

10	PRODUKTE STÜCKSEIFE
14	BACKSTAGE FREDERIQUE CONSTANT
16	ZOOM BOHNENSCHMUCK
18	HINTERGRUND CHRIS WOLSTON

IM GESPRÄCH BERTRAND PICCARD	20
ZENIT ANIMAL PRINT	38
ZUTAT BRENNESSEL	42
STADT-DESTILLAT KAIRO	43

Fertig, los!

WIE DIE AKTUELLE MODE SPORTLICHE
ELEMENTE UND ELEGANZ VEREINT

Seite 28







KEIN METEORIT-ZIFFERBLATT GLEICHT DEM ANDEREN

Die OMEGA Constellation ist seit jeher vom präzisen Lauf der Gestirne inspiriert. Dieses kosmische Leitmotiv wird nun mit einer Reihe von neuen Modellen fortgeführt, deren Zifferblätter aus Meteorit gefertigt sind. Dank der natürlichen Struktur dieses seltenen Materials aus dem All ist jedes Stück ein Unikat – keine zwei Zifferblätter werden jemals gleich aussehen. Diese 28-mm-Variante aus Edelstahl und 18-karätigem Sedna™ Gold wurde mit einer blauen Oberflächenbehandlung versehen, die das Design eindrucksvoll veredelt.


OMEGA

Packen wir es an

WEGEN DES UTILITY-TRENDS ZEIGEN SICH AUCH BÜROMENSCHEN GERNE IN TYPISCHER ARBEITSKLEIDUNG

Text **MALENA RUDER** Foto **YVONNE WIGGER**



STEIN AUF STEIN

Givenchy: Cargowesten, Gürteltaschen sowie Sneaker, die aussehen wie Arbeitsschuhe.

Lemaire: Als Inspiration diente dem französischen Designer wohl der typische Mao-Anzug.

Max Mara: Rucksack-schnallen tauchen hier als Träger an fließenden Kleidern auf.

Auf die Frage nach dem Sinn des Lebens vermag tatsächlich die Mode ab und an eine Antwort zu liefern. Im Moment lautet diese: Mach dich nützlich! Beziehungsweise sehe so aus, als wärst du es: Cargohosen, schwere Stiefel, Arbeitsjacken mit vielen Taschen, alles aus robustem Material wie Canvas gefertigt und in Farben, die so einiges an Dreck verzeihen.

Der sogenannte Utility-Stil, der sich an der klassischen Arbeiterkleidung orientiert, hat sich fest im Modegeschehen etabliert und war auch für dieses Frühjahr auf den Laufstegen von Marken wie Max

Mara, Dior Men oder Givenchy zu sehen. Ob da die alte Sehnsucht nach dem Handwerk dahintersteckt, wenn Bürogummis sich in ihrer Freizeit kleiden wie Schreinermeister? Die italienische Marke Fendi treibt die Sache auf die Spitze und lanciert einen Werkzeuggurt, der tatsächlich für den Einsatz taugt. Und da Handwerk ja bekanntlich goldenen Boden hat, sollte der Preis auch keine Rolle spielen.

«Utility Belt», Baumwoll-Canvas und Leder (Preis auf Anfrage), von Fendi

RICHARD MILLE



RM 07-01 COLOURED CERAMIC

In-house skeletonised automatic winding calibre
50-hour power reserve ($\pm 10\%$)
Baseplate and bridges in grade 5 titanium
Variable-geometry rotor
Dial with coloured ceramics, white gold guilloché
and diamond-set decors
Case in blush pink TZP ceramic and white gold

SCAN TO EXPERIENCE



A Racing Machine On The Wrist

INHALT

Z

ZEITGEIST

- 08—NEUES AUS DER SCHWEIZ
- 09—NEUES AUS DER WELT
- 10—PRODUKTE
- 12—SCHÖNHEIT
- 14—BACKSTAGE
- 16—ZOOM



Seite 10, Produkte: Eingeseift von Marken wie Buly 1803 (rechts oben) und Aesop (links unten).

18—HINTERGRUND

Verspielte Welten

Sessel mit Charakter, Stühle wie Bouquets und Rattan-Spiegel-Objekte: Die Phantasie der Designer und Künstler Chris Wolston

20—IM GESPRÄCH

Bertrand Piccard

Der Umweltpionier und Psychiater über neue Projekte, seine berühmte Familie und die Zusammenarbeit mit der Uhrenmarke Breitling



Seite 28, Im Bilde: Vom Sport inspiriert. Léa trägt: Bluse von Marc Cain, Maxikleid von Acne Studios, Hose von Diesel und Stiefel von Isabel Marant. Denetric trägt: Jacket, Jil Sander by Lucie & Luke Meier, Top von Ferragamo, Trackpants von Y-3, Sneakers von Hoka, Baseball-Cap von Celine und eine Tennisschläger-Tasche von MCM.

3

ZÄSUR

- 23—BICE CURIGER
- 24—RICHARD KÄGI
- 25—BARBARA VINKEN / MALENA RUDER
- 26—ULRIKE HUG

27—IM PORTRÄT

Gut zu Fuss

Die italienische Marke Salvatore Ferragamo schöpft Neues aus ihrem reichen Archiv

28—IM BILDE

Olympia lässt grüssen

So elegant wie dieses Frühjahr kam Mode mit sportlichen Elementen noch selten daher

38—ZENIT

Modisches Gebrüll

Animal-Print ist aus der aktuellen Mode nicht mehr wegzudenken. Wie die wilden Muster salonfähig wurden

42—ZUTAT

Die Brennessel

Von wegen Unkraut: wozu die Pflanze in der Küche taugt

Z

ZUGABE

- 43—STADT-DESTILLAT
- 46—IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN/VERLOSUNG
- 47—ZITAT



Seite 43, Kairo: Unterwegs in der Hauptstadt Ägyptens.



TRINITY
Cartier

NEUES AUS DER SCHWEIZ

AUSSTELLUNG

«Alte Leinen, natürlich gefärbt»

11. bis 27. April, Design-Begegnungsort
Gabriela W., Alpenstrasse 1, Luzern

Livia Naef zeigt in einer Verkaufsausstellung Kleider aus ungefärbtem Schweizer Leinenstoff und beleuchtet den Prozess des natürlichen Färbens. Manche Stoffe sind über hundert Jahre alt und wurden über Generationen weitergegeben. Die Designerin hat sie teilweise mit Avocados, Spinat, Krapp, Reseda, Kurkuma und Birkenblättern gefärbt und daraus nachhaltige Basics genäht, die biologisch abbaubar und einzigartig sind. Jedes Kleidungsstück ist ein Unikat. (hlh.)

livianaef.ch



Hemdbluse «Alma», alte Schweizer Leinen (490 Fr.), von Livia Naef.

Kecke Prints

Die Illustratorin Alice Izzo gehört zum Dreiergespann Les Amazones, ein Kreativkollektiv mit einer Boutique für Kunst, Design und Tattoos im Genfer Quartier des Bains. Die Arbeiten von Alice Izzo stechen durch einen naiven, farbenfrohen Stil heraus, der unter anderem an Matisse erinnert. Nebst Druckgrafiken und Keramiken gibt es auch Accessoires und Kleider und ausserdem Bademode mit phantasievollen Motiven. (kid.)

aliceizzo.com



Bikini «La Pomme» (104 Fr.), von Alice Izzo.



Magazin «Reloved», rezykliertes Refutura-Papier (24 Fr.).

MAGAZIN

Papier im Umlauf

«Reloved» heisst die erste Zeitschrift für zirkuläres Design. Zweimal jährlich erscheint die in Bern gedruckte Publikation aus Genf in Englisch und Französisch. Die erste Ausgabe enthält die besten Secondhand-Adressen in Genf, ein Circular-Fashion-Shooting und untersucht auf zwanzig Seiten das Pre-owned-Phänomen in der Uhrenindustrie. Passend zum Thema kauft der Verlag alte Exemplare auf und bringt sie wieder in Umlauf. (kid.)

reloved.media

SHOPPING

Muntagnard

Lagerstrasse 102, Zürich



Jacke «MIUtec Iso», Polyamid, holzbasierte Füllung (349 Fr.).

Die Fashiontec-Marke Muntagnard ist mit ihren «Premium-Innovationen» auf Expansionskurs: Drei Jahre nach der Firmengründung eröffnete in Chur vergangenen Sommer der erste Flagship-Store, nun folgt ein Laden an Zürichs Europaallee. Die Bündner setzen beim Verkauf klar auf verschiedene Kanäle. Zugpferd ist die preisgekrönte «MIUtec Iso»-Jacke aus zwei Monomaterialien, die rezyklierbar und schneller abbaubar sind. (kid.)

muntagnard.ch

UHREN

So ticken Depeche Mode

Seit 14 Jahren arbeitet Hublot mit der britischen Band Depeche Mode zusammen. So konnten über 2,3 Millionen Dollar für wohltätige Zwecke gesammelt werden. Nun lancieren sie eine neue, gemeinsam entworfene Uhr. Die tiefschwarze «Spirit of Big Bang Depeche Mode» ist eine Hommage an das letzte Album und die Welttournee der Band namens Memento Mori. Sie wird mit zwei austauschbaren Armbändern und mit einer speziellen Vinyl-Single von Depeche Mode in einer limitierten Auflage von 100 Exemplaren angeboten. (rud.)

hublot.com



«Spirit of Big Bang Depeche Mode», Keramik (31000 Fr.), von Hublot.

Zürcher Zeitmesser

Die neue Uhrenmarke MaXII wurde während der Corona-Pandemie von Fabian Lehner gegründet. Gehäuse und Zifferblätter lässt er von der Zürcher Maschinenindustrie herstellen, CNC-gedreht und gefräst, von Hand geschliffen und poliert, ausgestattet mit einem Sellita-Automatikwerk. Nun hat der Objekt- und Medienkünstler Max Grüter, der mit dem Fotografen Patrick Rohner einst das Titelbild von «NZZ Folio» prägte, ein Zifferblatt mit schwebendem Astronauten kreiert. (kid.)

maxtwelvewatches.com



Uhr «Max Grüter», limitiert (2970 Fr.), von MaXII Watches.



Canvas-Tasche, Segeltuchstoff (290 Fr.), von Benci Brothers.

ACCESSOIRES

Ein Stück Japan

Die Marke Benci Brothers verbindet in der neuen Kollektion Swissness mit japanischer Handwerkskunst. Die Rucksäcke, Taschen und Beutel sind allesamt aus robustem Segeltuchstoff mit Details aus japanischem Sattelleder. Diese werden auf einem speziellen Maschinenwebstuhl in einer japanischen Manufaktur in Hyogo genäht. So hat man immer ein Stück Japan mit dabei. (hlh.)

bencibrothers.com

DUFT

Bündner Bergfrühling



Unisex-Eau-de-Parfum «Suvi», 75 ml (260 Fr.), von Odur.

Die beiden Churer Freunde Patrick Stebler und Claudio Zier starteten vor einigen Jahren die eigene Parfümlinie «Odur» – rätoromanisch für Duft –, inspiriert von der Bündner Heimat. Alle Unisex-Düfte werden in der Schweiz hergestellt, mit mindestens 20 Prozent ätherischen Ölen – so halten sie lange auf der Haut. Neuestes Werk ist «Suvi», mit flüchtigen, floral-grünen Noten eine Ode an den Bergfrühling in Graubünden. (rud.)

odur.ch

NEUES AUS DER WELT



Modell «R-4» (Preis auf Anfrage), von Oliver Peoples x Roger Federer.

MODE

Für alle Lebenslagen

Nach Schuhen und Kleidung versucht sich Roger Federer nun am Design von Sonnenbrillen. Mit dem amerikanischen Label Oliver Peoples hat er eine sechsteilige Kollektion entworfen, bei der die Liebe im Detail steckt: die Nummer 8, Federers «Magic Number», und andere Tennissymbole sind verewigt. So ist das achteckige RF-Logo am Bügel vom Endstück des Tennisschlägers inspiriert. Preise: ab 350 Franken. (ijo.)

oliverpeoples.com

Klares Motiv

Oft reicht ein Muster aus, um eine Marke auch ohne ihr Logo zu erkennen. Bei Louis Vuitton ist es etwa das Damier-Schachbrett, bei Gucci der grün-rot-grüne Streifen, bei Dior das «Cannage»-Motiv. Angelehnt an das Flechtwerk der Stühle, die Christian Dior für seine erste Modenschau 1947 wählte, ist es auf «Lady Dior»-Taschen als Steppmuster präsent, und nun erscheint es auch auf Kleidern und Schuhen der Männerkollektion. (kid.)

dior.com



«Cannage»-Pulli, Baumwoll-Cashmere-Mix (1700 Fr.), von Dior.

OUTDOOR

Mehr Glamping

An einem Lagerfeuer dinieren und danach in einem Zelt übernachten, das kann sehr romantisch sein. Damit aber der Rücken am nächsten Tag nicht schmerzt, gibt es in der neuen «HDB»-Kollektion von Helinox die passenden Möbel. Die schlicht-schönen Stühle, Tische und Betten lassen sich schnell auf- und abbauen. Sie bestehen aus langlebigem Polygewebe und einem umweltfreundlich eloxierten Aluminiumgestell. Perfekt zum Glampieren – das geht auch auf dem Balkon. (hlh.)

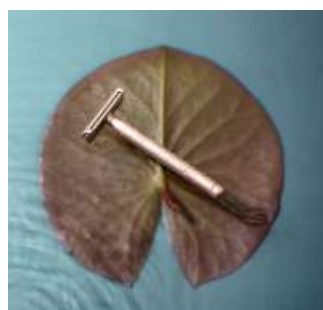
helinox.eu



«Sunset Chair HDB», Polygewebe (etwa 195 Fr.), von Helinox.

BEAUTY

Rasur-Manufaktur



«Companion»-Rasierer, Metall (45 Fr.), von Mühle.

Vor drei Jahren präsentierte das 1945 in Deutschland gegründete Familienunternehmen Mühle mit dem «Companion» einen Unisex-Rasierer für Gesicht und Körper. Dieses Rasiergerät mit geschlossenem Kamm ohne Zahnung und leicht steilerem Klingewinkel ermöglicht eine sehr sanfte Rasurtechnik. Dank dem längeren Griff mit der Struktur eines Fingerabdrucks kommt man auch an Körperstellen abseits des Gesichts. Neu gibt es das edle Stück auch in einer matten Roségold-Beschichtung. (kid.)

muehle-shaving.com



Lampe «Olga», Stahl und Porzellan, (etwa 1363 Fr.), von Serax.

