

# COTE

MAGAZINE ZÜRICH

AUSGABE 27

SPRING 2020

CHF 8.50

**PERSONALITIES** PHILIPPE STARCK – NAOMI SCOTT – PET SHOP BOYS **LA VIE EN ROSE**  
**UHREN PORTFOLIO** PATTI SMITH – ARTHUR JAJA **FASHION** CRYSTALS ON THE CATWALK



WITH  
ENGLISH  
TEXT



*Extremely Addictive*  
**THE PASTEL ISSUE**



Ein Kettenglied des Armbands  
Chaîne d'Ancre  
gefertigt in Barenia Kalbsleder.

Armreifen Collier de chien  
aus Aluminium  
mit Pyramiden-Nieten.



Sinn für Innovation



Ein verlockender und lebhafter  
Champagner aus nur  
Chardonnay-Trauben,  
der sich durch eine ausgewogene  
Mischung aus Frische und Vitalität  
auszeichnet.

Seine charakteristische Note erhält  
dieser ausgezeichnete Champagner  
durch einen Hauch von Zitrusfrüchten  
und frischen floralen Noten.





## La vie en rose

Lifestyle fühlte sich schon leichter und passender an. In den Jahren, die dieses Magazin existiert, ist es noch nie vorgekommen, dass in der Zeitspanne von ein paar Wochen, die zwischen dem Beginn der Arbeit an einer Ausgabe und dem Abschluss die Welt nicht mehr dieselbe ist. Ihr regebogenbunter Schiller, dem wir uns beruflich widmen dürfen wurde eingetrübt. Das 21. Jahrhundert hat der Welt schon brutale Ohrfeigen verpasst. Schlimme Ereignisse wie 9/11 oder die Finanzkrise haben Dinge verändert, die sich davor niemand vorstellen mochte. Welche Auswirkungen das Virus haben wird, lässt sich nur erahnen.

In Anlehnung an das Farbkonzept dieses Magazins konnten Sie hier schon lesen, dass wir auch 2020 mit Tönen und Zwischentönen zur Stelle sein werden. Pastelle lagen in der Lifestyle-Luft, und wir entschieden uns für Rosa als Leitfarbe eine Weile bevor die Veränderungen in unserem Leben ihren Lauf nahmen. Duften wir aber nach mehreren Wochen in einer stillgelegten Welt weiterhin die rosa Lifestyle-Brille aufhaben und «Verklärung und Schwärmerei» wie die oberflächliche Deutung von Rosa lautet feiern? Bei Vertiefung des Themas lernten wir, dass Rosa die Farbe der Ruhe und Gelassenheit ist und in der Medizin zur Erholung nach Schocks eingesetzt wird ... Die Sensoren der Mode verblüffen uns immer wieder. Möge sie jetzt einen Beitrag leisten zur Aufmunterung nach der Quarantäne. In der Kunstgeschichte war Rosa übrigens die Modefarbe des Rokoko, das beschwingt mit zarten Farben, spielerischen Formen und Helligkeit auf die Schwere des Barock folgte.

*Inspirierende Lektüre wünschen Ihnen Marianne Eschbach (Chefredaktorin) und das Team von COTE Zürich, Genf & Lugano*

## La Vie en Rose

Lifestyle felt easier and, above all, more appropriate some weeks ago. In the years this magazine has existed, it has never happened that in the span of a few weeks between the start of work on an issue and the completion, the world is no longer the same. Its rainbow-coloured dazzle, to whom we are lucky to dedicate ourselves professionally, was clouded overnight. The 21st century has already brutally slapped the world. Fatal events like 9/11 or the financial crisis have changed things that no one would have imagined before and that have left their mark to this day. One can only imagine what effects the virus will have.

Based on the design concept of this magazine, you could already read here that we will be present with colours, hues and nuances in 2020 as well. Pastels were in the lifestyle's air, and we chose pink as the primary colour a while before the changes in our lives began. But then, after several weeks in a shutdown world that sometimes felt totally surreal, is it still appropriate to see things through rose-coloured glasses and celebrate «romanticisation and enthusiasm» as the superficial interpretation of pink is? However, when we deepened the topic, we learned that pink is the colour of calm and serenity and that it is used in medicine to relax after shocks ... The sensors of fashion keep amazing us. May it now contribute to cheering up after the quarantine. In art history, by the way, pink was the fashion colour of rococo, which exuberantly followed the heaviness of the baroque style with fair colours, lightness and playful shapes.

*Marianne Eschbach (Editor-in-Chief) and the team COTE Zürich, Geneva & Lugano wish you inspiring reading*

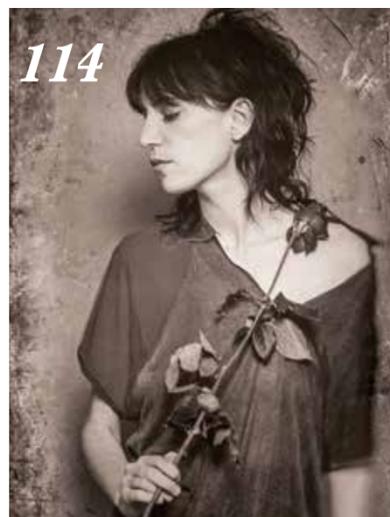


GRAFF  
THREADS



138

Uhren: Handskizze für die «Égérie» von Vacheron Constantin



114

Patti Smith: Ikone des Rock



070

Fashion: Chanel-Défilée über den Dächern von Paris

**RUBRIKEN**

Editorial	010
Inhalt	012
Impressum	016
Bonjour de Genève! Tipps unserer Redaktionskollegen	018

**UPDATE**

<b>Fashion &amp; Accessoires</b> Soft Ice Colours	021
<b>Perfume</b> Enchanted April	026
<b>Culture</b> Manfred Thierry Mugler Exhibition	028
<b>Culture</b> Claudia Andujar at Fondation Cartier	030
<b>Living</b> Wooden Furniture	031
<b>Book</b> Thinking in Thin Air	033
<b>Treasures</b> Blushing Beauties	034
<b>Escape</b> New Parisian Privacy Hotels	036
<b>Beauty Trends</b> Looks of the Season	038
<b>Culture</b> Man Ray Exhibition	040
<b>Beauty</b> Hermès' New Business	041
<b>Art</b> Die Wilden Zwanziger im Kunsthau	042
<b>Interior</b> Gucci's Book Salon	044
<b>Lookbook</b> Destination Libraries	045

**SALON**

<b>Naomi Scott</b> To Sing or to Act?	048
<b>SebastiAn</b> The Brutalist Symphonic	054
<b>Nicolas Godin</b> Built on Music	058
<b>Pet Shop Boys</b> The Pop Seniors	062

