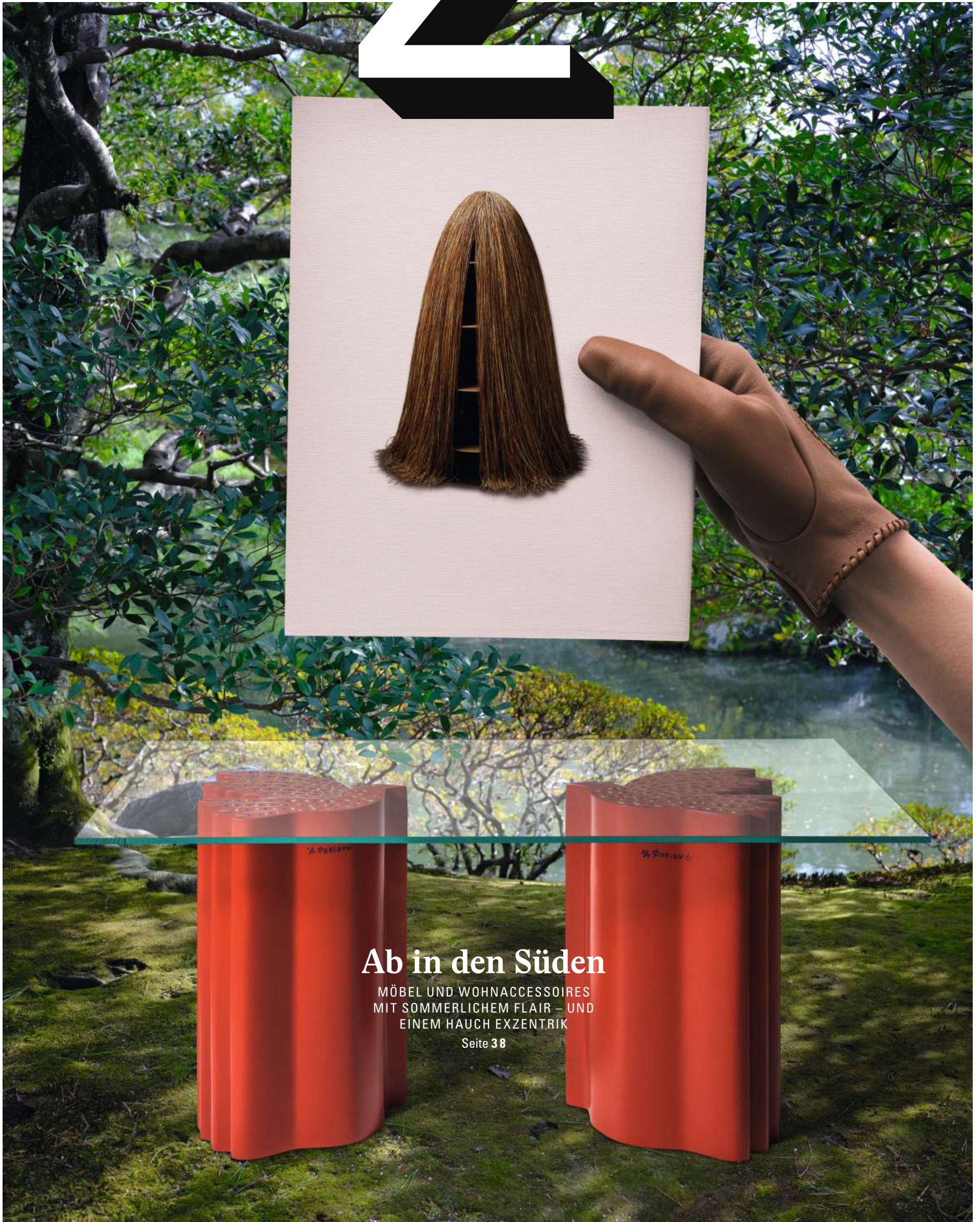


10 **ZEUG** BUCHSTABENSCHMUCK
24 **EVENT** KUNSTBIENNALE VENEZIG
26 **BACKSTAGE** SABINE MARCELIS X VITRA
28 **HINTERGRUND** KIEFFER BY FORMAFANTASMA

IM GESPRÄCH BARNABA FORNASETTI 46
DOSSIER DESIGN-NEWS 50
ZUTAT HEFEFLOCKEN 56
DESTINATION DIOR-FLAGSHIPSTORE, GENÈVE 59



Ab in den Süden

MÖBEL UND WOHNACCESSOIRES
MIT SOMMERLICHEM FLAIR – UND
EINEM HAUCH EXZENTRIK

Seite 38





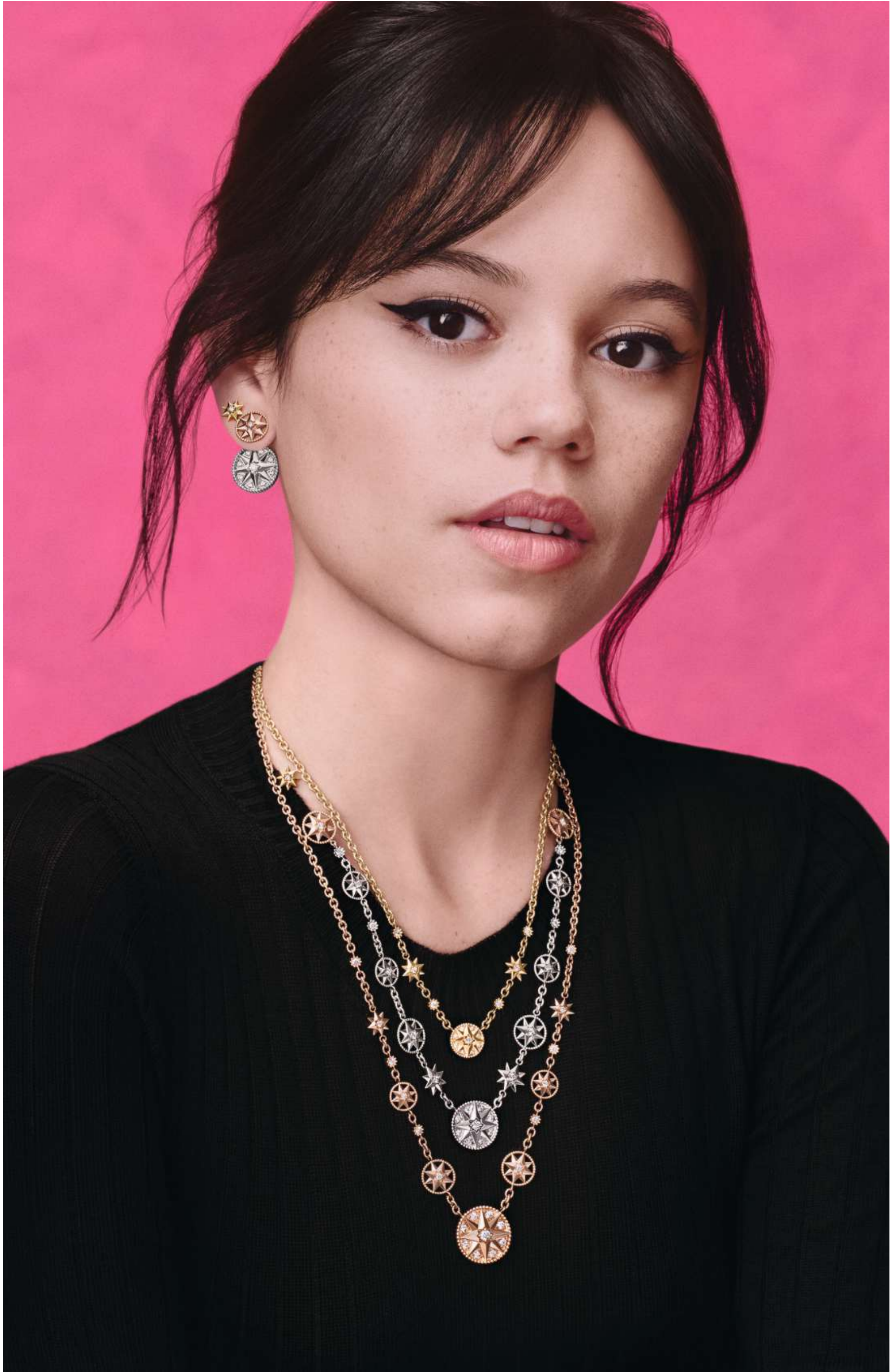
LA VIE EN EVEROSE

Das ist Everose-Gold, eine exklusive 18-karätige, von unseren Experten entwickelte Roségold-Legierung mit einer einzigartigen Farbe. Sie wurde 2005 eingeführt und zeichnet sich vor allem durch ihre Brillanz und Widerstandsfähigkeit aus – dank mindestens 75 % Gold, 20 % Kupfer sowie Palladium und Indium. Ihre genaue Formel bleibt ein Geheimnis, aber eine Eigenschaft ist für alle sichtbar: ihr unvergleichlicher und unvergänglicher

Farbton. Weil wir die Qualität dieser Legierungen genau kontrollieren wollen, giessen wir sie in unserer eigenen Giesserei in Genf. Nach ständiger Verbesserung strebend, ist es uns hier durch die Nutzung bestimmter physikalischer und chemischer Eigenschaften gelungen, diese Legierung nach unseren Massstäben zu formen. Dabei entstand dieser tiefgoldene Aurora-Farbton. Die Brillanz dieser Farbe zieht alle Blicke auf sich.

#Perpetual


ROLEX





DIOR

ROSE DES VENTS COLLECTION

Yellow gold, pink gold, white gold, diamonds and onyx.



“I’M THINKING BEYOND MY TIME TO THE LEGACY I LEAVE BEHIND.”

GISELE BÜNDCHEN, SUPERMODEL, ENVIRONMENTAL ACTIVIST

IWC PORTUGIESE.



Portugieser Chronograph, Ref. IW371626

Vor 85 Jahren als Instrumenten-Uhr mit der Präzision eines Marine-Chronometers konzipiert, ist die Portugieser ein zeitloser und zugleich dynamischer Ausdruck sportlicher Eleganz. Der Chronograph mit seinen für eine optimale Ablesbarkeit vertikal angeordneten Zählern präsentiert sich jetzt zum ersten Mal mit einem aufwendig gearbeiteten Zifferblatt in der Farbe Horizon Blue.

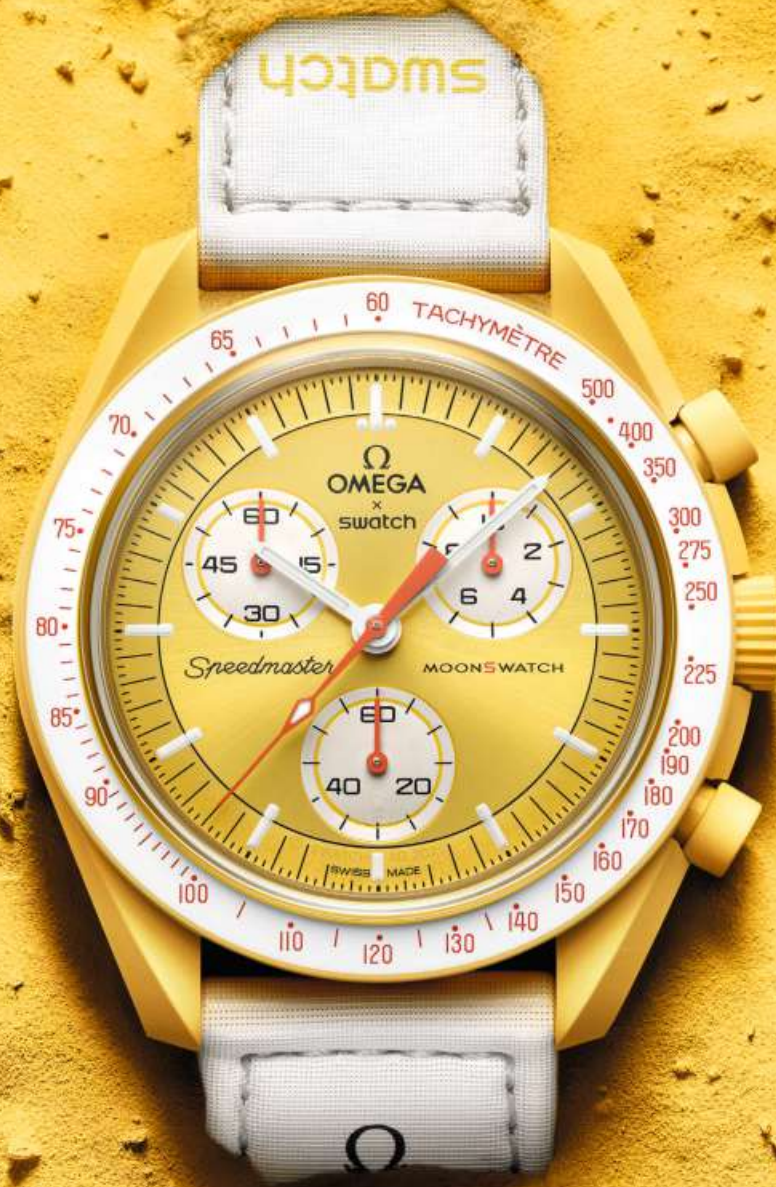
IWC. ENGINEERING BEYOND TIME.

IWC
SCHAFFHAUSEN

IWC BOUTIQUE · BAHNHOFSTRASSE 61 · ZÜRICH

BIOCERAMIC
MOONSWATCH
COLLECTION

MISSION TO THE SUN




Ω
OMEGA
×
swatch® 

Only available in selected Swatch Stores

BIOCERAMIC
MOON SWATCH
COLLECTION

MISSION TO VENUS



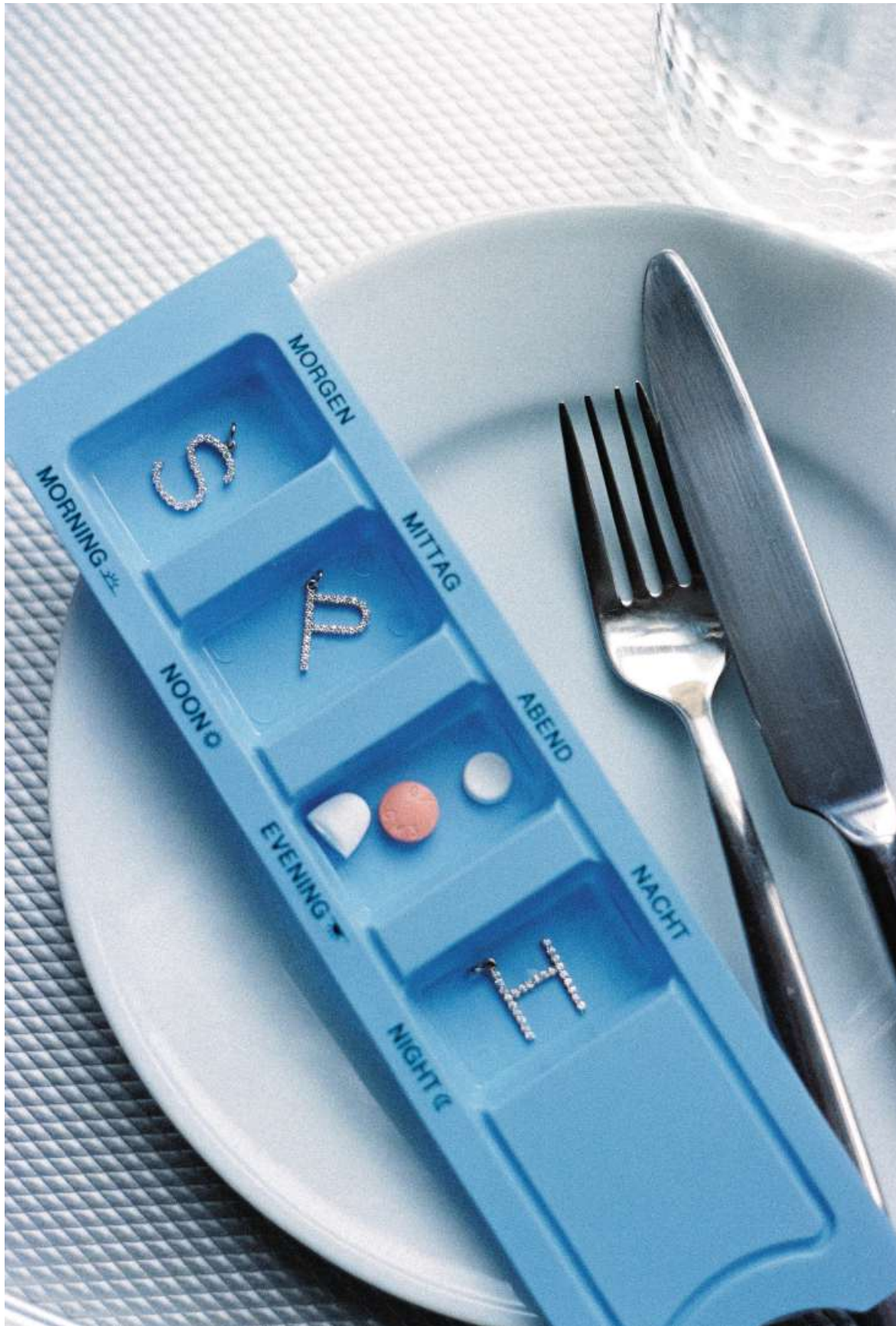
Ω
OMEGA
x
swatch® 

Only available in selected Swatch Stores

0 wie omnipräsent

DER TREND, SICH MIT LETTERN ZU SCHMÜCKEN, HÖRT NICHT MEHR AUF. WARUM SICH BUCHSTABENSCHMUCK GERADE JETZT SO ETABLIEREN KONNTE

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



VON A BIS Z

Foundrae: Typisch für das amerikanische Label sind 18 Karat samt Diamanten und eine Schriftart mit Mittelalter-Attitude.

Charlotte Chesnais: Die Pariser Schmuckdesignerin setzt bei der Serie «Alpha-joaillerie» auf Abstraktion.