DESIGN

Streiflicht

Eigentlich haben Lamellenvorhänge ja eher eine gesichtslose, sterile Ausstrahlung. Es sei denn, sie sind aus zartem Porzellan, wie etwa die Lampenschirme für Leuchten wie «Olga», «Lou» oder «Gilda» von Serax. Hier ist der Effekt um einiges dramatischer und könnte – dank Metallelementen in schlichtem Vintage-Look – gut aus einem Filmset von David Lynch stammen. Entworfen hat die Wand-, Tisch- und Hängeleuchten die Modedesignerin Ann Demeulemeester. (kid.)

serax.com

Edle Polster

Loro Piana war der Inbegriff von Quiet Luxury, bevor das Phänomen zum Trend wurde. Die 1924 gegründete Marke, bekannt für edelstes Tuch, vor allem Cashmere, ist seit 2013 Teil des LVMH-Konzerns. Seither wird sie sachte, aber stetig ausgebaut: Zum 100-Jahre-Jubiläum präsentiert sie sich als Hauptsponsor der Giraglia-Regatta und weitet das Sortiment mit neuen Linien aus, etwa einem Mass-Service im Wohnbereich. (kid.)

loropiana.com



Möbelstoff «Tusco» von Loro Piana: Baumwolle, Viskose, Jute und Hanf.

DUFT

Komplex und natürlich

Das britische Startup Altra möchte nicht weniger als mit seinen fünf neuen Düften die Welt der Naturdüfte revolutionieren. Anstatt auf Parfums zu setzen, die an klassische ätherische Öle für Duftlampen oder aromatherapeutische Mischungen erinnern, hat die Parfümeurin Beckielou Brown den Anspruch, natürliche Parfums zu kreieren, die synthetischen Kreationen in Sachen Komplexität, kreativer Tiefe und Intensität nicht nachstehen. (rud.)

altrapofuture.com



«Stone Cold Heart», 50 ml (225 Fr.), von Altra.

SCHMUCK

Rundum gedreht



Armreifen «Spiral», Gold mit und ohne Diamanten (ab 5900 Fr.), von Graff.

«Wie Spiralen, die ein Adler in den Abendhimmel schreibt», sang 1969 Vicky Leandros in ihrer deutschen Version von Michel Legrands Hit «The Windmills of Your Mind». Die Spirale als Leitmotiv ist nicht nur in der Musik ein beliebter Klassiker – man denke nur an Ravels «Boléro» –, sondern auch in der Designwelt. Bei Graff basiert auf der Spirale etwa eine Kollektion mit Schmuck und Uhren, frei nach dem Credo «like a circle in a spiral». (kid.)

graff.com

SCHÖN SAUBER BLEIBEN

STÜCKSEIFEN HABEN SICH NICHT NUR AUS ÖKOLOGISCHEN GRÜNDEN WIEDER ETABLIERT. DIESE HIER SIND FAST ZU EDEL, UM SIE ZU GEBRAUCHEN

Text **MALENA RUDER** Fotos & Styling **YVONNE WIGGER**

A

Parfümiert

Die cremigen Seifen sind in den fünf für die Marke typischen Düften erhältlich.

Seifen «Cologne Céleste», im Dreier-Set, 100 g (105 Fr.), von Maison Celine



B

Formschön

Sieht aus wie ein Stück Butter und pflegt Gesicht und Körper mit Sheabutter, Oliven- und Jojobaöl.

Seife «Le Savon», 135 g, mit Box, (30 Fr.), von Jacquemus

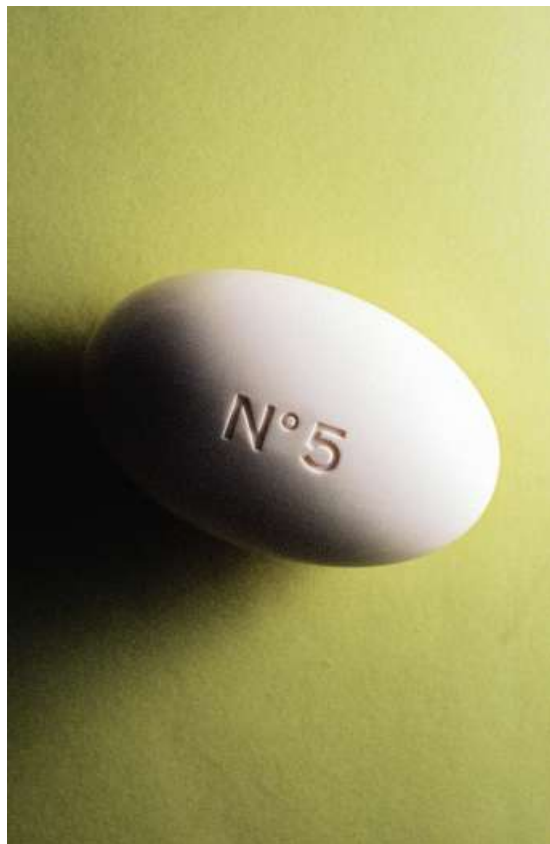


D

Klassisch

Für einmal in fester Form: das wohl berühmteste Parfum der Welt.

Parfümierte Seife «N°5», 150 g (38 Fr.), von Chanel



C

Nostalgisch

Die von Hand geschnittenen Seifen bringen verschiedene Benefits mit: Sie klären, säubern und spenden Feuchtigkeit.

«Le Quartett», im Vierer-Set, je 115 g (etwa 85 Fr.), von Orris





IT'S TIME TO B

B

BOGGI
M I L A N O

Big Hair Day

Voluminöse Haarschöpfe sind wieder im Trend, doch ohne Haarspray geht es nicht. Neue Produkte kleben zum Glück nicht mehr wie einst und pflegen das Haar sogar. So wendet man sie richtig an

Text MALENA RUDER

Romy Schneider mit Volumen im Haar am Set des Films «Die Unschuldigen mit den schmutzigen Händen» von 1975.



5 FRAGEN AN



Jesús Rodríguez ist Educator bei der Luxus-Haarpflegemarke Oribe für die Schweiz, Deutschland und Österreich.

Wozu nutzt man ein Haarspray?

Haarspray wird meist zum Fixieren von Frisuren benutzt. Man kann aber auch mit einer sogenannten «wet application» einen Wet-Look erzeugen. Dafür sprüht man das Haarspray nah an den Ansatz. Fertig ist der Editorial-Look.

Voluminöse Frisuren, das sogenannte «big hair», sind wieder im Trend. Wie wende ich Haarspray dafür am besten an?

Um wirklich viel Volumen zu erzeugen, formt man die Partie mit den Händen und besprüht sie aus einer Entfernung von 20 Zentimetern mit Haarspray. Dabei die Dose immer leicht bewegen.

Wie bestimmt man am besten die Intensität?

Für Extravolumen empfiehlt sich die «double application»: Die Strähne wird mit einem ersten Sprühstoss eingesprüht. Nach

einer kurzen Einwirkzeit besprüht man sie ein zweites Mal, um maximalen Halt und Kontrolle zu bekommen.

Muss das Haar gewaschen werden, um das Spray zu entfernen?

Haarspray kann immer auch durch Bürsten der Haare entfernt werden. Oder alternativ durch ein gutes Trockenshampoo, etwa unser «Oribe Dry Shampoo».

Kann man am nächsten Tag erneut sprühen?

Aufgrund der filigranen Formulierung kann man Produkte wie das «Oribe Superfine Hair Spray» ohne Bedenken am nächsten Tag wieder auf das Haar sprühen, um den Look aufzufrischen. Übrigens schadet Haarspray nicht – im Gegenteil. Der eingebaute UV-Schutz bei vielen Produkten, gekoppelt mit pflegenden Inhaltsstoffen, schützt das Haar vor Umwelteinflüssen.

1

Unkompliziert

Ein feiner und deshalb einfach anwendbarer, transparenter Fixierspray mit pflegenden Inhaltsstoffen und Haarparfum.

«Superfine Hair Spray», 300 ml (46 Fr.), von Oribe



2

Stark

Verspricht «absolute Kontrolle» und schützt vor Feuchtigkeit, UV-Schäden sowie Hitze.

«Super Set», 300 ml (25 Fr.), von Wella Professionals EIMI, bei haar-shop.ch



3

Exklusiv

Fixiert, strukturiert und pflegt mit Pro-Vitamin B5 und Vitamin-E-Acetat. Lässt sich leicht wieder ausbürsten.

«Le Spray Fixant Invisible», 250 ml (etwa 92 Fr.), von Sisley



4

Vielversprechend

Verleiht Volumen und Textur, ohne Rückstände zu hinterlassen. Und kann auch bei leicht fettigem Ansatz helfen.

«Texture & Volume Dry Spray», 200 ml (24 Fr.), von Björn Axén





RITUALS.COM



NATURAL
90%
ORIGIN



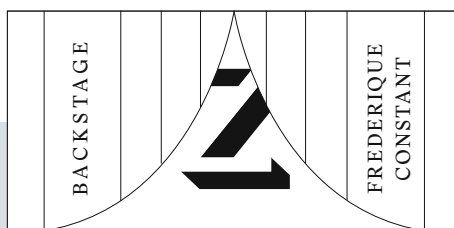
DIE FREUDE DES NEUBEGINNS

Entdecken Sie The Ritual of Sakura

Zertifizierte



Corporation



Perfekt unperfekt

Die Genfer Marke Frederique Constant spannt mit seconde/seconde/ für eine limitierte Kollektion der «Slimline Moonphase Date Manufacture» zusammen

Text MALENA RUDER



Oben links: Romaric André, bekannt als seconde/seconde/. Links: Auch die Rückseite der Uhr wurde gestaltet. Rechts: «Slimline Moonphase Date Manufacture», Stahl, Roségold (3295 Fr.) von Frederique Constant & seconde/seconde/.

Das Uhrmacherhandwerk ist eine ernste Sache. Das sieht man den meisten Modellen auch an. Wie gut auch klassische Modelle eine Prise Humor vertragen können, zeigen die zwei frisch lancierten Modelle der «Slimline Moonphase Date Manufacture», welche die Schweizer Manufaktur Frederique Constant gemeinsam mit Romaric André lanciert hat. Auf den ersten Blick bemerkt man vielleicht gar nicht, was da anders ist, erst beim genaueren Hinsehen wird deutlich: Die Indexe tanzen, die Schrift kommt persönlicher daher als sonst – und sieht nicht auch die Mondphase ein wenig handgemalt aus?

Solche Störungen, die aber das Auge erfreuen, sind die Spezialität von Romaric André. Eine genaue Berufsbezeichnung hat der Pariser nicht, der unter dem Namen seconde/seconde/ bekannt ist, und auch sonst erfährt man nicht viel über ihn. Kommentator, Komiker, Uhren-Hacker und sogar Guerilla-Künstler wird

er genannt. Dies, weil der Kreativschaffende – eigentlich ein an der École Supérieure de Commerce in Grenoble ausgebildeter Wirtschaftsmensch – sich auf das spielerische Verändern von Uhren spezialisiert hat. Vintage-Stücke grosser Marken wie Rolex oder Omega erhalten bei ihm etwa ein Schwert als Zeiger, oder auf der kleinen Sekunde dreht sich zufrieden eine Sanduhr. Typisch für seconde/seconde/sind verpixelte Elemente, die an die viereckige Welt des Computerspiels Minecraft erinnern. Dieser durchaus freche, wenn nicht gar satirische, aber stets liebevolle Zugang hat André schon einige Partnerschaften verschafft. Er entwickelte limitierte Editionen etwa für Timex, Lang oder Louis Erard – und jetzt für Frederique Constant.

Hier ist der Zugang poetischer als bei anderen Kollaborationen. Das mag am Thema liegen: Seconde/seconde/ wollte das Augenmerk auf den Aspekt der Handarbeit lenken. Denn Frederique Constant

ist sehr stolz darauf, eigene Uhrwerke in der Schweizer Manufaktur in Plan-les-Ouates bei Genf zu entwickeln und herzustellen. André sieht diese Seite der Uhrmacherei durchaus auch kritisch: «Als Uhrenliebhabende suchen wir nach Perfektion, aber wenn es zu perfekt wird, bedauern wir den Mangel an Seele, die fehlende Verbindung zu den ›handwerklichen Wurzeln‹ der Uhrmacherei», erklärt er. Im Leben verhalte es sich gleich, führt er weiter aus: «Das Streben nach Perfektion steht manchmal im Widerspruch zu unserer menschlichen Natur und Schönheit.»

Die Automatikuhr «Slimline Moonphase Date Manufacture» von Frederique Constant & seconde/seconde/ gibt es in zwei Versionen zu kaufen, eine in Stahl, limitiert auf hundert Exemplare, und eine in Stahl mit Krone und Zifferblatt-Elementen aus Roségold, von der nur zehn Stück erhältlich sind. Bei beiden tickt im Inneren das hauseigene Kaliber FC-705, die Gangreserve beträgt 38 Stunden.

An overhead view of a woman and a man relaxing on lounge chairs on a pool deck. The woman, on the left, has long blonde hair, wears sunglasses, a teal bikini, and a peach-colored wrap. The man, on the right, has long dark hair and a mustache, wearing a white short-sleeved shirt and blue shorts. They are sitting on a yellow mat with a white border. A pink tray with three drinks is on the mat between them. The pool is to the right, and a metal ladder is visible. The brand name 'SULA • micasa' is overlaid in white text across the center.

SULA • micasa

limited edition
SOLE

exklusiv bei micasa

Doch die Bohne

In der Schmuckwelt ist die bescheidene Hülsenfrucht zum Objekt der Begierde geworden. Das hat Geschichte

Text JANA SCHIBLI

Sie fristet kein besonders glamouröses Dasein, die Bohne. Lustlos wird sie in Dosen gequetscht, mit Abscheu aus dem Salat gepickt. Doch an Halsen, Handgelenken und Ohren, dort frönt sie einem raffinierten Doppelleben. In den siebziger Jahren etwa machte die Schmuckdesignerin Elsa Peretti für Tiffany & Co. eine Kidneybohne zum kostbaren und gefragten Schmuckstück. Es war ihre glatte, natürliche Form, die Peretti dazu verleitete, sie mit Edelmetall zu imitieren. «Eine Bohne, ein Samen, der Ursprung des Lebens», so beschrieb sie einmal die Bedeutung. Für den befreundeten Modedesigner Halston kreierte sie gar eine hohle Version der Bohnenkette, die mit seinem Crème-parfum gefüllt war. Die Körperwärme der Trägerin schmolz das Parfum leicht und setzte so einen dezenten Duft frei.

2022 lancierte Tiffany & Co. Elsa Perettis Bohnenschmuck auch diamantenbesetzt oder aus lackiertem Holz. Getragen wird er auf roten Teppichen wie im Alltag. Das angesagte New Yorker Label Gohar World, das Accessoires für die Küche und darüber hinaus verkauft, nutzt eine Bohne als Logo und bietet sie auch als Haarnadel aus Acetat an. Und Cartier lancierte 2023 seine

UNTEN Haarnadeln aus buntem Acetat in Bohnenform von Gohar World.



goldene «Grain de Café»-Kollektion neu: 1938 von der damaligen Kreativdirektorin Jeanne Toussaint entwickelt, wurde sie auch von Grace Kelly getragen. Die «volle, runde und fleischige Form» der Kaffeebohne sei eine «wahre Inspirationsquelle», so die Maison.

