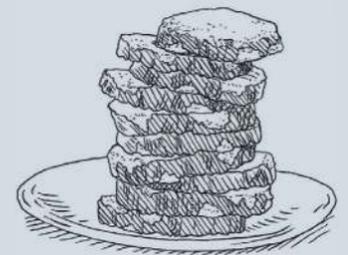
Auberginen-Piccata

Zutaten für 4 Portionen

3 Auberginen, 3 Eier, getrennt, 2 dl Milch, 200 g Mehl, 2,5 dl Frittieröl, Salz und schwarzer Pfeffer aus der Mühle

Zubereitung

Auberginen in Scheiben schneiden. Eiweisse steif schlagen, Eigelbe mit Milch verrühren, Mehl einstreuen, glatt rühren. Eiweisse unterheben. Auberginen durch den Teig ziehen. Öl erhitzen, Auberginen goldbraun frittieren und würzen.



Auberginen-Fisch-Röllchen

Zutaten für 4 Portionen: 2 grosse, schlanke Auberginen, längs in ½ cm dicke Scheiben geschnitten, Salz, 4 EL Olivenöl, 200 g Seeteufelfilet, in dünne Scheiben geschnitten, schwarzer Pfeffer aus der Mühle, zirka 1 EL Marsala, 4 EL Ricotta, 70 g geriebener Parmesan, 2 EL Paniermehl, 2 EL Pinienkerne, ½ Bio-Zitrone, Saft und Schale



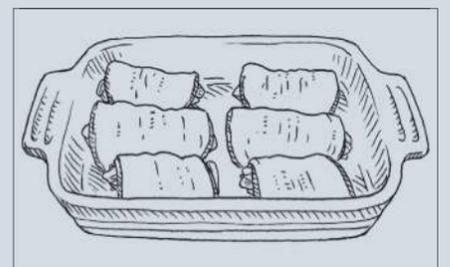
1. Auberginen salzen, 30 Minuten ziehen lassen. Im Öl beidseitig je 2 Minuten anbraten. Fisch auf die Auberginen verteilen. Mit Pfeffer würzen und mit Marsala beträufeln.



2. Ricotta, Parmesan, Paniermehl, Pinienkerne, Zitronenschale und -saft in einer Schüssel zu einer geschmeidigen Masse vermischen. Mit Pfeffer würzen.



3. Füllung auf die Fisch-Auberginen verteilen, von der schmalen Seite her aufrollen. Mit einem Zahnstocher befestigen oder eng nebeneinander in eine Gratinform legen.



4. Die Auberginen-Röllchen in der Mitte des auf 220 Grad vorgeheizten Ofens rund 5 Minuten backen. Dazu passt ein würziger Rotwein, zum Beispiel ein Primitivo.



LONGCHAMP
PARIS



Brunch mit Woody Allen



A	B	C	D	E	F	G&H	I	J
<p>«Ich denke viel an die Zukunft, weil ich dort den Rest meines Lebens verbringen werde.» Likörflasche (170 Fr.), bei Limited Stock</p> <p>Auf beiden Bildern: Tischdecke, Hanf, in «Almond Green» (285 Fr.), bei Artiana</p>	<p>«Man tut sich zu zweit zusammen, um Probleme zu umgehen, die man als Einzelner gar nicht hätte.» Nashorn und Nilpferd (je 399 Fr.), von Herend, bei Aux arts du feu</p>	<p>Beziehungen sind das Leitmotiv in den Arbeiten des 1935 geborenen Filmregisseurs und Autors. Platte mit Amor-Motiv (65 Fr.), von John Derian, bei Limited Stock</p>	<p>«Ich habe keine Angst vor dem Sterben. Ich möchte bloss nicht dabei sein, wenn es passiert.» Handbemalter Krug (45 Fr.), bei Artiana</p>	<p>Beige Hosen aus Manchester und ein Hemd oder Jackett im Karomuster sind typisch für Allen. Tischtuch (178 Fr.), von Libecco, bei Artiana</p>	<p>«Zwei uralte Damen sitzen in einem Hotel mit Vollpension. Die eine zur anderen: ›Wissen Sie, ich finde das Essen hier einfach katastrophal.‹ – ›Ja, stimmt, und diese winzigen Portionen.‹» Holzteller (3er-Set, 156 Fr.), bei Artiana</p>	<p>«Für mich stand schon im Alter von fünf Jahren fest, dass ich auf der Schwelle des Todes stehe.» Teller «Strawberry» (Preis auf Anfrage), von Wedgwood, und Gabel «Aria» (Preis auf Anfrage), von Christofle, beides bei Aux arts du feu</p>	<p>«Ich erziehe meine Kinder nicht in der jüdischen Tradition. Ich glaube nicht an Gott und finde ohnehin alle Religionen dumm.» Platte (250 Fr.), von John Derian, bei Limited Stock</p>	<p>Woody Allen wurde 24 Mal für den Oscar nominiert. Viermal erhielt er die Auszeichnung, die er aber nie entgegennahm. Gläser, goldverziert (je 495 Fr.), von Val St. Lambert, bei Aux arts du feu</p>

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

Herr Allen, nehmen Sie doch auf der Couch Platz! Sie finden es traurig, wenn Leute zum Essen und Trinken zusammenkommen und unehrliche Komplimente machen, nur weil man es geschafft hat, 70, 80 oder 90 zu werden. Deshalb wollen Sie Ihren 80. am 1. Dezember nicht feiern. Trotzdem möchten wir mit Ihnen anstossen. Gut sehen Sie übrigens aus!