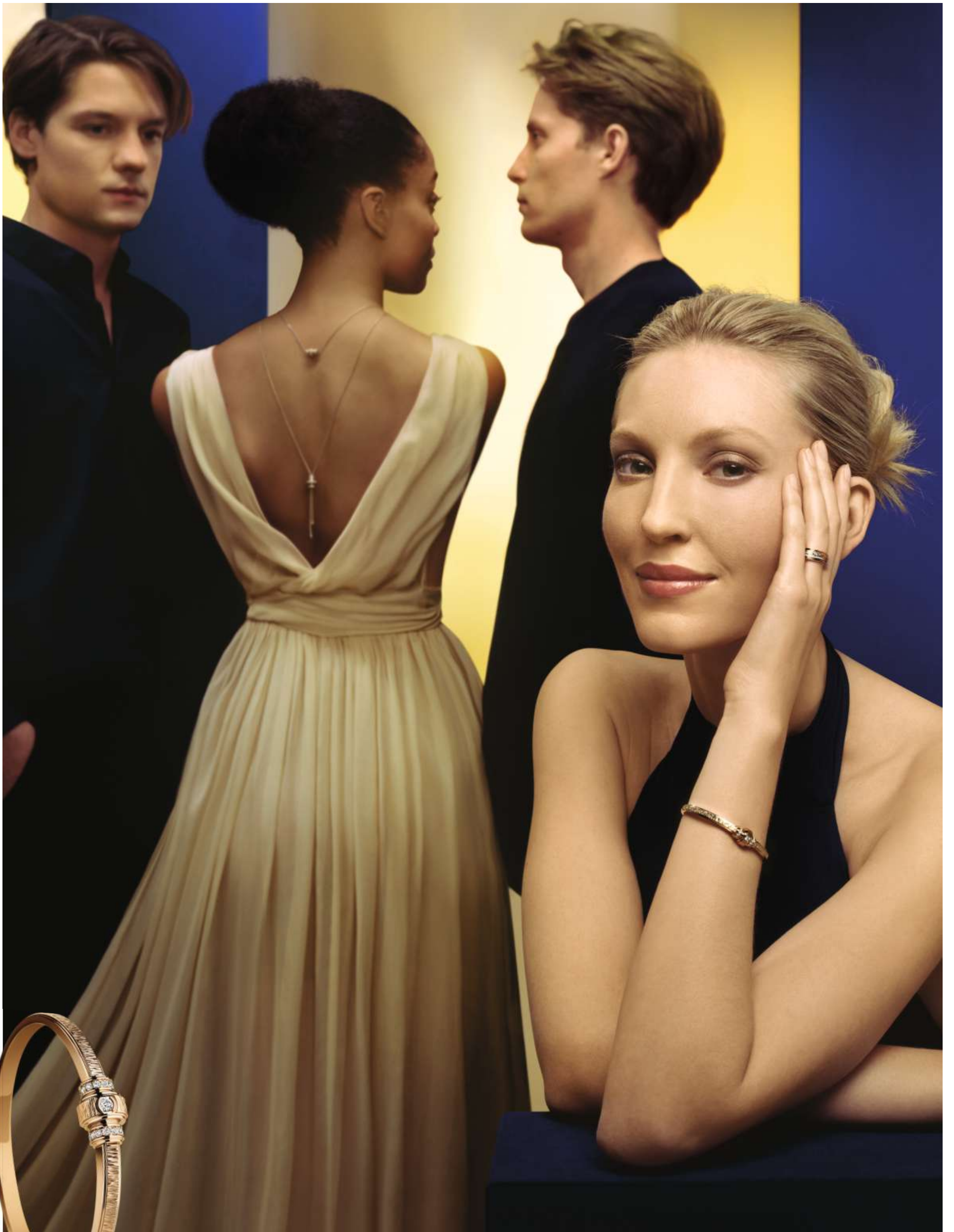
Pacharee: Goldene Lettern, besetzt mit Naturperlen oder farbigen Smaragden.

Ob man wohl den Charakter einer Person von der Wahl ihres Buchstabenschmucks ableiten kann? Sind jene, die den ersten ihres Namens wählen, egozentrische Persönlichkeiten? Und die, welche sich auf die Namen ihrer Liebsten beziehen, mitfühlender? Genug Probandinnen und Probanden für eine Studie wären auf jeden Fall vorhanden.

Denn schon seit Jahren sind die Lettern an Schmuckstücken omnipräsent. Es begann in den nuller Jahren, als die klassischen Bettelarmbänder mit Charms wieder beliebt wurden. Diese reduzierten

sich dann auf einzelne Lettern, die auch gerne zu Wörtern zusammengesetzt werden, wie in Phoebe Philo aktueller Kollektion zu «Mum». Es gibt sie in verschiedenen Schriftarten, die Grafikerin wird ebenso glücklich wie der Gothic-Fan. Ganz schlicht aus Gold. Günstig aus Messing. Oder mit Diamanten. Sie sind das unverbindliche Partnertattoo der Tinder-Ära: Ist die Liebe vorbei, legt man sie einfach ab.

«Diamond Letters», Weissgold, Diamanten (je 1950 Fr.), von Sophie Keegan



POSSESSION JEWELLERY
*Ella Richards with Sascha Von Bismarck,
Orson Richards and Kesewa Aboah
by Brigitte Niedermair.*

PIAGET

Maison of *Extraleganza* since 1874

INHALT

Z

ZEITGEIST

- 14–NEUES AUS DER SCHWEIZ
- 16–NEUES AUS DER WELT
- 18–PRODUKTE
- 20–IM PORTRÄT
- 22–ZOOM
- 24–EVENT
- 26–BACKSTAGE



Seite 38, Im Bilde: Interieur-Inspiration aus südlichen Gefilden.

28–HINTERGRUND Make-over

Andrea Trimarchi und Simone Farresin vom Studio Formafantasma übernehmen die Kreativdirektion beim Textilhersteller Rubelli, zu dem auch die Firma Kieffer gehört



Seite 28, Hintergrund: Rubellis neue Kreativdirektion: Andrea Trimarchi (links) und Simone Farresin.

3

ZÄSUR

- 31–BICE CURIGER
- 32–RICHARD KÄGI
- 33–BARBARA VINKEN / MALENA RUDER
- 34–ULRIKE HUG

38–IM BILDE

Ab in den Süden

Auserlesene Möbel und Wohnaccessoires mit südlichem Flair, inszeniert als Collagen

46–IM GESPRÄCH

Barnaba Fornasetti

Der Sohn des Fornasetti-Gründers über seinen Vater, seine Vision für das Label und die aktuelle Zusammenarbeit mit Poltrona Frau



Seite 18, Produkte: Accessoires, geschmückt mit Perlen.

Z

ZUGABE

- 59–DESTINATION
- 62–IMPRESSUM/BEZUGSQUELLEN/VERLOSUNG
- 63–ZITAT

50–DOSSIER

Neues Wohnen

Die Highlights und Tendenzen von der Mailänder Möbelmesse Salone del Mobile

56–ZUTAT

Hefeflocken

Wie Hefeflocken nicht nur eine pflanzliche Ernährung mit ihrem Umami-Gout verbessern



“LASS DICH VON DER ZEIT TRAGEN.
DU KÖNNTEST AN AUßERGEWÖHNLICHE
ORTE GELANGEN.” | YIQING YIN,
HAUTE COUTURE DESIGNERIN, TRÄGT DIE
VACHERON CONSTANTIN ÉGÉRIE.


VACHERON CONSTANTIN | ONE OF
GENÈVE | NOT MANY.

NEUES AUS DER SCHWEIZ

ACCESSOIRES

Zirkulärer Rucksack

Das neueste Produkt von Freitag sieht anders aus: schlicht schwarz und nicht aus einer Lastwagenplane. Der Rucksack ist aus einem innovativen, kreislauffähigen Material gefertigt. Das Zauberwort heisst: Monomaterialität. Das bedeutet, dass nur noch ein Material, in diesem Fall Nylon, verwendet wird. Dadurch kann der Recyclingprozess möglichst nachhaltig gestaltet werden. Das Material wurde neu entwickelt, damit es wasserabweisend ist. Somit kann man auch mit diesem Rucksack bei schlechtem Wetter mit dem Velo zur Arbeit. (hlh.)

freitag.ch



«Mono[PA6]»-Rucksack (340 Fr.), von Freitag.

PARFUM

Von Zürich nach Zermatt

Letztes Jahr lancierte das in Zürich beheimatete Nischenduftlabel Favorit & Co einen der Limmatstadt gewidmeten Duft. Dieses Jahr geht es nach Zermatt. Der holzig-klassische Duft ist wieder in Zusammenarbeit mit dem Parfümeur Andreas Wilhelm entstanden. Er ist inspiriert vom Widerspruch zwischen Hochgebirgskulisse und Nobelort: Ein Tag in der Natur klingt in einem historischen Grand-Hotel aus. (rud.)

favoritco.com



«Zermatt», EdP, 30 ml (78 Fr.), von Favorit & Co.



Handbesen in gebogener Form, Besenmais (22 Fr.), bei Stilgraf.

SHOPPING

Hopp de Bäse!

Seit 2012 bietet der Online-Shop Stilgraf Nützliches und Schönes fürs Büro an: Hochwertige Notizhefte und Kraft-Couverts oder praktische Nummernclips etwa – jedes Stück bietet billigen Papeterieartikeln aus Plastik die Stirn. Nun ergänzt Stilgraf das Sortiment mit einem kleinen Besen-Shop. Ganz nach dem Stilgraf-Credo weckt auch diese Ansammlung handgemachter und fein verarbeiteter Handbesen Emotionen und Sinne in einer digitalen Welt. Demnächst werden in Zürich gar Besenkurse für Kleingruppen angeboten. (kid.)

stilgraf.ch

Barré

Steinwiesstrasse 30, Zürich



Barré bietet eine grosse Auswahl an erlesenen Einrichtungsstoffen.

Die textilen Schatzkammern, die Annegret Frischknecht und Martina Jöhr bis anhin mit den beiden Barré-Läden für Einrichtungsstoffe im Zürcher Kreis 5 und in Jona-Rapperswil betrieben, sind neu in einem Geschäft in der Nähe des Kunsthauses Zürich vereint. Im oberen Teil werden die umfassenden, ständig wechselnden Stoffkollektionen aus der Schweiz und dem nahen Ausland verkauft. Im unteren Stock befindet sich das Atelier, wo Wohntextilien zu Vorhängen, Wandverspannungen, Kissen und Tischtüchern verarbeitet werden. (kid.)

barre.ch

BUCH

Gruss aus der Vergangenheit

Lange vor Instagram verschickte man Postkarten von seinem Hotelaufenthalt. Daheimgebliebene haben sich über den Gruss aus der Ferne und Hotelbesitzer über gute Werbung gefreut. Heute wirft man gerne einen nostalgischen Blick zurück: Das alpine Museum der Schweiz hat Hotelfotografien der vormaligen Kunstanstalt Brügger in Meiringen gesammelt. Die fast fünfzig Sujets zeigen, wie sich Ästhetik, Kulinarik und Angebote im Tourismus verändert haben. (hlh.)

scheidegger-spiess.ch



Postkartenbuch «Check-in Check-out» (29 Fr.), Scheidegger & Spiess.

DESIGN

Haustier aus Karton

Handwerken kann Spass machen, doch manchmal nerven der hartnäckige Leim oder das ewige Ausschneiden. Die Schweizer Firma Layerplay hat deshalb Bastelbögen entwickelt, die man einfach mit Clips zusammenbauen kann. Daraus entstehen dreidimensionale Tiere wie ein Elefant oder ein Gorilla. Die Designobjekte wirken hochwertig, so dass man sie gerne im Regal ausstellt. (hlh.)

layerplay.ch



Gorilla-Bastelbogen (79 Fr.), von Layerplay.



«Le Régulateur Tourbillon Louis Erard x Alain Silberstein».

UHREN

Tickt richtig

So poppig wie eine Swatch, aber einiges komplizierter, rarer – und teurer: Dieser auf 78 Stück limitierte Zeitmesser von Louis Erard ist in Zusammenarbeit mit dem Designer Alain Silberstein entstanden. Herzstück ist das Tourbillon bei sechs Uhr, typisch Silberstein der Look mit Indizes und Zeigern in den Primärfarben Rot, Blau und Gelb im anthrazitgrauen Titangehäuse. Kostenpunkt des «Le Régulateur Tourbillon Louis Erard x Alain Silberstein»: 15900 Franken. (kid.)

louiserard.com

Wie ein Chamäleon



«True Square x Kunihiko Morinaga», 38 x 44,2 mm (2600 Fr.), von Rado.

Hightech-Keramik führte Rado bereits 1986 erstmals ein. Nun präsentiert die Uhrenmarke einen besonders innovativen Zeitmesser mit Farbwechseltechnologie und transparentem Zifferblatt. Dieses ändert die Farbe je nach Lichteinfall: Bei Sonneneinstrahlung verdunkelt es sich, und wenn die Sonne untergeht, wird es erst grau, dann transparent, so dass das Uhrwerk «R734» sichtbar wird. Das limitierte Modell aus einem quadratischen Monobloc-Gehäuse aus polierter schwarzer Hightech-Keramik entstand in Zusammenarbeit mit dem japanischen Modevisionär Kunihiko Morinaga, bekannt für stimmungsvolle UV-Licht-Mode seines Labels Anrealage. (kid.)

rado.com



TUDOR



BORN TO DARE

Was treibt einen Menschen dazu an, Großartiges zu leisten. Es mit dem Unbekannten aufzunehmen, etwas Neues zu wagen und vor nichts zurückzuschrecken? Es ist die Willenskraft, die auch TUDOR hervorbrachte. Eine Kraft, die mit dieser Uhr in jeder Frau und jedem Mann lebendig ist. Ohne diese Menschen gibt es keine Geschichte, keine Legende und keinen Sieg. Es ist die treibende Kraft, die **David Beckham** jeden Tag inspiriert. Es ist die Energie, für die jede Armbanduhr von TUDOR steht. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen.



BLACK BAY 41

NEUES AUS DER WELT



«Amelia»-Brille mit YSL-Logo (500 Fr.), von Saint Laurent.

ACCESSOIRES

Yves forever!

Gerade einmal vier Jahre nach dem Ableben des Modeschöpfers Yves Saint Laurent (1936–2008) wurde sein Vorname aus dem Markennamen seiner Maison gestrichen: 2012 reduzierte der damalige Kreativchef Hedi Slimane das Logo der Prêt-à-Porter-Linie auf ein kargeres «Saint Laurent». Nichtsdestoweniger ist der Firmengründer noch heute omnipräsent – sei es in Form des Initials «Y» im ikonischen, nicht totzukriegenden «YSL»-Logo bei der Kosmetiklinie und den Accessoires, aber auch auf der Website. (kid.)

ysl.com

DESIGN

Kuscheliges Abc

Weiche Merinowolle und Cashmere, neutrale Farben, und dennoch sind sie ein absoluter Hingucker: Die Kissen der schwedischen Luxusmarke Byredo fallen durch ihren Abc-Druck auf. Wer es vor zwei Jahren nicht geschafft hat, eines der damals limitierten «Alpha-beta»-Kissen zu ergattern, darf sich freuen, denn sie werden nun fester Teil des Sortiments. Die Farben Salt and Pepper, Dune und Charbon stehen zur Auswahl, sie harmonieren mit den ebenfalls erhältlichen Decken. (hlh.)

byredo.com



«The Alphabet Cushion» (je etwa 250 Fr.) aus Merinowolle und Cashmere, von Byredo.

BEAUTY

Liebenswert

Das florale Parfum «J'Adore» gehört seit seiner Lancierung im Jahr 1999 zu den Bestsellern der Marke Dior. Nun können Fans sich über drei Neuzugänge zur Körperpflege innerhalb der Duftkollektion freuen: «Les Adorables» heisst das frisch lancierte Trio bestehend aus «The Shower Gel» mit pflegendem Jasminextrakt sowie «The Body Milk» und «The Cream for Hands, Nails and Décolleté», angereichert mit Jasminwachs. Die formschönen Flaschen und Dosen sollen zudem auch das Auge erfreuen. (rud.)

dior.com



Duschgel «J'adore Les Adorables» (etwa 76 Fr.), von Dior.

Gelbverbot



Die Serie «Bright Blonde» (ab etwa 50 Fr.), von Oribe.

Blondes, aber auch graues und weisses Haar bekommt oft einen unerwünschten Gelbstich. Dem wirken Produkte mit violetten Farbpigmenten entgegen. Die amerikanische Haarpflegemarke Oribe widmet dem Thema gleich eine ganze Serie namens «Bright Blonde» vom Shampoo bis zum «Sun Lightning Mist». Jetzt wurde das «Bright Blonde Radiance & Repair Treatment» überarbeitet. Das Konzentrat pflegt und sorgt mit 13-mal mehr Farbpigmenten sowie einem optisch aufhellenden Komplex aus Zitronen-, Ingwerwurzel- und Kamillenextrakten für ein kühleres, schöneres Blond. (rud.)

oribe.com



«Côtes Plates»-Windlicht, Glas (etwa 120 Fr.), von Diptyque.

WOHNEN

Wohlriechendes Blaulicht

Duftkerze im Sommer? Warum diese nicht mal aus Innenräumen hinaus, auf Terrasse oder Balkon bringen? In einer neuen Sommerkollektion zelebriert die Pariser Duftmarke Diptyque nomadische Lebensart, etwa mit dem vom Studio Jean-Marc Gady entworfenen Windlicht. Von Glasbläsermeistern gefertigt, schmückt es jede Tafel und schützt die Kerzenflamme des jeweiligen Lieblingsdufts – etwa des Klassikers «Figuier». (kid.)

diptyqueparis.com

SCHMUCK

Atelier Patrik Muff

Am Kosttor 2, München

Totenköpfe und Engelsflügel, Anker und Kreuze, Herzen und Knochen, dazu allerlei Kreaturen und Gewächse, von Hand in Wachs geschnitzt und in Silber oder Gold gegossen: Der Schmuckdesigner Patrik Muff – Wahlmünchner mit Schweizer Wurzeln – ist bekannt für seine barock-rockige Ästhetik. Nun ist er nach Jahrzehnten an der Ledererstrasse in ein neues Lokal gleich hinter Cartier an der Maximilianstrasse umgezogen. (kid.)

patrikmuff.com



«Dschungel»-Ohringe, 18K Gelbgold (etwa 5630 Fr.), von Patrik Muff.

AUSSTELLUNG

«Planète Lalanne»

Bis 3. November 2024, Ben Brown Fine Arts, Palazzo Rota Ivancich, Venedig

Im prächtig-geheimnisvollen Palazzo Rota Ivancich lädt die Schau «Planète Lalanne» zur (Wieder-)Entdeckung über 150 seltener Objekte des legendären wie auch nicht klassifizierbaren Künstlerpaars Claude und François-Xavier Lalanne. Deren surreale Skulpturen und Kunstwerke präsentieren sich in einer häuslichen und zugleich phantastischen Umgebung. Die Grenzen zwischen dekorativer und bildender Kunst verschwimmen – es lebe die skurrile Handwerkskunst! (kid.)

benbrownfinearts.com



«Hippopotame I» (1968/1998), von François-Xavier Lalanne.