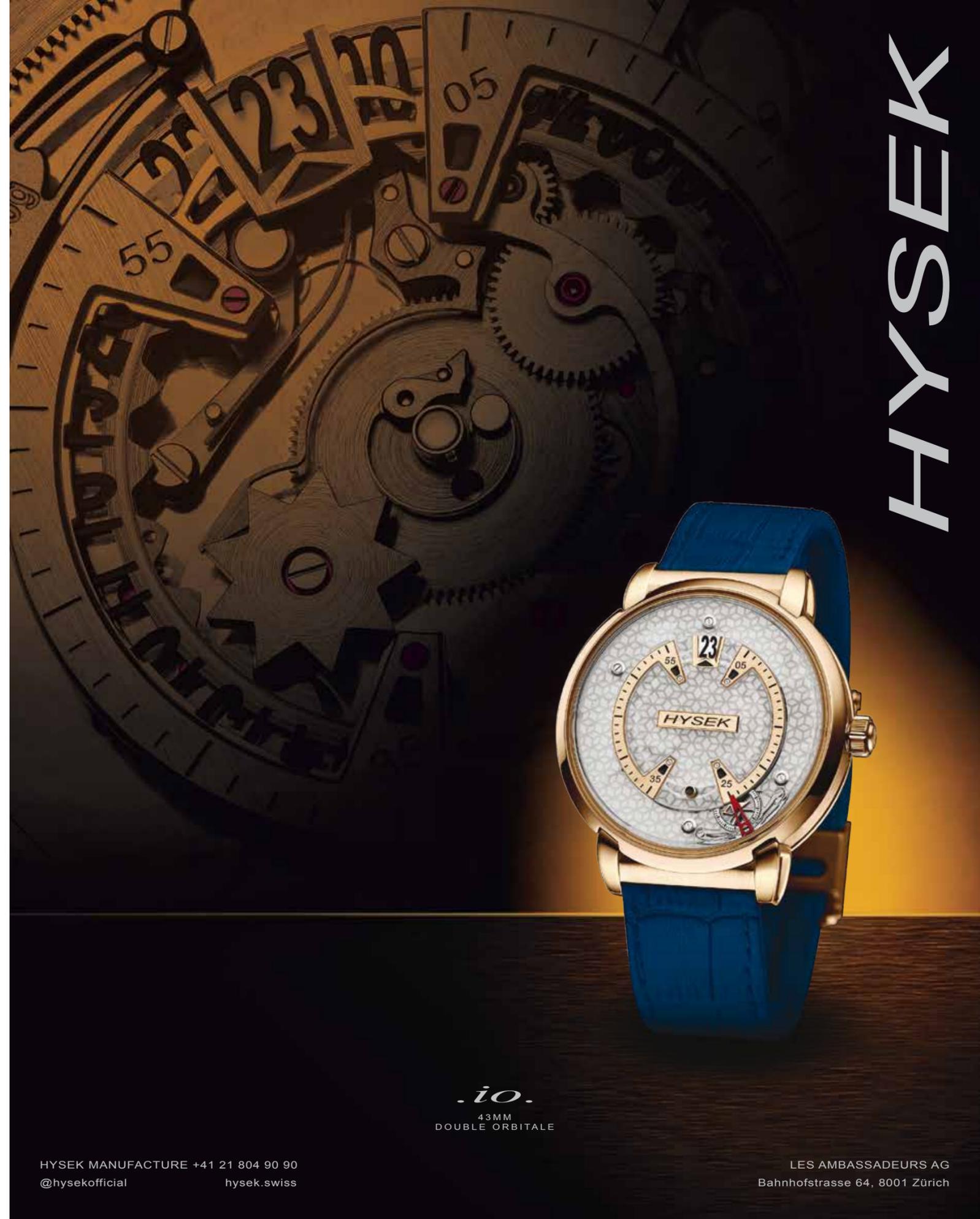
**FASHION**

<b>Utility Chic</b> Auf der Überholspur	066
<b>Trends SS20</b> Runway Favourites	070
<b>Accessoires</b> The New It-Bags	088
<b>Backstage</b> Crystals on the Catwalk	090



**COVER**  
 Foto Jeffrey Rogers  
 Fashion Victoria Hayes  
 Model Dakota Madison / Q Model Management, NYC  
 Hair Jon Rayman / Aveda  
 Make-up Janell Geason, Christopher Barton / Aveda  
 Special Thanks Atelier Swarovski

Fotos: Lynn Goldsmith / TASCHEN, Olivier Saillard / Chanel, Vacheron Constantin / PD



HYSEK

*.io.*  
 43MM  
 DOUBLE ORBITALE



104

Design: Philippe Starck und Michel Reybier im neuen «Eden au Lac»



066

Fashion: Bei Dior tragen Männer rosa

**COTE PROMOTION**

<b>Graff</b> The Bridal Collection	029
<b>COTE likes</b> Hysek «IO Double Orbital»	032
<b>Vacheron Constantin</b> Muse der Zeit	146
<b>Cellcosmet &amp; Cellmen</b> Kosmetikwissenschaft	166
<b>Domaine de Châteauxvieux</b> Esteban Valle	188
<b>Evian Hôtel Ermitage</b> Meeting im Hängenden Garten	190
<b>Royal Savoy Hotel &amp; Spa</b> Lausanne goes social	193
<b>Evian Resort</b> Die Quelle der Erneuerung	197

**PORTFOLIO**

<b>Design</b> Philippe Starck – Mit Holz, Marmor und Humor	104
<b>Patti Smith</b> Durch Lynn Goldsmiths Kameralinse	114
<b>Arthur Jafa</b> Between Black & White Art	122

**TREASURES**

<b>Haute Joaillerie</b> Think Pink!	130
<b>Watches</b> Retro Style Chronographs	138
<b>Davide Cerrato</b> Tradition und Technologie bei Montblanc	140

**VANITY**

<b>Aesop</b> Interview mit Suzanne Santos	152
<b>Cannabis</b> Im Beauty-Rausch	158
<b>Soaps &amp; Co.</b> Händewaschen wird zum Ritual	162
<b>Beauty News</b> Kleine Eitelkeiten	168

**ESCAPE**

<b>Tunis</b> Neue Vitalität zwischen Tradition und Moderne	172
<b>Checklist</b> Travel Notes with Låpsley	180

**COTE & THE CITY**

<b>Agenda</b> Aktuelles aus Kultur und Kunst	184
<b>Architektur</b> 100 Jahre Frauen im Architekturberuf	186
<b>Fashion</b> Dorothee Vogel rockt die Archive	191
<b>Beauty</b> Skin Expertise & Nail Care	192
<b>Stores</b> Vintage de luxe & Brillen mit Mission	194
<b>Restaurants</b> Der Burger als König & Tacos für Zürich	195
<b>Restaurants</b> Tafelfreuden & Ein Prinz am Herd	196

**RSVP**

<b>Saint Laurent</b> @ Golden Globes 2020	200
<b>Château d'Esclans</b> Weinprobe in Gstaad	202
<b>IRP</b> ParAbend im The Dolder Grand	203
<b>Chanel</b> @ Academy Awards	204
<b>Gübelin</b> Luzerner Sinfonieball	206
<b>Engadin Art Talks 2020</b> Still sein und zuhören	207
<b>Bulgari</b> Mai Troppo! Party in Brooklyn	208

**ABO ANGEBOT**

<b>First comes, first serves</b> COTE MAGAZINE x Parfums de Marly	210
---	-----

Fotos: Gregoire Garbette / «La Réserve Eden au Lac», Dior, Dior, PD



**PRIMARY**  
Healthy is the new beautiful

Valmont bringt PRIMARY für gesunde Haut auf den Markt.  
Wie der tägliche Bifidus ist diese wesentliche Routine das erste Schönheitsritual.  
Bye Bye Unreinheiten, Welcome frischer Glow!

www.lamaisonvalmont.com

f valmoncosmetics @

Impressum



HERAUSGEBER

Olivier Cerdan / o.cerdan@cote-magazine.ch

CHEFREDAKTION & CREATIVE DIRECTION  
Marianne Eschbach / zurich@cote-magazine.ch

ART DIRECTION & LAYOUT  
Aysun Ergez / anc@visuelle.cc

REDAKTION  
Hervé Borne, Jacob Decasa, Victoria Javet,  
Raphaël Klemm, Marie Konalian,  
Sacha Prost, Caroline Schwartz  
lareduction@cote-magazine.ch

MIT BEITRÄGEN VON  
Ursula Borer, Andrea Lucia Brun,  
Lynn Goldsmith, Beatrice Hirt,  
Olivier Rohrbach, Patti Smith, Lena Stäheli

ÜBERSETZUNGEN  
COTE Translators

GRAFISCHES KONZEPT  
Studio Sturzenegger

COTE ONLINE GENÈVE  
Caroline Schwartz (Leitung),  
Virginie Vivès

COMMERCIAL DIRECTION  
Laurence Chalvet / l.chalvet@cote-magazine.ch

EVENT & ADVERTISING MANAGER  
Stéphanie Fantoni / s.fantoni@cote-magazine.ch

VERKAUF  
Linda Cohen / l.cohen@cote-magazine.ch  
Gea Aprile / gea@cote-magazine.ch  
Stefan Hostettler / hostettler@1to1media.ch

COTE EVENTS  
Catherine Leopold-Metzger / clm@metleo.ch  
«Les Vendanges de Genève®»  
«Le Noël des Dégustations®»  
«Zürcher Spring Tastings®»

PARTNERSCHAFTEN  
Virginie Vivès / vvives@cote-magazine.ch  
Amina Valentini / a.valentini@cote-magazine.ch

ASSISTENTIN DES HERAUSGEBERS  
Virginie Vivès / vvives@cote-magazine.ch

ABONNEMENTS  
www.cote-magazine.ch/abonnement



@cotemagazineswitzerland

www.cote-magazine.ch

LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE

Siège social : Rue Eugène Marziano, 37. CH 1227 Genève / Tél. +41 22 736 56 56 / Fax. +41 22 736 37 38 / www.cote-magazine.ch

COTE MAGAZINE GENEVE  
Französisch / Englisch  
Acht Ausgaben jährlich

COTE MAGAZINE LUGANO  
Italienisch / Englisch  
Zwei Ausgaben jährlich

COTE MAGAZINE ZÜRICH  
Deutsch / Englisch  
Vier Ausgaben jährlich

Die Reproduktion auch auszugsweise der im Cote Magazine publizierten Artikel und Illustrationen ist verboten.

Vertriebspartnerschaft mit CANONICA und den VIP-Salon-Lounges des Flughafens Genf – Salon Skyview und Salon Swissport.  
Les Éditions COTE unterhalten eine exklusive Vertriebspartnerschaft mit der Genfer Organisation «Fondation pour Genève».  
COTE Magazine ist die offizielle Zeitschrift von Les Clés d'Or.

COTE Broadcast-Magazin «Inflight» auf allen Swiss Airlines-Flügen  
in der First und Business Class.