Das fand man schon vor Tausenden von Jahren. «Ursprünglich wurden Bohnen domestiziert, um als Schmuckstücke, Amulette und Talismane verwendet zu werden», erklärt Xandra Uribe, eine Schmuckdesignerin aus Kolumbien, via Zoom. Indigene Kulturen wie die peruanischen Moche sammelten und pflanzten Bohnen für ihre Schönheit und die ihnen nachgesagte spirituelle Kraft. Erst später begannen sie laut Uribe, dies auch der Nahrung wegen zu tun. Gerade dank diesem Fokus auf Ästhetik gibt es heute rund 700 verschiedene Bohnensorten: fleckige, gesprenkelte, zweifarbige, schwarz-weiße. Xandra Uribe sammelt sie und fädelt manche

von ihnen – ganz in der Tradition ihrer Heimat – zu üppigen Ketten. Ausser mit einer Schicht Bohnenwachs behandelt sie die Bohnen nicht, denn sie sollen möglichst naturbelassen sein.

Während der Corona-Pandemie wuchs das Interesse an Uribes Schmuck stark. Kein Zufall, sagt sie: «Bohnen sind von jeher als das Fleisch der Armen bekannt. Erst während Kriegen und Pandemien fingen die Menschen an, sie zu wollen und zu schätzen.» Es gibt Anzeichen, dass das Interesse dieses Mal nachhaltiger sein könnte. Schokolade wird als «bean-to-bar» beworben, auf Tiktok sind Bohnenrezepte allgegenwärtig. Und eben, der Schmuck. Er ist noch immer einer der schönsten Beweise für Wertschätzung, ob nun aus Gold oder Bohnen.



Die «Bean»-Kollektion von Elsa Peretti für Tiffany & Co. gibt es heute in grosser Vielfalt, etwa als 5-cm-Version an einer Seidenkordel.

UNTEN Liza Minnelli trägt eine silberne Bohnenkette, entworfen von ihrer Freundin Elsa Peretti, 1973.



UNTEN MITTE Schmuck aus Bohnen von Xandra Uribes Label Byxan.

UNTEN RECHTS Von Kaffeebohnen inspiriert: Brosche «Grain de Café», Gelb- und Weissgold, Diamanten, von Cartier.



Das ist Schweizer Design.



Schweizer Perfektion für zuhause. Seit 1913.



Mit Hand und Herz

Was nützt ein Stuhl, auf dem man nicht sitzen kann? Das fragt sich der amerikanische Designer Chris Wolston. Deshalb lotet er in seiner Arbeit immer wieder die Grenze des Möglichen aus. So entstehen skulpturale Möbelstücke, die verrückt aussehen und trotzdem praktisch sind

TEXT LEA HAGMANN



Der 36-jährige Designer lebt und arbeitet in Medellín und in New York.

«Mich fasziniert die Kombination von Hightech-Methoden und einfachsten Materialien.»

Es braucht mehr als bloss ein Auge fürs Schöne, um ein guter Designer zu sein. Plattformen wie Instagram haben dafür gesorgt, dass sich die Ästhetik weltweit angepasst hat. «Es wurde ein Algorithmus geschaffen, der zur globalen Zerstörung des Einzigartigen geführt hat», sagt der amerikanische Designer Chris Wolston. Seit 10 Jahren lebt er in Kolumbien. Auch hier habe er diese Anpassung beobachtet; diesen konformen Einrichtungsstil – viel Beige in Cafés und Hotels und immergleiche Möbelklassiker, die in den Wohnungen stehen. In den Hintergrund gerückt seien regionale Stile und Traditionen. Chris Wolston will dagegenhalten. Seinen Designansatz erklärt er so: den Zeitgeist wahrnehmen, aber mit neuen Elementen umprogrammieren. Entwürfe können geprägt sein davon, wo man auf der Welt lebt, was einen umgibt oder von Techniken, die auf bestimmte Traditionen zurückgehen. Und am Ende muss es eben auch funktionieren, nicht einfach nur gut aussehen.

Oft fällt die erste Reaktion auf Chris Wolstons Möbelstücke gleich aus: «Kann das bequem sein?» Seine Antwort: «Nehmen Sie doch bitte Platz!» Der 36-Jährige grinst, so, wie er es im Zoom-Call oft macht, wenn er über seine Arbeit spricht. Es wäre für ihn absurd, etwas herzustellen, was sich nicht gut anfühle, sagt er: «Was nützt mir ein Stuhl, auf dem ich nicht sitzen will? Weshalb sollte jemand so etwas in seinem Haus haben wollen?»

Aufgewachsen ist Chris Wolston in Providence, Rhode Island, seine Kindheit war geprägt von Ausflügen in die Natur. Regelmässig sei seine Familie zum Wandern in die Berge gereist. Zusammen mit seinem Zwillingbruder, der heute als Feuerwehrmann Waldbrände löscht, war er bei den Pfadfindern. Beide suchten sie das Abenteuer, jedoch auf unterschiedliche Weise: Chris Wolston entschied sich für eine Ausbildung in Glasguss und Formenbau. Im Rahmen seines Bachelorstudium an der Rhode Island School of Design reiste er 2008 nach Ghana ans Kokrobitey Institute, um an der Handwerkschule ausserhalb von Accra traditionelle ghanaische Handwerkspraktiken zu erlernen. «Wir fertigten Objekte nach den Methoden des traditionellen Goldgusses, der seit Jahrhunderten in der Region verankert ist», erzählt er. Doch statt Gold verwendeten sie alte Messingschrauben, -hähne oder -muttern vom Recyclinghof, und die Formen stellten sie aus Schlamm und gemahlene Termitenhügeln her, gemischt mit Gras und Bienenwachs. Das Ergebnis war ähnlich, was Wolston dazu animierte, mehr mit rezyklierten Materialien zu arbeiten: Abfälle aus der Pelzindustrie, Stoffreste oder Altmetall. «Mich fasziniert die Kombination von Hightech-Methoden und einfachsten Materialien.»

2013 zog er nach Medellín, um mit einem Fulbright-Stipendium präkolumbianische Keramik zu studieren. Seither pendelt Wolston zwischen Amerika und Kolumbien und genießt das Beste aus zwei Welten. Einerseits New York, wo «diese unvergleichliche Energie herrscht», das Streben nach Neuem. Dort hat er sein Netzwerk, die Galerie The Future Perfect, in der er seine Möbelstücke ausstellt – «und Leute, die sich für meine Arbeit interessieren». Und andererseits Medellín, wo er die Nähe zur Natur schätzt. Man spüre im Aburrá Valley die Präsenz der Erde auf eine Weise, wie es in der amerikanischen Metropole nicht möglich sei. Auch hat er in Kolumbien seine Inspirationsquelle direkt vor dem Haus: den Garten. Für seine jüngste Show «Flower Power» schnitt er Blumen, Blüten und Blätter und stellte daraus Abdrücke her, die er in Bronze goss. Das Resultat: verschiedene Werke aus Bronze und Ton, etwa ein glänzender Blüten-Lampenschirm, der auf einem handgefertigten Fuss steht.

Wolston ist auch ein Forscher, der das Erlernen neuer Verfahren, den Entwicklungsprozess an sich, ins Zentrum seiner Arbeit stellt: «Mich interessiert, zu verstehen, wie bestimmte Dinge überall auf der Welt unterschiedlich gefertigt werden.» Er studiert alte Materialien, erlernt neue Techniken – und experimentiert. «Pushing the boundaries», sagt er, Grenzen auszuloten, auch darum geht es ihm.

Wenn er über seine eigene Arbeit spricht, dann verwendet er den Begriff der «postmodernen Ästhetik» und meint nichts anderes als die Neuinterpretation mittels alter Techniken. «Ein Stuhl ist ein Stuhl», sagt er – aber er abstrahiert die Sitzfläche, lässt ein Bein weg oder integriert einen Pflanzentopf in die Rückenlehne. «So kreierte ich eine absichtliche Verwirrung zwischen dem Symbolischen und dem Spezifischen.» Oder anders ausgedrückt: «Man nimmt ikonografische Formen und spezifiziert sie durch Materialität.» Seine künstlerische Signatur geht dabei nie verloren. Er vergleicht es mit dem Erlernen einer Sprache: Die Grundlage bleibt dieselbe, aber mit jedem Entwurf kommen neue Ausdrucksweisen hinzu. So bleibt seine Handschrift auch dann noch erkennbar, wenn er mit Luxusmarken kollaboriert. Für das italienische Modehaus Fendi applizierte er auf die ikonische Peekaboo-Tasche Blüten und Blätter, im Rahmen einer Initiative von Dolce & Gabbana kreierte er einen Kronleuchter, und für 3.1 Phillip Lim fertigte er einen seiner Keramikbeistelltische aus Terrakotta.

Immer wieder tauchen Hände und Füße an seinen Möbelstücken auf. Anthropomorphe Formen, wie sie seit Jahrhunderten in der Kunst dargestellt werden. Bei Wolston aber fehlt ihnen eine klar festgelegte Definition: Die «Nalgona»-Stühle, die er aus kolumbianischer Weide fertigt, haben Arme, Füße, Hinterteile. Ist die Figur männlich oder weiblich? «Nonbinär», sagt Wolston auf die Frage, die ihm oft gestellt werde. Klar, er habe konkrete Vorstellungen, «aber wer mit den Möbeln lebt, soll seine eigenen Ideen generieren können», sagt er.

Es schaffe eine Verbindung, wenn Betrachtende Entwürfe nicht nur wahrnehmen, sondern sich mit ihnen auseinandersetzen. Vielleicht bringt es sie auch zum Lachen: «Humor ist etwas Universelles», sagt der Designer, der immer wieder auf das Überraschungsmoment setzt. Es wäre zu einfach, zweimal das Gleiche zu tun – und ausserdem wünscht sich Chris Wolston, dass die Menschen wegen seiner Möbel nicht aufhören, sich immer wieder neue Fragen zu stellen.



OBEN Einen Stuhl aus der «Nalgona»-Serie stellte Chris Wolston kürzlich am Nomad St. Moritz aus. MITTE LINKS Vase aus der «Lost in Paradise»-Serie. MITTE RECHTS Die Terrakotta-Stühle sind Wolstons Markenzeichen. UNTEN LINKS Für den Lampenschirm schnitt der Designer Blumen und Blätter in seinem Garten in Kolumbien, deren Abdrücke er später in Bronze goss. UNTEN RECHTS Hände sind ein beliebtes Motiv an Wolstons Möbelstücken.

Bertrand Piccard

Seine Kindheit war geprägt von Menschen, die Risiken eingegangen sind. Heute gilt der Psychiater Bertrand Piccard selbst als der grösste Abenteurer der Schweiz. Ein Gespräch über das Familienerbe, die innere Welt und eine Zusammenarbeit, die sein halbes Leben andauert

INTERVIEW SONJA SIEGENTALER



Wollten Sie schon immer Entdecker werden?

Ja, seit Juli 1969, dem Monat, in dem ich sah, wie mein Vater mit seinem U-Boot zur Erkundung des Golfstroms aufbrach, und in dem ich in Cape Kennedy eingeladen war, den Start von Apollo 11 zum Mond mitzerleben. Ich erinnere mich sehr gut daran: In diesem Moment sagte ich mir, das ist die Art von Leben, die ich führen möchte.

Was hat Sie daran so fasziniert?

All die Leute, die ich als Kind getroffen habe, waren Astronauten, Testpiloten, Taucher, Pioniere, Entdecker. Ich las ihre Geschichten in Magazinen und Büchern, und eine Woche später traf ich sie. Sie kamen zu uns nach Hause und haben mit meinem Vater zu Mittag oder zu Abend gegessen. Das waren normale Menschen. Sie nahmen sich Zeit, mit mir zu sprechen, mir zu erklären, was sie taten. Es waren Menschen mit einem Traum, den sie verwirklichen wollten.

Sie wurden in eine berühmte Entdeckerfamilie geboren. Ihr Grossvater war der erste Mensch, der in die Stratosphäre geflogen ist. Ihr Vater tauchte in den Marianengraben, in 11 Kilometern Tiefe. Bedeutete dieses Familienerbe nicht auch Druck für Sie?

Es gab nie den Druck, das Gleiche zu tun wie mein Vater oder mein Grossvater. Aber es gab den Druck, dass ich, was auch immer ich tun wollte, es gut machte.

Was hat Sie Ihre Mutter gelehrt?

Sie war sehr an spiritueller Forschung, orientalischen Philosophien, Psychologie interessiert. Deshalb wurde ich auch Psychiater und Hypnotherapeut. Weil ich nicht nur die äussere Welt, sondern auch die innere Welt erkunden wollte. Wenn ich eine grosse Expedition mache, spreche ich genauso viel über den psychologischen und emotionalen Teil wie den technologischen.

Die äussere Welt zu erforschen, geht also nicht, ohne die innere Welt zu kennen?

Beides gehört zusammen. Erkundung ist eine Geisteshaltung. Sie bedeutet, Dinge besser verstehen zu wollen. Und sie auch verbessern zu wollen.

Wie kommen Sie zur Ruhe?

Mit Atmen. Wenn man einatmet, füllt man sich mit Energie. Man ist aktiv.

Mit dem Ausatmen kann man in sich gehen, die Aufmerksamkeit auf das innere Selbst lenken. Das ist eine der Grundlagen der Hypnose.

Man versucht, das Innere statt das Äussere zu erforschen.

Ihnen und Brian Jones gelang 1999 die allererste Nonstop-Erdumrundung in einem Ballon – dem Breitling Orbiter 3.



Uhr «Aerospace B70 Orbiter», im Rahmen des 25-Jahr-Jubiläums der Breitling-Orbiter-3-Mission lanciert.

Welche Bedeutung hat die eben zum 25-Jahr-Jubiläum lancierte «Aerospace Orbiter»-Uhr von Breitling für Sie?

Sie verewigt diesen Erfolg in der Geschichte. Ausserdem ist die «Aerospace Orbiter» eine wirklich schöne Uhr. Mir gefällt das rote Zifferblatt, das genau die Farbe der Kapsel des Breitling Orbiter 3 hat. Sie ist ein wahres Sammlerstück – auch weil auf der Rückseite einer jeden Uhr ein kleines Stück Stoff des originalen Ballons angebracht ist. Dies war meine Idee.

Sie arbeiten seit 32 Jahren mit Breitling zusammen – Ihr halbes Leben lang. Wie kommt das?

1992 wurde ich dazu eingeladen, den Atlantik in einem Ballon zu überqueren, mit Breitling als Sponsor. Mein Ballon hat das Rennen gewonnen. Da hat der Besitzer von Breitling gemeint: Wenn du eine weitere gute Idee hast, sag es mir. Wir sind dabei. Und ich meinte: Ja, ich will nonstop um die Welt fliegen. Breitling war dabei.

Nach dem ersten Misserfolg, und auch nach dem zweiten Misserfolg. Die geglückte Weltumrundung war dann also unser Erfolg mit Breitling. Wir machten zusammen weiter.