MODE

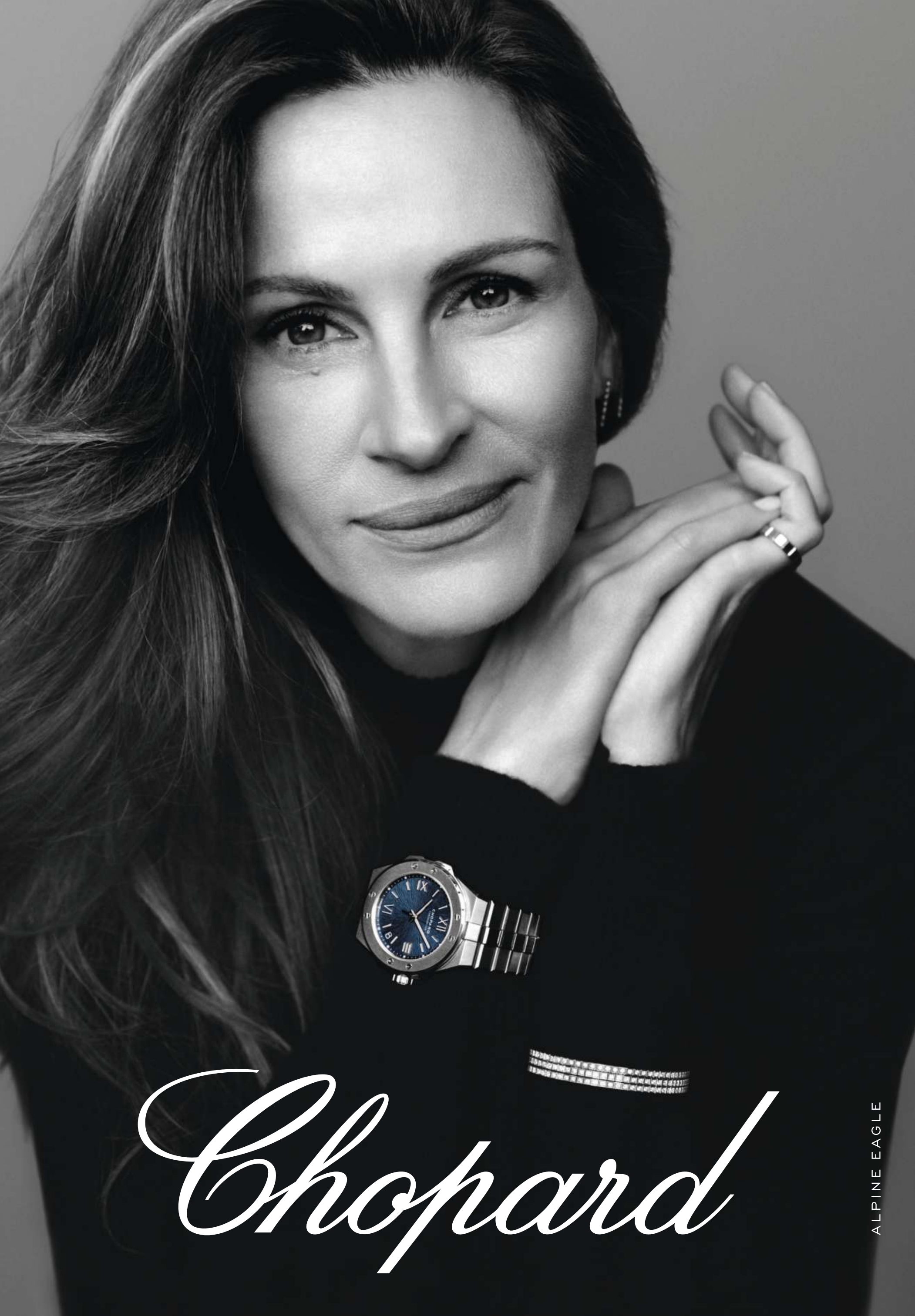
Stiller Italiener



Langarm-Polohemd, Seide-Cashmere (385 Fr.), von Luca Faloni.

Elegant, leger und diskret – der Quiet-Luxury-Stil mag als Trendthema allmählich ausgereizt sein. Es liegt aber in seiner Natur, als verlässlicher Standard für eine gewisse Klientel weiterhin Bestand zu haben. Dieser unauffällige Luxus ist auch die Devise von Luca Faloni, der mit seiner italienischen Herrenmarke jüngst an der Weggengasse 1 in Zürich seine neunte Boutique eröffnet hat. (kid.)

lucafaloni.com



Chopard

ALPINE EAGLE

PERLEN FÜR ALLE!

EINST ALS SPIESSIG VERSCHRIEN, GEHÖREN PERLEN HEUTE ZU DEN LIEBLINGSSTÜCKEN VON MODEAFFINEN MENSCHEN. SIE SCHMÜCKEN NICHT NUR HALS, OHREN UND ARME, SONDERN AUCH KLEIDER UND ACCESSOIRES

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

A

Hoch hinaus
Ein Hybrid aus Stiefel, Pumps und Schmuck.

Absatzstiefel «Adiorable», Grosgrain-Stoff mit Fransen, Metalldetails, Kunstharzperlen (1990 Fr.), von Dior



B

Klein und fein

Der klassische Kettenhenkel wurde hier durch einen – wenn man so will – noch klassischeren Perlenstrang ersetzt.

Mini-Tasche, Leder, Perlen, Metalldetails (4750 Fr.), von Chanel

D

Kopfputz

Ein Diadem für den Alltag, das zudem an Bad-Hair-Days kaschiert.

Haarreif «Le Bijou», Stoff, Perlen (etwa 180 Fr.), von Maison Ola

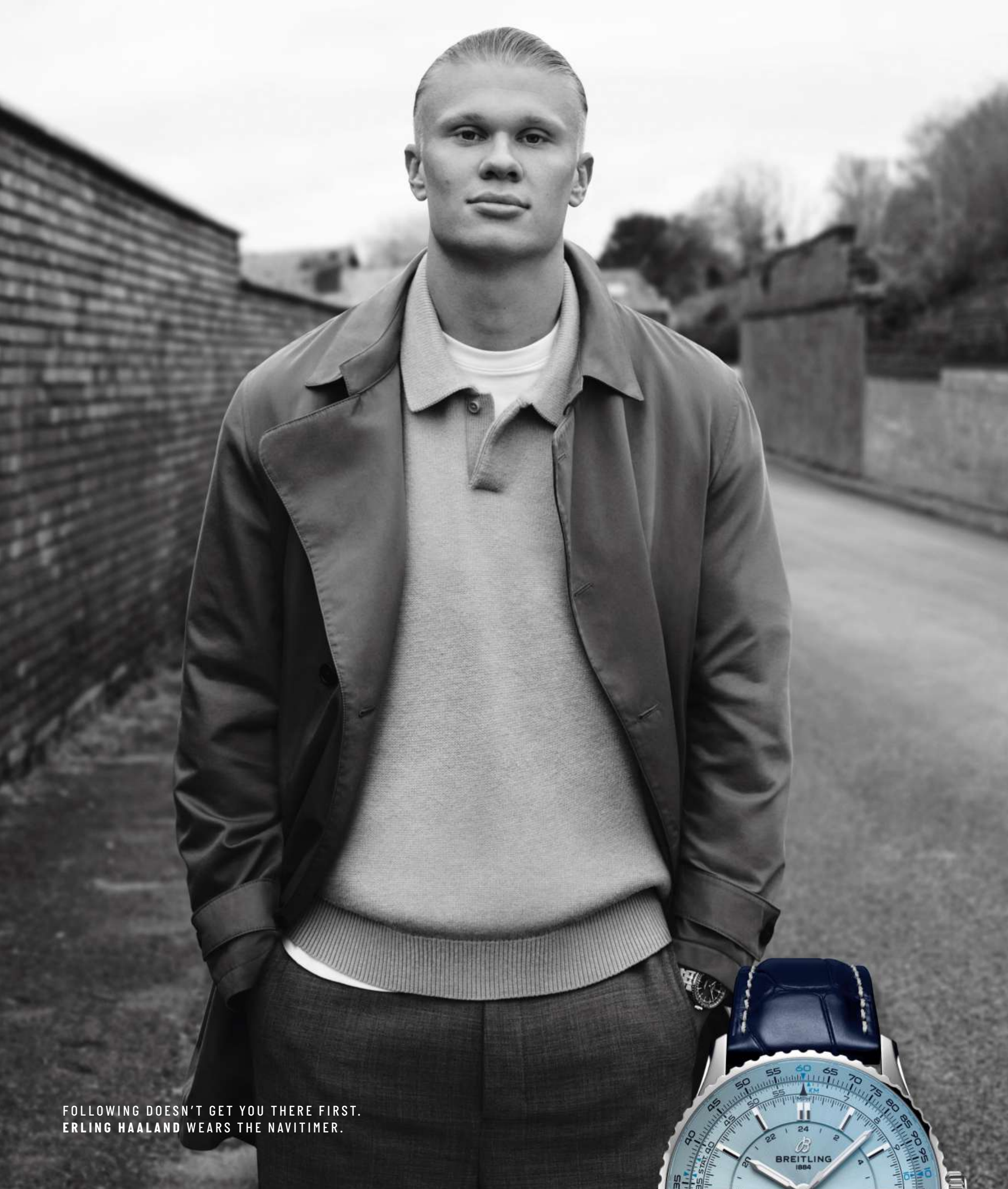


C

Neu gedacht

Wer hat eigentlich beschlossen, dass Brillenbügel immer auf den Ohren zu liegen haben?

Sonnenbrille mit Kopf-Gestell «LV Wire Pearls» (Preis auf Anfrage), von Louis Vuitton



FOLLOWING DOESN'T GET YOU THERE FIRST.
ERLING HAALAND WEARS THE NAVITIMER.



B
BREITLING
1884

140 YEARS OF FIRSTS

ZURICH • GENEVA • ZERMATT • BASEL
LUCERNE • LAUSANNE • INTERLAKEN

Frédéric Malle × Acne Studios

DAS STOCKHOLMER MODEHAUS LANCIERT SEINEN ERSTEN DUFT GEMEINSAM MIT DEM PARFUM-KURATOR FRÉDÉRIC MALLE UND DER PARFÜMEURIN SUZY LE HELLEY

Text MALENA RUDER

DIE INSPIRATION



Dank Aldehyden erhält «Acne Studios par Frédéric Malle» eine schimmernde Qualität.

DAS PARFUM



«Acne Studios par Frédéric Malle», EdP, 50 ml (248 Fr.), zum Beispiel bei Parfümerie Osswald, Zürich.

Rückgrat des neuen Duftes sind Aldehyde – synthetische Moleküle, die einem Parfum eine frische, schillernde Qualität verleihen, etwa eine pikante oder metallische Note. Sie sorgen hier für einen klaren, kristallinen Auftakt, der sich zu einem langanhaltenden Strahlen entwickelt. Dieser Nervenzitgel wird durch sanfte und blumige Noten ausbalanciert.

Frédéric Malle und Suzy Le Helley kombinierten in Anlehnung an die unkonventionelle Art, wie Acne Studios Mode macht, viele verschiedene Ingredienzen und Eindrücke miteinander: Aldehyde, Rose, Pfirsich, Vanille, Sandelholz und Moschus werden zu einem Duft, der radikal daherkommt und zugleich so gemütlich ist wie ein kuscheliger Mohairpullover.

DAS TEAM



Frédéric Malle, Aldehyd-Fan und Gründer von «Éditions de Parfums Frédéric Malle».

Die Parfümeurin Suzy Le Helley ist bekannt für Kreationen mit viel Persönlichkeit.

Acne Studios gehört zu den Lieblingsmarken von Kreativen. Die pure Ästhetik des Stockholmer Modelabels wird vom Gründer Jonny Johansson geprägt, Musiker und Mode-Autodidakt. Für den ersten Duft wandte er sich an Frédéric Malle, bekannt für die eigenwilligen, hochwertigen «Éditions de Parfums Frédéric Malle». Malle ist kein Parfümeur, sondern versteht sich

als Kurator, der mit ausgewählten Nasen seine Vision von zeitgenössischer Parfümerie verwirklicht. Für «Acne Studios par Frédéric Malle» arbeitete er mit Suzy Le Helley zusammen. Ihr Stil passt zu Acne Studios: Sie ist bekannt für kurze, präzise Formeln, bei denen jeder Inhaltsstoff sorgfältig dosiert ist, um eine klare Botschaft zu vermitteln.



FLEXFORM

Perry
modulares Sofasystem
Antonio Citterio Design
Made in Italy
flexform.it

FLEXFORM LUZERN
by Davinci Interior Design
4, Meiliplatz, Emmen
T +41 41 260 51 53
flexform@davinci-schweiz.ch

FLEXFORM GENEVE
by La Cour du Mail
1, Avenue Krieg, Geneve
T +41 22 328 02 40
info@lacourdumail.ch



Auch bei anderen
autorisierten Händlern

Alles im Fluss

Gua Sha, Jade-Roller, Drainagen: Methoden, die das Lymphsystem anregen, sind gerade im Aufwind. Auch die Hautpflegeprodukte der Schweizer Marke Iräye wurden für diesen Zweck entwickelt

Text **JOCELYNE ITEN**

Den allermeisten Frauen ist Cellulite ein Begriff, schwere Beine oder gar Ödeme haben sie eventuell auch schon an sich bemerkt, sowie Tränensäcke unter den Augen. Was das nun alles miteinander zu tun hat? «Die Lymphgefässe arbeiten wohl nicht mehr so effektiv», sagt Dr. Michael Detmar, Dermatologe und Professor an der ETH Zürich. Er begann vor 30 Jahren das Lymphsystem zu erforschen, und das trotz viel Gegenwind. «Es sei ein Karrierekiller. Ich solle mich doch besser weiterhin der Königsdisziplin Blutgefässe widmen», so Detmar, der später an der Harvard-Universität einen Lehrstuhl für das Lymphsystem aufbaute.

In der Medizin wurde dieses bisher eher vernachlässigt. Und in der Beauty-Szene, in der sonst Heilmittel gegen Falten und Cellulite ein grosses Segment beanspruchen, kam das Thema Lymphsystem erst durch Gadgets wie den Gua Sha, ein Massagestein aus der chinesischen Medizin, oder Hollywoodstars wie Jennifer Aniston oder Hailey Bieber, die Lymphdrainagen für ein frischeres und schlankeres Aussehen bewarben, auf. Auf kosmetischer Ebene nehmen Michael Detmar und sein Team für sich in Anspruch, mit Iräye die erste Skincare-Linie weltweit lanciert zu haben, die das Lymphsystem aktiviert. Dabei war das alles so gar nicht geplant. Iräye entstand als Nebenprodukt.

«Wir forschten an einem Medikament für Frauen, die nach einer Krebsoperation unter Lymphödemen litten», sagt Detmar. Frauen sind, wohl auch aufgrund hormoneller Bedingungen, stärker von Wassereinlagerungen betroffen. Während der Tests an über 2000 Pflanzenstoffen stellten sie fest, dass gewisse Wirkstoffe das Lymphsystem positiv beeinflussen, ja sogar anregen. Nach zehn Jahren Forschung kamen die ersten Produkte des Schweizer Beauty-Labels im Jahr 2022 auf den Markt. Um genau zu verstehen, wie diese nun gegen Schwellungen in Gesicht und Körper wirken sollen, bedarf es einer Erklärung des Lymphsystems.

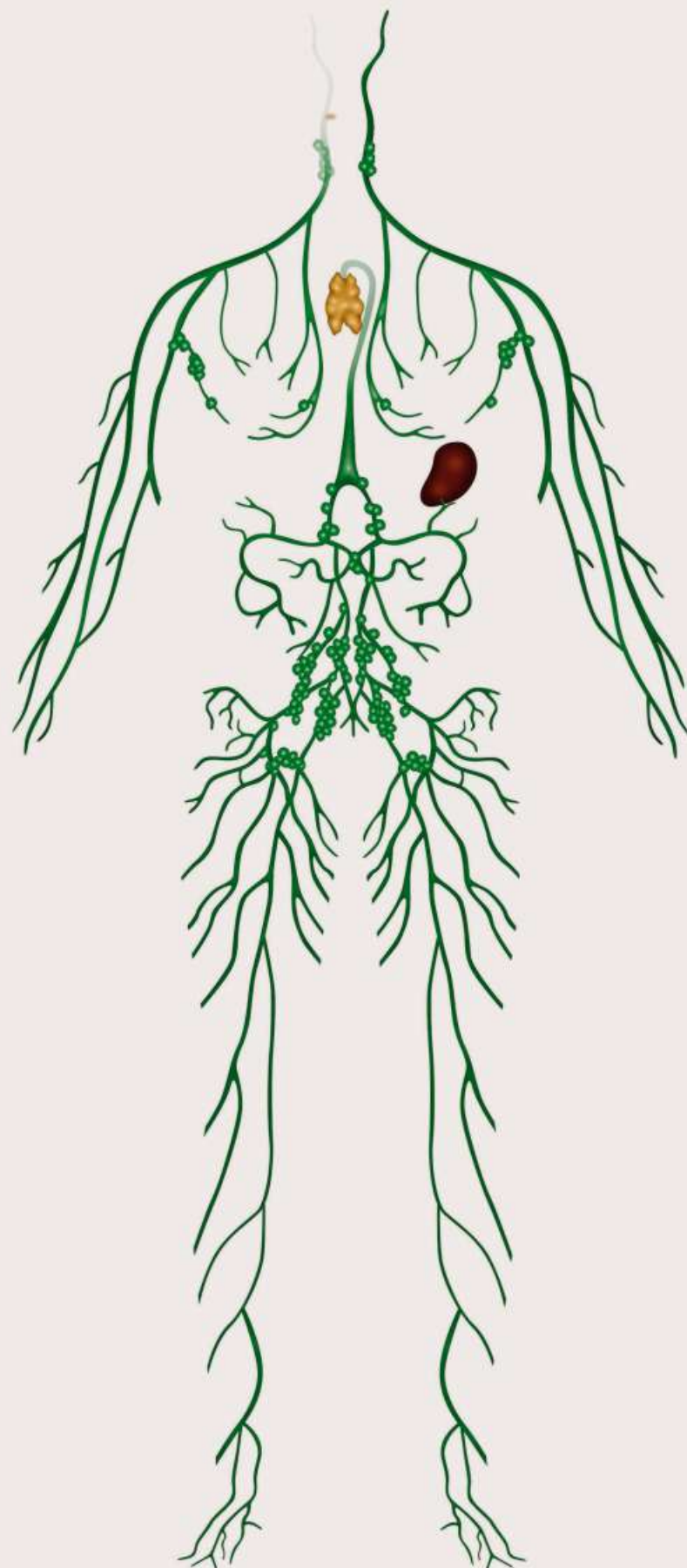
«Das Lymphsystem ist quasi eine Müllabfuhr», so Detmar. Die extrem fragilen Lymphgefässe transportieren Wasser und Schadstoffe, die unser Körper selbst produziert oder die wir über die Zellen aufnehmen, aus dem Hautgewebe. Sie pumpen die Giftstoffe durch den Körper zur nächsten Sammelstelle, den Lymphknoten, die sich vorwiegend am Hals, in den Achseln und in der Leiste befinden. Hier wird dann gereinigt und gefiltert, und Viren sowie Bakterien werden abgewehrt. Wenn wir etwa krank sind, schwellen die Knötchen an, da sie mehr zu filtern haben. Wie ein Abfallsack, der mit noch mehr Zeug vollgestopft wird. Nach der Reinigung wird die Flüssigkeit in die Blutgefässe, in die Nieren und in die Leber geleitet und ausgeschieden.

Wie bei vielen körperlichen Vorgängen lässt auch die Effizienz der Lymphgefässe nach, wenn man altert, einen ungesunden Lebensstil pflegt und bei starken UV-Schäden. Ab etwa dreissig ist eine Degeneration erkennbar. Die Lymphgefässe werden porös,

können das Wasser nicht mehr richtig drainieren. Es tritt ins Gewebe aus, verursacht Einlagerungen, was wiederum zu «Puffy Eyes» und hängenden Backen führt. Dagegen helfen können Massagen (im Gesicht sanft immer von innen nach aussen und am Hals unbedingt immer abwärts streichen), regelmässige Drainagen oder eben die pflanzlichen Produkte des Schweizer ETH-Spinoffs, die über die Haut wirken. «So wie wir unseren Körper im Gym fit halten, müssen auch die Lymphgefässe aktiv bleiben», sagt Michael Detmar.

Links: Dr. Michael Detmar, Dermatologe und Mitgründer von Iräye.

Rechts: Iräye-Produkte sind in der Klinik Ono Estetika, in der Parfümerie Spitzenhaus in Zürich und online erhältlich; irayeskincare.com



Das Lymphsystem hilft, Schadstoffe abzutransportieren. Wenn es geschwächt ist, kommt es zu Wassereinlagerungen.