K	L	M	N&O	P	Q&R	S	T&U	V
<p>«Onanie ist Sex mit einem, den man wirklich liebt.» Nussknacker, Holz (120 Fr.), bei Artiana</p>	<p>«Ich frage mich, ob eine Erinnerung etwas ist, das man hat, oder etwas, das man verloren hat.» Akroterie, Keramik, Mitte des 19. Jahrhunderts, Griechenland (150 Fr.), bei Limited Stock</p>	<p>«Schön, wenn man die Frau fürs Leben gefunden hat. Noch schöner, wenn man ein paar mehr kennt.» Kater mit Früchtekorb, Wiener Bronze, um 1890 (300 Fr.), bei Limited Stock</p>	<p>«Der Mensch lebt nicht vom Brot allein. Nach einer Weile braucht er einen Drink.» Becher, Kristall (330 Fr.), von Wolfgang von Wersin für Lobmeyr, bei Limited Stock; Kelch (98 Fr.), bei Aux arts du feu</p>	<p>«Ich treibe Sport, esse gesund und rauche nicht. Ich habe also keine wirklich schlechten Angewohnheiten, die meiner Gesundheit schaden könnten.» Schale (3er-Set, 104 Fr.), bei Artiana</p>	<p>«Arbeit ist meine Therapie gegen Pessimismus.» Glas, Bleikristall (400 Fr.), von Carl Rotter für die Glasmanufaktur Lobmeyr, bei Limited Stock; Platte «Darling Dog» (85 Fr.), von Gien, bei Aux arts du feu</p>	<p>Die Beziehung von Allen und Soon-Yi Previn, der koreanischen Adoptivtochter seiner langjährigen Partnerin Mia Farrow, gilt bis heute als Skandal. Tafelmesser «Aria» (Preis auf Anfrage), von Christofle, bei Aux arts du feu</p>	<p>Allen machte die Hornbrille zu seinem Markenzeichen, lange bevor die Hipster-Bewegung dieses Accessoire für sich entdeckte. Tischset (110 Fr.), bei Limited Stock; Lorgnon, England, um 1870 (250 Fr.), bei Limited Stock</p>	<p>«Sex ist nur schmutzig, wenn er richtig gemacht wird.» Fliegenklatsche, Draht (15 Fr.), bei Limited Stock</p>

RAFAEL NADAL
#TOMMYXNADAL

TOMMY  HILFIGER
UNDERWEAR

TOMMY  HILFIGER

Hotel Il Pellicano

Text **ROBERTO ZIMMERMANN** Foto **SLIM AARONS, AUS DEM BUCH «HOTEL IL PELLICANO», RIZZOLI BOOKS**



AN DER «SILBERNEN KÜSTE» DER TOSKANA STEHT EIN FÜNF-STERNE-HOTEL, DAS DIE ITALIENISCHE LEBENSART ZELEBRIERT – OBWOHL ES VON AMERIKANERN GEGRÜNDET WURDE

Es kann durchaus passieren, dass die Textil-Erbin Margherita Missoni und ihr Mann, der Rennfahrer Eugenio Amos, Rücken an Rücken zu Schauspieler Josh Hartnett und seiner Freundin sitzen, während am nächsten Tisch Verlegerin Angelika Taschen speist und die Fiat-Erbin und Regisseurin Ginevra Elkann einige Meter weiter ihren Wein genießt, wenn man sich im Restaurant des «Pellicano» niederlässt. Im Hotel an der Costa d'Argento trifft sich die «Glitteria» der Welt seit fünfzig Jahren. Die Liste ihrer Mitglieder in dieser Zeit reicht von A wie Agnelli, Gianni, über B wie Brinner, Yul, zu C wie Chaplin, Charles, um nur die ersten drei Buchstaben des Alphabets zu bemühen.

Die Einrichtung der Zimmer und Suiten mag nicht der Grund für das Stelldichein der Reichen und Berühmten im pittoresk über der Felsenküste gelegenen Hotel sein. Sie entsprach nie dem letzten Chic, der Kühle der achtziger Jahre oder dem Minimalismus der Jetztzeit. Auch haben hier noch nie berühmte Designer Hand angelegt, sondern die weiblichen Mitglieder der jeweiligen Besitzerfamilien Graham und Sciò. Das hier ist typisches Fünf-Sterne-Italien: Viel Stoff in traditionellen Mustern, Böden aus charakteristischem Stein, die *letti* und *poltrone* sind Stilmöbel aus der Region. Gründe für die Anziehungskraft sind vielmehr die weltabgewandte, spektakuläre Lage, die persönliche Betreuung, die mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete Küche und der direkte Zugang zum Meer – ein wahrer Locus amoenus.