Geneva certified circulation 06.06.2017

19338 copies  
22000 copies (total circulation)

Zürich  
21000 copies (total circulation)

Lugano  
16000 copies (total circulation)

Switzerland  
59000 copies (total circulation)

Media Analyse Führungskräfte / Top Leaders

The Science of Cosmetics



cellcosmet Switzerland

The perfect duo  
for a redefined silhouette

BodyGommage-XT  
Sculpting\* and unifying effect

CelluTotal-XT  
360° Anti-Cellulite\* Cream



www.cellcosmet.com



# Bonjour de Genève!

Essen, Kultur, Einkaufen, Geniessen: Was läuft gerade an den anderen COTE-Destinationen in der Schweiz? Unsere Redaktionskollegen vor Ort berichten über neue Adressen, Must-sees und Events. *Text: COTE Editors*

# Geneva calling!

Food, culture, shopping, fun: what is happening in other COTE destinations in Switzerland? Our own correspondents report on the latest places to see and be seen, and other events. *Text: COTE Editors*



## DIE MACHT DER BILDER

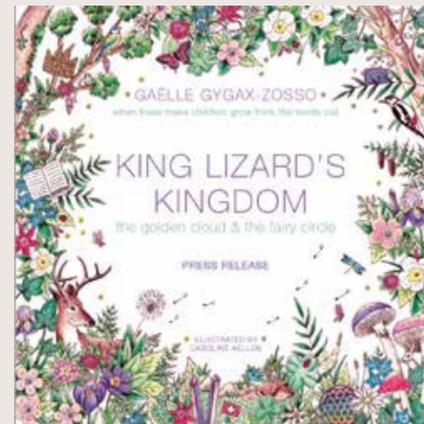
Die über 1000 Mitglieder der Swiss Photo Academy haben Christian Lutz zum Fotografen des Jahres 2020 gewählt. Der Genfer Fotograf erforscht in seinen Bildern das Thema Macht und besuchte Macau als die Welt nach Hongkong schaute und zeigt einen bizarren Kontrast zum sozialen Protest im Perlflusdelta. Die Serie «Pearl River» (Foto) stammt aus der fotografischen Arbeit über die Welt der Casinos in Macau. Bücher mit Christian Lutz' Fotografien sind erschienen bei [www.lars-mueller-publishers.com](http://www.lars-mueller-publishers.com) und [www.editionpatrickfrey.com](http://www.editionpatrickfrey.com)

The over 1000 members of the Swiss Photo Academy have chosen Christian Lutz as photographer of the year 2020. The Geneva based photographer explores the subject of power in his pictures and visited Macau when the world looked at Hong Kong and shows a bizarre contrast to the social protest in the Pearl River Delta. The series «Pearl River» (photo) comes from the photographic work on the world of casinos in Macau. Books with Christian Lutz's photographs have been published at [www.lars-mueller-publishers.com](http://www.lars-mueller-publishers.com) and [www.editionpatrickfrey.com](http://www.editionpatrickfrey.com)

[www.christianlutz.org](http://www.christianlutz.org), [www.photo-schweiz.ch](http://www.photo-schweiz.ch)



Foto: Christian Lutz, Olivier Mosset, Red Star, 1990, coll. Museum für Gegenwartskunst Migros, Zürich, court. the artist, lowweakness.ch / zVg



## NATURERWACHEN

Eine Eidechse wird aus der Stadt vertrieben, und realisiert, dass auch auf dem Land die Bäume durch den Menschen in Gefahr sind. Mit welchen magischen Fähigkeiten Natur und Tiere der zerstörerischen Invasion entkommen, erzählt die Westschweizerin Gaëlle Gygax-Zosso in ihrer ökologischen Fabel, die von Caroline Aellen märchenhaft illustriert ist. «King Lizard's Kingdom» ist auf Englisch und auf Französisch erschienen. Das Buch wurde zu 100 Prozent in der Schweiz kreiert und hergestellt.

A lizard is driven out of the city and realizes that trees in the country side are also endangered by mankind. Gaëlle Gygax-Zosso, who lives in the Swiss Romandie region, explains the magical abilities that nature and animals use to escape the destructive invasion. The book is fabulously illustrated by Caroline Aellen. The author, who is actually a communication specialist in the luxury industry, was inspired by the magical gardens of the Château de Vuillerens near Morges to write her first children's book that speaks to adults just as much. «King Lizard's Kingdom» has been published in English and French. The book was created and produced 100 percent in Switzerland.

Erhältlich im Buchhandel und auf [www.iwishyoustories.ch](http://www.iwishyoustories.ch)

## GENEVA IN NUMBERS

- Coordinates** 46°12'N 6°09'E
- Density** 12 000/km<sup>2</sup>
- Population** 198 979
- Roman Catholics** 66 491 (37.4%)
- Protestant Reformists** 24 105 (13.5%)
- Muslims** 8 698 (4.89%)
- Jewish** 2 601 (1.46%)
- Biggest Political Party** PS (23.8 %)
- Mayor** Rémy Pagani
- Town's landmark** Jet d'Eau



**ABSTRAKT MONUMENTAL**  
Olivier Mosset (1944 in Bern) ist eine zentrale Figur der abstrakten Nachkriegs-Malerei. In den 60er-Jahren gründete er mit Daniel Buren, Michel Parmentier und Niele Toroni in Paris das Kollektiv BMPT. Im aufgeheizten Klima von 1968 organisierten die vier Künstler Schauen ihrer Arbeiten in Form von Manifestationen. Nach Jahrzehnten in Paris und in New York, wo er zur pulsierenden Kunstszene der 80er-Jahre gehörte, lebt Mosset seit Jahren in Tucson, Arizona. Parallel zur Retrospektive im Mamco zeigt Gagosian neue Arbeiten von Olivier Mosset.

Olivier Mosset (1944 in Bern) is a central figure in abstract post-war painting. In the 1960s he co-founded the collective BMPT in Paris. In the heated climate of 1968, the artists organized shows of their work in the form of manifestations. After decades in Paris and in New York, where he was part of the vibrant art scene of the 80s, Mosset has lived in Tucson, Arizona for years. Parallel to the retrospective at Mamco, Gagosian shows new works by Olivier Mosset.

[www.mamco.ch](http://www.mamco.ch) (presumably until June 21, 2020)  
[www.gagosian.com/locations/geneva](http://www.gagosian.com/locations/geneva)



## EMILIE GOURD (1879 – 1946)

Die Genferin Emilie Gourd war Journalistin und Frauenrechtlerin. 1925 organisierte sie die erste kantonale Ausstellung über Frauenarbeit. Geneva born Emilie Gourd was a journalist and women's rights activist. In 1925 she organized the first cantonal exhibition on women's work.



## OHNE SCHNICKSCHNACK

Das «Café des Bains» ist mehr als ein Restaurant, es ist eine echte Institution in Genf. Aus seiner Vergangenheit als Bistro hat es diese Einfachheit bewahrt, diese Atmosphäre, die seinen Charme sowohl retro als auch entschlossen zeitgemäss macht. Die Küche kombiniert kompromisslose Produktqualität mit einem gut erkennbaren Touch «Fusion». Das Restaurant ist ein Ort, an dem man sich wohl fühlt mit einer Küche, deren Qualität sich einen Namen gemacht hat.

The «Café des Bains» is celebrating its 20th anniversary. 20 years of encounters, happiness and beautiful surprises. More than a restaurant, «Café des Bains» is a real institution in Geneva. From its past as a neighborhood bistro, it kept this simplicity, this atmosphere that makes its charm, both retro and resolutely contemporary. As for the cuisine, it combines uncompromising product quality and this fusion touch that is recognizable among all. In the end, a place where you simply feel good, no frills, with a cuisine whose quality makes its reputation for miles around.

Rue des Bains 26, Genève, [cafedesbains.com](http://cafedesbains.com)





COTE  
MAGAZINE

# UPDATE

FASHION, DESIGN, BOOKS & BEAUTY: NEUES AUS DER WELT DES LIFESTYLES



Foto: Dior Homme / zVg

Look 25 by Dior Homme Spring / Summer 2020

## Soft Ice Colours

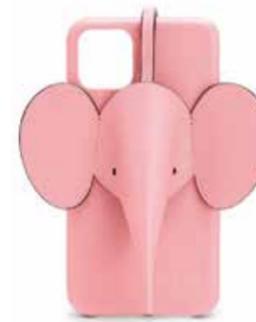
In den 50er-Jahren feierte der Pastell-Trend sein Debut in der Mode. Von der Bildfläche sind die pudrigen Töne nie ganz verschwunden. So finden sich die Farben der Eiscremesorten Vanille, Erdbeere oder Pistazie im Frühling und Sommer vermehrt auf Kleidern und Accessoires. Zuckersüß ist jetzt so richtig cool.

The pastel trend made its fashion debut in the 1950s. The powdery tones have never completely disappeared from the wardrobe. The colours of the ice cream varieties vanilla, strawberry or pistachio are definitely back on clothes and accessories this spring and summer. Sweet sugar is really cool now.

Lena Stäheli (redaktion) PD / zVg (fotos)



Look 18 by Chloé Spring / Summer 2020.



**LOEWE**  
Handy Cover in Elefanten-Form aus Kalbsleder.  
[www.tasoni.com](http://www.tasoni.com).  
Cellphone cover in elephant shape made of calf leather.  
[www.tasoni.com](http://www.tasoni.com).



**PIXI**  
«On-The-Glow Blush», Pflege und Farbe in einem; der vegane Feuchtigkeitsstick lässt sich für Wangen oder Lippen verwenden.  
«On-The-Glow Blush», care and color in one; the vegan moisture stick can be used for cheeks or lips.

**STELLA MCCARTNEY**  
Cooler Sneaker aus Canvas und Velourslederimitat mit Logoprint.  
Cool sneakers made of canvas and imitation suede with logo print.