FOTOS: SCIENCE HISTORY IMAGES / ALAMY STOCK PHOTO, PD

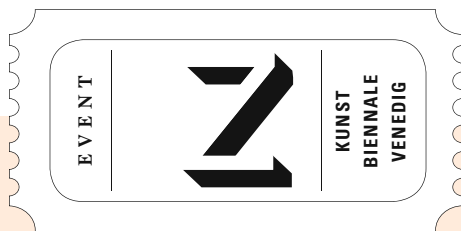


ART DIR: PAUL MARCIANO PH: NIMA BENATI © GUESS?, INC. 2024



MARCIANO
by
GUESS

One & Only Royal Mirage Dubai



60. Kunstbiennale Venedig

Zur Eröffnung Mitte April setzte sich nicht nur die Kunstwelt in Szene. Auch Luxus- und Lifestyle-Marken wie Swatch, Tod's oder Dior präsentierten Projekte

Text **KIM DANG**



VIELFALT IM FOKUS

Unter dem Motto «Stranieri Ovunque – Foreigners Everywhere» beleuchtet die 60. Internationale Kunstbiennale Venedig bis zum 24. November 2024 neue Perspektiven und zeigt Kunst jenseits vom Mainstream. Der Kurator Adriano Pedrosa versammelt ein Sammelurium an Künstlerinnen und Künstlern, Epochen und Kulturen: Zeitgenössisches und Historisches oder indigene Kunst aus dem Amazonasgebiet. Wie die Vielfalt der Themen widerspiegelt die Eingangspforte Pedrosas Sicht auf Venedigs kulturelle Diversität.



COMICFIGUR

Als neuer Hauptpartner der «Biennale Arte 2024» lud die Uhrenmarke Swatch sechs Künstlerinnen und Künstler für die Ausstellung «Swatch Faces» ein. Der japanische Künstler Verdy enthielt in der «Giardini»-Parkanlage eine vier Meter hohe Statue seiner Comicfigur Vick. Bisher nur in Schwarz-Weiss, zeigt sich die Kreuzung aus Panda und Hase erstmals im Bronzeton und ziert gleich auch eine neue Swatch-Uhr. Ihr Highlight: Vicks Zunge wechselt jeden Tag ihre Farbe – von Orange über Rot und Rosa hin zu Gelb.



HANDWERKSKUNST

Als Partnerin des italienischen Pavillons rückte die Ledermarke Tod's in einer dreitägigen Sonderausstellung das kunsthandwerkliche Know-how Italiens ins Zentrum. Elf venezianische Meister schufen von typischen Tod's-Codes inspirierte Werke, etwa einen «Gommino»-Schuh aus Muranoglas. Am Eröffnungsabend nahmen nebst dem Tod's-Chef Diego Della Valle auch Stars wie Adrien Brody und Zhang Ziyi (links) teil, später wurde im prächtigen Tese San Cristoforo all'Arsenale unter Tintoretto's Fresken diniert.



SPENDENBALL

Die Pariser Luxusmarke Dior organisierte am 20. April mit der Stiftung Venetian Heritage zur Erhaltung venezianischen Kulturguts einen Wohltätigkeitsball. Mit Peter Marino, Stararchitekt und Präsident der Stiftung, wurde für die Renovierung des gotischen Patrizierpalastes «Ca' d'Oro» aus dem frühen 15. Jahrhundert (links) gesammelt. Die Soiree unter dem Motto «Naumachia – antike Seeschlachtspektakel» fand in einem sonst nicht zugänglichen Teil der historischen Schiffswerft «Arsenale» statt.

RADO

SWITZERLAND

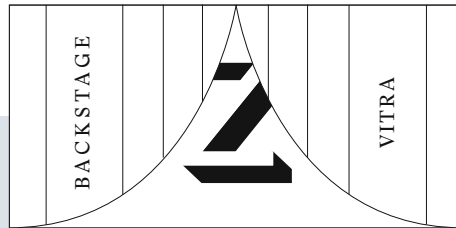
MASTER OF MATERIALS

RADO.COM



Feel it!

CAPTAIN COOK HIGH-TECH CERAMIC SKELETON



Neue Farbwelten

Zur Art Basel lanciert Vitra zusammen mit Sabine Marcelis eine limitierte Neuauflage zweier Entwürfe von Verner Panton. Sie sind Teil der Umgestaltung des Vitra-Lofts

Text LEA HAGMANN



«Panton Chair» und «Visiona Stool», pro Farbe und Modell sind je 50 Stück ab dem 12. Juni 2024 bei Vitra erhältlich. Preise: 749 bis 1889 Franken.

Eine Begegnung mit Sabine Marcelis ist immer auch eine Schulung in der Wahrnehmung von Nuancen. Weiss ist nicht gleich Weiss und Grün nicht gleich Grün. Die niederländische Designerin spielt mit Farbtönen und testet, wie sie sich durch Licht manipulieren lassen. Ihr Ziel: «Ich will statischen Produkten Dynamik verleihen», wie sie es nennt – und was ihr durchaus gelingt. Mit Glasspiegeln, über die sie Farbverläufe legt, halbtransparenten Leuchten – und jetzt auch mit Sitzmöbeln: In Zusammenarbeit mit Vitra lanciert Sabine Marcelis zur Art Basel Mitte Juni eine Neuinterpretation des «Panton Chair Classic» und des «Visiona Stool» von Verner Panton. Die Entwürfe aus den Jahren 1959 (Panton Chair) und 1970 (Visiona Stool) gelten heute als Ikonen des Möbeldesigns. Marcelis hat dem Stuhl neue Anstriche verliehen und den Hocker mit Bezügen aus Kunstfell, Leder oder Samt versehen.

Sieben Farben sind es insgesamt. Die limitierte Kollektion ist Teil der Neugestaltung des Vitra-Lofts, des obersten Stocks des Ausstellungshauses auf dem Vitra-Campus in Weil am Rhein. In einer Zeit, in der viele Wohnungen aussehen wie Showrooms, glatt gebügelt, ohne

Leben, hat Sabine Marcelis für die Schweizer Möbelmarke eine Ausstellung geschaffen, die wie ein Zuhause wirkt: «Ich wollte, dass sich der Raum anfühlt, als würde man eine Wohnung betreten, in der die Gastgeberin in der Küche steht und gerade dabei ist, das Abendessen vorzubereiten.» Entscheidend sind die Details. Über dem Spülbecken etwa liegen Handschuhe der Marke Gohar World, als hätte sie eben jemand dort liegen gelassen. An die Wände sind Bewegtbilder projiziert. Es passiert etwas in diesem Raum. Sabine Marcelis sagt: «Auf keinen Fall wollte ich diesen 'Don't touch me'-Vibe!»

Die sieben Farben, die sie in den Stühlen und Hockern wiederaufgenommen hat, dienen nicht einfach nur der Dekoration, sondern markieren die Raumaufteilung im Loft. Den Eingang bildet das grün gehaltene Wohnzimmer, daneben befindet sich ein Lounge-Bereich in Caramel. In der bordeauxroten Küche steht ein langer Esstisch aus Glas. Es sind Entwürfe von Sabine Marcelis und Möbelklassiker aus dem Sortiment von Vitra – ergänzt durch verschiedene Werke bekannter und weniger bekannter Künstlerinnen und Künstler. Auch das sorgt für mehr Leben.



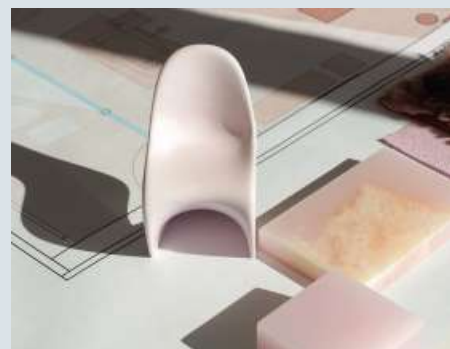
Jeder Raum hat seine eigene Farbe: Für die Sitzzone ist es Caramel.



Sabine Marcelis in ihrem Studio in Rotterdam.



Bordeauxrot von hell bis dunkel für die Küche und den Essbereich.



Rosa ist eine der Signature-Farben von Sabine Marcelis.

Poliform



Stoff für die Zukunft

Andrea Trimarchi und Simone Farresin vom Designstudio Formafantasma bringen frischen Wind in die italienische Textilfirma Rubelli. Die erste Kollektion unter ihrer Direktion entstand für die zu Rubelli gehörende Marke Kieffer

Text LEA HAGMANN



Andrea Trimarchi (links) und Simone Farresin sind die neuen Kreativdirektoren von Rubelli.

«Wir wollen Rubelli nicht ein Formafantasma-Make-over verpassen, sondern Rubelli ein Rubelli-Make-over.»

In der Designwelt spielen Gefühle gerade eine grosse Rolle: Wenn das Bedürfnis nach Sinnlichkeit und Wärme wächst, gewinnt das Haptische an Bedeutung. Die neuen Kollektionen kommen überwiegend in weichen Materialien daher, mit Polsterungen wie Wolkenbetten und Bezügen, die den Impuls wecken, sie sofort anfassen zu wollen. Dass der Diskurs um Materialien immer umfassender wird, liegt allerdings auch noch an einem ganz anderen Gefühl: dem der Schuld. Mehr und mehr wird im Design statt über das Endprodukt über den Ausgangspunkt gesprochen. Produkte werden zyklisch gedacht: Welche natürlichen Fasern lassen sich wieder recyceln? Wo sind synthetische Stoffe ressourcenschonender? Welche Technologien braucht es dafür?

Zwei, die sich mit solchen Fragen schon seit längerem auseinandersetzen, sind Andrea Trimarchi und Simone Farresin. Gemeinsam haben sie 2009 das in Mailand und Rotterdam ansässige Designstudio Formafantasma gegründet. Trimarchi und Farresin verstehen Design als Werkzeug, das ein Umdenken fördert. Lösungen suchen sie im Experiment. Nebst Produktdesign erstreckt sich ihr Tätigkeitsfeld über Raumgestaltung, strategische Planung bis hin zur Designberatung. Mit ihrer Expertise zu alternativen Materialien und neuen Techniken sind sie zu einer wichtigen Anlaufstelle innerhalb der Design-Community geworden.

Ihr neuestes Mandat: die Kreativdirektion von Rubelli. Das vor über 130 Jahren gegründete venezianische Stoffunternehmen vertritt der CEO Nicolò Favaretto Rubelli heute in fünfter Generation. Durch die Zusammenarbeit mit Formafantasma will er der Traditionsmarke «jugendliche Energie» verleihen, wie er sagt: «Formafantasma rüttelt uns auf, das haben wir gebraucht.» Er zielt damit weniger auf die Ästhetik der Marke als auf ihre Positionierung insgesamt ab. Die beiden Kreativdirektoren sehen sich in der Rolle als Berater: «Wir wollen Rubelli nicht ein Formafantasma-Make-over verpassen», sagt Simone Farresin, «sondern Rubelli ein Rubelli-Make-over». Konkret heisst das: Sie bestimmen die Richtung, ohne selbst zu Textildesignern zu werden, und legen fest, wie die Marke nach aussen auftritt, welche Werte sie verfolgt, wie die Showrooms gestaltet sind. Die Stoffe selbst aber werden weiterhin vom internen Designteam bei Rubelli entworfen.

Damit übergibt Rubelli Andrea Trimarchi und Simone Farresin vor allem eine Aufgabe: Neues wagen – in Bezug darauf, wie Stoffe hergestellt werden, aber auch wie darüber gesprochen wird. Dafür eignet sich eine Marke besonders gut: das von Dominique Kieffer gegründete Textillabel Kieffer, das seit 2001 zum Hause Rubelli gehört. Die beiden unter einem Dach vereinten Marken unterscheiden sich

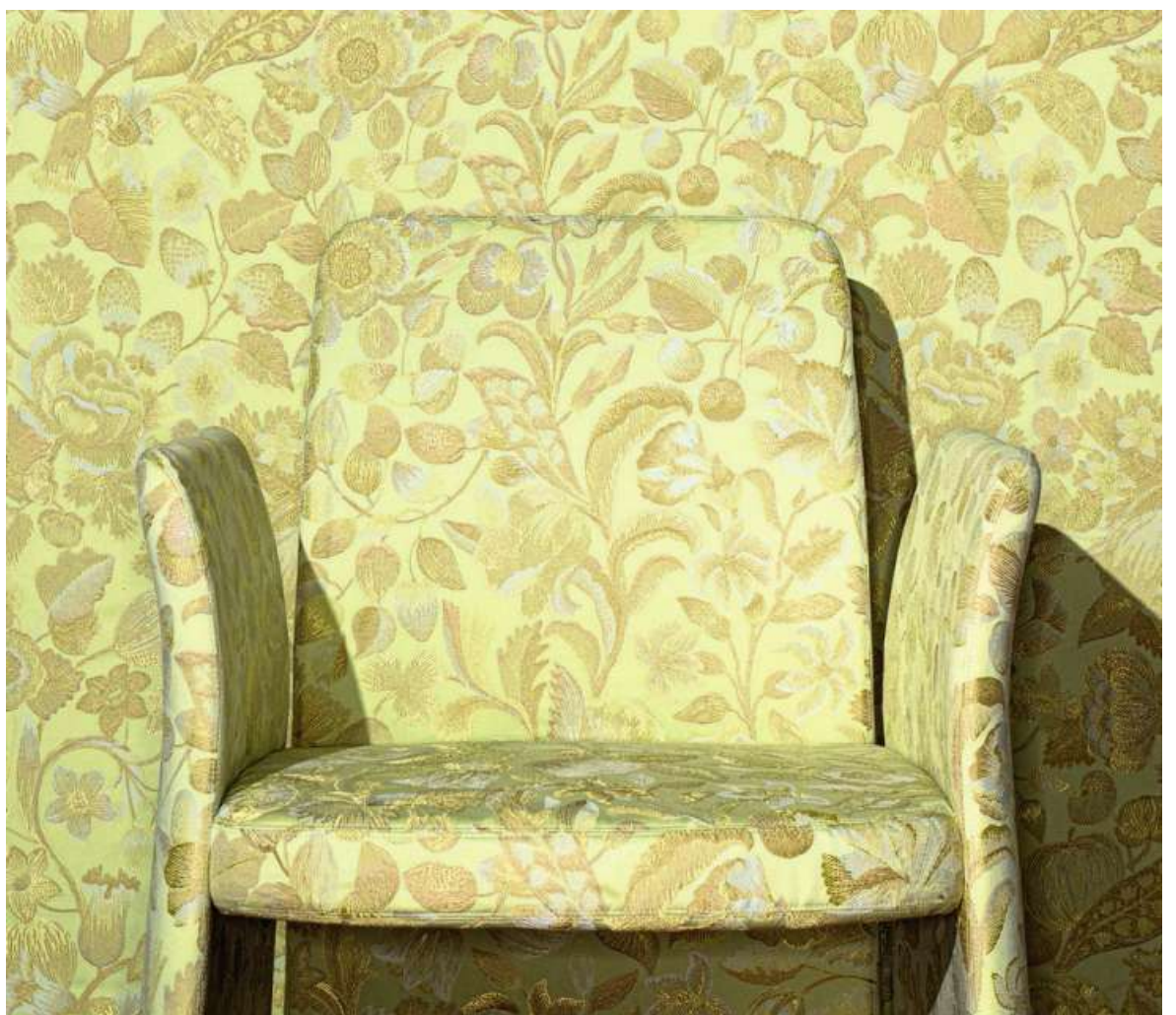
auf den ersten Blick diametral. Rubelli ist bekannt für hochwertige Seide, opulente Muster und kräftige Farben. Schon immer wurde der Maximalismus zelebriert, das verdeutlicht ein Besuch in der Rubelli Foundation. Die Stiftung, die sich im einstigen Zuhause des Markenvaters Lorenzo Rubelli im touristischen Herzen von Venedig befindet, verfügt über ein Archiv aus mehr als 60 000 Dokumenten. Eine Auswahl an Textilien und Papieren ist für Besucherinnen und Besucher einsehbar. Mit jeder Schublade öffnet sich eine neue Epoche: von Samstoffen aus dem 16. Jahrhundert bis zu Art-déco-Prints des italienischen Designers Gio Ponti. Es sind dieselben Muster und Farben, die noch heute in den Rubelli-Kollektionen wiederzufinden sind.

Die Welt von Kieffer hingegen ist puristisch und primär beige. «Unser Ansatz ist es, die ursprüngliche DNA zu respektieren, bei der es immer um die Materialität und die Rauheit von Textilien, um natürliche Farben und Fasern ging», sagt Andrea Trimarchi. Die meisten Stoffe der neuen und ersten Kollektion unter Formafantasma sind aus Hanf, Wolle und Papier gefertigt. Die Wahl unterstreicht die Rolle, die Kieffer im Hause Rubelli einnimmt: Die Marke soll ein experimentelles Labor sein.

Die Textilien drängen sich nicht auf, und doch verfügen sie über Anziehungskraft. Nebst den vielen Erdtönen, darunter ein mit Erde gefärbter Hanfstoff und ein Vorhang aus Papierfasern, gibt es auch ein paar Farbtupfer in Hellgelb, Flieder und Rosa. «Mit «Feral» versuchten wir etwas Ausgefalleneres zu machen», sagt Simone Farresin. «Wir wollten zeigen, dass die Farbpalette der Kollektion zwar nüchtern ist, Kieffer aber durchaus auch abenteuerlich sein kann.» Der Stoff aus Mohairwolle, der beispielsweise als Bezug für einen Sessel verwendet wird, ist für Möbelstücke ungewöhnlich und erinnert an Fell.

Es gehe bei Kieffer darum, was man mit einem Webstuhl machen könne, so Farresin. Darum, etwas zu schaffen, das archetypisch ist: «Selbst die einfachste Webart sollte sehr gut gemacht sein, damit sie zum Standard der Textilherstellung wird.» Produziert werden die Stoffe – wie 90 Prozent aller Rubelli-Produkte – in der eigenen Weberei nahe Como. Hier zeigt sich die lange Tradition, die Rubelli in der Textilverarbeitung hat. Auf dem Dachstock der heutigen Fabrik stehen noch immer die Webstühle aus den Anfangszeiten. Noch heute werden sie zum Weben von Samstoffen verwendet, wenn eine Kundin oder ein Kunde ein besonders exklusives Jacquardmuster wünscht – und bereit ist, den Preis dafür zu bezahlen. An einem Tag können auf den hölzernen Webstühlen gerade einmal 50 Zentimeter gewebt werden. Die grosse Mehrheit aller Stoffe wird unten in der Fabrikhalle produziert, wo ein anderes Tempo herrscht: Bis zu dreissig Webstühle sind zeitgleich im Einsatz. Es hämmert laut, wenn das Webschiffchen in einem Takt von bis zu 500-mal pro Minute durch das Webfach geschlagen wird. Ehe eine Stoffrolle die Fabrik verlässt, wird sie Zentimeter für Zentimeter von blossen Auge kontrolliert.

Die Qualität muss stimmen, das gilt nicht nur für Rubellis aufwendig gewebte Seidenstoffe, sondern auch bei Kieffer, wo gemäss Formafantasma «Taktilität und Sensibilität» im Vordergrund stehen sollen. Ihre erste Kollektion für Kieffer trägt den Namen «Untitled». Sie hätten nicht etwas «overbranden» wollen, das für sich selbst sprechen sollte, sagt Simone Farresin: «Es geht um ein Textil.» Es sei eine bodenständige Kollektion ohne übermässigen Stil. «Sie appelliert an die Sinne.»