Dem legendären Gründerpaar Patricia und Michael Graham aus Kalifornien – sie ausgebildete Designerin, er dekorierter

Weltkriegspilot, beide *party animals* – gelang es schon kurz nach der Eröffnung des frisch erbauten Hauses 1965, die niederländische Königin Juliana samt Gemahl Prinz Bernhard, die in der Nähe ein Anwesen besaßen, in ihr Restaurant zu locken. Das Königspaar blieb diesem während zehn Jahren treu. Von da an fiel es den passionierten Gastgebern und Networkern leicht, Stars wie Britt Ekland, Sophia Loren oder Bing Crosby anzuziehen. John Wayne trank kübelweise Martinis, Kollegin Joan Sutherland schwebte täglich im Kaftan zum Pool hinunter, Fotograf Juergen Teller schoss als Stammgast über Jahre hinweg ikonische Bilder, die heute in einem Jubiläumsband versammelt sind.

Während in den Anfängen die Mundpropaganda entscheidend für den Erfolg war, liegt «Il Pellicano» heute auf dem Trampelpfad der VIP-Globetrotter. Wer als Normalsterblicher dort nächtigen will, reserviert also am besten schon heute für das kommende Jahr.

INFORMATION	
Nächster Flughafen ROM-FIUMICINO	MEZ 0
Lage COSTA D'ARGENTO, ITALIEN	Zimmer 50
Beste Reisezeit MAI–OKTOBER	Eröffnung 2. JUNI 1965
Längengrad 42° 22' 23" N	Breitengrad 11° 11' 16" O
Doppelzimmer AB 370 EURO	Web PELLICANOHOTEL.COM



FOTOS: AUS DEM BUCH «HOTEL IL PELLICANO» / SLIM AARONS / RIZZOLI BOOKS (1), SLIM AARONS / HULTON ARCHIVE / GETTY IMAGES (3), PD

Die Bilder gleichen sich, ob sie aus den sechziger, achtziger oder den letzten Jahren stammen, Dolcefarniente war niemals zeitloser und grandioser als in der verschwiegene Bucht nahe dem toskanischen Hafentortchen Porto Ercole, uber der das «Pellicano» stoisch thront.



Der Boom begann mit der niederländischen Königin Juliana und Schauspielern wie Bing Crosby, Sophia Loren oder Charlie Chaplin. Heute ist das Luxushotel Station vieler VIP-Globetrotter, die eine Reise nach Rom mit der Visite «ihres» Hide-aways an der Silberküste verbinden.



Viel mehr als ein neuer Name. Der neue GLE.

Erleben Sie den Nachfolger der legendären M-Klasse. Der neue GLE beeindruckt mit unübertroffenem Komfort und zahlreichen Neuerungen, zum Beispiel dem Seitenwind-Assistenten und dem optionalen Fahrassistenten-Paket Plus. Der neue GLE ist ebenfalls als PLUG-IN HYBRID erhältlich. www.mercedes-benz.ch/GLE

Mercedes-Benz
Das Beste oder nichts.





Genuss und Geist

EINST GEFÄHRlich UND HERUNTERGEKOMMEN, IST DIE COLONIA ROMA DAS NEUE IN-VIERTEL VON MEXIKO-STADT. HIER IST KULTUR OMNIPRÄSENT, GUTES ESSEN – UND DER MEZCAL

Text **FRANCIS MÜLLER** Foto **DOROTHY ALEXANDER / ALAMY**

Mit gutem Recht wird die Colonia Roma auch «Barrio Mágico» genannt: Sie ist eine kulturelle Oase im Millionenmoloch Mexiko-Stadt. Offiziell besteht sie aus Roma Sur und Roma Norte; der südliche Teil ist ruhig und gemächlich, der nördliche ist ein Mikrokosmos aus Galerien, Bibliotheken, Restaurants, Universitätsinstituten, Bars und grünen Plätzen. Die Colonia Roma befindet sich südwestlich vom historischen Zentrum von Mexiko-Stadt zwischen dem gefährlichen Doctores- und dem schicken Condesa-Viertel und wurde im frühen 20. Jahrhundert gebaut. Obwohl das Erdbeben 1985 viel Bausubstanz zerstört hat, befinden sich hier immer noch ein Fünftel aller historischen Gebäude von Mexiko-Stadt, viele davon im Art-déco-Baustil.

Im früheren 20. Jahrhundert lebten hier Künstler und Intellektuelle, später verlagerte sich diese Szene an andere Orte. Roma galt als heruntergekommen und unsicher. Seit einigen Jahren aber wird vor allem der nördliche Teil wieder aufgewertet – in den Innenhöfen vieler alter Gebäude finden Designmärkte statt, leerstehende Räume werden zu Kunstateliers umgewertet, Bars und Gourmetgeschäfte entstehen an jeder Ecke. Was auffällt: Bücher und Zeitschriften sind omnipräsent im Viertel. In der Nähe der grünen Plaza Río de Janeiro befindet sich die Casa Universitaria del Libro. In der ehemaligen brasilianischen Botschaft sollen einst

Prostituierte ihre Dienste angeboten haben, bis hier die Universidad Nacional Autónoma de México – die grösste Uni der Welt – in den achtziger Jahren diese Bibliothek eröffnete.