**VICTORINOX**  
Uhr «Alliance XS Fresh Energy» aus Edelstahl mit Swarovski-Kristallen, Ronda-Quarz-Uhrwerk.  
«Alliance XS Fresh Energy» watch made of stainless steel with Swarovski crystals, Ronda quartz movement.



**WANDLER**  
Tasche «Luna Mini Arch», mit Schulterriemen und Henkel, in Krokodil-Prägung. [www.vestibule.ch](http://www.vestibule.ch).  
«Luna Mini Arch» bag, with shoulder strap and handle, in crocodile embossed leather [www.vestibule.ch](http://www.vestibule.ch).



**DIOR**  
Geräumige «Small Book Tote» aus Leder.  
Spacious «Small Book Tote» made of leather.



**GOOSSENS**  
Blumenring aus vergoldetem Messing mit Rosenquartz.  
Gold-plated brass flower ring with rose quartz.



**HERMES**  
Armband «Jumbo», aus Seide geflochten.  
«Jumbo» bracelet, braided from silk.



**GUCCI**  
Sonnenbrille aus Acetat.  
Acetate sunglasses.



**PRADA**  
Top aus Jersey in sandbeige.  
Jersey top in sand beige.



**GRAF VON FARBER CASTELL**  
Leinennotizbuch aus der «Guilloche-Serie», inspiriert von der japanischen Tradition des Kirschblüten Festes.  
Linen notebook from the «Guilloche series», inspired by the Japanese tradition of the cherry blossom festival.



**MÜHLE**  
Rasiererset, über misterporter.com  
shaving set, via misterporter.com.



**SILHOUETTE**  
Sonnenbrille «Titan Accent Shades».  
Sunglasses «Titan Accent Shades».



**FRESCOBOL CARIOCA**  
Beach Set aus Holz,  
über misterporter.com.  
Beach Set made of wood,  
via misterporter.com.



**GRIESBACH**  
«Big Elena Bag» in Ice-Blue  
mit komfortablem Henkel  
und grossen Extrafach  
mit Reissverschluss.  
«Big Elena Bag» in ice blue with  
a comfortable handle and large  
extra compartment with a zipper



**GUCCI**  
Sweater aus Wolle.  
Wool sweater.



**POLO RALPH LAUREN**  
Knielange Shorts aus  
einem Baumwoll-Mix.  
Knee-length shorts made  
from a cotton blend.



**ORIS**  
«Lake Baikal Limited Edition»  
Taucheruhr in Eisblau,  
Automatikuhwerk.  
«Lake Baikal Limited Edition»  
diving watch in ice blue, auto-  
matic movement.



**LA MER**  
Körperpflege, die  
Feuchtigkeit spendet.  
Body care to hydrate  
the skin.

**MONCLER GENIUS**  
Baseball Cap aus Baum-  
wolle – Bestandteil der 2  
MONCLER 1952 & AWAKE  
NY Capsule Collection.  
Baseball cap made of  
cotton - part of the «2 MON-  
CLER 1952 & AWAKE NY»  
Capsule Collection



**CHRISTIAN LOUBOUTIN**  
«Louis Orlato Claf Nirvana  
GG Multi EC1» Sneaker  
aus Kalbsleder mit  
Pastell-Farbverlauf.  
«Louis Orlato Calf Nirvana  
GG Multi EC1» sneakers  
made of calf leather with  
gradient pastel colours.



Im Wagemut liegt die Stärke. Sportlich und stilvoll zu gleich – auch in der Männermode stehen Pastellfarben hoch im Kurs. Entspannt auf Accessoires oder cool für Basics, die fröhlichen Farben stehen auch dem maskulinen Geschlecht gut zu Gesicht.

The strength lies in daring things. Sporty and stylish at the same time – pastel colours become very popular in men's fashion. Relaxed on accessories or cool for basics, the cheerful colours are looking good on the masculine gender.



Look 06 by Hermès Men Spring / Summer 2020.



**LOUIS VUITTON**

Mit «Heures d'Absence» lancierte das Haus Louis Vuitton 1927 sein erstes Parfum und benannte es nach dem Landhaus der Familie. Davon inspiriert, hat Hausparfümeur Jacques Cavallier-Belletrud seine moderne Version mit Jasmin, Klebsamen, Mai-Rosen, Mimosen, Himbeeren, Vanille, Sandelholz und Moschus kreiert.

With «Heures d'Absence», Louis Vuitton launched its first perfume back in 1927 and named it after the family's country house. Inspired by this, house perfumer Jacques Cavallier-Belletrud created his modern version with jasmine, sticky seeds, may roses, mimosa, raspberries, vanilla, sandalwood and musk.

**NARCISO RODRIGUEZ**

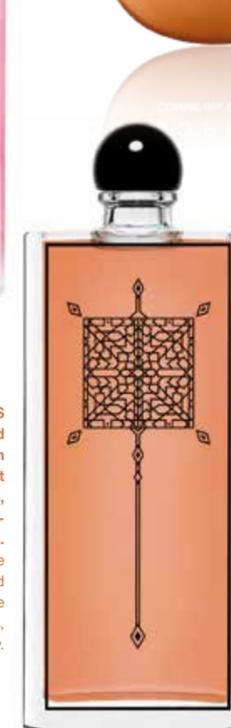
Der neue Duft «For Her Fleur Musc Eau de Toilette Florale» wurde von der Parfumeurin Sonia Constant als Blumenbouquet mit Zitrusnoten aus Bergamotte und rosa Pfeffer, Blütenessenz aus Rosen und Moschus, Patchouli und Amber komponiert.

The new fragrance «For Her Fleur Musc Eau de Toilette Florale» was composed by perfumer Sonia Constant as a floral bouquet with citrus notes from bergamot and pink pepper, flower essence from roses and musk, patchouli and amber.



**SERGE LUTENS**

Zum 20 Jahre-Jubiläum der Marke wird der Klassiker «Fleur d'Oranger» neu in einer limitierten Edition herausgebracht und zwar mit Jasmin, Orangenblüte, weisser Rose, indischer Tuberose, Zitrusfrüchten, Hibiskus, Muskat und Kümmel. To mark the 20th anniversary of the brand, the classic «Fleur d'Oranger» is being launched in a limited edition with jasmine, orange blossom, white rose, Indian tuberose, citrus, hibiscus, nutmeg and caraway.



**COMME DES GARÇONS**

Das Unisex-Parfum «Copper» der Parfumeurin Alienor Massenet enthält rosa Pfeffer, Galbanharz, schwarzer Johannisbeere, Ingwer, Veilchenblatt, Tabak, metallischen Noten, Amber, Vanille und Myrrhe.

The unisex perfume «Copper» by the perfumer Alienor Massenet contains pink pepper, galbanum, black currant, ginger, violet leaf, tobacco, metallic notes, amber, vanilla and myrrh.



**BY TERRY**

Seit 2012 bringt Make-up-Expertin und Beauty-Unternehmerin Terry De Gunzburg auch Düfte heraus mit Inhaltsstoffen aus der Maison Robertet. «Be Mine» verführt mit Himbeeren, schwarzem Pfeffer aus Madagaskar, Damaszener Rosen, Iris, Leder, Safran und Patchouli aus Indonesien.

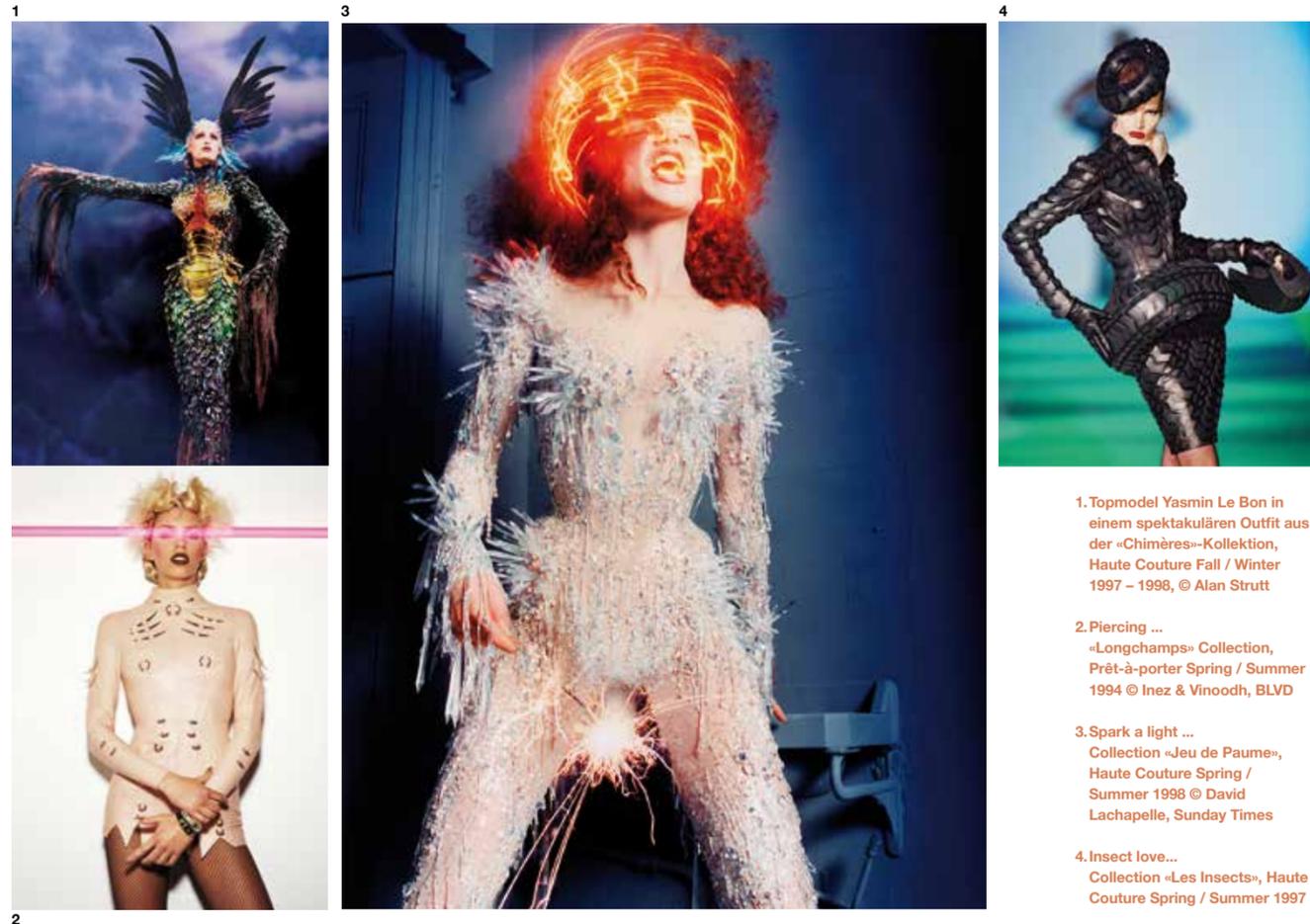
Since 2012, make-up expert and beauty entrepreneur Terry De Gunzburg has also brought out fragrances with ingredients from Maison Robertet. «Be Mine» seduces with raspberries, black pepper from Madagascar, Damascus roses, iris, leather, saffron and patchouli from Indonesia.