Breitling ist Luxus und gleichzeitig Abenteuer, Forschung. Pilotinnen tragen Breitling-Uhren, Sportler ebenso.

Welches Uhrenmodell haben Sie während des Fluges im Breitling Orbiter 3 getragen?

Die Breitling «Emergency», die erste Armbanduhr mit integrierter Notfunkbake für Personen.

In einem Notfall wird man sofort gefunden und gerettet. Ich fühlte mich sehr sicher.

Sie engagieren sich auch für den Klimaschutz. Bezeichnen Sie sich selbst als Aktivisten?

Ich bin kein Aktivist in dem Sinn, dass ich meine Hände auf die Strasse kleben würde. Eher ein Akteur des Wandels. Ich möchte Menschen dazu inspirieren, die Umwelt zu schützen, und zeigen, dass es attraktive Lösungen zum Schutz der Umwelt gibt. Und ich möchte kein langweiliges Bild von Ökologie vermitteln.

Etwa, indem Sie in einem solarbetriebenen Flugzeug um die Welt fliegen, wie Sie es 2016 getan haben?

Ja. Die gesamte Weltumrundung vor acht Jahren verbrauchte keine Emissionen. Der Flug der Solar Impulse war aber eher symbolisch; ich musste 16 Mal einen Zwischenstopp einlegen, und das Flugzeug war für eine kommerzielle Nutzung nicht geeignet.

Als Nächstes wollen Sie als Erster mit einem Wasserstoffflugzeug nonstop um die Welt fliegen. Ist es die Lust auf ein neues Abenteuer?

Es geht nicht nur um den Flug. Wir wollen zeigen, wie man Mobilität dekarbonisieren kann. Und wir wollen Hoffnung machen. Viele Menschen sind momentan öko-depressiv und ängstlich. Doch es gibt Lösungen, und wir wollen zeigen, wie man sie umsetzen kann. Es ist wichtig, vorzumachen, dass das «Unmögliche» erreicht werden kann.

DIE WELT VON BERTRAND PICCARD



Über den Ozean zu fliegen, der den Mond reflektiert

Schönheit



Ski fahren abseits der Pisten des Diablerets-Gletschers

Berg

«The Right Stuff» von Tom Wolfe



Buch

«The Brando» in Französisch-Polynesien, ein wegweisendes Beispiel für ein nachhaltiges Hotel



Pinienbäume in der Hitze Südfrankreichs

Duft

«Goyas Geister», ein Film, der den Schrecken religiöser Intoleranz zeigt



Film



Hotel

Leonard Cohen



Museum



National Air and Space Museum in Washington und das Verkehrshaus der Schweiz in Luzern



Sänger

Nur Sonnenschutz



Hautpflege



Sonnenuntergang

Liebste Tageszeit



Mandalay

Stadt



Die Breitling Navitimer, Modell «B02 Chronograph 41 Cosmonaute», mit 24-Stunden-Anzeige

Uhr

FOTOS: GETTY IMAGES / VALENTIN FLAURAUD / KEYSTONE, RACHEL COOK / UNSPLASH.COM, ALAMY, COURTESY OF THE BRANDO / JOHAN DRONE, COURTESY OF VERKEHRSHAUS LUZERN, PD

ANZEIGE

WO OSTERN ZUHAUSE IST

Im Sprüngli-Wunderland



Sprüngli





AUS DEM AUGENWINKEL

Zwielicht

Text und Fotografie **BICE CURIGER**

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

Schummrig zwischen Tag und Nacht. Das Zwielicht ist betörend, wenn es auf den richtigen Gemütszustand trifft. Vergessen wir das Zwielichtige im moralischen Sinn. Hier sind wir in einem Bar in Venedig, im Dämmerlicht eines Palazzos. Im Ballett der Spiegelungen, der trinken machenden Raumsituation. Wärmende Farben umkreisen kontrapunktische Öffnungen ins Blaue. Ist's Wasser oder Himmel? Das ganze eine Symphonie der Bass-töne und Falsetttönen.

Man ist benebelt und zugleich vitalisiert, bevor der Cocktail serviert ist. Ein Bellini mit seiner süssen Note. Oder ist's eher ein Manhattan, den wir bestellt haben? Der eine als Reverenz aus Lokalkolorit, der andere unsere Weltläufigkeit beschwörend.

Oder wie wär's mit einem "Rusty Nail"? Einfach so als Kontrast: einen rostigen Nagel! Und unmusikalsch gesprochen, als ein Schluss Dissonanz in die Harmonie, eine Dosis "Noise" aus der Welt des Alltags, eingeworfen in diese Blase angenehm wattierter Dekadenz.

Schön scharf

Text RICHARD KÄGI Illustration GRAFILU.CH

Eva weint. Eva ist aber nicht etwa traurig. Im Gegenteil. Eva ist sehr glücklich. Sie wird nämlich gerade von mir bekocht. Und das ist prinzipiell schon einmal ein Riesenglück für jede Eva. Sie weint ob der Schärfe der Chilisauce, die ich ihr gerade serviere. Die habe ich selbst gemacht, nach einem Rezept namens Bushman's Revenge, dem ich in Südafrika begegnet bin.

Ich bin aber weder aus Südafrika, noch schmiede ich Rachepläne gegen Eva. Ihr Gesicht läuft rot an, sie schnappt nach Luft. Rasch stopfe ich ihr etwas griechischen Naturjoghurt ins brennende Mündchen. Das lindert. Und ist – neben Mascarpone mit hohem Fettgehalt – das Einzige, was gegen Chilischärfe wirklich hilft. Auch Limetten- oder Zitronensaft bekämpft den Hitze-schmerz. Massvoll getrunken natürlich.

Geschmackliche Schärfe, egal ob von Chilis, Pfeffer, Knoblauch oder Ingwer, brennt die Langeweile aus vielen Speisen, malträtiert aber unsere Empfindsamkeit bis zur Schmerzgrenze, verschlägt uns die Sprache. Sie erzeugt Schweissausbrüche und lässt uns nach Wasser schreien. Obwohl, wie wir alle schon erfahren haben, Wasser als Löschmittel nichts taugt. Im Gegenteil, es macht die Sache schlimmer, da es das Schärfemittel Capsaicin in der Mundhöhle verteilt.

Trotz den Schmerzen, die allzu viel Chili erzeugen kann, greifen wir immer wieder danach. Natürlich gibt es auch im Chili-Es-

sen diverse Contests. Die legendärsten Schärfe-Heroes der Championship-Rankings tragen Namen wie Mike Jack «Eats Heat», «Pepper Paul» oder Aaron «MonsterHeat» Jewells. Auch eine Frau mischt vorne mit, Annee «The Reaper Teacher» Boyer. Bei Länder- und Weltmeisterschaften werden in diversen Kategorien die «Masters of the Chili-Universe» ermittelt. Wer am schnellsten isst, am meisten, die schärfsten. Was immer wieder zu schwersten inneren Verbrennungen und durchaus auch schon zum Tode von furchtlosen Teilnehmern führte.

Insgeheim suchen auch wir Normalos den wiederholten Schärfekick, die kulinarischen Endorphinschübe. So auch Eva. Auf ihrer Stirn glänzen kleine Schweissperlen. «Scharf macht mich glücklich und lustvoll, mich nennen sie auch Million-Scoville-Woman!» Scoville? Gemeint ist die vom Apotheker Wilbur Lincoln Scoville vor hundert Jahren entwickelte Methode zur Bestimmung der Schärfe von Paprikapflanzen. Der Wert ist abhängig vom Anteil des in Chilis enthaltenen Capsaicins. Dieses Alkaloid gaukelt unserem Gehirn Hitze vor, und dieses reagiert mit Verbrennungsreizen. Was sich medizinisch-trocken anhört, kann die reinste Folter bedeuten. Peperoni kommen über den Wert 10 nicht hinaus, reines Capsaicin auf über 16 000 000 SHU (Scoville Heat Units). Da werden Milligramm davon zum Killerinstrument. Seine Schärfe ist

derart mächtig, würde man zwei Tropfen davon im Wasser eines mittelgrossen Swimmingpools auflösen, dann kitzelte es bereits auf der Zunge, nähme man nur einen Schluck. Tabasco mit mickrigen 5000 Scoville heizt uns schon tüchtig ein, indische Tezpur-Chilis sowie einige Habanero-Sorten aus Zentralamerika erreichen bis zu 1 Million auf der Schärfe-Schmerz-Lust-Skala und beschäftigen unseren Metabolismus noch Tage danach. Wenn er diese Attacken überhaupt überlebt.

Gerade hat der wohl berühmteste Chili-Züchter, der Amerikaner Ed Currie (ja, er heisst wirklich so), seine neueste Schöpfung vorgestellt, den Pepper X. Schon vorher hielt er den Rekord, mit der Sorte Carolina Reaper, mit 2,2 Millionen SHU. Pepper X kommt auf im Guinness-Buch verbürgte 2,7 Millionen SHU. Eine Kreation direkt aus der Hölle, so tödlich brennend.

Zurück zur Buschmann-Rache: Vor einigen Jahren durchquerte ich die unirdisch schöne Landschaft der Kleinen Karoo, eine Art Steppe nordöstlich von Kapstadt. Lokale Farmer, die eine besondere Chili-Sorte namens Red Savina (immerhin bis zu 557 000 SHU) anpflanzten, verwiesen mich an eine kleine Firma, die ihnen die extrem scharfen Dinger abnahm und eine Sauce daraus braute. Als ich bei meinem Besuch dort die kleinen Fässer sah, in denen die Chilis in einem wahrhaften Höllensud zwei Jahre vor sich hin fermentierten, war schnell klar, warum die Mitarbeiter und auch die Besucher dort nur mit Atemschutzmasken nahe an die Holzfässchen herangeführt wurden. Das beissende Aroma brannte schon durch die Maske hindurch jegliche anderen Gerüche aus dem Weg.

Ich änderte das Rezept etwas ab, wer möchte denn zwei Jahre auf das Ergebnis warten? Als Basis verwende ich die grossen, roten Peperoncini, schon anständig scharf, etwa 300 Gramm davon. Dazu mische ich 100 Gramm kleine, rote Thai-Chilis, zwei Stengel Zitronengras, zwei braune Zwiebeln und zehn Knoblauchzehen und hacke alles grob. Dann zusammen mit 300 ml Rapsöl im Mixer zu einer feinen Paste verarbeiten. Diese wird danach in einem breiten Topf etwa zehn Stunden auf kleinstem Feuer geköchelt, dabei immer wieder umrühren, es darf nichts anbrennen. 100 ml Tamarinde in flüssiger Form (gibt es im Asia-Shop) und 50 Gramm Palmzucker einrühren, weitere zwei Stunden köcheln, danach heiss in sterilisierte Gläser abfüllen. Die Paste erfüllt auch noch andere Ansprüche, als Schmerz (und Lust) zu wecken, und passt hervorragend überall dort, wo ein kleiner bis grösserer Schärfe-Sidekick erwünscht ist. Und natürlich zu Eva. Zu ihr ganz besonders.

RICHARD KÄGI ist Autor, Foodscout, schreibt Kochbücher und Kolumnen.
Rezepte: homemade.ch
und auf Instagram @richifoodscout.
Er isst gerne und oft scharf.



Kleine Fluchten

Text **BARBARA VINKEN**

Abenteuer kommt von *aventure*, und das war im höfischen Roman eine Prüfung. Ziel war es, dass der Abenteurer auf seiner Suche richtig leben und sich und andere regieren, schön lieben lernte und so der Hofgesellschaft zu Glanz und Glück verhalf. Die *aventure* war ein eminent soziales Integrationsereignis.

Abenteurer sind im zwanzigsten Jahrhundert eigentlich *gratuit* und asozial geworden: Der einzelne sucht sich an den Herausforderungen der Natur zu beweisen. Abenteurer, das war mal, sehr steil den Mount Everest zu erklimmen, Tiefseetauchen, eine Weltumseglung, Schwimmen mit dem Weissen Hai in Hawaii, etwas Gefährliches, das einen möglichst völlig aus dem Alltagstrott herausholt. Und meistens – auch bei Frauen – mit männlicher Bravour assoziiert. Ein Lebensprojekt. Nicht selten etwas von *lonely wolf* und *road movie*: allein mit dem Auto quer durch die USA.

Mir scheint, dass sich die Natur des Abenteurers – zugleich mit Covid? – verändert hat. Natürlich sind die Flughäfen mit fernreisenden Abenteuerhungrigen voll, aber das sieht doch schon irgendwie abgestanden aus, dezidiert von gestern. Auch sind diese Flüge schlecht für die Haut und den Metabolismus. Also besser vor der eigenen Tür anfangen, einen See durchschwimmen, über die Alpen laufen. Auf eigenen Füßen den eigenen Kräften vertrauen. Schneller, höher, weiter, exotischer scheint nicht mehr das Motto zu sein. Auch kleine Fluchten aus dem Alltag, mässig heroisch konnotiert und in Reichweite für jedermann, sind angesagt. In New York laufen gerade viele junge Männer auch bei Minusgraden unverdrossen mit nackten Beinen durch die Stadt. Abenteuerlich. Ob sie dabei die englischen Internatsjungen

im Sinn haben, die mit blaugefrorenen Beinen herumlaufen, weil man, um sich abzuhärten, ab Ostern keine langen Hosen mehr trug, egal, ob es schneite, hagelte oder man fror? Oder man stellt sich mit der Freundin vor, die Stadt sei ein Dschungel, und wirft sich von Kopf bis Fuss in einen dezidiert nicht gut erzogenen Leopardendruck, der in seiner *trashigkeit* mit dem angesagten «quiet luxury» nichts zu tun haben will, und wartet mal die Reaktionen ab.

Wagemutig, ja fast todesmutig, zieht man sich Grossmutterns Nerz an und geht flanieren. Was man wohl so an den Kopf und vielleicht auch auf den Pelz geworfen bekommt? Für viele ist das moderne Abenteuer eine Fahrt mit der Deutschen Bahn, völlig unabsehbar, wann man wo mit wem landet. Wer weiss, trifft man unterwegs auf eine Frau, die beruflich eine Hexe ist, den Zugverspätungen und dem regelmässigen Verpassen der Anschlusszüge gegenüber aber machtlos ist; was bleibt von der Hexerei, ist eher eine Form von Coaching. In Zürich geht man zum Kaltbaden in den See, mit etwas Warmem auf dem Kopf, und hofft für einen kurzen Moment nicht unbedingt, länger zu leben, aber geniesst den *flash*, der den Winterblues wegbläst.

So sind die Abenteurer nicht mehr vom Duft der grossen, weiten Welt umweht, sie liegen vor der Haustüre in *walking distance*. Sie bestehen darin, aus der Komfortzone herauszutreten, den Blick mal kurz vom Handybildschirm zu heben, um einem Passanten in die Augen zu sehen, und die Kopfhörer abzusetzen, um die Welt drumherum, die tobenden Strassen, zu hören. Abenteurer: die anderen aus der *comfort zone* zu locken, den Gemeinsinn auf die Probe zu stellen. Kurz, im Sozialen zu experimentieren.