Roma ist aber nicht nur ein Viertel des Geistes, sondern auch des Genusses. In Lateinamerika schliessen sich diese beiden Pole nicht aus, sondern ergänzen einander bestens. Und Roma ist ein echtes Paradies für kulinarische Exzesse. Der Film «Como agua para chocolate» hat Anfang der 1990er Jahre eine Sensibilisierung für und eine Auseinandersetzung mit der eigenen Essenskultur bewirkt. Heute finden wir in Roma eine enorme kulinarische Vielfalt: die Küche Mexikos, Einflüsse der Mayas, der Azteken, von anderen indigenen Kulturen, aber auch von Spanien und Frankreich – und daneben viele Restaurants mit internationaler Küche. Eine Grundlage, ja geradezu die Essenz der mexikanischen Küche ist die Agave, aus der Mezcal hergestellt wird. Die Agave-Spirituose galt bis vor zehn Jahren als Fusel. Seither haben zahlreiche Neueinsteiger angefangen, ihn herzustellen. Von diesem Boom zeugen die stilvollen Mezcalerías, die in den letzten Jahren in Roma eröffnet haben. In diesen kommt es hie und da zur «brennenden Trunkenheit» und zur «Fiesta, die einen ins Nichts schleudert», die der mexikanische Intellektuelle Octavio Paz treffend als Merkmale der mexikanischen Identität beschrieb.



ZUGABE



01 – Restaurant Miranda, La Teatrera



06 – Mercado Medellín

THEATER

01 Kultur und Kulinarik

La Teatrera

Der ganz neu eröffnete Betrieb im nördlichen Roma beherbergt ein Kleintheater und eine Tanzschule, an der unter anderem der brasilianische Kampftanz Capoeira unterrichtet wird. Unter dem Dach der Teatrera befinden sich oben drein das Restaurant Miranda mit französisch und spanisch beeinflusster Küche sowie die sehr schöne Próspero-Bar, wo hervorragende Drinks gemixt werden.

lateatrera.com



Eco-Bici-Station

VELO FAHREN

Wer eine Mitgliedschaft bei Eco-Bici hat, kann an jeder Ecke ein Velo ausleihen und es woanders wieder deponieren. Viele Velowege führen durch Roma.

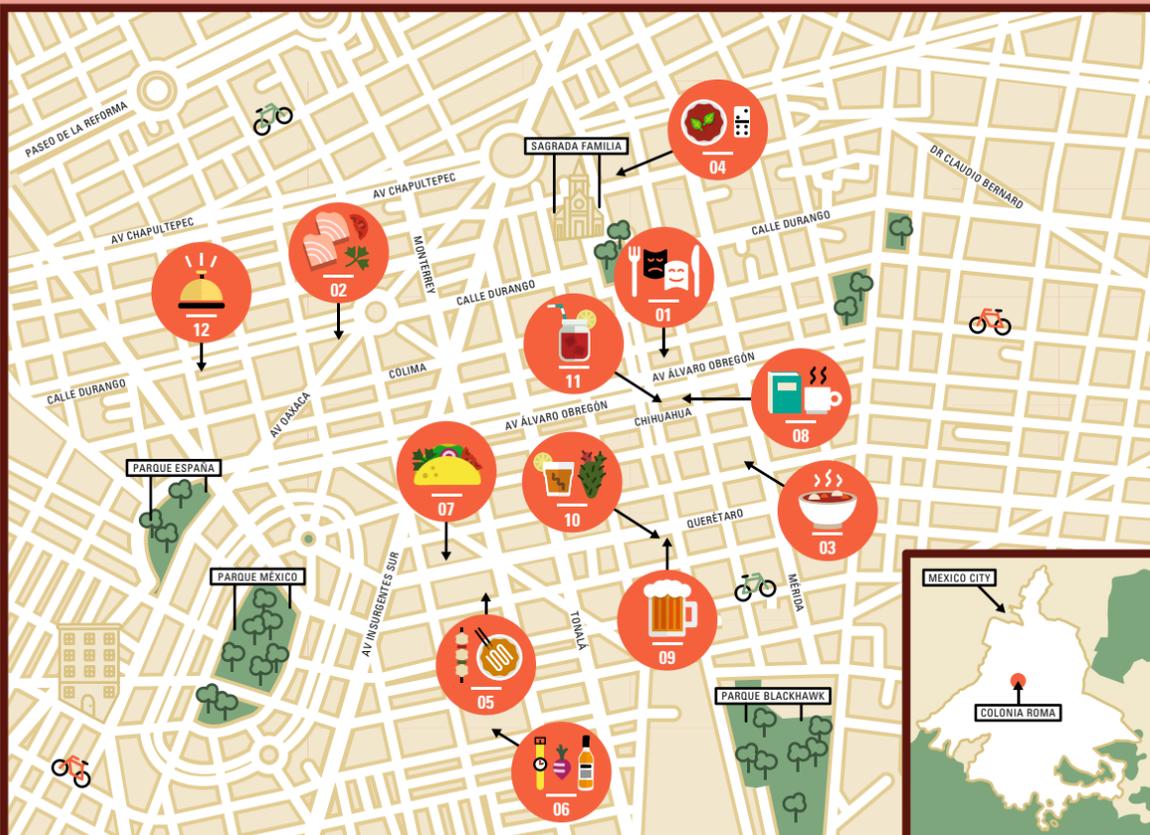


Illustration: Giulio Miglietta



ESSEN

02 Mexikanisch (Baja California)

Contramar

Mit ihrem Restaurant hat die Historikerin Gabriela Camara die gastronomische Aufwertung Romas Ende der neunziger Jahre initiiert. Im grossen Saal wird die Fischküche aus Baja California zubereitet: roher Fisch, etwa Aguachiles oder Ceviche. Von hier stammen die Tuna Tostadas, die man heute in Los Angeles und New York isst.