## Enchanted April

**Wenn es im Frühling in der Natur zu spriessen beginnt, erwachen auch die olfaktorischen Sinne aus dem Winterschlaf und wir sind bereit für neue Düfte.**

When nature starts to blossom in spring, the olfactory senses awaken from hibernation and we are ready for new scents.

Ursula Borer (redaktion) zVg (fotos)



1. Topmodel Yasmin Le Bon in einem spektakulären Outfit aus der «Chimères»-Kollektion, Haute Couture Fall / Winter 1997 – 1998, © Alan Strutt

2. Piercing ... «Longchamps» Collection, Prêt-à-porter Spring / Summer 1994 © Inez & Vinoodh, BLVD

3. Spark a light ... Collection «Jeu de Paume», Haute Couture Spring / Summer 1998 © David LaChapelle, Sunday Times

4. Insect love... Collection «Les Insects», Haute Couture Spring / Summer 1997

## A Stage for Extravagance

Schultern! Taille! Federn! Manfred Thierry Mugler ist eine der herausragenden Figuren im Modezirkus. Aber nicht nur. Die Retrospektive des Montreal Museum of Fine Arts über sein immenses Schaffen kommt jetzt nach München.

Shoulders! Waist! Feathers! Manfred Thierry Mugler is one of the outstanding figures in the fashion circus. But not only. The Montreal Museum of Fine Arts' retrospective on his immense work is now coming to Munich.

Marianne Eschbach (redaktion) Thierry Mugler / zVg (fotos)

Thierry Mugler, der sich seit 2002 Manfred nennt, ist viel mehr als ein Designer, der amazonenhafte Frauen einkleidet. Geboren in Strassburg tanzte er zuerst im Opernballet, bevor es ihn in die Welt der Mode zog. Vor knapp 30 Jahren zeigte er seine erste Haute-Couture-Kollektion. Er fotografiert seine Kampagnen selbst, er dreht Filme und kleidet Showstars für die Bühne ein. Ende der 90er-Jahre übersiedelt er nach New York, um nach der Jahrtausendwende in Kanada die Shows des Cirque du Soleil zu inszenieren. Er verlässt sein Couture-Haus, um sich voll und ganz seinen Showprojekten zu widmen. Zurück in Europa kreiert er zehn Jahre später die Bühnenproduktionen «Mugler Follies» und «The Wylb». Seither lebt Manfred in Berlin. «Couturissime» lässt sein bisheriges Leben und Schaffen Revue passieren.

Thierry Mugler, who calls himself Manfred since 2002, is much more than a designer who dresses amazon-like women. Born in Strasbourg, he first danced in the opera ballet before entering the world of fashion. Almost 30 years ago, he showed his first haute couture collection. He photographs his campaigns himself, makes films and dresses show stars for the stage. At the end of the 90s, he moved to New York to stage the shows of the Cirque du Soleil in Canada after the turn of the millennium. He leaves his couture house to devote himself entirely to his show projects. Back in Europe, ten years later, he created the «Mugler Follies» and «The Wylb» productions. Since then Manfred has lived in Berlin. «Couturissime» reviews his previous life and work. Buch «Thierry Mugler – Couturissime», Montreal Museum of Fine Arts, phaidon.com Ausstellung «Thierry Mugler – Couturissime», Kunsthalle der Hypo-Kulturstiftung, München, voraussichtlich bis 30. August 2020



Das Universum von Graff Diamanten: vom perfekten Verlobungsring über den Laurence Graff Signature-Ehering zu beeindruckendem Brautschmuck. The universe of Graff diamonds: from the perfect engagement ring to the Laurence Graff signature wedding band to impressive bridal jewellery.

## True Love According to Graff

Seit Jahrzehnten feiert Graff die grosse Liebe mit aussergewöhnlichem Brautschmuck.

For decades, Graff has been celebrating true love through an exceptional «Bridal» collection.

Graff / zVg (fotos)

Die «Bridal»-Kollektion ist sowohl traditionell als auch kreativ und huldigt gleichzeitig der Schönheit der Steine. Graffs Verlobungsringe sind schlicht bemerkenswert. Inspiriert von den schönsten Edelsteinen, welche die Geschichte des Hauses seit seiner Gründung im Jahr 1960 durch Laurence Graff geprägt haben. Sie sind von hervorragender Qualität, die ihnen eine unbestreitbare Legitimität verleiht, nach Protokoll auf traditionelle Weise getragen zu werden. Elegante Verliebte tragen sie am vierten Finger der linken Hand, an dem die sowohl klassischen als auch modernen und sehr femininen Kreationen besonders schön zur Geltung kommen und bewundert werden können. Der Mittelstein ist in der Regel ein aussergewöhnlicher weisser Diamant, der von einem Mitglied der Familie Graff nach strengen Kriterien ausgewählt wurde. Die Kostbarkeit ist perfekt auf eine massgeschneiderte Fassung montiert, die ihre natürliche Brillanz perfekt zur Geltung bringt. Mit anderen Worten, ein aussergewöhnliches Juwel im Dienst der ewigen Liebe.

Both traditional and creative, the «Bridal» collection pays tribute to the beauty of the stones. Graff's engagement rings are simply remarkable. Inspired by the most beautiful gems that have marked the history of the company since its creation in 1960 by Laurence Graff, they are superb and give them an undeniable legitimacy to be worn in the traditional way, as protocol dictates. It is therefore on the fourth finger of the elegant lovers' left hand that one can admire creations that are both classic and modern, ultra-feminine, and whose centre stone, usually an exceptional white diamond, has been rigorously selected by a member of the Graff family. A treasure perfectly positioned on a custom-made setting designed to amplify its natural brilliance. In other words, an exceptional jewel devoted to eternal love.

Graff, Bahnhofstrasse 16, 8001 Zürich, +41 43 888 70 20, www.graff.com



Collective house near the Catholic mission on the Catrimani River, Roraima, infrared film, 1976



Marcados Serie, Aracà, Amazonas / Surucucus, Roraima, 1983



Youth Wakata u thëri victim of measles, is treated by shamans and paramedics from the Catholic mission, Catrimani, Roraima, 1976

## «Everything Seems Essential»

**Claudia Andujars fotografische Dokumentation der Yanomami in Brasilien bekommt in der Corona-Krise eine noch grössere Dimension.**

Claudia Andujar's photographic documentation of the Yanomami in Brazil takes on an even larger dimension in the corona crisis.

Marianne Eschbach (text) Claudia Andujar, Fondation Cartier / zVg (fotos)

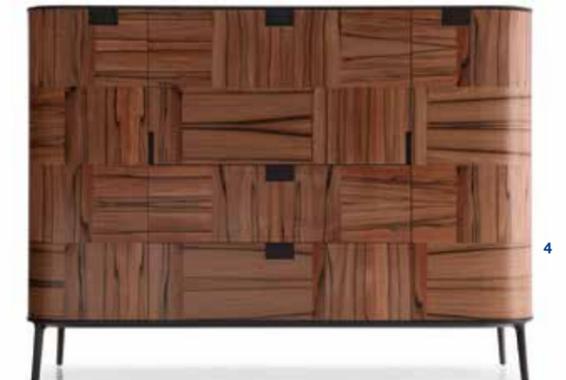
Geboren 1931 in Neuchâtel, aufgewachsen in Transsilvanien, der Vater in Dachau ermordet, Flucht mit der Mutter zurück in die Schweiz, nach dem Krieg Immigration in die USA und später nach Brasilien, wo sie als Fotojournalistin anfang zu arbeiten. Ab den 70er-Jahren verschieb Claudia Andujar sich der Verteidigung der Rechte und Lebensräume von Brasiliens grösster indigener Volksgruppe der Yanomami. Eine Welt, insbesondere diejenige des Regenwaldes, zu deren Schutz die Wissenschaft und nicht nur die Klimaforschung seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie noch eindringlicher drängt.