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.



US-Schauspieler Jeremy Allen White geht gerne auf dem Bauernmarkt Blumen kaufen.

STILKRITIK

Blumen statt Klischees

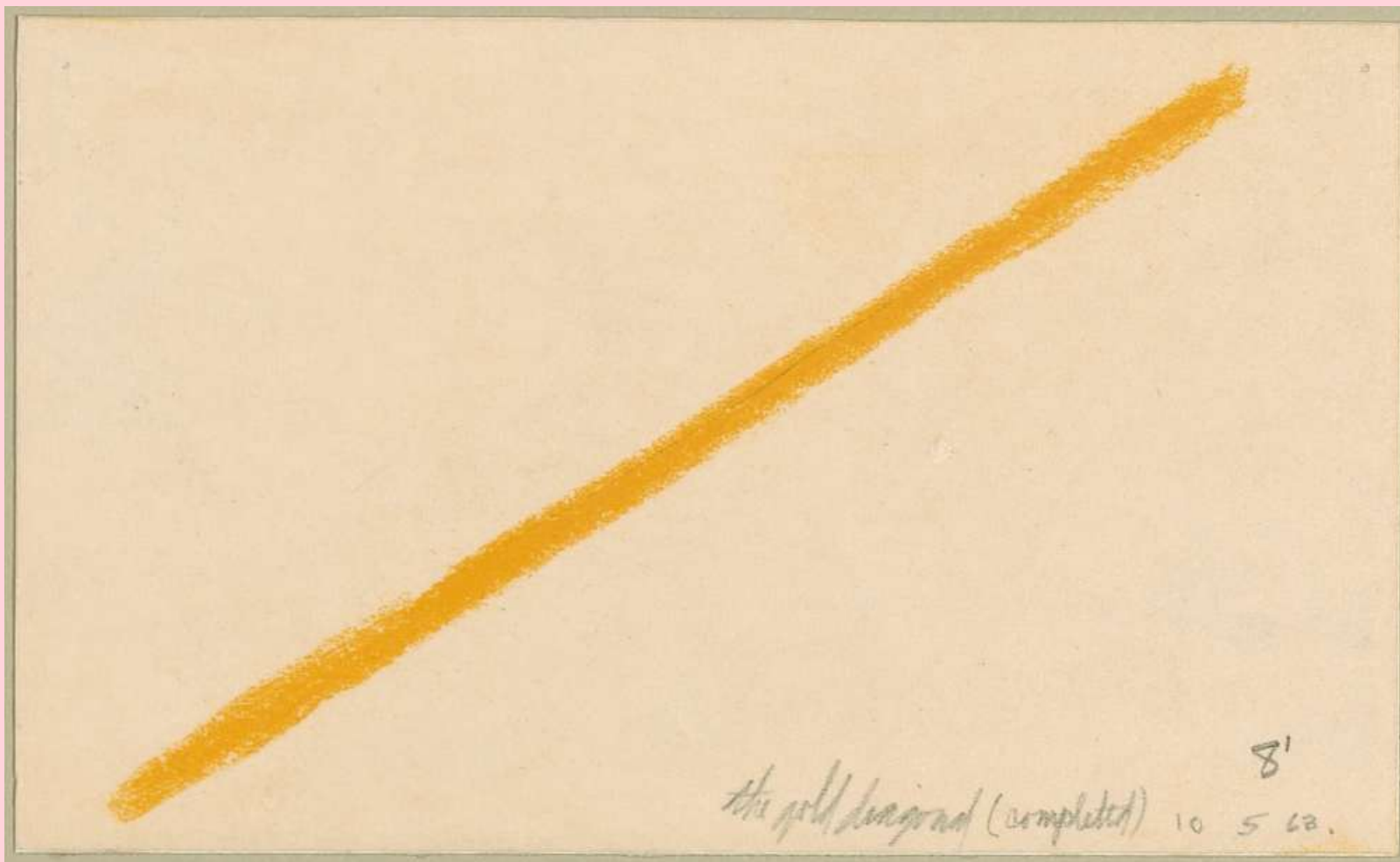
Text **MALENA RUDER**

Blumen und Männer, das geht in den Augen vieler nach wie vor nicht zusammen. Denn Blumen sind zart, fragil, farbig, dekorativ und organisch geformt. Sprich: feminin. Klassische Männer Sachen aber sind eher hart, kantig, metallisch, widerstandsfähig. Anhand der Form von Parfum-Flakons kann man das zum Beispiel sehr gut belegen. Und anhand ihrer Inhalte: ein blumiger Männerduft ist schwer zu finden. Nur Kräuter, höchstens Lavendel, scheinen zulässig. Der US-amerikanische Schauspieler Jeremy Allen White, bekannt für seine Rolle als Koch Carmy Berzatto in der Serie «The Bear: King of the Kitchen», beweist, wie man sich getrost von diesen Klischees lösen kann. Regelmässig spaziert er zum Bauernmarkt im kalifornischen Los Angeles, kauft manchmal einen, manchmal auch zwei Sträusse von der Grösse eines Erstklässlers und trägt sie wie ein Accessoire mit sich herum.

Da er ein Star ist, sind natürlich auch die Paparazzi nicht weit. Und ihre Fotos machen gerade auf Instagram die Runde, sie erhalten vor allem von Frauen Tausende von Likes, Kommentare («No thoughts, just awwwww») oder «He selected the best flower bouquet») und Tweets («Babe, wake up, new Jeremy Allen White farmers market pics dropped»). Fast wie in einem Live-Ticker wird verfolgt, in welchem Look und mit welchen Blumen er sich als Nächstes zeigt. Diese Begeisterung hat verschiedene Gründe. Zum einen mögen viele Menschen aus Prinzip Männer, die zum Markt gehen. Das hat etwas Gesundes, Entschleunigendes, ja gar Fürsorgliches. Weiter herrscht ein fast schon absurder Kontrast zwischen den übergrossen Bouquets und White in seinen lässigen Klamotten und stets leicht verpeilter Attitude. Zum anderen sind wir es schlichtweg nicht gewohnt, Männer mit Blumensträussen zu sehen. Höchstens am Valentinstag oder auf der Bühne; aber für Musiker und Theaterleute gelten ja sowieso andere Regeln. Das Sich-Abgrenzen von Grünzeug geht so weit, dass es sogar eine eigene Marke gibt, die sich auf Zimmerpflanzen für Männer spezialisiert hat. Bei *maennerpflanze.ch* gibt es dann Kakteen und anderes Pflegeleichtes in Grün.

Natürlich wählt auch White hier durchaus männertaugliche Blumen, wenn man das denn so benennen will. Das sind keine kleinen braven Blumenkinder-Sträusschen, auch keine eleganten und handlichen Braut-Bouquets, sondern wilde, ungezähmte Sträucher oder Blumen mit fleischigen Stielen, die gerade noch so in eine Bodenvase passen. Gilt demnach für Blumen und Männer das gleiche Klischee wie für Männer und Autos: je grösser, desto besser? Was Jeremy Allen White letztlich mit den Sträussen macht, darüber schweigen er selbst und das Internet bis jetzt. Aufstellen? Umstecken? Verschenken? Eine historisch sehr männlich besetzte Möglichkeit wäre es, sie abzumalen: von Paul Gauguin über Claude Monet bis hin zu Andy Warhol, die berühmten Vorbilder sind da. Und White, sowieso bereits für seinen Stil gefeiert, löst nun vielleicht bald einen Blumen-Hype bei Männern aus.

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



Dan Flavin, «The gold diagonal (completed)», 1963, Fettstift auf Papier, auf Karton aufgezogen

Ansichten

Von **ULRIKE HUG**

Im Jahr 1963 gelang dem amerikanischen Minimal-Art-Künstler Dan Flavin (1933–1996) mit «The diagonal of May 25, 1963 (to Constantin Brancusi)» der künstlerische Durchbruch. Die Arbeit, eine zu jener Zeit handelsübliche, standardisierte und industriell hergestellte Leuchtstoffröhre, die gelbes, fluoreszierendes Licht in die Umgebung abgibt, wurde in einem 45 Grad Winkel an die Wand montiert. Flavin befreite Farben von ihren Untergründen und liess sie als feinstoffliche Materie raumfüllend erstrahlen. Welch einnehmender Akt – der Betrachter verschmilzt mit dem Licht, atmet in ihm und taucht zuweilen durch die Titel der Arbeiten in Erzählungen ein. Dass dies mithilfe eines oft als kalt wahrgenommenen Industrielichtes gelingt, das man sonst aus Spitälern, Polizeifluren, U-Bahngängen oder Fabriken kennt und das zuweilen trostlos

knackt und flackert, ist schon fast ein Wahnsinn. Da badet der Betrachter nun in farbigem Lichte und könnte die eigene schicksalsgeplagte Aura in erleichterndes Rot, Blau, Grün, Pink, Gelb, Ultraviolett oder unschuldiges Weiss transformieren. Wem diese Ausdeutung zu spirituell ist (für Flavin war sie es): Ein Grossteil der Arbeiten ist als Widmung an Menschen oder Hinweis auf politische Ereignisse zu verstehen.

Die hier abgebildete Zeichnung «The gold diagonal (completed)» gilt als Einladung, dem Licht Flavins nach Basel zu folgen, denn man spürt: Auf dem Papier ist die Wirkkraft von Farbe und Licht nur Andeutung.

Die Ausstellung «Dan Flavin – Widmungen aus Licht» im Kunstmuseum Basel kann bis zum 18. August 2024 besucht werden; kunstmuseumbasel.ch

Ferragamo

UNTER DEM FIRMENGRÜNDER SALVATORE FERRAGAMO WURDE DIE FLORENTINER MAISON AB 1927 BERÜHMT. MIT DEM JUNGEN KREATIVCHEF MAXIMILIAN DAVIS GIBT EINE DER LETZTEN ITALIENISCHEN LUXUSMARKEN IN FAMILIENBESITZ WEITERHIN ZU REDEN

Text **KIM DANG**

1927



Elftes von vierzehn Kindern: Der Schuhkreatur Salvatore Ferragamo (1898–1960).

Mit neun Jahren fertigt Salvatore Ferragamo ein Paar Konfirmationsschuhe für seine Schwester und eröffnet nach der Schuhmacherlehre als Teenager einen Laden im Elternhaus. 1914 folgt er seinen Brüdern in die USA, arbeitet zunächst in einer Schuhfabrik, wird dann in Kalifornien mit seinem «Hollywood Boot Shop» mit Reparaturen und Massanfertigungen für die noch junge Hollywood-Branche als «Schuhmacher der Stars» bekannt. 1927 zieht er nach Italien zurück, macht sich in Florenz einen Namen als visionärer Kreativeur für bequeme und phantasievolle Absätze und fertigt Schuhe für Audrey Hepburn, Marilyn Monroe und Judy Garland an.



Salvatore Ferragamos Regenbogen-Sandale, die er 1938 für Judy Garland schuf.

NOBELADRESSE

Jüngster Stolz der Marke Ferragamo ist die brandneue Damenboutique (unten) an der Via Monte Napoleone in Mailand. An der Hausnummer 3, im Palazzo Carcassola Grandi aus dem 15. Jahrhundert, wird die Ferragamo-Vision des Kreativchefs Maximilian Davis auf rund 280 Quadratmetern greifbar. Zuständig für das Edelinterieur voller Kunst und Design war Vincent Van Duysen.



BILDWELT



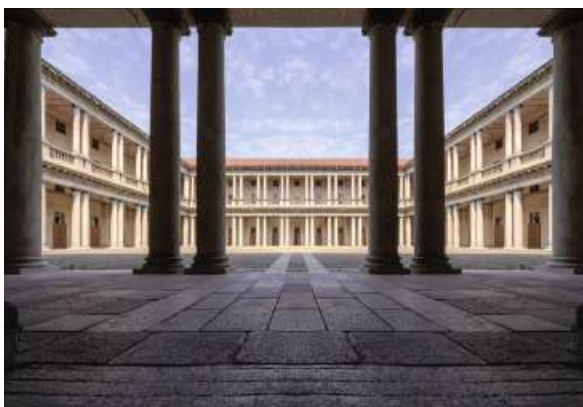
Für die neue Ferragamo-Kampagne inszenierte die Fotografin Vanina Sorrenti das 42-jährige Topmodel Natalia Vodianova mit der «Hug»-Tasche in Balthus-Ästhetik.

NEUANFANG

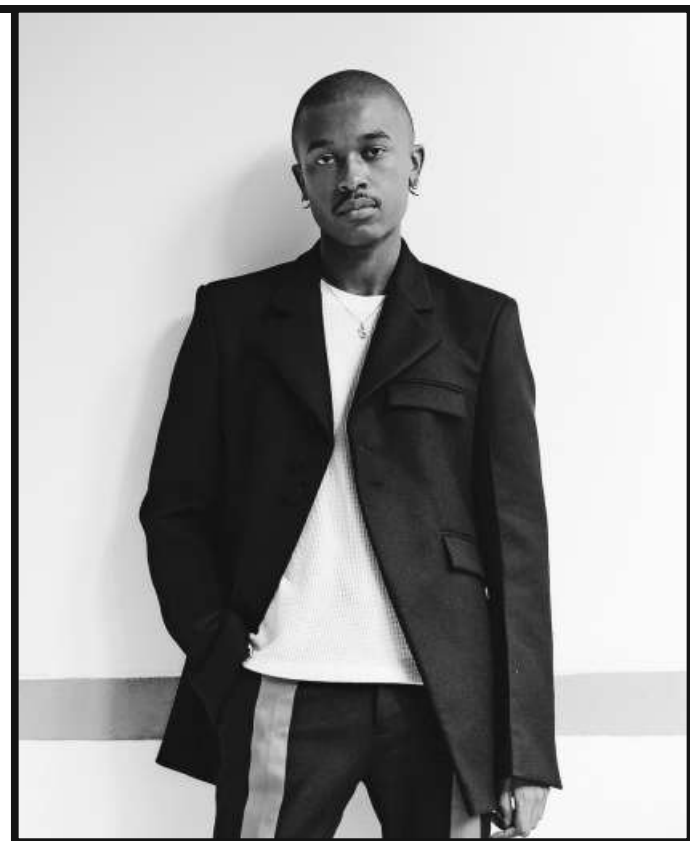
Im Januar 2022 begann Marco Gobbetti, zuletzt CEO bei Burberry und Celine, als neuer Geschäftsführer. Im März kam Maximilian Davis, 29, als neuer Kreativchef hinzu, kurz darauf auch ein neues Logo mit klarerer Schrift. Nun ohne den Vornamen des Firmengründers Salvatore. Davis, mit trinidadisch-jamaicanischen Wurzeln, in Manchester geboren, absolvierte am London College of Fashion seine Ausbildung und erlangte mit seinem eigenen Label in kurzer Zeit dank Stars wie Rihanna, Dua Lipa und ASAP Rocky globale Anerkennung.