contramarmex.com

03 Mexikanisch (Guerrero)

Pozolería Teoixtla

Im Eintopf Pozole sollen die Azteken früher ihre Gegner gekocht haben, nachdem sie deren Herz entfernt hatten. Hier wird die Spezialität aus dem mexikanischen Gliedstaat Guerrero nur noch mit Hühner- oder Schweinefleisch und natürlich mit Chicharrón serviert, frittierter Schweinehaut.

Zacatecas 59

04 Spanisch (Asturien)

Covadonga

Das «Covadonga» ist mehr als eine populäre Cantina, es ist eine kulinarische Institution in Mexiko-Stadt. Serviert wird klassische asturische Küche, daneben werden auch mexikanische Klassiker – etwa die phantastische Sopa azteca mit frittierten Mais-Tostadas, Käse und Rahm – gereicht. Ältere Männer verbringen hier ihre Nachmittage beim Domino-Spielen.

banquetescovadonga.com.mx

05 Japanisch

Mikasa

Eigentlich ist das Mikasa ein japanischer Supermarkt. Neben Fertigprodukten gibt es hier aber auch frisch zubereiteten rohen Fisch und japanische Eintöpfe. An den Wochenenden findet hier ein wunderbares kulinarisches Gelage statt: Es gibt Yakitori-Spiesse und Tonkatsu-Schnitzel vom Grill, Udon-Nudelsuppen und viele andere japanische Spezialitäten.

mikasamex.web.fc2.com



02 – Contramar



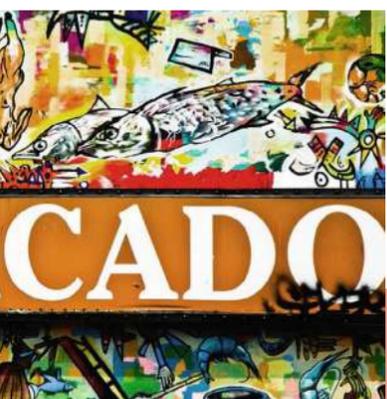
Arturo Dib Alberto

TACOS

Essen ist in Mexiko-Stadt omnipräsent – Tacos illustrieren das besonders deutlich. Mexikanische Tacos sind nicht knusprig, es sind weiche Tortillas aus Mais, die mit Rindfleisch, Schweinefleisch, Zunge, Kutteln, Augen, Hirn und auch einmal mit Insekten zubereitet werden. Eine Reihe von Tacos-Ständen befindet sich an der Kreuzung Avenida Álvaro Obregón/Insurgentes.



Mexikanischer Taco



ZUGABE

PULQUE

Pulque ist ein milchiges Gärgetränk mit leichtem Alkoholgehalt aus Agaven. Schnell kann man sich daran satt trinken. Wegen der geringen Haltbarkeit von Pulque findet kein Export statt.



Traditionelle Pulquería

SHOPPING



07 – Mercado Roma

06 Markt

Mercado Melchor Ocampo («Medellín»)
Ein Markt alter Schule im südlichen Roma. An gut 500 Ständen werden Gemüse, Luchalibre-Masken, Jesus-Figuren, Schweinsköpfe, Kutteln, Rindsaugen, Meeresfrüchte, Tequila und vieles mehr angeboten. Viele Geschäfte führen Spezialitäten aus anderen lateinamerikanischen Ländern, vor allem aus Kolumbien und Kuba.

Medellín, Cuauhtémoc

07 Markt

Mercado Roma
Diese Markthalle hat erst vor etwas mehr als einem Jahr eröffnet: Man isst Tacos mit Wagyu-Rindfleisch, vietnamesische Suppen, französische Baguettes, gigantische Steaks, spanische Tapas und Pozole. Auf der Dachterrasse befindet sich zudem ein deutscher Biergarten, in dem an Wochenenden exzessiv gefeiert und getrunken wird.

mercadoroma.com

08 Buchhandlung

El Péndulo
Das «Péndulo» ist Buchhandlung, Café und Bar zugleich, verteilt über drei Stockwerke. Die Auswahl an Literatur und Fachbüchern ist gut kuratiert und reicht von Philosophie bis zu Kultur- und Anthropologie – ein Ort zum Lesen und Verweilen. Von der Bar auf der Dachterrasse hat man eine schöne Aussicht auf die Avenida Álvaro Obregón.

pendulo.com

09 Bierladen

Belga
Ein kleines Geschäft mit einer gigantischen Bierauswahl. «Cervezas del Mundo» lautet das Motto. Die meisten dieser Biere sind «artesanal» und zeugen von der lebendigen Kleinbrauerszene Mexikos. Hier sind das phantastische «IPA» von Cucapá aus Mexicali, das «Psycho Border Cream» und das «Diablo Blanco» erhältlich.

labelga.com.mx

KUNST

Um die Calle Colima befinden sich seit den 1990er Jahren zahlreiche Galerien, in denen oft Werke lateinamerikanischer Künstler ausgestellt sind, die später in den USA zu Bekanntheit gelangten. In dieser Gegend befinden sich auch das Museo del Objeto del Objeto sowie die Casa Lamm, die errichtet wurde, um eine 1911 gebaute Villa zu schützen. Die Casa Lamm beherbergt ein sehr gutes Restaurant, eine Bibliothek, eine Galerie, einen Kunstverlag und bietet Studiengänge in Poesie und Kunstgeschichte an.