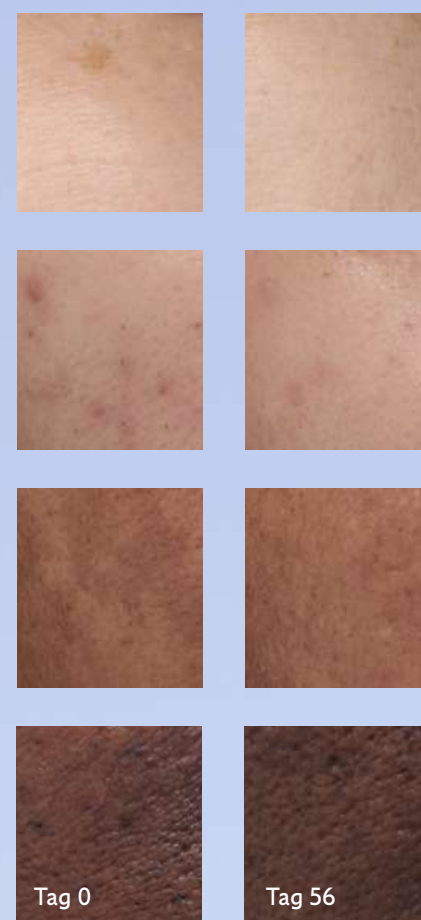
OBEN 2024 wählte Formafantasma für Rubelli das Thema Garten. MITTE LINKS Der Stoff «Patio» aus der Garden-Collection von Rubelli. MITTE RECHTS Die Kollektion für Kieffer nennen sie «Untitled». UNTEN Kieffers Feral-Stoff im Farbton Flieder.

CAUDALÍE

Hellt alle Arten von
Pigmentflecken auf



-63%
Pigmentflecken*



Vorher**

Nachher**

IN APOTHEKEN UND AUF CAUDALIE.COM

*Klinische Studie, Dermatologische Bewertung, 56 Tage, 65 Frauen.
**Ergebnisse nach Anwendung 2-mal täglich, 56 Tage lang. Unretuschierte Fotos.



AUS DEM AUGENWINKEL

Zum Steinerweichen

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.

Der berühmte barocke Brunnen von Bernini, der den vier grossen Strömen Nil, Donau, Ganges und Rio de la Plata huldigt, hat keine Vorder- oder Rückseite. Er lädt dazu ein, rundherum zu gehen und sich auf Ausschnitte einzulassen. In seinem ovalen Becken plätschert das Wasser, der Blick schweift und amalgamiert immer wieder neue Teilbilder, die für sich bestimmte Empfindungen auslösen.

Die Ansicht mit dem trinkenden Löwen, sie wirkt für mich steinerweichend im wörtlichen Sinn. Fast vergisst man die Wucht der triumphal thronenden Männerwaden auf den Felsvorsprüngen. Man schaut vorbei an den Schenkeln und konzentriert sich auf das wasserlappende Tier.

Abgestreift ist alle Symbolik vom königlichen Prachtstier. Seine Verbeugung vor dem Wasser macht den Löwen ganz bescheiden. Denn ja, das kostbare Nass ist es, das ganz im Zentrum steht und Hauptakteurin ist.

Vergessen, dass der Rachen des Löwen zuschnappen und spielend schnell eine Zehe oder gar den Fuss eines sitzenden Riesen reißen könnte.

Du bist, was du isst. Eine Ode an die Mutter aller Steaks

Text RICHARD KÄGI Illustration GRAFILU.CH



Die Charaktere von Persönlichkeiten werden nicht selten damit in Verbindung gebracht, was vorzugsweise vor ihnen auf den Tellern liegt. War es bei Helmut Kohl und seinem geschätzten Saumagen ein Hinweis auf den derben Machtmenschen? Oder bei François Mitterrand die Absenz von Moral und Anstand, dass er nicht nur tonnenweise Foie gras auftischen liess (und selber ass), sondern regelmässig Ortolans à la provençale verspeiste? Die spatzengrossen Singvögel aus der Familie der Ammern sind in permanenter Dunkelheit eingesperrt, oder es werden ihnen gleich die Augen ausgestochen, um ihren Tag/Nacht-Rhythmus dermassen zu verwirren, dass sie pausenlos fressen und auf ein Mehrfaches ihres Gewichtes anschwellen. Solchermassen gemästet, werden die Vögelchen in Cognac ersäuft, im eigenen Fett gegart und als Ganzes serviert. Als wäre es an Schrecklichem nicht genug, verlangt es die Tischsitte, sich beim Verspeisen des Tieres eine Serviette über den Kopf zu ziehen. Das soll den Brautduft nicht entweichen lassen und Tischnachbarn Anblick und Geräusche splitternder Knöchelchen ersparen. Verbürgt ist: Noch Tage vor seinem Ableben liess sich Mitterrand diesen zweifelhaften Genuss schmecken. Nicht nur militante Tierschützer glaubten an die Strafe Gottes und enthielten sich jeglichen Bedauerns. Ich auch.

Bei den englischen Rittern anno 1565, geladene Gäste der Hochzeit von Isabella de' Medici mit Paolo Orsini in Florenz, war es wohl eher im Übermass hinuntergestürzter Wein, der sie laut nach Beefsteaks grölen liess. Die ersten Hooligans der Geschichte. Sie konnten es kaum erwarten, endlich von dem grillierten Rindfleisch zu essen, das die Stadtväter anlässlich der Festlichkeiten dem gemeinen Volk in Massen vorsetzten. Aus Beefsteak machten die Florentiner das Wort Bistecca, eines der ganz wenigen Begriffe nichtlateinischen Ursprungs in ihrer Sprache. Die Bistecca alla Fiorentina war geboren.

Auf den ersten Blick ähnelt dieser legendäre feuchte Traum jedes Hardcore-Karnivoren einem üblichen T-Bone- oder auch Porterhouse-Steak, die Schnittart – aus dem ganzen Roastbeef geschnitten, der Knochen teilt mittels T-Form Entrecôte und Filetstück – ist dieselbe. Doch in seiner Heimatstadt gelten dafür strengere Regeln. Das Teil sollte vom Fleisch von Chianina-Tieren stammen, der ältesten und auch grössten Rinderrasse der Welt. Ursprünglich galten die porzellanweissen Riesen als Arbeitstiere der Etrusker im Val di Chiana. Sanft im Wesen, tragen sie ihre weit ausladenden Hörner seit 2000 Jahren durch die grünen toskanischen Weiden, heute werden sie nur noch ihres exzellenten Fleisches wegen gezüchtet. Für die Bistecca vorzugsweise Jungochsen. Deren Fleisch ist hochgeschätzt, auch wegen des fünfzig Prozent höheren Proteinanteils, und entsprechend kostspielig.

Nicht nur über seine Herkunft definiert sich das Original. *Size matters*. Alles unter 1,5 Kilogramm wird in Florenz etwas despektierlich als Carpaccio klassifiziert. Eine Bistecca sollte zwischen fünf und sieben Zentimeter dick geschnitten und auf einer Seite noch von einer dicken Fettschicht umhüllt sein. Die enorme Dicke ermöglicht auch das anfängliche aufrechte Garen auf dem Knochen. Der kurze Teil des T transportiert die Hitze dabei sanft und kontinuierlich ins Innere des Steaks, bevor es auf jeder Seite einige Minuten glühender, aromatisch duftender Holzkohle ausgesetzt wird – vorzugsweise geköhlet aus jahrzehntealtem Rebholz.

Nun, viele scheitern schon am Grillieren einer Wurst oder eines Hühnerschenkels. Zu viel Bier und Wein am Grill hilft der Konzentration auch nicht. Und diese braucht es, soll das teure Stück nicht aussehen wie die flachen Lavasteine an den Hängen des Ätna. Selbstredend muss das Steak einige Stunden vor der Zubereitung Zimmertemperatur annehmen. Unbedingt erforderlich ist ein digitales Fleischthermometer, damit lässt sich die Hitze im Innern des Fleisches exakt bestimmen. Puristen verlangen eine Kerntemperatur von 45° bis 48 °C, «bleu» oder «medium rare», also sehr blutig. Was bei einem echten Chianina-

Stück ein Genuss ist. Denn dieses Fleisch ist derart mürbe, kein Wunder, es wird auch mehrere Wochen trockengereift, bevor es in den Handel kommt. Das edle Teil erst aufschneiden, nachdem es noch fünf Minuten am Rand des Grills relaxt hat. Wer es weniger blutig bevorzugt, lässt es auf dem Grill, bis 56 °C erreicht sind. Und wem das noch zu wenig gebraten ist, der soll sich eine Aubergine auf den Grill legen.

Weniger Geübte am Grill müssen nicht verzweifeln. Eine grosse Schale mit Olivenöl füllen, den Backofen auf 100 °C schalten und das Steak im Öl warm werden lassen. Sobald es innen etwa 45 °C erreicht hat, kurz und heftig beidseitig über glühender Kohle oder in einer Grillpfanne Farbe und Kruste annehmen lassen. Alles, was es dann noch braucht: Salz, egal, ob während des Grillierens oder auf dem Teller, und dazu einige Tropfen des besten Olivenöls, das aufzutreiben ist. Eine grossartige und nachhaltigere Alternative zu Chianina sind die Grauvieh-Steaks vom Biohof Dusch oberhalb von Fürstenu. Wo Caminada und Co. Produkte beziehen, kann man nicht falsch liegen. Und ich kann dort angeben, wie dick sie die Bistecche schneiden sollen. Ein unschätzbare Vorteil.

Meine bevorzugte Beilage: eine Magnum Sassicaia 2010. Buon appetito!

RICHARD KÄGI ist Autor und Foodscout, schreibt Kochbücher und Kolumnen. Er isst weder Foie gras noch Fettammern. Seine Rezepte veröffentlicht er auf homemade.ch, richardkaegi.ch und Instagram @richifoodscout. Dort finden sich auch ein Bistecca-Grill-Video und Tipps für Restaurants in und um Florenz.

Handverlesen

Text **BARBARA VINKEN**

Je virtueller die Welt wird, je unwirklich medialer, umso stärker wird der Wunsch nach dem Wirklichen, das man anfassen, riechen, spüren kann, nach dem, was tatsächlich seine Zeit braucht, nach dem Handwerklichen, ja dem sichtbaren Handanlegen. Lange vorbei unsere Maschinengläubigkeit und Technikbegeisterung. Fiel mir im Café auf; wo früher eine Espressomaschine, beeindruckend wie eine Moto Guzzi oder eine Harley-Davidson, den Raum beherrschte und auf Knopfdruck funkelte, zischte, alle Blicke auf sich zog, geht es jetzt still, asketisch und tatsächlich handverlesen zu. Alles braucht seine Zeit. Gefiltertes Wasser wird in einen Holzfilter auf selbst und natürlich frisch gemahlene Kaffeebohnen in einem ungebleichten, todsicher rezyklierten Filter gegossen. Andächtig sehen Kaffeebereiterin und Kaffeetrinkerin zu, wie der Kaffee gebraut wird, es langsam köstlich kostbar duftend tropft: «Drip Coffee» heisst das jetzt, nicht mehr prosaisch «Filterkaffee», ein neues Ritual.

Auch in der Küche beobachtet man diesen Trend weg von der Kochkunst hin zum Handwerk und zur Eigenheit des Gegessenen. Nichts wird mehr kunstvoll verfremdet manieristisch verkleidet, sondern kommt in seinen Eigenschaften, dem Geschmack der Dinge, optimiert auf den Tisch. Weg vom Exotischen, um die Welt transportierten, hin zum Saisonalen des lokalen Wochenmarktes, zu dem, was nebenan oder gar im eigenen Garten angebaut wird.

Selbst die Mode, die ja Trendsetterin ist, will lange nicht mehr Kunst, sondern exquisites Handwerk sein: Die Show von John Galiano für Maison Margiela im Januar hiess natürlich nicht mehr Haute

Couture, denn dabei hätten die meisten nicht an Handwerk und Atelier, sondern an abgehobene, realitätsferne Elite gedacht, sondern «Collection artisanale». *Hands-on*.

Das Design setzt auf Natur, die durch perfektes Handwerk in ihrer Schönheit zum Strahlen gebracht wird. Auf der Design Week in Mailand übertrumpft die Technik die Natur nicht mehr, überwindet oder ersetzt sie nicht; vielmehr tritt sie in ihren Dienst und wird zu einer zweiten Natur, die die Vollkommenheit der ersten Natur herausarbeitet, unterstreicht. Stainless Steel, raffiniert poliert, kombiniert mit der ungeschliffenen Unbehaueneheit von Granit oder Marmor, Holz, so bearbeitet, dass seine natürliche Maserung herauskommt und zum Ornament wird, Steine, die so geschnitten und geschliffen werden, dass sie wie antike, kostbar geknüpft Teppiche aussehen. Leder, so gegerbt und genäht, dass jeder Stich, jedes Streicheln von hohem Handwerk flüstert. Jedes Stück, selbst wenn in Serie hergestellt, wird so einzigartig, weil diese Maserung, diese Zeichnung des Steins eben nur einmal vorkommt. Auch an den technisch hergestellten Teilen bewundert man nicht mehr die ewig gleiche, gesichtslose Perfektion; das handwerklich Hergestellte schätzt man an winzigen Eigenheiten.

Dabei folgt die Form nicht mehr einfach der Funktion, viel raffinierter wird die Funktionalität selbst zu einer schönen Form, zu einem wohlgeschmiedeten Ornament. Die Armatoren und Gelenke, bildschöne handwerkliche Arbeiten, treten in einen Dialog mit den spektakulär herausgestrichenen Eigenschaften des Materials. An Handverlesenes wird meisterhaft Hand angelegt.

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.



Der mit einer Kette geschmückte Mark Zuckerberg erregte online grosses Aufsehen.

STILKRITIK

Typveränderung

Text **MALENA RUDER**

Mark Zuckerberg hatte seinen Cinderella-Moment. Der 39-jährige Gründer von Facebook und Meta-CEO präsentierte auf Instagram die neue Version der künstlichen Intelligenz Meta AI. Und trug dabei eine Halskette. Nicht irgendeine mit nostalgischem Wert oder eine von seinen Kindern gebastelte. Sondern eindeutig eine mit Fashion-Appeal: eine längere, mittelgrobe Gliederkette, wie sie Modevorbilder wie Musiker Harry Styles, Rapper Travis Scott oder Tennisspieler Ben Shelton tragen. Der Kontrast zu Zuckerbergs sonstiger Garderobe im Steve-Jobs-Gedächtnis-Look ist gross: Normalerweise trägt Zuckerberg eine Art Uniform, bestehend aus einem schlichten T-Shirt von Brunello Cucinelli mit Jeans und bei offiziellen Anlässen einen klassischen Anzug mit Krawatte. Die Internetgemeinde zeigte sich auf jeden Fall grösstenteils angetan von dieser Typveränderung. Männerschmuck ist jetzt also endgültig im Mainstream angekommen.

Und Zuckerberg beweist so, was gerade viele Tech-Nerds gern verneinen: dass das Äussere einen ungemein hohen Stellenwert einnimmt, auch in seiner Branche. All seine sicher spannenden Ankündigungen wurden verschluckt vom Tumult um sein Geschmeide. Eine Erfahrung, die auch Aschenputtel machen musste: Der Prinz erkannte sie ohne ihr Ballkleid erst, als ihr der gläserne Schuh passte. Weiter ist es aber auch erfreulich, zu sehen, dass ein einziges Accessoire reicht, um eine Typveränderung herbeizuführen, die mit einer Nasen-OP durchaus mithalten kann. Das ist auch der Grund dafür, weshalb die «Aschenputtel»-Geschichte immer wieder erzählt wird, von «Funny Face» über «The Devil Wears Prada» hin zur Make-over-Serie «Queer Eye»: Sie steckt voller Hoffnung. Hoffnung darauf, einfach durch ein Kleidungsstück, ein Accessoire ganz schnell und unkompliziert in einen anderen Menschen verwandelt zu werden – und dadurch ein besseres Leben zu haben.

Die Verwandlung Zuckerbergs zeichnet sich schon des Längeren ab: Er lässt seine Locken länger wachsen, und bei Besuchen in Japan und Südkorea Anfang des Jahres im Februar trug er eine fast schon hippieske Lammfelljacke. Laut einer Expertenbefragung der «New York Times» möchte er sich mit seinem neuen, lässigeren Look beim gemeinen Volk beziehungsweise beim Mainstream beliebter machen. Bleibt nur die Frage, weshalb der offensichtlich sehr intelligente Zuckerberg erst so spät dahinterkam, welche Macht die Mode hat. In seinem Metaversum kann man seine Avatare schon lange verkleiden. Und die Menschen zahlen gern dafür.

MALENA RUDER ist stellvertretende Chefredaktorin 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.



Paul Klee, bildnerische Form- und Gestaltungslehre (1921–1931).

Ansichten

Von **ULRIKE HUG**

Grau, Silber, Schwarz und Weiss – das sind die meistverkauften Farben von Autos und luxuriösen Kleidern. Zumindest in unseren Breitengraden. In der gehobenen Interior-Branche kommen noch ein paar Erdtöne dazu, die Hochwertigkeit und Exklusivität ausstrahlen sollen. Natürlich werden in all den Bereichen farbige Akzente gesetzt, aber das unterstreicht ja nur den Mangel an Farbigkeit. Die Kraft der Farben ist im Alltag nicht wirklich fühlbar. Wie ist das nur zustande gekommen? Sind es fehlendes Talent, Pragmatismus, das Defizit an froh stimmenden Zukunftsaussichten?

Die Publikation «The Book of Colour Concepts / 1686–1963» von Taschen führt in einen derartig anregenden Farbrausch, dass man nur noch Farbe sehen, fühlen oder hören

möchte. Über die Jahrhunderte gab es ein ausserordentlich erkenntnisreiches und zuweilen auch unterhaltsames farbtheoretisches Bestreben, Farben künstlerisch, mystisch, spirituell, psychologisch, theosophisch, musikalisch und/oder geografisch zu fassen – in Tabellen, Farbtafeln oder -kreisen. Ob der Mangel an Farben in unserem Alltag heute darauf beruht, dass wir uns gesellschaftlich darauf verlegt haben, alles schwarz oder weiss zu sehen?

Die Publikation «The Book of Colour Concepts» der Herausgeberin Alexandra Loske und der Co-Autorin Sarah Lowengard in zwei Bänden und in vier Sprachen ist für etwa 150 Franken bei taschen.com erhältlich.



photo Giovanni Gastel

Sofa **Standard** von Francesco Binfaré.
Nach Belieben formbare, "intelligente" Rücken- und Armlehnen bieten maximalen Komfort. Dieses Sofasystem ist kombinierbar, um jedem Bedürfnis gerecht zu werden.

Tisch **Brasilía** von Fernando und Humberto Campana.
Ein Mosaik aus Spiegelsplittern. Jedes Stück ist ein von Hand gefertigtes Unikat.

edra

THE GREATEST COMFORT, ELEGANCE AND PERFORMANCE

switzerland@edra.com @edra.official
edra.com



LINKE HAND

Trinity-Ring, mittleres Modell, Weissgold, Gelbgold, Roségold; Trinity-Ring, kleines Modell, Weissgold, Roségold, Gelbgold, besetzt mit Diamanten.

RECHTE HAND

Trinity-Ring, mittleres Modell, Weissgold, Roségold, Gelbgold, besetzt mit Diamanten.