WERFT, LANDGUT, HOTELS

Das Ferragamo-Imperium ist nach wie vor in den Händen von Salvatores Nachkommen und umfasst neben der Modemarke auch die edle Jachtwerft Nautor Swan, das 1100 Hektare grosse, nachhaltige Landgut «Il Borro» in der Toskana sowie die Luxushotelgruppe «Lungarno Collection». Diese eröffnete, nach Etablissements in Florenz und Rom, im Dezember 2022 ihre siebte Adresse: Das 5-Sterne-Hotel «Portrait Milano» (unten) befindet sich im Herzen Mailands in einem ehemaligen Priesterseminar von 1565 mit imposantem Innenhof.



Hotel «Portrait Milano» im Ex-Priesterseminar.



Maximilian Davis (oben) zeigte im September 2022 seine erste Ferragamo-Kollektion. Sein Stil ist elegant, klar und sinnlich (unten): Sandalette mit gekrümmtem Absatz und «Fiamma»-Bag, benannt nach Salvatores Tochter.





Sportlich, sportlich

Die Sommerolympiade wird dieses Jahr in der Modehauptstadt Paris
ausgetragen. Das ist den neuen Kollektionen anzusehen

FOTOS SASCHA HEINTZE@FREDA&WOOLF STYLING JULIA QUANTE

HAIR BETH SHANEFELTER
MAKE-UP AURELIA LIANSBERG (WISE&TALENTED)
FOTO-ASSISTENZ CÉLIA MARJOLET
STYLING-ASSISTENZ NADIA GIL
CASTING DIRECTOR MATHILDE HESSE
MODELS DENETRIC MALOPE (BANANAS),
LÉA DE WOUTERS (THE FACE),
PATRICIA ZAJACOVA (MAKERS)



PATRICIA, LINKS Poloshirt
Baumwoll-Piqué (PREIS AUF
ANFRAGE), Rock, gepolstertes
Mohair (PREIS AUF ANFRAGE),
Schuhe, Leder (PREIS AUF ANFRAGE)
MIU MIU, geripptes Oberteil,
Baumwoll-Viscose (312 FR.)
KENZO, Kette «Millenia»,
Kristalle im Oktagonschliff
(350 FR.) **SWAROVSKI**

LÉA, MITTE Tracksuit-Jacke,
Samt (1500 FR.) **CELINE**, Active
Bra-Top «Lola», Polyester-Mix
(ETWA 40 FR.) **GUESS**, Hosenrock
Caitlin, Polyester-Spandex-Mix
(ETWA 80 FR.) **J. LINDBERGH**,
Kitten Heels «Kenzo Mio»,
Textil (625 FR.) **KENZO**,
Ohrringe «Harmonia», rhodi-
niertes Metall und Kristalle
(145 FR.) **SWAROVSKI**

DENETRIC, RECHTS
Re-Nylon-Jacke (3200 FR.),
Shorts, Baumwolle (800 FR.),
Socken, Baumwolle (PREIS AUF
ANFRAGE), Loafers, gebürstetes
Leder (985 FR.) **PRADA**

LINKE SEITE
Kleid, Baumwolle (3500 FR.),
T-Shirt, Baumwolle (710 FR.),
Kette, Metall, Kunstharz und
Strass (1950 FR.) **CHANEL**

COVER
DENETRIC, LINKS
Peacoat, Baumwolle (3150 FR.)
HERMÈS, Shorts Leinen
(390 FR.) **FERRAGAMO**,
Sneaker «Astroloubi Mid»,
Glatt- und Wildleder (930 FR.),
CHRISTIAN LOUBOUTIN
PATRICIA, MITTE Tracksuit-
Jacke, Kettengewirk aus
Polyester-Baumwoll-Gemisch
(160 FR.) **LACOSTE**, Kleid,
Baumwolle (3875 FR.), Sandalen
mit Absatz, Leder (1050 FR.)
FERRAGAMO
LÉA, RECHTS
Poloshirt, Wolle (2780 FR.),
Rock, Seide (3300 FR.),
«LV Knot Pumps» (1180 FR.)
LOUIS VUITTON



LÉA, LINKS Windbreaker «Triple Black», Polyester (385 FR.) **Y-3**, Cardigan, Raffa-Effekt-Strick (1350 FR.), langer Rock, Raffa-Effekt-Strick (2150 FR.), Triangel-BH mit Spitze, Seide (PREIS AUF ANFRAGE), gestrickte Shorts, Seide (PREIS AUF ANFRAGE), Rucksacktasche, Maxicannage-Kalbsleder (PREIS AUF ANFRAGE) **DIOR**, Westernstiefel, Kalbsleder (PREIS AUF ANFRAGE) **CELINE**, Uhr «Oyster Perpetual GMT-Master II» in «Yellow Rolesor», schwarz lackiertes Zifferblatt und Jubilee-Armband (ETWA 16000 FR.) **ROLEX**
PATRICIA, RECHTS Zip-Pullover mit Gucci-Emblem, Acetat (4100 FR.), Midi-Jupe, Nappaleder (5900 FR.), Damenloafer «Horsebit» mit Plateausohle, Leder (PREIS AUF ANFRAGE), Ohrringe «Marina Chain», goldfarbenes Metall (810 FR.) **GUCCI**

DENETRIC, LINKS

Hemd mit Knotendetails,
Nappaleder (7210 FR.), Hose,
Nappaleder (3879 FR.), Schal,
Nappaleder (3030 FR.), Leder-
tasche «Maxi Sardine Intrec-
ciato» mit Holzgriff (9930 FR.),
Loafers «Roma Tassel»,
gehäkeltes Papier (3350 FR.)

BOTTEGA VENETA

LÉA, RECHTS

Blousonjacke mit Kapuze in
Origami-Struktur (980 FR.)

EMPORIO ARMANI

Baumwollbustier (229 FR.)

MARC CAIN, Fransenrock,
Seiden-Lurex (2390 FR.)

AKRIS,
Lederstiefel mit Print
(PREIS AUF ANFRAGE) **FENDI**,
Fliegerbrille mit Metallgestell
(350 FR.) **PERSOL**



DENETRIC
Windbreaker «Exhaust Puffa»,
Nylon (680 FR.) **OUR LEGACY**,
transparentes Oberteil, Seide
(500 FR.), Pullunder, Wolle
(257 FR.) **DRIES VAN NOTEN**,
Jeans, Baumwolle (822 FR.)
LOEWE



PATRICIA
Sonnenbrille «Runway», Nylon
(470 FR.), Gürtel, Leder mit
Metallschliesse (560 FR.),
Jacket, Wolle (PREIS AUF ANFRAGE),
Shorts, Wolle (PREIS AUF ANFRAGE),
Fransen-Jupe mit Ösen aus
Metall (PREIS AUF ANFRAGE) **PRADA**



LÉA T-Shirt mit Windstopper-
Bund, Baumwolle (175 FR.)
HERNO LAMINAR, asymme-
trischer Maxirock «Puff Ruffle»
(2954 FR.) **DAVID KOMA**,
Shorts, Nylon (PREIS AUF ANFRAGE)
MIU MIU, Halskette «Flower
Power», Messing (305 FR.)
ISABEL MARANT, Platform-
Sneaker «Walk'n'Dior»,
Baumwoll-Canvas **DIOR**





DENETRIC Jacke «Damier Pop Office», Denim (PREIS AUF ANFRAGE), Herrenhemd mit Perlenknöpfen (1060 FR.), Hose, Wolle (1060 FR.), Tasche «Nano Alma» (3250 FR.) **LOUIS VUITTON**



PATRICIA Kapuzen-Cape, wasserabweisender Ripstop Nylon (635 FR.) **HERNO LAMINAR**, Body, Leder (229 FR.) **SPORTMAX**, Unisex-Hose «Durban» mit Cuts, atmungsaktiver Polyester (PREIS AUF ANFRAGE) **RAINS**, Patchwork-Sandale «Kinley», Nappaleder (ETWA 680 FR.) **JIMMY CHOO**, Cocktailringe «Numina», Grau, Gold und Schwarz, Ruthenium plattiert (250 UND 235 FR.) **SWAROVSKI** DENETRIC Jacquard-Trenchcoat (960 FR.) **KENZO**, Hoodie-Jacke, Polyester (ETWA 90 FR.) **GUESS**, Kurzarmpullover, Baumwolle-Schurwolle-Tweed (2700 FR.), Shorts, Baumwolle-Schurwolle-Tweed (PREIS AUF ANFRAGE), Socken, Baumwolle (PREIS AUF ANFRAGE), «Dior Buffalo Loafer», Cannage Tweed, Baumwolle (1250 FR.) **DIOR MEN**, Sonnenbrille «Wraparound», Polycarbonat, verspiegelte Gläser (69 FR.) **POLAROID**



LÉA Trenchcoat, Baumwolle (620 FR.) **ISABEL MARANT**
ÉTOILE, Crop-Top, Viskosestrick und Lammleder-Applikation (3150 FR.), High Waisted Brief, Ripp-Seidenstrick (1100 FR.), Jupe, Viskosestrick und Lammleder-Applikation (4000 FR.) **HERMÈS**, Stiefel «Adorable», Ripsband Fransen mit CD Signature in Gold (1990 FR.) **DIOR**, getönte Sonnenbrille «Satori», Polyamid-Sonnenschutz-Shield (575 FR.) **MYKITA & BERNHARD WILLHELM**

Wilde Sache

Die einen lieben es, die anderen finden es hoffnungslos geschmacklos: Animal-Print spaltet von jeher die Gemüter. Warum eigentlich?

TEXT SILKE WICHERT



Diese Kausalkette ist etwas gewagt, aber laut der Modezeitschrift «Vogue» konnte den letzten Winter nur überleben, wer genügend Animal-Print im Schrank hatte. Kein echtes Fell, versteht sich. Es ging hier sowieso weniger um den Schutz vor den Elementen, sondern um das Durchkommen im harten modischen Wettstreit. Ohne wilde Muster, so lautete der Befund vergangenen November, laufe da gar nichts, siehe das Angebot von Marken wie Bottega Veneta, Jil Sander und Stella McCartney.

Konsequenterweise müsste man nun hinterherschieben, dass die Lage sich in diesem Frühling keineswegs geändert hat, eher im Gegenteil. Zebra-, Giraffen- und vor allem Leo-Print sind in den Kollektionen weiterhin stark vertreten. Bei Dolce & Gabbana, Alaïa, Wales Bonner oder Ba&sh. Nächsten Winter geht es immer noch nicht ohne, nicht bei Dior, nicht bei Versace, wo

OBEN, VON LINKS
Prominenz im Pelz,
schon vor Jahrzehnten:
Queen Elizabeth II.,
Elizabeth Taylor und
Jacqueline Bouvier
Kennedy Onassis.

RECHTE SEITE
Auftrumpfen als Zebra
in Nina Ricci,
Frühling/Sommer 2024.

Animal-Print mit dem typischen Barockmuster verschmilzt, und nicht bei Blumarine. In der ersten Kollektion des neuen Kreativdirektors von Blumarine, Walter Chiapponi, war gleich der erste Look ein Leo-Mantel, auf den viele Leo-Strumpfhosen folgten. Gäbe es Buchmacher für den Modebetrieb, könnte man gleich noch ein paar Wetten für Sommer 2025 abschließen, die man garantiert nicht verlieren würde. Leo-Print ist längst so etwas wie das neue Karo, ein Klassiker unter den Mustern. Er ist einmal mehr oder weniger präsent, aber er geht nicht mehr weg.

Warum das Ganze dann überhaupt noch eine Meldung wert ist? Weil wohl kein Trend nach wie vor so kontrovers diskutiert wird wie Animal-Print. Die einen lieben ihn, die anderen finden ihn immer ein bisschen «trashig» – tragen ihn irgendwann aber natürlich trotzdem. Ganz kalt lassen diese Muster niemanden,



Tierische Muster



Ganni und Barbour haben für eine coole Outdoor-Kollektion zusammengespant.



Saint Laurent schlägt für diesen Sommer Hemden im Leo-Look vor.



Ungewöhnlich, aber überzeugend: Giraffenprint bei Michael Kors.



Abstrahiertes Zebromuster für den Sommer bei Wales Bonner.



Für den Herbst: Schneeleoparden-Mantel von Alaïa.

Geld, Macht, Glamour, Sex – wäre Animal-Print eine Personengruppe, würde Netflix sofort einen mitreissenden Sechsteiler über ihr Leben drehen.

was auch damit zu tun hat, dass sie kaum zu übersehen sind und nicht zuletzt deshalb über die Jahre für eine ganze Reihe kultureller Phänomene erhalten mussten. Zuletzt etwa für die sogenannte «Mob Wife Aesthetic», die stets mit viel Haar, viel Make-up, viel Schmuck und viel Tier illustriert wird. Überkandidelte Mafiabräute, die sich einen feuchten Kehricht um «Quiet Luxury» scheren. Genau deshalb sorgte das Ganze auf Tiktok ja so für Furore. Auf Trend folgt Gegentrend.

Egal, ob man der Optik von Leoparden, Geparden und anderen exotischen Tieren nun persönlich zugeneigt ist oder nicht, ihr Weg in die Alltagsgarderobe gehört tatsächlich zu den wildesten und interessantesten Kapiteln der Modegeschichte. Von ganz oben nach ganz unten und wieder zurück, Geld, Macht, Glamour, Sex – wäre Animal-Print eine Personengruppe, würde Netflix sofort einen mitreissenden Sechsteiler über ihr Leben drehen.

Wo die animalischen Ursprünge liegen, liess sich gerade noch einmal eindrucksvoll bei der Schau von Marni für den nächsten Winter beobachten. In einer höhlenartigen Location zeigte Francesco Risso eine Art modischen Urschrei, die Essenz von kleidsamer Kreativität, die einmal mit Fell und eben auch gemusterten Tierfellen begonnen hat, siehe Familie Feuerstein. Wobei die Jacken und Kleider von Risso in Leo-Print natürlich keineswegs primitiv, sondern absolute Avantgarde sind. Von Anfang an suchte der Mensch in diesen Kleidungsstücken aber nicht nur Schutz und Wärme, viele Kulturen glaubten, dass sich die Stärke der Tiere auf den Träger übertrage. Sich mit den wildesten Trophäen zu schmücken, symbolisierte Macht und Status. Sogar die Götter trugen Animal-Print: Die altägyptische Göttin des Schreibens und des Ahnenkults Seschat oder der griechische Gott Dionysos wurden oft in Leo-Print gehüllt dargestellt.

In die moderne Garderobe gelangte der Animal-Print dadurch, dass die europäische Aristokratie im 18. Jahrhundert auf Weltreise ging und mit Pelzen zurückkam. Echten, versteht sich. Exotische Felle aller Art wurden zum ultimativen Luxusobjekt. Napoleons Expeditionen nach Nordafrika sollen damals einen regelrechten Animal-Print-Hype in Frankreich ausgelöst haben. Diese aristokratische Allüre haftete dem Look immer noch an, als er in den 1930er Jahren wirklich in Mode kam. Bald versprühte er jedoch auch eine Spur Unbändigkeit und Abenteuerlust: 1932 lief der Film «Tarzan the Ape Man» in den Kinos, und obwohl auf dem Filmplakat nur Johnny Weissmüller Leo trägt, soll dieser Film vor allem Frauen dazu inspiriert haben, es doch einmal mit ein bisschen Exotik in der Garderobe zu probieren.