Born in Neuchâtel in 1931, grew up in Transylvania, the father murdered in Dachau, escaped with the mother back to Switzerland, immigrated to the USA after the war and later to Brazil, where she started working as a photo journalist. From the 1970s, Claudia Andujar was committed to defending the rights and living spaces of Brazil's largest indigenous group of the Yanomami. A world, especially that of the rainforest, for the protection of which science, and not just climate research, has been pressing ever more intensely since the outbreak of the corona pandemic.

Claudia Andujar, «The Yanomami Struggle», Fondation Cartier, Paris. [www.fondationcartier.com](http://www.fondationcartier.com) (closed until further notice) <https://claudia-andujar.fondationcartier.com> (digital platform available)



1. Salontisch «63» mit beweglichen Platten von Baptiste Ducommun für Klybeck; [www.klybeck.net](http://www.klybeck.net)
2. Holzstuhl «Camron» von Tom Fereday und Lane Crawford für Stellarworks; [www.tomfereday.com](http://www.tomfereday.com)
3. Smart-Wood Stuhl «Q-Wood» von Philippe Starck für Kartell. [www.kartell.com](http://www.kartell.com)
4. Schrankmöbel «Tesaurus» von Antonio Citterio für Maxalto/B&B Italia; [www.bebitalia.com](http://www.bebitalia.com)



## Touch Wood!

**Holzmöbel sind das Thema der Stunde und besonders schön im Retro-Stil. Für die Herstellung wurden handwerkliche Techniken wiederentdeckt und neue entwickelt.**

Wooden furniture is the topic of today and especially beautiful in a retro style. Techniques for the production were rediscovered and new ones developed.

Beatrice Hirt (text) zVg / PD (fotos)

Erste Anzeichen für das Comeback von Holzmöbeln waren nicht zu übersehen: Junge Designer richteten in ihren Büros Ecken mit Salonstühlen und -tischen aus den 1930er Jahren ein. Stilgerecht installierten sie leichte Wandregale mit Holztafeln dazu und verhalfen auch diesen zu einem Comeback. Auch die Ausstattung der ersten Co-Working-Spaces, die von Studierenden oder Startups genutzt werden, war geprägt von Stilelementen aus den 1940er und 1950er Jahren, dominiert von Holz und arrangierten tropischen Pflanzen. Die modernen Neuinterpretationen, die in dieser Tradition verwurzelt sind, wirken zeitloser, überzeugen aber immer noch mit einer äusserst hochwertigen, kaum wahrnehmbaren Produktionsqualität und zeichnen sich durch elegante Details aus.

The first signs of the comeback of wooden furniture could not be overlooked: young designers set up corners in their offices with salon chairs and tables from the 1930s. In keeping with style, they installed light wall shelves with wooden racks and also helped them to make a comeback. The equipment of the first co-working spaces, which are used by students or start-ups, was characterized by style elements from the 1940s and 1950s, dominated by wood and arranged tropical plants. The modern reinterpretations, which are rooted in this tradition, seem timeless, but still convince with a meticulous but hardly noticeable production quality and are characterized by elegant details.

# The Time on Two Orbits

Mit der «IO Double Orbital» demonstriert die Manufaktur Hysek einmal mehr ihre Unabhängigkeit sowohl mit einem revolutionären Kaliber, das vollständig im eigenen Haus hergestellt wird, als auch durch eine kühne Kreativität, die in der Uhrmacherkunst selten ist.

With the «IO Double Orbitale» the Hysek Manufacture demonstrates its independence, not only through a revolutionary calibre entirely produced in-house, but also through a creative audacity rarely found in watchmaking.

Hervé Borne (copy) PD / zVg (photos)



Die «IO Double Orbitale» feiert Hyseks kreative Mechanik. Der unabhängige Uhren-Konstrukteur schafft es mit eleganter Leichtigkeit, ein im Haus gebautes Kaliber mit einer einzigartigen Zeitanzeige zu verbinden. Dank des Kalibers HW63 mit Automatikaufzug misst die Uhr den Zeitverlauf auf sehr originelle Weise und das Zifferblatt erwacht zum Leben. Wenn die Stunden durch eine arabische Ziffer in einem Fenster bei 12 Uhr angezeigt werden, spricht man von springender Stunde. Die beiden kleinen Zeiteinheiten, Minute und Sekunde, rotieren wie in einer Umlaufbahn ums Zifferblatt. Die Minuten werden in einem Modul angezeigt, das in einer Stunde eine Drehung um das Zifferblatt ausführt. Zur besseren Ablesbarkeit deutet der Zeiger auf zwei bogenförmige Minuterie-Einteilungen mit gut sichtbaren Markierungen bei 05, 25, 35 und 55 Minuten. Die Sekunden werden ihrerseits in einem mitdrehenden Modul in ständiger Bewegung als eine Art kleine Sekunde angezeigt. Stunden, Minuten und Sekunden drehen nicht zentral, sondern rotieren peripheral im Uhrwerk bzw. auf dem Zifferblatt der «IO Double Orbitale» und bieten somit eine seltene Darstellung der Zeit. Möglich gemacht durch eine beispielhafte Uhrmacherkompetenz.

«IO DOUBLE ORBITALE», (43 mm) rundes Gehäuse aus Roségold, Automatikwerk mit springender Stunde sowie Orbitalminuten und -sekunden, Alligatorband.

«IO DOUBLE ORBITALE», (43 mm), round case in pink gold, automatic movement with jumping hours and orbital minutes and seconds, alligator strap.

The «IO Double Orbitale» celebrates Hysek's creative mechanics. The independent manufacturer is indeed able to combine a house calibre with a unique display. Thanks to the self-winding calibre HW63, the dial comes alive and measures the passing time in a completely original way. If the hours are displayed by an Arabic numeral located in a window at noon, the hours are called jumping hours, while the minutes and seconds are placed in orbit. The minutes are displayed in a module that makes a complete rotation around the dial in 1 hour. Its hand points towards the graduated timer (5, 25, 35 and 55) for readability. A module which in turn embeds the seconds in the manner of a small seconds hand in perpetual motion. Hours, minutes and seconds take every possible latitude on the «IO Double Orbitale» dial, and thus offer a rare architecture made possible by an exemplary watchmaking expertise.

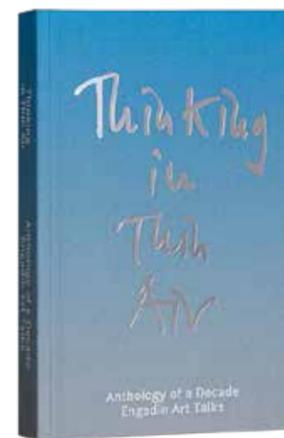
[www.hysek.swiss](http://www.hysek.swiss)

## Room for Visions

Das Buch «Thinking in Thin Air» liest sich wie eine Pinnwand: Es sind lose angeordnete Gedanken der wichtigsten Künstler zur Zukunft ihrer Kultur.

The book «Thinking in Thin Air» reads like a bulletin board: It composes of loosely arranged thoughts of the most important artists about the future of their culture.

Beatrice Hirt (copy) Erling Kagge, Sara Masüger, Isabel Nolan, PD / zVg (fotos)



Die Kunstsammlerin Cristina Bechtler und ein hochkarätiges Kuratorenteam laden jeweils Ende Januar zu den «E.A.T. Engadin Art Talks», die sie gemeinsam gegründet hatten. In den Schweizer Alpen auf 1800 Metern Höhe soll ein Gedankenaustausch von sozial-politischer Relevanz entstehen. Zum zehnten Jahrestag stellt Bechtler diesen Jahr ein Buch vor, das die Gespräche verschiedener Teilnehmer aus der Design-, Architektur- und Kunstwelt zusammenfasst und ihre Visionen reflektiert. Finn Canonica, renommierter Journalist und Herausgeber des Buches, präzisiert: «E.A.T. Engadin Art Talks ist kein Event, sondern ein Prozess und das Buch folgt diesem Prinzip». Es kann also von allen Seiten gelesen werden. Skizzen und Kunstwerke illustrieren die Essays anerkannter Größen wie des Künstlers Thomas Hirschhorn, Bice Curiger (Fondation Vincent van Gogh, Arles) oder Hans Ulrich Obrist (Serpentine Gallery).

The art collector Cristina Bechtler and a top-class team of curators invite you to the «E.A.T. Engadin Art Talks», which they founded together. The goal: In the Swiss Alps at an altitude of 1,800 meters, an exchange of ideas of socio-political relevance should arise. For the tenth anniversary, Bechtler is presenting a book this year that summarizes the conversations of various participants from the design, architecture and art world and reflects their visions. Finn Canonica, renowned journalist and publisher of the book, specifies: «E.A.T. Engadin Art Talks is not an event, but a process and the book follows this principle». It can therefore be read from all sides. Sketches and works of art illustrate the essays of renowned figures such as the artist Thomas Hirschhorn, Bice Curiger (Fondation Vincent van Gogh, Arles) or Hans Ulrich Obrist (Serpentine Gallery).