Das Jubiläum einer Ikone

Der Trinity-Ring gehört zu den ikonischen Stücken von Cartier. Zum 100. Geburtstag hat Cartier drei neue Designs kreiert und dabei den Fokus auf Volumen und Form gesetzt.

Der ikonische Trinity-Ring von Cartier feiert sein 100-jähriges Jubiläum. Die grosse Faszination, die von diesem Schmuckstück ausgeht, hat nicht nur mit seiner Eleganz, sondern auch mit seiner Symbolkraft zu tun: Die Trinity-Kollektion von Cartier steht für die universellen Werte Diversität, Liebe und Freundschaft. Dargestellt werden diese durch drei Ringe, die sich harmonisch übereinanderlegen und miteinander verbunden sind.

Louis Cartier ersann 1924 diesen für die damalige Zeit äusserst avantgardistischen Ring aus drei Edelmetallen und ohne Schmuckstein. Die Ringe sollten die Geschichte der Maison widerspiegeln – die der drei



AN HALSKETTE

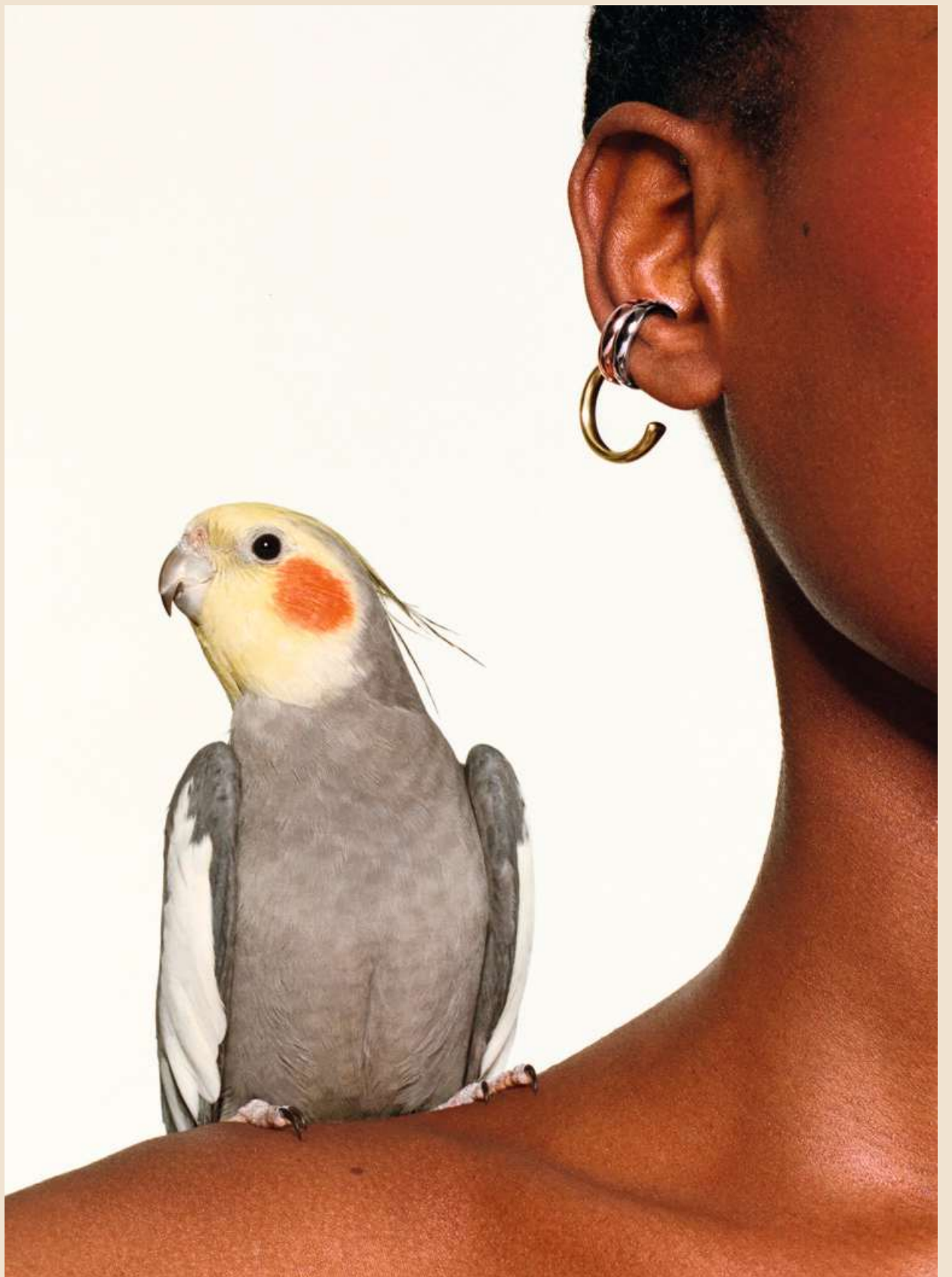
Trinity-Anhänger, grosses Modell, Weissgold, Gelbgold, Roségold.

Cartier-Brüder Louis, Pierre und Jacques sowie die der drei Cartier-Boutiquen in Paris, London und New York. Last, but not least ist die Drei eine magische Zahl.

Heute begeistert und verbindet dieses Schmuckstück Menschen auf der ganzen Welt dank seiner universellen Botschaft und seines klassischen Designs. Zum 100. Geburtstag hat Cartier seine Trinity-Kollektion mit einem Anhänger, einer Neuauflage des ikonischen XL-Armreifs sowie einer XL-Version des ursprünglichen Trinity-Rings lanciert – dieser kommt modular daher und lässt sich auch dreigeteilt tragen.

RECHTES OHR

Trinity-Ohring, Weissgold, Gelbgold, Roségold – eine Kooperation von Cartier mit Chitose Abe von Sacai.



LINKE HAND

Trinity-Ring für zwei Finger, Weissgold, Gelbgold, Roségold – eine Kooperation von Cartier mit Chitose Abe von Sacai.

RECHTE HAND

Trinity-Ring für drei Finger, Weissgold, Gelbgold, Roségold – eine Kooperation von Cartier mit Chitose Abe von Sacai.



FOTOGRAF: PHILIPPE JARRIGEON | ASSISTENZ: EDOUARD OBENICHE UND QUENTIN LACOMBE | PRODUKTION: MARIE NOURY | STYLING: ANOUCK MUTSAERTS | ASSISTENZ: AGNÈS VADI | SET-DESIGN: ALEXIS MOUNOURY
NAIL-ARTIST: AMANDINE CAUVAS | RETUSCHEN: IMAGIN PRODUCTIONS



OBEN Faltbarer Sessel «Lauren», kleines Modell, Leder und Holz (PREIS AUF ANFRAGE) **ANTONIO CITTERIO** für **FLEXFORM**

RECHTE SEITE, VON LINKS Sandalen, gewobenes Band und Kalbsleder (720 FR.) **HERMÈS**, Dekokissen, daunengefüllt, Baumwollsamt aus der Pierre-Frey-Kollektion und Drucke von Jim Thompson (AB 378 FR.) **POLTRONA FRAU**, Beistelltisch «Nara», Holz (AB 1525 FR.) **POLIFORM**

COVER Esstisch «AF-22-013», Holz und Glas, limitiert (PREIS AUF ANFRAGE) **ALEKOS FASSIANOS**, bei **CARWAN GALLERY**, Schrank «Cabana», Raffia-Viskose und Holz (PREIS AUF ANFRAGE) **FERNANDO E HUMBERTO CAMPANA** für **EDRA**, Handschuhe «Heart», Glacé-Lammlleder (950 FR.) **HERMÈS**

Wo die Zitronen blühen

Design-Neuheiten und Klassiker, die unsere Sehnsucht nach südlichen Gefilden stillen – ein Moodboard für ein schönes Zuhause und die nächsten Ferien

FOTOS & CREATIVE DIRECTION METZ & RACINE STYLING DIRECTION LYNSAY MILNE MCLEOD

HANDMODELL YIWEN MA (BODY LONDON)

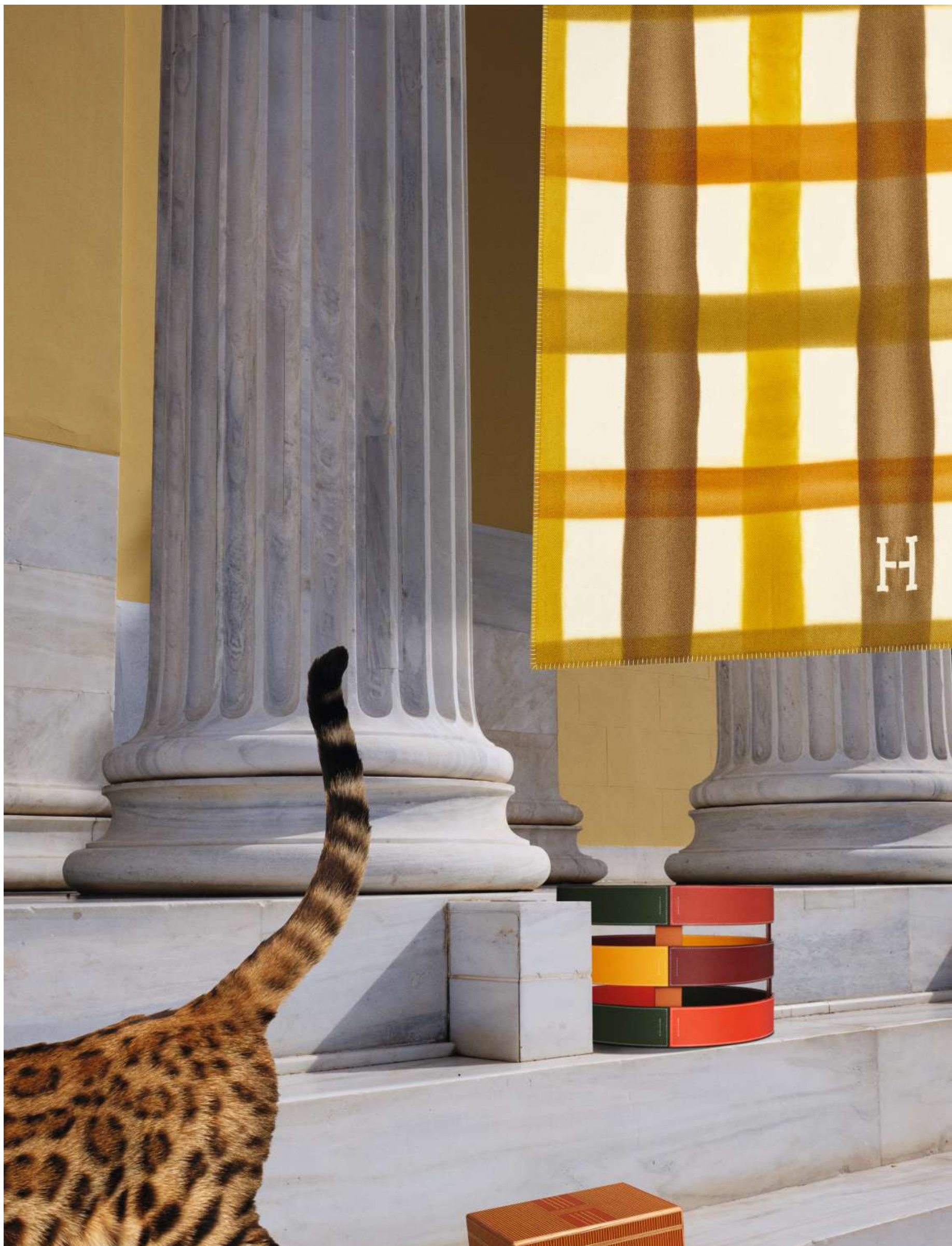
RETOUCHE PAUL NORMAN (POSTROOM LONDON)







OBEN, VON LINKS Objekt «Idleness II Corner Pillow», von Hand bearbeiteter Stuckmarmor (ETWA 8450 FR.) **LAURA DOMINICI**, bei **MINT GALLERY**,
 «Nefi Chair», Papierzellstoff, Polystyrolschaum, Holz, massgefertigte Polsterung (PREIS AUF ANFRAGE) **POLINA MILIOU**,
 Beistelltisch «Domus Pompeii Dioscuri», Marmo di Rima (PREIS AUF ANFRAGE), **ROBERTO SIRONI**, bei **CARWAN GALLERY**, Vase «Metro», Keramik (ETWA 300 FR.) **OBJECTS ARE BY**
 LINKE SEITE Leuchte «Ona Chandelier», gebürstetes Messing, in zwei Größen (AB ETWA 10 000 FR.) **KAIA**, Beistelltisch «Echo», Leder, Glas lackiert (AB 1025 FR.) **LUCAS HEINTSCHEL** für **COR**



OBEN Decke «Tartan Dye», Wolle, Korb «Derby», Leder, Box «Amalthee Myriad», Holz, Leder (ALLE PREISE AUF ANFRAGE) **HERMÈS**

RECHTE SEITE, VON LINKS Outdoorsessel «Petal», lackiertes Aluminium, Taue aus Polypropylenfasern, Polsterkissen, niedriges Modell (PREIS AUF ANFRAGE) **VINCENT VAN DUYSSEN** für **MOLTENI & C.**, handgemachte Vasen, Keramik aus Umbrien, aus der Kollektion «Ikiperu» (AB 589 FR.) **KRISTINE FIVE MELVÆR** für **POLTRONA FRAU**, Gemälde «Magical Palms», 125 × 105 cm, Acryl auf Canvas (PREIS AUF ANFRAGE) **KATE FLORENCE** und «Hush», 15 × 10 cm, Öl auf Panel (PREIS AUF ANFRAGE) **KARL BIELIK**, beide bei **M.A.H GALLERY**







OBEN Drehbarer Sessel «Sendai Cord Outdoor», Stahl, Teak und Polypropylen-Taue (AB ETWA 4560 FR.) **INODA+SVEJE** für **MINOTTI**,
Kurzmantel mit «Mosaïque»-Motiv, Baumwolle (3150 FR.) **HERMÈS**

LINKE SEITE, VON LINKS Nachttisch «6825 Side Table 2», Serie von 3, handgeschnitzt, Marmor (PREIS AUF ANFRAGE) **KHALED EL MAYS**, bei **NILUFAR**,
Giesskanne, beschichteter Stahl (4500 FR.) **DIRK DUIF**, bei **MINT GALLERY**, Sessel «Vanity Fair XC Imagine Reality Edition» (AB ETWA 10500 FR.) **FORNASETTI x POLTRONA FRAU**

Barnaba Fornasetti

Die italienische Design-Marke Fornasetti ist bekannt für ihre surrealen Welten, die zum Träumen einladen. Piero Fornasetti habe das Leben geliebt, sagt Barnaba Fornasetti, der seit 36 Jahren das Erbe seines Vaters weiterführt

INTERVIEW LEA HAGMANN



Sie leiten das Atelier Fornasetti seit 1988. Wie beschreiben Sie den heutigen Charakter der Marke in drei Stichworten?

Phantasievoll,
künstlerisch,
nützlich.

Gibt es noch weitere Werte, die Ihnen wichtig sind?

Ich bin sensibilisiert auf ökologische Themen, das spiegelt sich natürlich auch im Unternehmen wider.

In meinen Augen ist die Herstellung von Gegenständen, die lange halten, ungemein wichtig für die Umwelt.

Ihr Vater Piero Fornasetti gründete das Unternehmen in den 1940er Jahren. Wie gross ist der Druck, dieses Familienerbe fortzuführen?

Es ist für mich ganz natürlich, das fortzuführen, was mein Vater aufgebaut hat. Verschiedene Leute – unter ihnen auch Philippe Starck – haben gesagt, dass es keinen genauen Punkt gebe, an dem die Kreativität meines Vaters endete und meine begann.

Stimmen Sie dem zu?

Es gibt Entwürfe, Dekorationen, Ideen und kulturelle Initiativen, die von mir und dem Team konzipiert wurden. Und dann gibt es das, was ich gerne «Reinventions» nenne: Neuinterpretationen von alten Formen aus dem Archiv. Dennoch glaube ich, dass Fornasetti ein Kontinuum von Gedanken, Menschen, Ideen und Ereignissen ist, das sich nicht trennen lässt. Vergangenheit und Gegenwart verschmelzen miteinander, wobei sie als Linse dienen, durch die man das jeweils andere betrachtet.

Wie war Ihr Verhältnis zu Ihrem Vater?

Er war ein rastloser Mann, der das Leben liebte, aber auch streng und methodisch vorging. Anfang der 1980er Jahre rief er mich an und bat mich, wieder nach Hause zu kommen, um mit ihm zu arbeiten. Damals begannen wir, eine konstruktive Beziehung aufzubauen.

Davor war ich viele Jahre weg gewesen, unterdessen waren wir zwei Erwachsene. Es gab keinen Generationenkonflikt oder -widerspruch mehr. Alles wurde konstruktiv, heiter und schön. Das war nicht immer so, aber als autoritärer Vater hat er meinen Charakter gestärkt und mich gelehrt, Konformismus und Mittelmässigkeit zu widerstehen und diese zu bekämpfen.

Auf mehreren Objekten ist das Gesicht der Opernsängerin Lina Cavalieri abgebildet – warum wurde sie für Ihren Vater zur Muse?

Die grafische und formale Anziehungskraft ihres Gesichts war die Initialzündung für seine grenzenlose Kreativität und seine Treue zu ihr: Ihre goldenen Proportionen und ihr rätselhafter Ausdruck inspirierten ihn im Laufe der Jahre zu beinahe 400 Variationen. Mein Vater hat sie nie kennengelernt, aber er hielt ihr Gesicht für ein wahres Urbild, für die Quintessenz der klassischen Schönheit. Und für so rätselhaft wie die Mona Lisa. Für ihn war jedes einzelne Bild eine Quelle der Inspiration, ein Ausgangspunkt, der zu unendlichen Variationen führen kann. Das ist das Prinzip, auf dem die meisten seiner Arbeiten beruhen.

Sollen Ihre Objekte und Möbelstücke Emotionen und Erinnerungen hervorrufen?

Die Ästhetik von Fornasetti ist in der Lage, Bilder des kollektiven Unterbewusstseins zu wecken, die seit je in unseren Gehirnen gespeichert sind.

Ein Fornasetti-Möbelstück ist niemals ein einfaches, passives Objekt: Es kann zu denjenigen sprechen, die ihre Fähigkeit zu sehen noch nicht verloren haben.

Ihr Lieblingsstück der Marke?

Es gibt so viele, dass ich jeden Tag ein anderes Objekt verehere – manchmal sogar mehrere. Normalerweise verliebe ich mich in jedes neue Stück, an dem wir gerade arbeiten, vor allem in der Anfangsphase. Im Moment bevorzuge ich den Sessel «Vanity Fair» (siehe Shooting Seite 44), den ich in Zusammenarbeit mit Poltrona Frau entworfen habe, und ich kann es kaum erwarten, ihn in anderen Varianten weiterzuentwickeln.

Was macht den «Vanity Fair» zu einer Ikone?

Er fängt die Epoche ein, die ihn prägt, transportiert sie aber in die Zukunft, ohne an Aktualität zu verlieren.

Erzählen Sie uns mehr über diese Kollaboration.