Museo del Objeto del Objeto



Kulturzentrum Casa Lamm

TRINKEN

10 Mezcal

La Nacional
Während Tequila aus der Gegend um Guadaluajara stammt, wird Mezcal im ganzen Land hergestellt, was der Blick auf die Karte dieser Cantina zeigt: Produzenten sind über Oaxaca, Guerrero und Durango verteilt. Kellner und Kellnerinnen leisten gerne Orientierungshilfe beim umfangreichen Angebot. Zwischen den Mezcal gibt es kleine Plättchen aus den verschiedenen Landesregionen.

Orizaba 170

11 Cocktails

Licorería Limantour
Die Licorería Limantour gilt als eine der schönsten Bars in Mexiko-Stadt, und sie ist bei «World's Best Bars» unter den Top 50 aufgeführt. Von der Art-déco-Bar aus hat man eine tolle Sicht auf das Geschehen in der Avenida Álvaro Obregón, wo sich die Schönheiten der Nacht präsentieren.

limantour.tv



11 – Limantour

12 – Hotel La Casona



SCHLAFEN

12 Hotel

La Casona
Anders als im Nachbarnviertel Condesa, wo ein Boutiquehotel nach dem anderen eröffnet wird, sind in Roma schöne Hotels immer noch rar. Eines davon ist das «Casona» im nördlichen Roma. Das von Schweizern geführte Hotel befindet sich in einem 1923 erbauten Gebäude.

hotellacasona.com.mx

Cocktails in der Bar Limantour



EIN TAG IM LEBEN VON ARTURO DIB ALBERTO

Der Betreiber des Cine Tonalá lebt in Roma Sur, nur wenige Blocks von seinem Kino entfernt

«Das Kino habe ich mit meinen Partnern vor drei Jahren eröffnet. Wir zeigen alternative Produktionen, besonders lateinamerikanische. So kommen viele Schauspieler und Regisseure bei uns vorbei. Vor einem Jahr haben wir in Bogotá ein Kino eröffnet, weitere Ableger sind geplant. Ich bin oft im nördlichen Teil Romas unterwegs, wo meine Partner und ich auch Restaurants führen. Den Frühstückskaffee trinke ich gerne im Café Lalo, wo alle Gäste gemeinsam an einem grossen Tisch sitzen. In vielen neuen Restaurants werden Meeresfrüchte und roher Fisch zubereitet, wir essen aber auch gerne traditionell, etwa im populären «Los Navegantes», wo es eine phantastische Suppe mit Crevetten und Nopales, also Feigenkaktusblättern, gibt. Mit Freunden treffe ich mich gerne auf einen Drink in der Bar unseres Betriebs Puebla 109. Die Colonia Roma hat sich in den zwölf Jahren, in denen ich hier lebe, stark gewandelt. Früher war es familiärer. Doch nach wie vor gibt es wenige Franchising-Betriebe und keine grossen kommerziellen Klubs. Deshalb ist Roma trotz der Aufwertung sehr eigenständig geblieben.»



Colonia Roma

ZU GEWINNEN



1



2



3

Eine Brise Dekadenz

Dass man Düfte tragen kann, liegt in der Natur der Sache und hat etwas mit Chemie zu tun. Das neue Parfum von **Marc Jacobs** aber lässt sich sogar im nicht übertragenen Sinn herumtragen, also samt Flakon – ist dieses doch geformt wie die klassische Handtasche des US-Designers. Die Verschlussklappe in Python-Optik macht das «Decadence» endgültig zum ironischen Statement. Der Damenduft selbst trägt **italienische Pflaume, Iris und Safran** in der Kopfnote, **bulgarische Rose, Jasmin und Iriswurzel** im Herzen, und in der Basis finden

sich **Vetiver, Papyrusholz und flüssiger Bernstein** wieder. Da das Parfum erst ab 5. Oktober offiziell erhältlich sein wird, werden die Gewinner dieser Verlosung zu den Ersten zählen, welche in seinen Besitz und Genuss kommen. Neben **100 ml des Parfums (Wert: 207 Fr.)** enthält das Set auch eine «Decadence»-Bodylotion sowie ein **Shower-Gel à 150 ml im Wert von 72 beziehungsweise 76 Franken.**

Um zu gewinnen, schicken Sie eine E-Mail mit Ihrem Namen und Ihrer kompletten Adresse an zu-gewinnen@nzz.ch. Viel Glück!