Halten wir also fest: Das Ursignal plus ultimativer Luxus plus Chuzpe, und mit dieser Mischung machten die Muster fortan eine eindrucksvolle Karriere. Christian Dior präsentierte 1947 ein elegantes Leo-Kleid in typischer New-Look-Silhouette, gab aber zu bedenken: «If you are fair and sweet, don't wear it.» Einige Jahre später posierte das berühmte Pin-up Bettie Page, betont unzahn, im Geparden-Badeanzug neben zwei echten Raub-



Model Hailey Bieber im Leo-Mob-Wife-Look.
Links im Bild: Ehemann Justin Bieber.

katzen. Dann wiederum sah man selbst die Präsidentengattin Jackie Kennedy im schicken, zweireihigen Leo-Mantel. Der ultimative Freifahrtschein. Von Elizabeth Taylor bis Catherine Deneuve und Kate Moss liess sich bis heute jede «Göttin» einmal in einem solchen fotografieren.

Doch wie bei allen Megatrends wurde es irgendwann auch hier im wahrsten Sinne des Wortes zu wild. Weil das Muster nicht mehr auf Echtpelz beschränkt war, sondern fleissig auf Stoff und Leder gedruckt wurde, trugen Frauen das plötzlich demokratische Statussymbol von Kopf bis Fuss, Leo-Stiefel zu Leo-Kleid zu Leo-Tasche. Designer wie Roberto Cavalli bauten später eine ganze Marke rund um Animal-Print auf. Vor allem landete der Look buchstäblich auf der Strasse: Prostituierte schmückten sich mit dem vordergründig luxuriösen Muster und stilisierten sich als mondäne Wildkatzen. Schliesslich kam noch Peggy Bundy daher und trug in der 1980er-Jahre-Sitcom «Eine schrecklich nette Familie» ständig Leo. Aus selten und teuer wurde populär und trashig. Und das machte die Sache richtig interessant.

Denn innerhalb dieses Spannungsfelds gibt es keine eindeutige Botschaft mehr. Das Muster wird zur ambivalenten Spielfläche, dessen Pendel in jede Richtung schlagen kann. Als die Grunge-Ikone Kurt Cobain einen Leo-Mantel trug – umarmte er damit den Trash? Oder provozierte er das alte Establishment? Warum sieht Salma Hayek bei der Show von Bottega Veneta im Rock mit Giraffen-Print unglaublich elegant aus, während Eva Mendes im Leo-Komplett-Look bei der Dolce & Gabbana-Show eher wie eine Mob-Wife daherkam? Auch deshalb ist Animal-Print so verhasst, weil viele Leute sich davor fürchten, diese Sachen nicht gebändigt zu bekommen. Wird es statt chic am Ende eher geschmacklos aussehen? Will ich insgeheim doch wild und gefährlich aussehen oder einfach nur cool?

Was also macht den Unterschied? Es kommt wie so oft auf den Kontext, die Kombination und die Dosis an. Wenn die schwedische Marke Ganni sich mit einer urbritischen Marke wie Barbour zusamm tut und das Muster mit klassischen Outdoor-Materialien und -Schnitten kombiniert, sieht das Ergebnis kein Stück überkandidelt oder kitschig aus, sondern ungewohnt und frisch. Je hochwertiger oder sportlicher die Gesamtausstattung, desto geringer das Trash-Risiko. Und je kleiner die Dosis, desto weniger Wirkung. Die eigene Stärke und das Selbstbewusstsein per se – ohne irgendein übernatürliches Fell – spielen natürlich auch eine Rolle. Die junge Kate Moss trug häufig nur eine Leo-Tasche zur Jeans, so wie Mädchen heute Sneaker mit Leo von Golden Goose anziehen. Erst später, als Frau, stieg das Model grossflächig ins Animalische ein.

Denn so sehr das Fell die Tiere in ihrer natürlichen Umgebung tarnen soll, so auffällig wirkt das Muster am Menschen im Grossstadtdschungel. Animal-Print mag ein Klassiker sein, wandelbar und immer wieder überraschend aussehen, aber eines wird er wohl nie sein: leise.



© 2024 WELLA OPERATIONS US LLC



INFINITE SHINE

Gel-Effekt Nagellack
mit extra langem Halt und Glanz
Erkennbar am silbernen Deckel



NATURE STRONG

Veganer Nagellack
mit Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs
Erkennbar am weissen, matten Deckel



NAIL LACQUER

Klassischer Nagellack seit 1989
Erkennbar am schwarzen Deckel



O.P.I

opiswiss.ch

OPI_SWISS

OPISWISS



ONLINE SHOP

Brennnessel

(URTICA DIOICA)

DAS PIKSENDE SUPERFOOD VOM WALDRAND WIRD BEIM KOCHEN GEZÄHMT UND SCHMEICHELST DEM GAUMEN

Text MYRIAM ZUMBÜHL

In meiner Kindheit war diese Pflanze mein Feind. Einmal angefasst, sondern die Härchen der Brennnessel eine Mixtur aus Histamin, Ameisensäure und Serotonin ab und reizen damit die Haut aufs Übelste.

So unangenehm die Brennnessel für unsere Haut ist, so schmeichelhaft ist sie für den Gaumen. Als Erwachsene konnte ich deshalb Frieden schliessen mit ihren zarten Blättern, die an herben Spinat erinnern und mit einem Schuss Rahm milder schmecken. Werden Brennnesseln blanchiert, mit einem Nudelholz ordentlich gerollt, gehackt oder mit Öl vermischt, werden die Härchen gebrochen und verlieren ihre Brennkraft. Die Blätter machen sich gut in einem Risotto mit Morcheln oder im ersten Frühlingssalat.

Und die Samen sind wirklich das ultimative Superfood. Vollgepackt mit pflanzlichen Hormonen, Mineralien und Vitaminen, sind sie Vital-Booster, die bei allgemeiner Müdigkeit, Erschöpfung und Leistungsschwäche powern. Mit einem Eiweissgehalt von 30 Prozent gelten sie für Sportler und Veganer als energiegeladene Zwischenknabbererei. Und Smoothies, Brot und Gschwellti bekommen ein Nährstoff-Upgrade und eine nussig-feine Würze.

Gesammelt werden die Blätter – bitte nur mit Handschuhen! – von März bis Oktober, die Samen dann von August bis Oktober.



5 FAKTEN

- 1 Kann wie Spinat, als Pesto oder als Salat zubereitet werden.
- 2 Oberste Spitzen eignen sich zum Essen, getrocknete Blätter ergeben einen feinen Tee.
- 3 Vor dem Verzehr blanchieren, brennt gekocht nicht mehr.
- 4 Wirkt entwässernd, harntreibend und fördert die Durchblutung.
- 5 Absolute Nährstoffbombe: super Eiweisslieferant (besonders die Samen), dazu Vitamine und alles für gesunde Knochen.

Brennnesselöl

Zutaten für 100 ml

100 ml kaltgepresstes Olivenöl
100 g junge Brennnesseln
(zarte Blätter und Triebe)

Zubereitung

Die Blätter (Achtung, Hände schützen!) mit einem scharfen Messer fein zerkleinern. In ein verschliessbares Konservenglas geben und mit Öl übergiessen. Für mindestens drei Tage im Dunkeln ziehen lassen. Durch einen Kaffeefilter passieren. Kühl und luftdicht verschlossen drei Monate haltbar. Würzt Suppen, Salatsaucen oder Frischkäse.

Brennnessel-Gnocchi

Zutaten für 4 Portionen: 750 g mehlig kochende Kartoffeln, geschält und halbiert, 80 g junge Brennnesselblätter, gehackt, 2 Eier, 1 TL Salz, wenig Pfeffer, frisch geriebener Muskat, ca. 250 g Mehl. **Zum Servieren:** geriebener Sbrinz

1

Kartoffeln in Salzwasser weich kochen, noch heiss durch die Kartoffelpresse drücken. Kurz abkühlen lassen.

2

Brennnesselblätter, Eier, Gewürze und Mehl darunterheben und anschliessend zu einem Teig formen.

3

Masse auf einer zuvor bemehlten Oberfläche zu einer 2 cm dicken Rolle formen, danach in 2 cm lange Stücke schneiden.

4

Portionenweise in heissem Salzwasser ziehen lassen, bis sie an die Oberfläche steigen. Mit einer Schaumkelle abschöpfen und mit geriebenem Käse bestreuen.



Weitere Rezepte finden Sie online auf bellevue.nzz.ch



Stadt des Sandes

KAIRO IST UMGEBEN VON WÜSTE UND WIRD VON DEN EINHEIMISCHEN AL-QAHIRA GENANT. DIE GESCHICHTSTRÄCHTIGE MILLIONENSTADT AM NIL IST VOLLER GEGENSÄTZE UND STÄNDIG IN BEWEGUNG

Text **NELE SCHRINNER** Foto **RENÉ FIETZEK**

Wind weht durch die Palmenblätter an der Qasr-al-Nil-Brücke, kleine Wogen brechen an der Oberfläche des Nils. Ganz in der Nähe liegt der zentrale Tahrir-Platz von Downtown Kairo mit seinem Trubel. Der abenteuerliche Verkehr aus Tuk-Tuks, Rollern, Autos, Minibussen, Fussgängern und neuerdings auch Rollerblades scheint niemals enden zu wollen. Dicht an dicht geht es dabei zu und her, oft trennen nur Millimeter die Verkehrsteilnehmenden voneinander. Kaum ein Fahrzeug, das keine entsprechenden Spuren aufweist. Wer als Fussgänger eine Strasse überqueren möchte, nutzt zielsicher und möglichst ohne Pause die nächste Lücke, auch wenn diese noch so klein scheint und der Weg zum gegenüberliegenden Trottoir einem Slalom gleicht. Dieser Tanz wird von einem steten Hupkonzert begleitet.

Neben den erhabenen, in die Jahre gekommenen Gebäuden französischer und italienischer Herkunft und der monumentalen Gelassenheit der botanischen Stadtoase Garden City prägen Geschäfte, Cafés und Restaurants das Bild der Stadtteile Downtown und Abdin. Zusammen an einem Tisch sitzen, gemeinsam essen und Tee trinken hat einen hohen Stellenwert in Ägypten – oft findet das draussen, auf der Strasse, im Hof oder im Garten statt.

Dabei ist die Stadt voller Gegensätze: So finden sich in Alt-Kairo unterhalb der Zitadelle von Saladin aufwendig restaurierte Relikte aus den Zeiten des Osmanischen Reiches. Und nur wenige Strassen weiter spielen Kinder barfuss auf unbefestigten Strassen, wo intensive Gerüche in der Luft hängen und gerade ein Schafbock aus einem Wohnhaus geführt und dann auf die Rückbank eines Taxis verladen wird.

Die Menschen begegnen einander offen und hilfsbereit. Weder die Eile noch der Ärger über den Verkehr können zu gross sein, als dass man sich die Zeit nicht nähme, um den Weg zu erklären – auch wenn man diesen selbst nicht genau kennt. Hinzu kommt ein erfrischender Sinn für Humor: Auf dem Basar beim Feilschen, in den Cafés und Restaurants wird gerne gescherzt und gelacht. Ob am Flughafen, im Museum oder einfach an der Strassenecke, Reisende werden oft mit einem herzlichen «Welcome to Egypt» begrüsst.

Und über allem der allgegenwärtige Sand. Wie ein Filter liegt er auf den Oberflächen, färbt sowohl Fassaden, Pflanzen als auch Gesichter. Täglich wird er aus Eingängen, von Stufen und Innenhöfen gefegt, um sich sogleich wieder auf ihnen abzulegen. Der Wind trägt ihn aus der umliegenden Wüste heran.



01 – Le Riad Hotel de Charme



02 – Villa Belle Époque

TRINKEN



03 – El Horreya Café

03 Lokalkolorit

El Horreya Café

In dem über 100 Jahre alten Café sitzt man unter einem Gewirr aus Neonbeleuchtung und Ventilatoren. Am späten Nachmittag ist der Lichteinfall durch die grossen Fenster magisch. Die Getränkekarte ist simpel: Kaffee, Wasser, Softdrinks, die meisten kommen für ein Stella-Flaschenbier. Aufpassen, dass der Gastgeber Said die nächste nicht ohne Nachfragen öffnet. Ein Rauchercafé mit Geräuschpegel und gutem Mix an lokalen Besuchern, Touristen und einer haus-eigenen Katze.

2 Off Bab al-Loug-St., al-Falaky Sq.

WOHNEN

01 Luxuriös

Le Riad Hotel de Charme
Das ehemalige Wohnhaus im Herzen Alt-Kairos liegt direkt an der zum Unesco-Weltkulturerbe gehörenden Al-Muz-Strasse. Die 16 Suites des luxuriösen Boutique-Hotels sind thematisch mit Original-Handwerkskunst aus der Nachbarschaft dekoriert. Auf der Dachterrasse kann bei atemberaubendem Ausblick überdacht oder unter freiem Himmel nach traditionell ägyptischer Art gespeist werden. In der Umgebung liegen der berühmte Basar Khan al-Khalili sowie verschiedene osmanische Gebäude.
leriadcairo.com

02 Im Grünen

Villa Belle Époque

Inmitten der grünen Ruhe des Vororts Maadi ist das Boutique-Hotel Anlaufort für Menschen aus aller Welt: Botschafter, Geschäftsleute und Reisende. Die Zimmer und Suiten sind individuell gestaltet und benannt. Im Garten kann man bei Vogelgezwitscher am Pool ein Buch, einen Chai oder eine Speise geniessen. Als Kontrast dazu finden sich an der nahe gelegenen, pulsierenden Road 9 viele internationale Restaurants. Dort fährt auch die Linie 1, die älteste Metro Kairos, direkt zum Tahrir-Platz.
villabelleepoque.com



04 – Das Ägyptische Museum

Flussfahrt auf dem Nil



06 – Pyramiden von Gizeh

GÜNSTIG ÜBERNACHTEN

Für das schmalere Reisebudget gibt es in Abdin und Downtown eine Reihe günstiger Hotels und B&B. Meist wurden einzelne Stockwerke oder grosse Altbauwohnungen entsprechend umfunktioniert. Man sollte sich nicht vom Eingang, der oft jenem eines alten, regulären Wohnhauses ähnelt, abschrecken lassen. Die Zimmer sind renoviert, sauber und mit eigenem oder Gemeinschaftsbad ausgestattet. Buchbar über die gängigen Online-Seiten.



Bei Sonnenaufgang ist es noch ruhig.