«Thinking in Thin Air», Anthology of a Decade Engadin Art Talks. Cristina Bechtler, Finn Canonica (eds). Lars Müller Publishers, 312 Seiten. [www.lars-mueller-publishers.com](http://www.lars-mueller-publishers.com)

Fotos: Sara Masüger, Im Reverse, 2018. © Jürg Masüger & Museum Suseh / Art Stations Foundation CH (Eishöhle). Courtesy of the artist and Irish Museum of Modern Art, Dublin (Esel). Group of Engadin woman © Fundazioin Fotografia Feuerstein (Frauen). Erling Kagge on the South Pole Courtesy of Erling Kagge (Schneewanderer)



**CHANEL**  
Uhr «Première Rock Pink Blossom» aus Edelstahl mit Perlmutt-Zifferblatt, Kettenarmband mit eingewobenem Leder, Präzisionsquartzuhrwerk. Der ikonische Damenuhrenklassiker hat das Frühlingkleid angezogen.  
«Première Rock Pink Blossom» watch made of stainless steel with mother-of-pearl dial, chain bracelet with woven leather, precision quartz movement. The iconic women's watch classic has put on the spring dress..



**BULGARI**  
Ohrringe aus der «Fiorever»-Haute-Joallerie-Kollektion aus Roségold mit Diamanten. Die Motive mit stilisierten Blütenblättern sind inspiriert von Fresken und Mosaiken in römischen Monumenten.  
Earrings from the «Fiorever» haute joaillerie collection in rose gold with diamonds. The motifs with stylized petals are inspired by frescoes and mosaics in Roman monuments.

**PASQUALE BRUNI**  
Ring «Petit Joli» aus Roségold mit rosafarbenem Chalzedon und Diamanten. Die stilisierte Blume gehört zu den Erfolgsmotiven des italienischen Goldschmiede-Familienunternehmens. Die neue Version ist etwas kleiner, feiner und zugänglicher als das Original.  
«Petit Joli» ring in rose gold with pink chalcedony and diamonds. The stylized flower is one of the many successful motives of the Italian goldsmith family company. The new version is slightly smaller, finer and more accessible than the original.

**POMELLATO**  
Ring «Ritratto» aus Roségold mit rosafarbenem Chalzedon und rosafarbenen Spinellen. Das Design wurde vor drei Jahren zum 50jährigen Firmenjubiläum erstmals gezeigt. Jetzt ergänzen drei neue Varianten in den fruchtigen Farben von Pfirsich, Melone und Mango.  
«Ritratto» ring in rose gold with pink chalcedony and pink spinels. The design was first shown three years ago to mark the company's 50th anniversary. Now there are three new versions in the fruity colors of peach, melon and mango.

**TIFFANY & CO.**  
Armspange «Tiffany T1» aus Roségold mit Diamanten. Die 2013 lancierte Erfolgslinie des Hauses mit dem Marken-Initial als Leitmotiv hat eine Weiterentwicklung des Designs erfahren: Die «T» greifen nun übereinander und schliessen die Kreise der Ringe und Armbänder.  
«Tiffany T1» bangle in rose gold with diamonds. The company's successful line, launched in 2013 with the brand initial as the leitmotiv, has undergone a further development of the design: the «T» now overlap and close the circles of the rings and the bracelets.

## Blushing Beauties

Roségold ist seit einiger Zeit der Dauerbrenner unter den in der Schmuck- und Uhrenbranche verarbeiteten Goldvariationen. Jetzt erfährt die zart roséfarbene Legierung von Gold mit Kupfer eine neues Hoch durch den aktuellen Trend zu warmen Pastelltönen.

For some years now, rose gold has been a perennial favorite among the gold variations processed in the jewellery and watch industry. Now the delicate rose-colored alloy of gold with copper is experiencing a new high thanks to the current trend of warm pastel shades.

Marianne Eschbach (redaktion) zVg (fotos)



Eingang und Suite im «Hotel Particulier Villeroy».

## Private Luxury

**Intimes Hotel, privates Herrenhaus oder neuer Luxus im legendären Kaufhaus?  
In Paris erfinden sich Rückzugsorte auf brillante Weise neu.**

An intimate hotel, a private mansion or new luxury in a legendary department store?  
In Paris, the new retreats are brilliantly reinventing themselves.

Olivier Rohrbach (text) PD / zVg (fotos)

### DER PRÄSIDENT ALS NACHBAR

Was haben die Jazzsängerin Melody Gardot, der französische Schriftsteller Marc Lévy oder der Reggaeton-Star Shaggy gemeinsam? Sie alle sind Fans des Hotels «Les Jardins du Faubourg» im Herzen von Paris. Nach einem zweieinhalbjährigen Umbau, ist dieses Gebäude, in dem einst Wohnungen untergebracht waren, seit knapp einem Jahr ein Fünfsterne-Hotel. Es befindet sich im sichersten Viertel von Paris und Frankreichs. Dieses kleine Hotel mit 36 Zimmern, darunter vier Suiten, liegt fünf Minuten vom Elysée-Palast entfernt, dem Amtssitz des französischen Staatspräsidenten, und ist Inbegriff für den Pariser Stil: hohe Decken, Zierleisten, hohe Fenster, die von wunderschönen Vorhängen eingerahmt werden. Dazu eine gekonnte Auswahl an Wohlfühl-Materialien sowie samtene Kopfteile der Betten mit wunderbar exotischen Drucken. «Wir wollten etwas, das nicht zu glatt poliert ist», sagt Jennifer Boccara, die freundliche Chefin des Hauses. Die Herausforderung wurde erfolgreich gemeistert: Wie ein Zauberwürfel bietet das Hotel in seinen Mauern den Luxus eines kleinen Palastes, darunter ein Spa im Untergeschoss mit einem 16 Meter langen Swimmingpool, eine äusserst seltene Einrichtung in Paris, selbst in Häusern höchsten Ranges und einen Fitnessraum mit begrünter Wand.

### IM PALAIS DER KERAMIK-DYNASTIE

Unbegrenzter Luxus, der nach Belieben privatisiert werden kann, nur einen Steinwurf von der Avenue Montaigne entfernt: Willkommen im «Hôtel Particulier Villeroy»! Ursprünglich für die Familie

### THE PRESIDENT OF THE REPUBLIC AS A NEIGHBOUR

What do jazz singer Melody Gardot, French writer Marc Lévy or reggaeton star Shaggy have in common? They are all fans of the «Les Jardins du Faubourg» hotel in the heart of Paris. After a two-and-a-half-year renovation that cost 10 million euros, this building, which once housed apartments, has been a five-star hotel for almost a year. It is located in the safest area of Paris and France. This small hotel with 36 rooms, including four suites, is five minutes from the Elysée Palace, the official residence of the French president, and is the epitome of Parisian style: high ceilings, moldings, high windows framed by beautiful curtains. In addition there is a skilful selection of feel-good materials and velvety headboards of the beds with wonderfully exotic prints. «We wanted something that wasn't too polished», says Jennifer Boccara, the friendly manager of the house. The challenge was successfully mastered: like a magic cube, the hotel within its walls offers the luxury of a small palace, including a spa in the basement with a 16-meter-long swimming pool, an extremely rare feature in Paris, even in houses of the highest order, and a fitness room with a green plant wall.

### IN THE PALACE OF THE CERAMIC DYNASTY

Unlimited luxury that can be privatized at will, just a stone's throw from the Avenue Montaigne: Welcome to the «Hotel Particulier Villeroy». Originally created for the Villeroy family (Villeroy & Boch) at the beginning of the 20th century, it redefines the codes of luxury by creating a place based on the concept of a private Parisian home. The interior of this little gem



Zimmer im Hotel «Les Jardins du Faubourg». Einst das Kaufhaus «La Samaritaine», bald das Hotel «Cheval Blanc».

Villeroy (Villeroy & Boch) zu Beginn des 20. Jahrhunderts geschaffen, definiert es die Codes des Luxus neu. Das Interieur dieses kleinen Schmuckstücks mit 11 Schlafzimmern, das im Januar 2020 seine Tür öffnete, wurde von der Mailänder Firma Promemoria entworfen. Die Wendeltreppe schmückt ein monumentales blattvergoldetes Geländer. Sie führt über drei Etagen und ist illuminiert von einem imposanten Kronleuchter auf dem 35 Alabasterbälle sitzen. Der Leuchtkörper wurde von Alain Ellouz' Atelier entworfen. Für die Schlafzimmer wurden Kamine nach Mass aus Calacatta-Marmor gehauen, die Nespresso-Maschinen sind mit Leder bezogen und der retro-futuristische Kultbrand «Buly 1803» hat sich einen Duft und personalisierte Willkommensprodukte ausgedacht. Der Höhepunkt des Chic: Die prächtige Bar «Jean Goujon», benannt nach der Adresse des Hauses und dem französischen Renaissance-Bildhauer, sowie das angrenzende Restaurant sind den Bewohnern des Hotels vorbehalten.