GEWINNEN SIE EINES VON 15 MARC-JACOBS-SETS MIT DUFT, DUSCHGEL UND BODYLOTION IM WERT VON JE 355 FRANKEN

1	MARC JACOBS «DECADENCE», SHOWER-GEL, 150 ML
2	MARC JACOBS «DECADENCE», EAU DE PARFUM, 100 ML
3	MARC JACOBS «DECADENCE», BODYLOTION, 150 ML
Teilnahmeschluss 13. SEPTEMBER 2015	
zu-gewinnen@nzz.ch	

Mitarbeiter der NZZ AG und der zur Gruppe gehörenden Betriebe sind zur Teilnahme am Wettbewerb nicht berechtigt. Aus den richtigen Einsendungen werden eine Woche nach Erscheinen des Magazins in der Redaktion die 15 Lose gezogen. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Die Gewinnerlisten werden nicht öffentlich publiziert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, Mehrfachteilnahmen werden gelöscht. Teilnahmeschluss für den Wettbewerb ist der 13.9.2015. Danach eintreffende E-Mails werden nicht mehr berücksichtigt.

IMPRESSUM

Z – Die Substanz des Stils
ist ein Magazin der NZZ

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

Redaktionelle Leitung:
Malena Ruder (rud.)

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

Autoren
Bice Curiger, Raphael Güller,
Alfredo Häberli, Richard Kägi,
Francis Müller, Joachim
Schirmacher, Barbara Vinken,
Roger Willemsen

Art-Direction
Claudio Gmür (clg.)

Layout
Alexandra Kojic (akc.)

Produktionsleitung
Eveline Roth (evr.)

Bildredaktion
Anton J. Erni (aje.)

Korrektorat
Eva Koenig, Irmgard Matthes,
Barbara Stuppia

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

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

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

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

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

Lithos
St. Galler Tagblatt AG

Druck
Prinovis
Breslauer Strasse 300
D-90471 Nürnberg

Konzept und Creative Direction
Winkreative
www.winkreative.com

Verbreitete Auflage
280 000 Exemplare

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

Unternehmensleitung
Veit Dengler (CEO)

Projektverantwortung
Steven Neubauer

Projektleitung
Larissa Bieler

ISSN 1662–1573
© 2015 Neue Zürcher Zeitung AG

BEZUGSQUELLEN

A.C. Bang
www.acbang.ch
AP&CO
www.ap-co.ch
Artiana
www.artiana.ch
Aux arts du feu
www.auxartsdufeu.ch
Bally
www.bally.com
Bijoux de Ghislaine
www.bijouxdeghislaine.com
Boss
www.hugoboss.com
Bottega Veneta
www.bottegabeneta.com
Chanel
www.chanel.com
Dries Van Noten
www.driesvannoten.be
Falke
www.falke.com
Georg Jensen
www.georgjensen.com
Gucci
www.gucci.com
Hermès
www.hermes.com
Huwyler
www.huwyler.com
La Double J
www.ladoublej.com
Lancôme
www.lancome.ch
Le Major Dome
www.lemajordome.ch
Limited Stock
www.limitedstock.ch
Longchamp
www.longchamp.com
Louis Vuitton
www.louisvuitton.com
Prada
www.prada.com
René Furterer
www.renefurterer.com

Risch Shoes
www.risch-shoes.com
Rituals
www.rituals.com
Rochas
www.rochas.com
Studio Mason
www.studio-mason.com
Teresa Helbig
www.teresahelbig.com
Thomas Sabo
www.thomassabo.com
Tod's
www.tods.com
Wolford
www.wolfordshop.ch
Yogandha
www.yogandha.com

ROUND TABLE: DIE ZÜRCHER SIND DIE BESTANGEZOGENEN SCHWEIZER

Redaktion **KARIN ZWEIDLER**

JEROEN VAN ROOIJEN

Kolumnist, Stilkritiker und Modejournalist, sein Lebensmittelpunkt ist Zürich

«Zürich hat einen beneidenswerten Wohlstand. Doch wer denkt, dass materielle Potenz sich auch in Stil-Überlegenheit manifestiert, irrt. Geld und guter Geschmack gehören bekanntlich nicht zwingend zusammen. Ich würde sagen: In Zürich ist sehr viel Potenzial vorhanden. Man kauft gerne, gut und teuer. Aber nicht immer sieht es dann auch cool aus. Die Hautevolee kleidet sich sogar oft ein bisschen so, als liege sie in Sachen Stil mit Lust 15 Jahre zurück. Zum Glück gibt es also die mittellosen, aber hippen Zürcher Kreativen und Youngster, die Zürich auch ein bisschen sexy aussehen lassen.»

MARCO FRITSCHÉ

TV-Moderator, wohnt in Appenzell, arbeitet in Zürich

«Kleider zeigen in Zürich, zu welcher Gruppe man gehört – oder gehören will. Der «letzte Schrei» sieht aber im Seefeld ganz anders aus als in den Kreisen 3, 4 oder 5 (und wehe dem, der im falschen Outfit am Cüpli-Event erscheint). Auf dem Land gibt es, zeitlich verzögert, ebenfalls die Modeströmungen der Stadt, aber auch althergebrachte Anzihsachen bis hin zur Tracht. Hier wird der Kleidung weniger Gewicht beigemessen. Wenn ich mich nach einem Moderations-Job in Anzug und Krawatte auf ein Quöllfrisch an den Stammtisch des «Schlössli Steinegg» setze, fragt vielleicht einer in Büezerkluft oder Edelweissshemd: «Isch nebid gstoobe?» Damit ist das Thema gegessen. Man kann sagen: In Zürich sind die Leute vielleicht aktueller gekleidet, bei mir im Appenzellischen sind sie dafür *gmögiger*.»