Als ich das erste Mal auf dem «Vanity Fair» sass, fühlte ich mich wie auf einer Wolke und begann zu träumen. Dann traf ich wie vom Schicksal gelenkt auf Verantwortliche von Poltrona Frau und war fasziniert von diesem Unternehmen, das es schafft, handwerkliches Können mit modernster Technologie zu verbinden.

Wie jedes Projekt, das ich auswähle und an das ich glaube, sehe ich in der Zusammenarbeit mit Poltrona Frau ein neues Experiment, das die Verbreitung des Wertes ermöglicht, den ich immer geschätzt habe: die Einladung zur Phantasie durch die Sprache von Fornasetti, unter Verwendung von Ideen, die in unserem kollektiven Gedächtnis verankert sind und die wir auf Alltagsgegenstände anwenden.

Sie haben ihm mit Sonne und Wolken einen Fornasetti-Touch verliehen.

Schon als kleines Kind wurde mir immer gesagt, dass ich den Kopf in den Wolken hätte. Also habe ich die Wolken von einem alten Druck in meinem Schlafzimmer nachgebildet und sie als Tapete und Dekoration auf verschiedenen Gegenständen angewendet. Die Sonne mit ihrem Gesicht und den stilisierten Strahlen hingegen ist eines der Themen, die mein Vater wie besessen interpretierte.

Sind Sie ein Träumer?

Das Motto von Fornasetti lautet «Sei derjenige, der träumt»: Unsere gesamte Kunst soll die Vorstellungskraft nähren und das kreative Denken anregen.

Sie sehen Ihre Arbeit als Kunst?

Als dekorative Kunst. Auch Dekoration kann eine Botschaft vermitteln, ohne mit einem kommerziellen Gegenstand verbunden zu sein. Das macht sie so einzigartig und so wichtig wie die Musik, die auch eine meiner grössten Leidenschaften ist.

Versuchen Sie sich eine Welt ohne sie vorzustellen, es wäre sehr traurig. Aber Kunst kann auch Botschaften senden, die unangenehm sind. Wohingegen in der dekorativen Kunst Schönheit notwendig ist.

Beschreiben Sie uns Ihren Arbeitsplatz.

Mein Arbeitsplatz befindet sich in dem Haus, in dem ich geboren wurde und aufgewachsen bin.

Die Casa Fornasetti ist Ausdruck der Fornasetti-Welt:

ihre Bildsprache, ihre Lebendigkeit und ihre Geschichte. Heute ist es ein Zuhause, ein Büro, ein Archiv und ein Ort, an dem Kreativität und Ideen frei zirkulieren.

Wie sieht ein typischer Arbeitstag bei Ihnen aus?

Feste Arbeitszeiten kenne ich keine. Da ich ja in der Firma wohne, bin ich morgens schon im Studio mit den Mitarbeitenden. Das Atelier ist in der Nachbarschaft, und natürlich gehe ich oft dorthin und auch in den Laden. Achtzig Prozent meiner Zeit verbringe ich an diesen drei Orten: Studio, Atelier und Shop.

Sind Sie ein Ordnungsliebhaber oder ein Chaot?

Ich habe einen rebellischen und leicht anarchischen Geist, aber mein Vater hat mir auch Genauigkeit beigebracht, deshalb nutze ich das Chaos, um kreativ zu sein.

DIE WELT VON
BARNABA FORNASETTI

Destination



Das Meer in Griechenland

Hotel

Das «Mandarin Oriental» in Mailand mit der weltweit einzigen Fornasetti-Suite



Hauptgang



Risotto alla Milanese

Dessert

Zitronen-sorbet



Modedesigner



Umit Benan

Architekt

Andrea Palladio



Objekt



Meine Stereoanlage, die mit meinem DJ-Pult verbunden ist.

Alle Schattierungen von Grün, wie in der Natur

Farbe



Katzen

Schuhe



Church's

Blume

Die Hortensien in meinem Garten, sie sind älter als ich.



Kunstwerk



Alles von Marta Dell'Angelo

Gedicht

«S'i fosse foco» von Cecco Angiolieri

Museo Poldi Pezzoli in Mailand



Museum



Archibald armchair designed by Jean-Marie Massaud

Made of Stories

by people who design, craft and live.

Handcrafted with love in Italy to last generations, since 1912.

poltronafrau.com

Scan to activate the augmented reality experience.



Wohnen 2024

An der Messe Salone del Mobile in Mailand werden jedes Jahr die wichtigsten Design- und Wohntrends gezeigt. Dieses Jahr: gerundete Formen, kuschelige Materialien und sanfte Farbpaletten. Viele Objekte erinnern an die 1970er Jahre

Text Susanna Koeberle



1 Bella figura

Man nehme: drei Rückenlehnen, drei Sitzflächen, drei Armlehnen und drei Seitenstücke. Sprich: zwölf Module. Kombiniert man diese, resultieren daraus 81 verschiedene Sessel. Mit dem Sessel «Figura» tat der Südtiroler Designer Martino Gamper genau das. Dass er dies im Auftrag des Stoffherstellers Rubelli tat, legt noch einen obendrauf. Denn die Textilien des venezianischen Hauses sind selbst schon fast Kunstwerke. Bei diesem Sessel haben Käufer die Qual der

Wahl: 24 Farben für die Samtstoffe, je 30 Farbvarianten zweier Tweedstoffe sowie 30 verschiedene Baumwoll-Leinen-Textilien stehen zur Verfügung. Das vervielfacht die Möglichkeiten noch. Der Entwurf schafft zudem eine Brücke zwischen dem historischen Savoir-faire der Firma Rubelli und zeitgenössischem Design. Und wie macht das Gamper? Indem er sich die künstlerische Freiheit nimmt, mit der Vergangenheit zu brechen.

Eine der vielen möglichen Kombinationen von Stoffen und Formen: Sessel «Figura» von Martino Gamper für Rubelli; rubelli.com

2 Kunstvoll-experimentell

Die Marke Barcelona Design (BD) und das belgische Duo Muller Van Severen teilen eine Faszination für architektonische und skulpturale Möbelstücke. Die Schränke der Serie «Bridges» wirken in der Tat wie kleine Architekturen. Die drei unterschiedlich geformten Öffnungen verleihen dem Schrankkörper jedes Mal einen anderen Ausdruck. Die Beine des Möbelstücks bilden mit dem Schrank optisch eine Einheit – wie bei einer Brücke eben. Am besten sehen die Stücke als Gruppe von verschiedenfarbigen Varianten aus. Die besondere Farbkomposition ist charakteristisch für Muller Van Severen.



«Bridges» von Muller Van Severen für BD; bdbarcelona.com

3 Hommage

Schon die Formen sind weich. Und die Bezüge erst recht! Anlässlich des Salone arbeitete Loro Piana Interiors mit dem Archivio Cini Boeri zusammen und lanciert eine limitierte Serie von fünf Möbelstücken, die mit Loro-Piana-Textilien bezogen sind. Die Ausstellung ist eine Hommage an die Modernität der Entwürfe der italienischen Designerin Cini Boeri (1924–2020), die heute als Ikonen des italienischen Designs der Nachkriegsjahre gelten. Boeri war ausgebildete Architektin und arbeitete im Büro von Gio Ponti, bevor sie sich 1963 selbständig machte. In den 1970er Jahren schuf sie unter anderem mehrere Entwürfe für die Firma Arflex.

Sessel nach einem Entwurf von Cini Boeri mit Stoffbezug von Loro Piana; loropiana.com





Vasen «Seilinee» von Sali enti; salienti.ch

4 Transparent arbeiten

Weil Glas flüssig geformt wird, sind die Möglichkeiten seiner Verarbeitung unendlich. Es kann in standardisierten Produkten wie Fensterscheiben vorkommen oder von Hand gefertigt in filigranen Gebilden. Die beiden gegensätzlichen Aspekte von Glas werden heute in der Designwelt neu entdeckt. In Mailand aufgefallen sind drei Projekte mit Glas: «Seilinee» vom Zürcher Studio Sali enti, «Float» vom Mailänder Büro 6:AM und die zwei Entwürfe von Nendo und Formafantasma für die Firma Wunderglass.

Walter Toccaceli und Matteo Messinese haben beide in Venedig studiert (der eine Architektur, der andere Grafik und Produktdesign) und zogen später nach Zürich. 2021 gründeten sie ihr gemeinsames Studio Sali enti. Für ihr Glasprojekt entwickelten sie ein modulares System von sechs Holzgussformen. Aus der Kombination der verschiedenen Linien – deswegen der Name «sei linee» – ergibt sich eine Vielzahl von möglichen Formen. Die limitierte Serie wurde im Oktober 2023 auf der Insel Murano in Venedig gefertigt. Jede Vase ist ein Einzelstück und trägt wunderschöne Spuren vom Herstellungsprozess. Die Stücke wurden im Rahmen der Ausstellung «Joy» im «House of Switzerland» gezeigt.

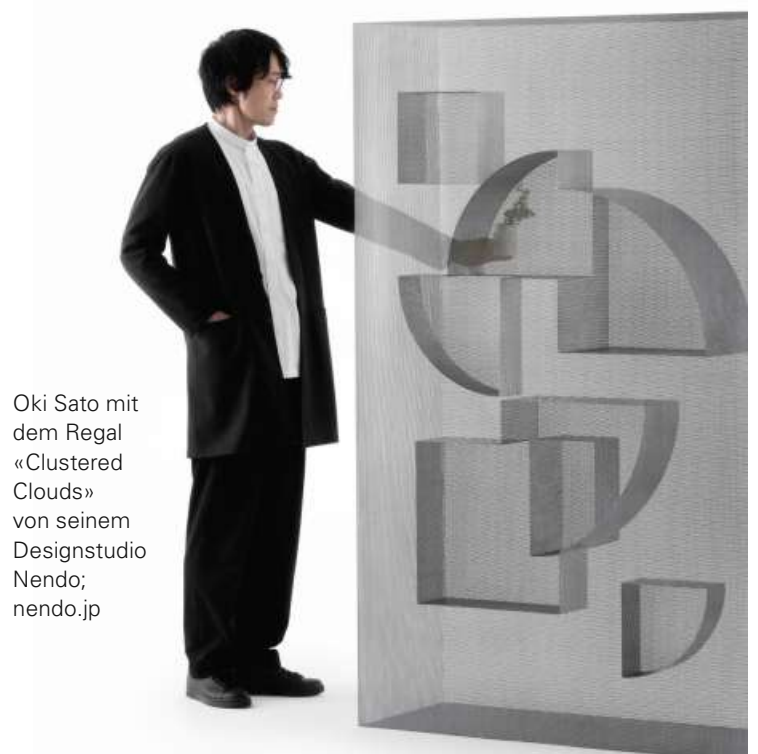
Für seine Kollektion «Float» verwandelte das Büro 6:AM industrielles Glas in handgefertigte Objekte. Häufig kann solches Glas nicht recycelt werden, da es beschichtet ist. Durch ihr Netzwerk in der Architektur gelangten die beiden Gründer von 6:AM an altes Glas von Baustellen. Aus mehreren Glasschichten stellten sie für die neue Kollektion Tische, Regale und Wandpaneele her. Trotz dem minimalistischen und industriellen Look der Entwürfe besitzen die Stücke die Aura von handwerklich Gemachtem. Präsentiert wurde dieses Projekt in dem von Andrea Caputo gegründeten Design- und Architekturzentrum Dropcity, das sich in alten Tunnelräumen hinter dem Bahnhof von Mailand befindet.



«Float» von 6:AM wurde aus industriellem Glas gefertigt; 6am.glass

5 Alias Nendo

Der japanische Designer Oki Sato wird auch Mister Nendo genannt. Dabei heisst nur das von ihm 2002 gegründete Designstudio so. Aber der Name sagt schon viel aus. Der Begriff bedeutet auf Japanisch «aus Ton». Oki Sato beherrscht allerdings jedes Material. Er könnte auch Luft in Design verwandeln, hat man den Eindruck. Jedenfalls ist jedes Projekt (ob Möbeldesign, Grafik, Architektur oder Innenarchitektur) aus der Hand des mehrfach ausgezeichneten Tokioter Studios irgendwie magisch. Gutes Design sei dadurch gekennzeichnet, dass auch Kinder oder alte Menschen es verstünden, glaubt der Designer. In Milano führte die Ausstellung «Whispers of Nature» im Industriekomplex von Paola Lenti seine poetische und zugleich radikale Entwurfshaltung durch fünf Objekte vor. Alle seine Projekte seien in der Natur verwurzelt, sagt Oki Sato. Seit zwanzig Jahren nimmt der Japaner schon am Mailänder Salone teil. Er ist mittlerweile integraler Teil dieses Events, und die Liste seiner Kunden so endlos wie ein Möbiusband. Am diesjährigen Salone waren neue Entwürfe von Nendo auch bei Minotti oder Wunderglass zu entdecken.



Oki Sato mit dem Regal «Clustered Clouds» von seinem Designstudio Nendo; nendo.jp

6 Erfrischung

Neuzugänge bringen naturgemäss frischen Wind in eine Kollektion. Die Entwürfe von Hannes Peer, Architekt und Designer aus Milano, und Giampiero Tagliaferri, Designer aus L. A., prägen den diesjährigen Auftritt von Minotti. Die Beistelltische «Drake», die Hannes Peer entworfen hat, leben von ausgewogenen Akzenten und einer zeitlosen Anmutung. Sie sind in verschiedenen Formen, Grössen und aus Marmor (Bild), Holz oder auf Hochglanz lackiert erhältlich.

Beistelltisch «Drake», von Hannes Peer für Minotti; minotti.com



7 Wirklich gut

Faye Toogood mag es nicht, in eine Schublade gesteckt zu werden. Sie sieht sich als Outsiderin, die sich frei zwischen Möbel-, Objekt-, Mode- und Interior-Design bewegt. Zudem ist sie künstlerisch tätig. Nach einem Studium der Kunstgeschichte war die Britin eine Zeitlang als Redakteurin bei der Design- und Architekturzeitschrift «The World of Interior» tätig, bevor sie 2008 ihr eigenes Studio gründete. Seither hat sie eine eigene Handschrift entwickelt und ist zurzeit gefragter denn je. Sie verkauft ihre Entwürfe auf einer eigenen Plattform, geht aber regelmässig auch Kollaborationen mit anderen Brands ein. Dieses Jahr waren ihre Stücke in Milano bei CC-Tapis, Tacchini, Poltrona Frau und Vaarnii zu sehen. An der Preview von «Rude Arts Club» trat sie in einem selbstentworfenen Kleid auf. Die Modelinie entwirft sie in Zusammenarbeit mit ihrer Schwester.



Faye Toogood spannte in diesem Jahr unter anderem mit CC-Tapis (Bild oben) zusammen und entwarf für Poltrona Frau das Sofa «Parka» (Bild unten); cc-tapis.com; poltronafrau.com



Lounge-Chair
«Volkshaus»
von Herzog &
de Meuron für
Classicon;
classicon.com

8 «Archdesign»

Architektur und Design sind in gewisser Weise verwandt, auch wenn die Bereiche mit ganz eigenen Problemen konfrontiert sind und andere Parameter sie prägen. Doch immer wieder zeigen sich Synergien. Davon zeugen diese drei Projekte: Der Armenier Noro Khachatryan gründete nach seinem Architekturstudium im Jahr 2010 sein Studio Khachatryan in Brüssel. Diesen Hintergrund sieht man seinen Entwürfen an. Sie verbinden nicht nur beide Disziplinen, sondern auch Vergangenheit und Gegenwart.

Zentrales und verbindendes Gestaltungsmerkmal aller Möbel der «Volkshaus»-Serie von Herzog & de Meuron für Classicon ist der Punkt, an dem sich die CNC-geschnittenen Holzbeine kreuzen und ineinandergreifen. Diese Holzverbindung erscheint einfach, ist aber hochkomplex. Sie entstand im Rahmen eines vertieften Forschungsprozesses des Basler Architekturbüros. Weitere Stücke aus der Feder des renommierten Studios waren bei 10 Corso Como in der von Capsule Plaza organisierten Ausstellung zu sehen.

Ebendort appellierte Ecco Leather, ein Unter-Brand des bekannten dänischen Schuhunternehmens Ecco, mit der Ausstellung «Material Matters» an die Wichtigkeit von nachhaltig produziertem Leder in der Schuhindustrie. Die ausgestellten Stücke wurden teilweise von Architekturbüros gestaltet – darunter Studio Anne Holtrop und NM3 – und mit den speziell von Ecco entwickelten Lederarten hergestellt. Auch die Designerin Natacha Ramsay-Levi steuerte einen Entwurf bei.



Vasen-Kollektion «Case»
von Studio Khachatryan;
studiokhachatryan.com

9 Erdverbunden



Nicht nur farblich waren Erdtöne omnipräsent in den Kollektionen der Designbrands. Gerade italienische Hersteller zelebrierten zeitlose Terracotta-Farben oder das klassische Cognac, etwa bei Leder. So gesehen bei Rimadesio, Minotti, Poltrona Frau, Flexform oder Poliform. Erde als Material bildete auch mit Keramikobjekten an der Messe eine Konstante. Und eine raumfüllende Installation, die aus italienischen Steinen und Erde bestand, führte die Vielfalt an Materialien vor, aus denen unser Planet besteht. Aber es ging auch um Formen, genauer um die Muster auf den legendären Jockey-Shirts aus den Anfängen von Hermès. Die sechzehn Rechtecke nahmen Motive auf, die bis heute in Foulards oder Plaids vorkommen. Damit betonte die französische Luxusmarke ihre Grundwerte. Zugleich konnte die kunstvolle Steinassemblage als Hommage an die schönen Böden gelesen werden, auf die man in Mailand überall trifft.