Der Innenhof der Al-Azhar-Moschee



STAUNEN



05 – Die Zitadelle

04 Pharaonen-Kunst

Ägyptisches Museum

Die Sicherheitskontrollen beim Betreten des Gebäudes am Tahrir-Platz sind streng, wie vielerorts in Kairo. Dahinter erschliesst sich das grösste Archiv antiker Pharaonen-Kunst. Die beeindruckende Sammlung wurde 1835 zum Schutz gegen Plünderungen gegründet. Sie zeigt archäologische Schätze unterschiedlicher Epochen. Bald schon werden die Exponate aber einen neuen Heimatort haben; Noch in diesem Jahr öffnet das grosse Ägyptische Museum dann in der Nähe der Pyramiden seine Pforten.

egyptianmuseumcairo.eg

05 Aus Alabaster

Die Zitadelle

Oberhalb des alten, islamischen Kairo liegt auf einer Anhöhe die Zitadelle von Saladin aus dem 12. Jahrhundert, sie gehört zum Weltkulturerbe. Der Besuch lohnt sich nicht nur wegen des sensationellen Blicks über die Dächer der Stadt, die alten Moscheen und die Stadtmauern. Die Muhammad-Ali-Moschee selbst ist mit ihrer zentralen Kuppel, in der sich Hunderte Leuchten kreisförmig emporschwingen, ein eindrucksvolles Gebäude. Wegen ihrer Wandverkleidung wird sie auch Alabaster-Moschee genannt.

27H6+G27, Privat Entrance Bel Kalaa, al-Abagiya, al-Khalifa

WÜSTEN-TRIP

Die Schwarze und die Weisse Wüste in Begleitung beduinischer Guides zu erleben, ist ein einmaliges Abenteuer. Die ständig wechselnde Landschaft ist wie eine Reise über unterschiedliche Planeten. Keine 400 Kilometer von Kairo entfernt, ist mindestens eine Nacht im Zelt unter klarem Sternenhimmel empfehlenswert. Etwa organisiert über Gazef; gazef.com

06 Weltwunder

Pyramiden von Gizeh

Das letzte existierende der sieben antiken Weltwunder: Die Pyramiden von Gizeh sind die Grabstätten der alten Pharaonen, vor ihnen wacht die Sphinx. Der Besuch dieser Stätte ist eine imposante Erfahrung. Vor Ort gibt es eine Vielzahl von Angeboten, das Gelände per Kutsche, zu Pferd oder Kamel zu besuchen. Man kann die Pyramiden aber durchaus auch einfach zu Fuss erkunden.

al-Haram, Giza Governorate



EIN TAG IM LEBEN VON LILLY VON STACKELBERG

2014 war ich das erste Mal wegen eines Jugendaustauschs in Kairo. Während des Studiums folgten ein Praktikum über den Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) und die Bachelorarbeit zum Thema «Feminismus in Ägypten». Heute verantworte ich in Kairo als Leiterin für Dialog und Wandel am Goethe-Institut Projekte im Rahmen der Ta'ziz-Partnerschaft. Ta'ziz ist Arabisch für «Stärkung» oder «Festigung», das Programm unterstützt zivilgesellschaftliche Prozesse und Teilhaber-Projekte. Die soziale Verbindlichkeit in Ägypten liebe ich besonders an meinem Leben hier, sie ist einer der Gründe, warum ich seit über sieben Jahren in der Stadt am Nil lebe. Achtsamkeit gegenüber Mitmenschen und Freundschaften haben einen höheren Stellenwert als etwa in meinem Heimatland Deutschland. Mein Morgen beginnt mit einer Fahrt auf einem Scooter. Der Weg zur Arbeit führt mich vom Tahrir-Platz über die 6th-of-October-Brücke, über den Nil und die Nil-Insel Zamalek. Auf dem Cairo Tower trinke ich einen Kaffee. Ein toller Ausblick über zwei Brücken: Im Winter steht der Nebel über dem Wasser, im Sommer spüre ich den Wind wie einen Föhn im Gesicht und in den Haaren. Wenn wir etwas zu feiern haben, mieten wir zum Sonnenuntergang eine Feluka, ein Segelboot auf dem Nil. Für ein bis zwei Stunden sieht man die Stadt und überraschend viele Grünflächen vom Wasser aus. Touristen empfehle ich die wöchentlich stattfindende «Zar»-Show im Egyptian Center for Culture and Arts – «Makan», eine Tanz- und Musikperformance, die auf einem oberägyptischen Ritual basiert (egyptmusic.org). Am Wochenende spaziere ich gerne durch Downtown und Zamalek – hier ist viel los, und es gibt wunderbare Shawarma, Eiscreme und viele andere Leckereien.



07 – Café Riche

09 – Abu Tarek



ESSEN

07 Traditionell

Café Riche

Mobiliar aus dunklem Holz, in die Jahre gekommene Tischtücher, der lange Raum wird flankiert von einer cremefarbenen Holzvertäfelung und einer Fensterfront. Das Personal trägt traditionelles Gewand, im Eingang sitzt tagsüber der Manager, der an einen Bibliothekar erinnert. Abends dann die Besitzerin, die Empfehlungen zur Auswahl à la carte abgibt. Es empfiehlt sich zum Frühstück statt abends zu kommen: Die spanische Omelette, frisch gepresster Orangensaft und der türkische Kaffee schmecken hervorragend.

17 Talaat Harb, Bab al-Louq

08 International

Oldish

Zum Frühstück unweit des geschäftigen Tahrir-Platzes. Der Innenhof bietet im Halbschatten einer Palme den idealen Rückzugsort, um das reichhaltige orientalische Breakfast zu geniessen. Die richtige Grundlage, um auf Kairos Strassen auf Entdeckungsreise zu gehen. Die Speisekarte ist international, neben der Location in Downtown gibt es weitere in Zamalek und Helipolis. Laptops sind hier willkommen.

20 Mohammed Mahmud

08 – Oldish



09 Legendar

Abu Tarek

Abu Tarek, eine Koryphäe Kairos, wird als König des Kushary bezeichnet. Das typische Gericht aus Reis, Nudeln, Linsen, Kichererbsen, Tomatensauce, Röstzwiebeln, Knoblauchessig und scharfer Sauce füllt mit Energie. Es wird unter Neonlichtern auf fünf Stockwerken serviert oder zum Mitnehmen bestellt. Während Salz, Essig und Sauce in schönen Metallgefässen auf den Tischen stehen, ist das Besteck – wie oft in Ägypten – aus Plastik. Tipp: Hinterher unbedingt noch einen Blick auf den alten Champollion-Palast werfen, er ist leider nicht zugänglich.

16 Champollion Rd.

10 Familiär

Fasahet Somaya

Dieser Ort ist ein Must bei jedem Kairo-Besuch. Hier gibt es Hausmannskost aus den grossen, silbernen Töpfen von Somaya. Auf der Karte, einem von Hand beschriebenen Zettel: was das Angebot des morgendlichen Marktbesuchs hergibt. Nur solange das Angebot reicht. Das Lokal ist von 17 bis 19 Uhr geöffnet. Es empfiehlt sich, zeitnah zu erscheinen. Die Atmosphäre im Souterrain hinter der blauen Tür ist familiär und gemütlich.

59 al-Falki, Bab al-Louq

Blick auf Alt-Kairo



ZU GEWINNEN



Oben weiss, unten grün: Frühlings-Luxus im Aqua Dome

Der «Aqua Dome – Tirol-Therme Längenfeld» gilt als das hochwertigste Thermen-Resort im Alpenraum: Mit dem luxuriösen Spa 3000 für Hotelgäste, aber auch den frisch umgebauten Restaurant-Areas sowie der neuen, kosmopolitischen Bar mit über 100 Gin-Sorten. Im Frühling glänzt von den Gipfeln noch der Schnee, unten im Tal grünt und zwitschert es. Eine Flotte hochwertiger E-Bikes wartet im Aqua Dome auf die erste Ausfahrt auf 850 Rad-Kilometern. Andere haben noch Lust auf Firnschnee-Ski-fahren (ab April: Angebote inklusive Skipass). Im Anschluss sorgt der Aqua Dome mit warmem Thermalwasser aus 1865 Metern Tiefe und dem grössten Wellnessbereich Tirols für den Vital-Schub auf 65 000 m².

Zu Gewinnen: 3 Nächte in der Juniorsuite für 2 Personen inklusive Alpin-Vital-Halbpension und 2 Behandlungen Thermal-Deep-Massage und Gesichtsbehandlung pro Person (je 1 Stunde pro Anwendung) im «Aqua Dome – Tirol-Therme Längenfeld» im Wert von etwa 3000 Franken.

Teilnahmeschluss **31. 03. 2024**



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

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

den Zeitraum des Wettbewerbs speichert. Ausserdem erklären Sie sich damit einverstanden, dass Ihre Daten für Marketingzwecke, zur Kundenpflege und für personalisierte Werbung verwendet werden dürfen. Die Daten können zu diesen Zwecken auch innerhalb der NZZ weitergegeben werden. Die Gewinnerlisten werden nicht öffentlich publiziert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, Mehrfachteilnahmen werden gelöscht. Teilnahmeschluss für den Wettbewerb ist der 31. März 2024.

IMPRESSUM

Z – Die Substanz des Stils
ist ein Magazin der NZZ

Chefredaktion
Kerstin Netsch (ker.)

Redaktionelle Leitung Z
Malena Ruder (rud.)

Redaktion
Andrea Bornhauser (ban.)
Kim Dang (kid.)
Lea Hagmann (lhg.)
Hannah Hitz (hlh.)
Jocelyne Iten (ijo.)
Jana Schibli (jss.)
Sonja Siegenthaler (sie.)

Autorinnen und Autoren
Bice Curiger, Richard Kägi,
Nele Schrinner, Barbara Vinken,
Silke Wichert, Myriam Zumbühl

Art-Direction
Claudio Gmür (clg.)

Produktionsleitung
Daniela Salm

Bildredaktion
Ulrike Hug-Stüwe (uhu.)

Chefredaktion NZZ am Sonntag
Beat Balzli

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

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

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

Nathalie Sačar-Ruklić
Product Manager
Telefon + 41 44 258 13 57
nathalie.sacer@nzzzone.ch

Andrew Schuster
Product Manager
Telefon +41 44 258 12 63
andrew.schuster@nzzzone.ch

Lithos
NZZ Media Services AG

Druck
Swissprinters AG
Brühlstrasse 5
4800 Zofingen

Konzept und Creative Direction
Winkreative
www.winkreative.com

Verbreitete Auflage
167 756 Exemplare

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

Unternehmensleitung
Felix Graf

ISSN 1662–1573
© 2024 Neue Zürcher Zeitung AG

BEZUGSQUELLEN

Acne Studios
acnestudios.com

Aesop
aesop.com

Akris
akris.com

Björn Axén
bjornaxen.com

Bottega Veneta
bottegabeneta.com

Buly 1803
buly1803.com

Byxan
byxan.co

Cartier
cartier.com

Celine
celine.com

Chanel
chanel.com

Chris Wolston
chriswolston.com

Christian Louboutin
christianlouboutin.com

David Koma
davidkoma.com

Dior
dior.com

Dries van Noten
driesvannoten.com

Emporio Armani
armani.com

Fendi
fendi.com

Ferragamo
ferragamo.com

Gucci
gucci.com

Guess
guess.eu

Gohar World
gohar.world

Hermès
hermes.com

Herno
herno.com

Isabel Marant
isabelmarant.com

Jacquemus
jacquemus.com

Kenzo
kenzo.com

Lacoste
lacoste.com

Loewe
loewe.com

Louis Vuitton
louisvuitton.com

Maison Celine
celine.com

Marc Cain
marc-cain.com

MCM
mcmworldwide.com

Miu Miu
miumiu.com

Oribe
oribe.com

Orris
orrisparis.com

Our Legacy
ourlegacy.com

Persol
persol.com

Polaroid
polaroideyewear.com

Prada
prada.com

Rolox
rolex.com

Sisley
sisley-paris.com

Swarovski
swarovski.com

Tiffany & Co.
tiffany.com

Y-3
adidas.ch

ZITAT

Ausgesucht und kommentiert von NICOLE ALTHAUS

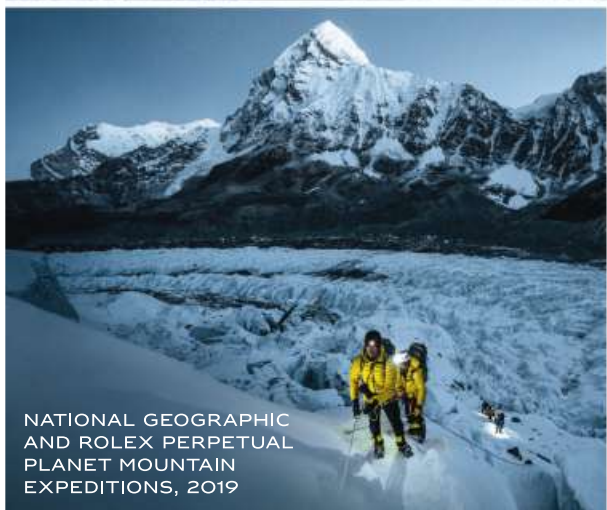
«Wenn es mir schlecht geht,
gehe ich nicht in die Apotheke,
sondern
zu
meinen
Buchhändlern.»

Philippe Djian (*1949)
französischer Schriftsteller

Lesen beruhigt oder beflügelt, es trägt fort und holt zurück, es lenkt ab und fordert Gegenwart, es bringt zum Lachen und zum Weinen. Lesen kann Krankheit und Tod nichts anhaben, und doch erweckt es alles zum Leben.



SIR EDMUND HILLARY UND TENZING NORGAY, 1953
ERSTE ERFOLGREICHE BESTEIGUNG DES MOUNT EVEREST



NATIONAL GEOGRAPHIC
AND ROLEX PERPETUAL
PLANET MOUNTAIN
EXPEDITIONS, 2019



CHRISTINE JANIN, 1990
BERGSTEIGERIN UND
POLARFORSCHERIN



OYSTER PERPETUAL EXPLORER

ALLEN ELEMENTEN ZUM TROTZ

Ihr Name sagt alles. Die Explorer ist von jenen inspiriert, die als Erste die höchsten Gipfel der Erde erklommen haben. Wie jene Wagemutigen hält auch sie den widrigsten Bedingungen stand. Bei aller Schlichtheit und Eleganz ist sie die Funktionsuhr par excellence für alle Abenteurer, denn inmitten unbekannter Gefilde benötigen diese Frauen und Männer ein so zuverlässiges und vor allem unkompliziertes Instrument. Etwas, das ihnen Gewissheit, Präzision und sofortige Ablesbarkeit garantiert, wenn die Orientierungspunkte verschwinden. Genau dafür steht diese Uhr. Ein Zeitmesser, der uns allen Elementen zum Trotz sicher durch unsere Abenteurer geleitet. **Die Explorer.**

#Perpetual

OFFIZIELLER ROLEX FACHHÄNDLER

BUCHERER
1888


ROLEX