XANDRA M. LINSIN

Streetstyle-Fotografin, wohnt in Zürich und Wien, fotografiert in den Modemetropolen der Welt

«Zürcher reisen viel und wissen, was angesagt ist. Anders als im eher exzentrischen London legen sie Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit, hier trägt man einen Mix aus guten Schnitten, ausgewählten Stoffen und subtiler Sexiness. Man zeigt, was man hat und kann – aber dezent!»

CHRISTA DE CAROUGE

Modeschöpferin und Stil-Ikone, wohnt in Zürich

«Modisch gesehen, ist die Schweiz globalisiert. Es gibt keinen Röstigraben mehr, keinen Gotthard, die unsichtbare Grenzen markieren. *Le chic parisien, la classe italienne* sind vorbei. Stattdessen streben alle nach Coolness, die absolut falsch interpretiert wird: keine Altersgrenzen mehr, Leggings und enge Schläuche für alle – egal, bei welchem Körperbau –, freie Sicht direkt zwischen die Beine und auf den Hintern. Das wird langsam unerträglich. Dass man seinen Körper heute akzeptiert, wie er ist, finde ich gut. Aber wo bleibt das Gefühl für Ästhetik? Die Auswahl an Kleidung ist enorm, das resultiert bei den Leuten in hemmungslosem Mischen von Billiglumpen mit Hermès-Taschen. Hat das Stil? Nein. Es gibt heute keinen Ort mehr, wo die Leute besser oder schlechter angezogen sind. Höchstens vielleicht im Regenwald, wo sie fast nackt sind.»

CREDIT SUISSE 

Mehr ist mehr.
Besonders
bei Zinsen.

Bis zu
0,75%
Vorzugszins



Sichern Sie sich jetzt bis zu 0,75 % Vorzugszins. Mit dem umfassenden Bonviva Banking Paket.
Jetzt abschliessen auf credit-suisse.com/bonviva

ZITAT

Ausgesucht und kommentiert von **ROGER WILLEMSSEN**

“

Sagt eine

Raupe

zur anderen, als ein

SCHMETTERLING

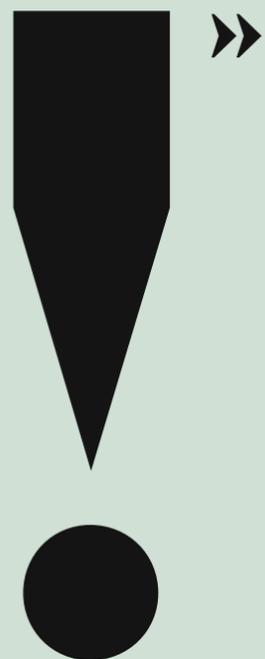
vorbeifliegt:

IN SO EIN **OUTFIT**

KRIEGST DU MICH NIE

William Gaddis (1922–1998)

Die Unscheinbaren, die bloss rumkrabbeln und immer etwas Wirklichkeit unter den Füßen brauchen, die sehen die Prachtvollen, Künstlerischen gern feindselig an und nennen ihre farbenfrohe Couture geringschätzig «Outfit» – als handelte es sich um einen Jogginganzug, einen Fahrradhelm! Die Raupe trägt Camouflage, trägt Overall, *form follows function*. Der Schmetterling dagegen trägt Flamboyanz. In der Natur ist das nichts Deklassierendes, Asoziales, lässt sie die Raupen doch demokratisch als Schmetterlinge auferstehen. Dabei verlieren sie allerdings die Würde von Existenzen, die nicht als Tätowierung auf Mariah Carey enden werden.



Eine smarte Idee.

Frauen können mindestens vier Dinge gleichzeitig. Warum nicht auch ihre Hautpflege?

Milderung von Falten.
Verbesserter Hautton.
Straffung.
Feuchtigkeit.

Die sofort wirkende Feuchtigkeit sorgt für 70% prallere Haut*. Falten erscheinen sichtbar gemildert, die Haut wirkt straffer und der Hautton verbessert – in 4 Wochen. In klinischen Studien erwiesen. Mehr auf www.ch.clinique.com

**Clinique Smart™ Custom-Repair Serum.
Und der neue Smart Moisturizer SPF15.**

* Klinische Studie mit 35 Frauen.

CLINIQUE

Allergietestet. 100% Parfümfrei.



Neu

A woman with long blonde hair is shown in profile, looking out over a body of water from a grassy cliffside. She is wearing a white long-sleeved blouse and a black skirt with a red and white pattern. She is holding a dark brown handbag with pink and black stripes and a silver chain strap. The word "Dior" is overlaid in large white letters across the center of the image.

Dior

www.dior.com - 044 439 53 53

Granville, France
Birthplace of Monsieur Christian Dior