Die steinernen Rechtecke in der Installation von Hermès nahmen Motive auf, die bis heute in Foulards oder Plaids vorkommen; hermes.com

ANZEIGE



«Milano» von Jacopo Foggini für Edra; edra.com

10 Evviva il Duomo!

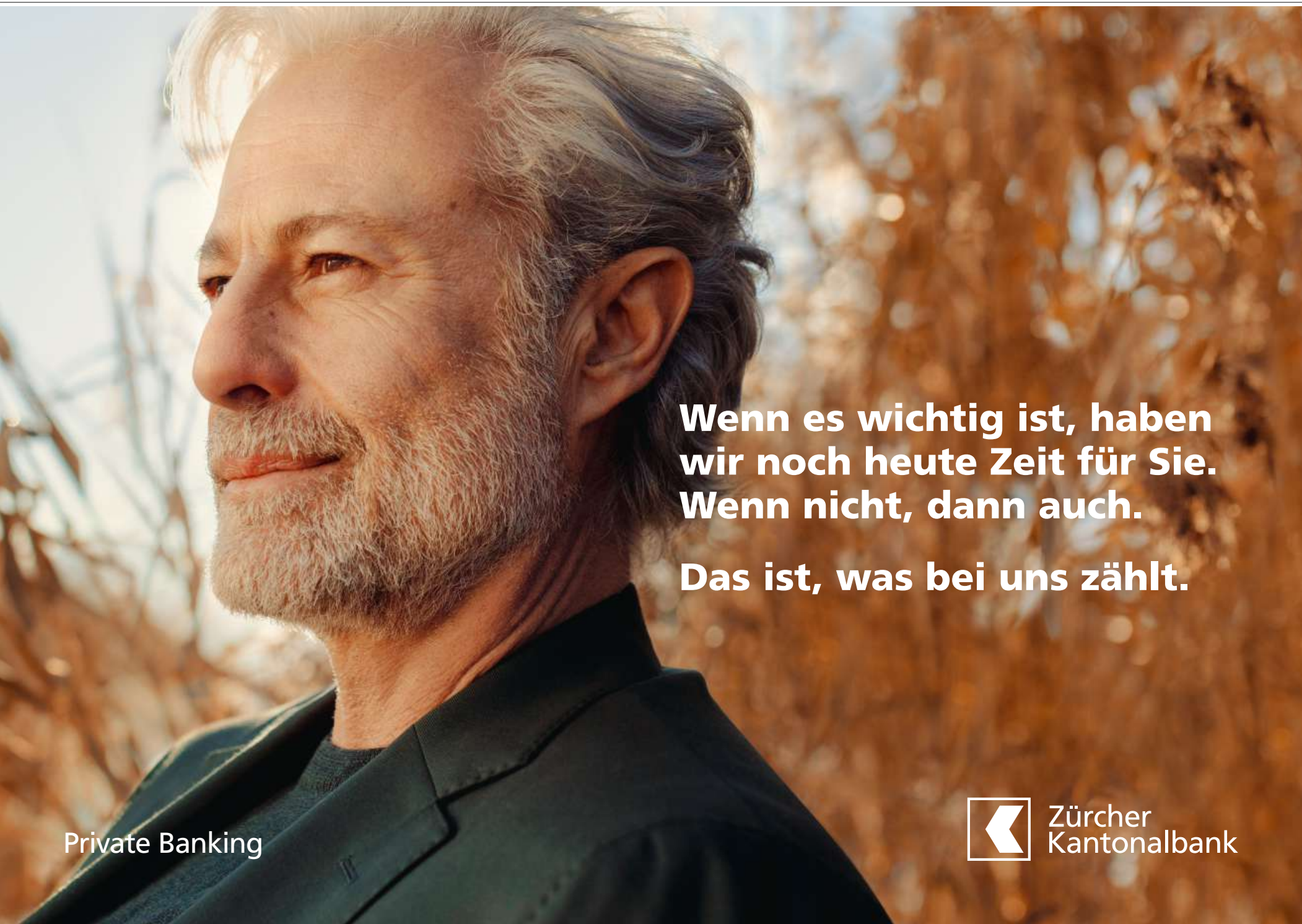
Man erkennt den Bau sofort: der Mailänder Dom. Der Designer Jacopo Foggini ehrt mit seinem Stuhl «Milano» für Edra die wichtigste architektonische Sehenswürdigkeit der lombardischen Hauptstadt. Die schlanke Silhouette des gegossenen Körpers spitzt sich oben zu den typischen «Türmchen» des Duomo zu, der von den Mailändern liebevoll auch «Panettone» genannt wird.

11 Schützender Kragen



Das Team von Flexform war beeindruckt, wie gut sich die japanische Designerin Fumie Shibata in die DNA des italienischen Herstellers einzufühlen vermochte. Für ihren Sessel «Eri» nahm sich die Designerin die schützende Form des Jackenkragens zum Vorbild, daher auch der Name des Entwurfs. Eine poetische Geste, die den Ausdruck des Möbels prägt.

Inspiziert von einem hochgestellten Kragen: Sessel «Eri», von Fumie Shibata für Flexform; flexform.it



Wenn es wichtig ist, haben wir noch heute Zeit für Sie. Wenn nicht, dann auch.

Das ist, was bei uns zählt.

12 Kontinuität

Die Entwürfe von Gio Ponti sind Teil der «Heritage Collection» von Molteni & C. Den Sessel «Continuum» entwarf der bekannte Mailänder Designer und Architekt 1963 für die auf Rattanmöbel spezialisierte Manufaktur Bonacina 1889. Nun wird er in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen neu aufgelegt. Diese Kollaboration unterstreicht das enge Band zwischen Herstellern aus der Brianza.



Der Entwurf von 1963 funktioniert bis heute: Rattansessel «Continuum», aus der «Heritage Collection» von Molteni & C; molteni.com

13 Sofalandschaft

«Back to the sixties» war der Grundtenor bei Poliform. Davon zeugt zum Beispiel das Sofa «Ernest» von Jean-Marie Massaud, das an die zu dieser Zeit sehr beliebten Sofalandschaften anknüpft. Der modular aufgebaute Entwurf ist optisch gerundet und betont dies durch haptisch weiche Textilien. Dazu gesellen sich gebogene Tische, die mit der Sitzgelegenheit eine Einheit bilden.

Sofa und Tisch aus der Kollektion «Ernest» von Jean-Marie Massaud für Poliform; poliform.it



Sessel und Fussbank «Squash», von Faye Toogood für Poltrona Frau; poltronafrua.com

14 Wie auf Wolken

Der italienische Brand Poltrona Frau widmet seine aktuelle Kollektion dem Konzept der Vorstellungskraft und dekliniert das Motto in sechs Unterthemen durch, die unterschiedliche Aspekte von Imagination beleuchten: «Imagine Reality», «Imagine Culture & Crafts», «Imagine Boundless Living», «Imagine Versatility», «Imagine Well-Being» und «Imagine Softness». Dass die Stücke von Faye Toogood «soft» sind, ist quasi selbsterklärend. Die britische Designerin liess sich vom Formenvokabular bestehender Poltrona-Frau-Stücke inspirieren und verpasste ihnen einen zeitgenössischen Dreh.



Schreibtisch aus der Kollektion «Rialto» von Rimadesio; rimadesio.it

15 Formen des Lichts

Um die Werte seiner Marke einem breiteren Publikum zu kommunizieren, entwickelte Rimadesio eine Serie von kleineren, freistehenden Möbelstücken namens «Rialto». Wie die Regalsysteme tragen sie dazu bei, Räume zu definieren. Der Protagonist der Designphilosophie des Herstellers bleibt aber das Licht. Das Credo «Shapes of Light» gibt dieser Idee einen Namen.



SITZSYSTEM DYLAN | DESIGN RODOLFO DORDONI
SOFA RAPHAEL | DESIGN GAMFRATESI
ENTDECKEN SIE MEHR BEI [MINOTTI.COM/DYLAN](https://www.minotti.com/dylan)

Minotti

Hefeflocken

(«GOLDENER UMAMI-STAU»)»

DER VEGANE GESCHMACKSVERSTÄRKER NIMMT ES LOCKER MIT GERIEBENEM KÄSE AUF

Text **MYRIAM ZUMBÜHL**

Eine pflanzliche Ernährung scheint mir höchst attraktiv. Meine Gemüsebauern liefern mir das ganze Jahr beste saisonale Zutaten mit prima Klimabilanz, und ich sehe das als meinen kleinen Beitrag, damit die Welt nicht den Bach runtergeht. Wäre da nicht meine Liebe für Käse und sein Aroma, das je nach Saison wie eine schöne Alpenwiese schmeckt. Diese ist der Grund, warum ich jeweils den Veganuary nicht durchhalte und auch eher missmutig vor einem Risotto ohne geriebenen Käse sitze. Wie gut, habe ich Hefeflocken entdeckt. Ein Gewürz, das käsig schmeckt und den Gerichten einen Umami-Geschmack verleiht. Die goldgelben Flocken schmecken ein wenig wie Parmesan und verleihen als Streue den Gerichten eine würzige, aromatische und runde Note. So gut, dass ich wochenlang ohne Käse auskomme.

Hefeflocken werden in grossen Tanks mit einer zuckerhaltigen Flüssigkeit gezüchtet, fermentiert, gespült und dann erhitzt, wodurch sie ihre treibenden Eigenschaften verlieren. Sie gehen also im Gegensatz zu Backhefe nicht auf. Am Schluss des Prozesses sind die kleinen Flocken umami, malzig und schmecken wie ein reifer Parmesan. Sie passen über grilliertes Gemüse verteilt oder in Polenta, Kartoffelstock, Risotto, Gemüsesuppen sowie Salatsaucen gestreut: Einfach überall dort, wo normalerweise echter Käse seine buttrigen, grasigen Aromen verteilt.



5 FAKTEN

- 1 Macht Suppen herzhafter und Dressings und Saucen cremiger.
- 2 Hoher Nährwert und Vitamin-B-Lieferant.
- 3 Gluten- und laktosefrei.
- 4 Getrocknete Hefe ohne Treibkraft.
- 5 Veganer Ersatz für geriebenen Käse.

«Cheat's Parmesan»-Würzmischung

Für ein Vorratsglas von 250 ml

- 140 g feinstes Mandelmehl (oder ganze, geschälte Mandeln)
- 35 g Hefeflocken
- 1 TL Knoblauchpulver
- 1 Prise Cayennepfeffer
- 1 TL Salz

Zubereitung

Alle Zutaten in einem Standmixer zu einem feinen Pulver mixen. Werden ganze Mandeln verwendet, diese erst zu einem feinen Mehl mixen. Würze in ein Vorratsglas geben, kann für 2 bis 3 Wochen im Kühlschrank aufbewahrt werden. Zum Würzen über Pasta, Salate oder Gemüse streuen.

Umami-Blumenkohlreis

Beilage für 2 Personen, Zutaten: 1 Blumenkohl, Olivenöl, Salz, Pfeffer, Hefeflocken, 1 rote Zwiebel, 2,5–3 dl Hafer- oder Vollrahm, 1 Bund Petersilie, Trüffelsalz (nach Belieben)

1

Blumenkohl in grobe Stücke schneiden, im Mixer auf Reisgrösse zerkleinern. Mit wenig Salz, Pfeffer, Hefeflocken würzen, etwas Olivenöl darübergerben.

2

Auf ein Blech mit Backtrennpapier legen. Gleichmässig ausstreichen, zirka 12 Min. bei 200 °C im Ofen backen, bis der Blumenkohl weich ist.

3


Zwiebel in feine Streifen schneiden, in Bratpfanne andünsten, Blumenkohl und Rahm dazugeben, kurz aufkochen. Mit Salz, Pfeffer und Hefeflocken würzen.

4

Petersilie grob hacken, darübergerben und alles noch dampfend in der Pfanne servieren. Nach Belieben mit Trüffelsalz abschmecken.



Weitere Rezepte finden Sie online auf bellevue.nzz.ch



Home is where the heart is

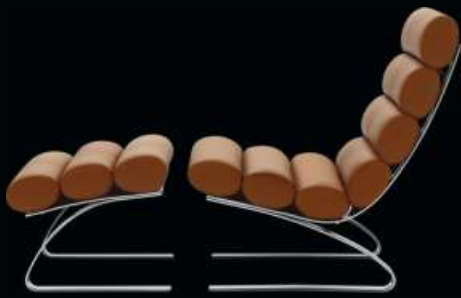
Seit 70 Jahren produziert unser Familienunternehmen im westfälischen Rheda-Wiedenbrück nun Polstermöbel. Sieben Jahrzehnte, in denen wir Lieblingsplätze schaffen, an denen man sich zuhause fühlt. Die können die unterschiedlichsten Formen annehmen. Und doch haben sie alle eins gemein: Sie sind außergewöhnlich bequem, eigenständig und zeitlos sowie nachhaltig mit höchstem Handwerkskönnen, aus besten Materialien und mit viel Liebe gefertigt. Polstermöbel sind für uns eben nicht einfach eine Sitzgelegenheit, sondern eine Herzensangelegenheit.

Conseta 1964



Dass Conseta nach 60 Jahren noch so gut in Form ist, liegt an ihrer zeitlosen Schlichtheit und Modernität. Als erstes Elementsofa-Programm auf dem Markt zählt dieser Klassiker zu den Meilensteinen der jüngeren Designgeschichte.

Sinus 1973



Trio 1973



Shrimp 2011



Jalis 2010





ENTDECKEN SIE SOHO, SCHIEBEWÄNDE. DESIGN GIUSEPPE BAVUSO



Rimadesio

Den Sternen nah

Text LEA HAGMANN



DIE FRANZÖSISCHE LUXUSMAISON DIOR HAT IHRE NEUE BOUTIQUE IN GENÈVE ERÖFFNET. FÜR DEN BAU VERANTWORTLICH IST DER PREISGEKRÖNTE ARCHITEKT CHRISTIAN DE PORTZAMPARC

Ein Besuch in der neuen Dior-Boutique in Genf ist eine Reise durch die Codes der französischen Luxusmaison. Gewürdigt wird sowohl die Gegenwart als auch die Vergangenheit: Gezeigt werden die neuesten Kollektionen, Archivskizzen von Christian Dior zieren die Wände, während Modefotografien von Brigitte Niedermair das Heute abbilden. Oben auf dem Dach thront ein Stern, das Emblem der Marke. Eine weitere Hommage an Christian Dior.

Gemäss Erzählungen soll der französische Couturier ein abergläubischer Mensch gewesen sein: Als er eines Abends in der Rue du Faubourg Saint-Honoré in Paris einen Metallstern am Boden entdeckte, deutete er ihn als Zeichen des Schicksals und beschloss, ein Modehaus in seinem Namen zu eröffnen. So besagt es die Geschichte. «Also wird auch der Genfer Flagship-Store vom Dior-Stern geleitet», sagt Christian de Portzamparc, der für den Bau verantwortlich ist. Der preisgekrönte französische Architekt hat 2015 bereits die Dior-Boutique in Seoul realisiert und arbeitet derzeit an einem nächsten Store, der in Peking eröffnet wird.

De Portzamparc konzipiert Architektur als Kollektion: An allen drei Standorten folgen die Gebäude demselben Prinzip, unterscheiden sich jedoch so weit, dass sie ins jeweilige städtische Gefüge passen: «In Seoul liegt der Flagship-Store an einem breiten Boulevard mit einer Reihe heterogener Gebäude», so de Portzamparc. Das Geschäft sollte deshalb eine sehr elegante Präsenz haben. In Genf ist der Bau Teil eines anderen Umfelds, die Boutique befindet sich an der Ecke Rue du Rhône / Rue Robert-Céard: «Die Rue du Rhône ist eher eintönig, mit Gebäuden aus den 1950er

bis 1970er Jahren», so das Urteil des Architekten. Als Inspiration dienten ihm die Baumwolltücher, die Christian Dior für seine Haute-Couture-Kleider zugeschnitten hat: «Mir gefiel die Idee, mit Reliefs zu arbeiten», sagt de Portzamparc, der in seiner Arbeit stets einen skulpturalen Ansatz verfolgt. Seine Vision erklärt er so: «Das Gebäude hat eine freie Form, wie eine Leinwand, die in den Himmel ragt.» Das Ergebnis sind weisse, blütenblattförmige Schalen, die das Dach stützen. Sie sind eine Reverenz an Christian Diors Affinität zur Welt der Blumen. Christian de Portzamparc sagt: «Ich habe eine schräge Dynamik in eine einheitliche und sehr starre Strasse gebracht.» Die verglasten Zwischenräume lassen tagsüber Licht herein und formen den Raum: Dieses Spiel von Licht und Schatten schaffe die Atmosphäre eines Kuriositätenkabinetts. Und, so erklärt de Portzamparc weiter: «Nachts verwandelt sich das Flaggschiff in eine grosse Stadtlaterne, wobei die Innenbeleuchtung durch die Blütenblätter hindurchscheint.»

INFORMATION	
Adresse RUE DU RHÔNE 70, GENÈVE	
Besitzer LVMH	Eröffnung FEBRUAR 2024
Anzahl Stockwerke 5	Grösse 760 M²
Öffnungszeiten MO-FR (10-19 UHR), SA (10-18 UHR)	
Sortiment DAMENMODE, HERRENMODE, SCHMUCK, UHREN	



Nach Seoul hat der Architekt Christian de Portzamparc nun auch in Genf die Boutique von Dior gestaltet. Die Projektplanung für den Flagship-Store an der Rue du Rhône 70 dauerte vier Jahre, ehe im Mai 2023 die Bauarbeiten begannen und im Februar 2024 die Eröffnung war.



Christian Dior betonte oft seine Affinität zu Gärten. Blumen waren seine Inspirationsquelle, die er in Roben und Parfums übersetzte. Daran soll die Architektur des Genfer Stores erinnern: Die weissen, das Dach stützenden Schalen an der Aussenfassade sind Blütenblättern nachempfunden.

ZU GEWINNEN



Lässiger 5-Sterne-Luxus in Niederbayern

Das 5-Sterne-Resort Ortner's in Bad Füssing zählt zu den besten Wellnesshäusern Europas. Ein echter Wellnesschatz ist das hauseigene Heilwasser, das warm aus 960 Metern Tiefe sprudelt, opulent in Szene gesetzt mit goldenen Säulen, Spiegeln und Altholz. Dazu kommen zwölf Stunden Sauna-Erlebnis. Der grosse Bio-Schwimmteich sorgt für Erfrischung, Cabanas auf den Sonnendecks für mediterranes Sommerfeeling. Das niederbayrische Hügelland ist zudem ein Eldorado für Golfspieler: nicht nur im «Thermengolf» Bad Füssing, sondern auch im nahen Golf-Resort Bad Griesbach auf 10 Golfplätzen (20 Prozent aufs Greenfee). Zudem gibt es eine Topkulinarik und luxuriöse Roederer-Suiten.

Zu gewinnen: 4 Nächte für 2 Personen in einer exklusiven «Roederer Genuss-Suite» inklusive «Ortner's Genuss-Halbpension» und pro Person das Luxus-Spa-Ritual «Polynesia» (Dauer 110 Minuten) sowie die ganztägige Nutzung der neuen «Ortner's Thermenwelt» mit 6 Thermal-Indoor- und Outdoor-Pools sowie Thermal-Whirlpools und Saunawelt. Weiter: Begrüssungsdrink am Anreisetag an der OZ-Bar und Inklusivleistungen wie zum Beispiel ein kostenfreier Pkw-Stellplatz sowie gratis E-Bike-Verleih und Tourenvorschläge (nach Verfügbarkeit) im Gesamtwert von 3100 Franken; ortners-resort.com

Teilnahmeschluss **26. 5. 2024**



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

Mitarbeiter 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 26. Mai 2024.

IMPRESSUM

Z – Die Substanz des Stils
ist ein Magazin der NZZ

Chefredaktion
Kerstin Netsch (ker.)

Stv. Chefredaktion
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,
Susanna Koeberle, Barbara Vinken,
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
NZZzone
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.sacar@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
167 726 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
Carwan Gallery
carwan-gallery.com
Chanel
chanel.com
Dior
dior.com
Edra
edra.com
Flexform
flexform.it
Hermès
hermes.com
Kaia
kaialighting.com
Kieffer
kiefertextiles.com
Louis Vuitton
louisvuitton.com
M.A.H Gallery
mah-gallery.com

Maison Ola
maisonola.com
Minotti
minotti.com
Mint Gallery
mintgallery.co.uk
Nilufar
nilufar.com
Objects are by
objectsareby.com
Poliform
poliform.it
Polina Miliou
polinamiliou.me
Poltrona Frau
poltronafray.com
Rubelli
rubelli.com
Sophie Keegan
sophiekeegan.com
Vitra
vitra.com

ZITAT

Ausgesucht und kommentiert von NICOLE ALTHAUS

**«Sei
immer
du selbst!»**

Ausser du kannst

Pippi Langstrumpf sein.»

Cordula Nussbaum, deutsche Autorin (*1969)

«Ich mach mir die Welt, wie sie mir gefällt», singt Pippi Langstrumpf, und wer längst den geringelten Strümpfen entwachsen ist, weiss, dass der Kinderspruch sehr weise ist: Wer sich verbiegt und stets der Welt anpasst, der verliert sich selbst.



TRINITY
Cartier