### LUXUSLEBEN IM WARENHAUS

Die Krise der Kaufhäuser, in deren Folge in den USA schon so bekannte Adressen wie Sears und Barneys geschlossen wurden und die ebenda den Niedergang von Nordstrom beschleunigt hat und Neiman Marcus erschüttert, lässt auch diese Branche in eine ungewisse Zukunft blicken. Werden demzufolge die Mauern der bekannten Warenhäuser in der Zukunft luxuriöse Palasthotels beherbergen? In Paris wird dieses Szenario in diesem Jahr Realität. Seit dem Jahr 2001 und nach dem Kauf durch die LVMH-Gruppe waren die Türen der Warenhaus-Ikone «La Samaritaine» geschlossen. Jetzt, nach fast 20 Jahren im Dornröschenschlaf soll dieses 70000 m2 grosse Art-Deco-Gebäude im Verlauf des Jahres 2020 wiedereröffnet und zum grössten Concept Store der Welt werden. In den oberen Etagen wird es Restaurants, Bars, Unterkünfte, eine Kinderkrippe, ein Dior Spa und nicht zuletzt ein «Cheval Blanc»-Hotel mit 72 Zimmern und Suiten geben, das vom berühmten Innenarchitekten Peter Marino entworfen wurde. Nach der Eröffnung des sehr erfolgreichen «Cheval Blanc» in St. Tropez im vergangenen Sommer bezieht die Hotelabteilung des Weltmarktführers für Luxus nun also in Paris ihr Quartier. Beim Einkaufsmarathon wird man sich ganz bald also sehr elegant ausruhen können.

with 11 bedrooms, which opened its door in January 2020, was designed by the Milan-based company Promemoria, which previously specialized in luxury yachts. The quality of the materials used corresponds more to a private house than to a hotel: a monumental gold-plated railing adorns the spiral staircase. It leads over three floors and is illuminated by an impressive chandelier on which 35 alabaster balls sit. The monumental light fixture was designed by Alain Ellouz's studio. Made-to-measure fireplaces were hewn out from Calacatta marble for the bedrooms, the Nespresso machines are covered with leather and the retro-futuristic cult brand «Buly 1803» came up with a fragrance and personalized welcome products. The pinnacle of chic: the magnificent «Jean Goujon» bar, named after the address of the house and the French Renaissance sculptor, and the adjoining restaurant are reserved for the few happy residents of the hotel.

### LUXURY LIFE IN THE DEPARTMENT STORE

The crisis in department stores, as a result of which well-known addresses such as Sears and Barneys have closed in the United States, and which has also accelerated the decline of Nordstrom and shatters Neiman Marcus gives this industry an uncertain future. In many places, the air is getting scarce in traditional retail. So will the walls of the well-known local Swiss department stores perhaps house luxurious palace hotels in the future? This scenario becomes a reality in Paris this year. Since 2001 and after the purchase by the LVMH group, the doors of the department store icon «La Samaritaine» were closed. Now, after almost 20 years in a deep slumber, this 70,000 m2 Art Deco building is set to reopen in 2020 and become the largest concept store in the world. On the upper floors there will be restaurants, bars, accommodations, a crèche, a Dior Spa and last but not least a «Cheval Blanc» hotel with 72 rooms and suites, which was designed by the famous interior designer Peter Marino. After the very successful «Cheval Blanc» opened in St. Tropez last summer, the hotel department of the world market leader for luxury is now moving into its quarters in Paris. You will soon be able to rest very elegantly during the shopping marathon.

[jardinsdufaubourg.com](http://jardinsdufaubourg.com)  
[hotelvilleroy.com](http://hotelvilleroy.com)  
[chevalblanc.com](http://chevalblanc.com)

## Looks of the Season

Im Make-up ist dieser Frühling ganz von der Natur, der Natürlichkeit und der Jugendlichkeit inspiriert. Dazu gehört vor allem ein frischer und leuchtender Teint.

In terms of make-up, this spring is completely inspired by nature, naturalness and youthfulness. Above all, this includes a fresh and radiant complexion.

Ursula Borer (redaktion) Chanel, Dior, PD / zVg (fotos)



### NOUVELLE VAGUE

An der Chanel-Show für Frühling und Sommer- 2020 entschied sich Make-up-Designerin Lucia Pica für einen jugendlich leuchtenden, leicht gebräunten Teint mit einem Hauch oranger Lippen: «Rouge Allure Liquid Powder 954 A Bright Orange», «Desert Dream Baume Essential Golden Light» und «Desert Dream Ombre Première Laque 26 Quartz Rose».

### CHANEL

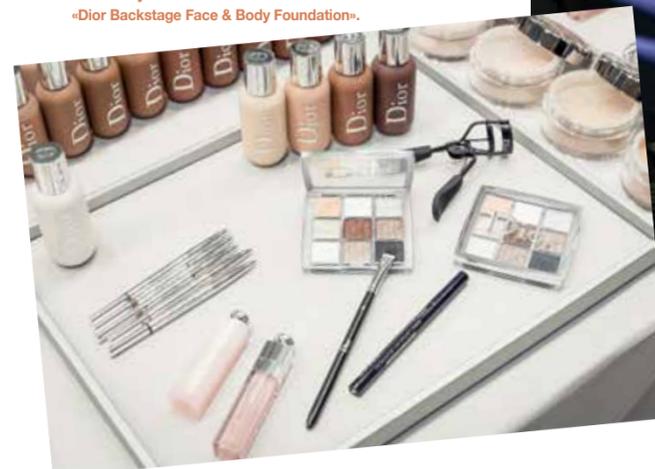
Designerin Virginie Viard flirtet diesen Frühling in ihrer ersten Prêt-à-Porter-Kollektion kokett mit der Jugend und lässt ganz im Stil der-Nouvelle Vague die Garçonne wiederaufleben. Mit Mini-Tweed-Kleidern und Hosenzügen, gibt sie der klassischen Chanel-DNA so ein keckes, modernes Gesicht.

At the Chanel show for spring and summer 2020, make-up designer Lucia Pica opted for a youthful, glowing slightly tanned complexion with a hint of orange lips: «Rouge Allure Liquid Powder 954 A Bright Orange», «Desert Dream Baume Essential Golden Light» and «Desert Dream Ombre Première Laque 26 Quartz Rose».



### NATUR PUR

Diors Make-up-Verantwortlicher Peter Philips setzt diesen Frühling für die Ready-To-Wear-Kollektion ganz auf einen natürlichen Look: «Dior Lip Maximizer 001», «Dior Backstage Custom Eye Palette 001 Universal Neutral» und «Dior Backstage Face & Body Foundation».



### DIOR

Für Christian Dior war die Natur immer schon eine grosse Inspirationsquelle. Zusammen mit dem Pariser Design-Kollektiv Coloco liess Designerin Maria Grazia Chiuri darum für die Show eine urbane Grünlandschaft bauen, welche durch ihre Diversität beeindruckte. Passend waren die Outfits eine zauberhafte Interpretation von femininen Gärtnerinnen-Looks.

For Christian Dior, nature has always been a great source of inspiration. Together with the Parisian design collective Coloco, designer Maria Grazia Chiuri therefore had an urban green landscape built for the show, which impressed with its diversity. Accordingly, the outfits were a magical interpretation of feminine gardener looks.

## The Man of Fashion

Er fotografierte Couture lange bevor diese eine schönste Nebensache der Welt Kultstatus erreichte. Eine Ausstellung in Paris stellt Man Ray als den Erfinder der Modefotografie ins Rampenlicht.

He photographed couture long before it became cult and one of the world's most beautiful minor matters. An exhibition in Paris puts Man Ray in the spotlight as the inventor of fashion photography.

COTE editors (redaktion) Man Ray / zVg (fotos)



Lee Miller, le visage peint



Elsa Schiaparelli, manteau du soir, 1938



Man Ray, tête de vénus maquillée, 1932

Die Ausstellung beleuchtet zum ersten Mal die Arbeit von Man Ray (1890 – 1976) aus einer modischen Perspektive und zeigt seine Arbeiten für die größten Modedesigner - Poiret, Schiaparelli, Chanel - und die bekanntesten Magazine - Vogue, Vanity Fair und Harper's Bazaar. Man Ray wuchs als Sohn jüdisch-russischer Immigranten in Philadelphia und New York auf. Künstler wie Marcel Duchamp und Alfred Stieglitz prägten seine jungen Jahre. 1921 zog er nach Paris und schloss sich Künstlern des Surrealismus und der Dada-Bewegung an. Berühmte Arbeiten mit der charakteristischen traumartigen Bildsprache sind das Aktbild «Le Violon d'Ingrès» seiner Geliebten, der Künstlermuse und Schauspielerin Kiki de Montparnasse mit den aufgemalten Schalllöchern eines Cellos auf ihrem Rücken und das Frauengesicht mit falschen Glastränen. Während die Modefotografie noch in den Kinderschuhen steckte, entwickelte Man Ray 1921 eine neue und moderne Ästhetik, die sich aus technischem Erfindungsreichtum, Freiheit und Humor zusammensetzte. Seine surrealistischen Experimente verwischen mit einem Augenzwinkern die Grenzen zwischen Kunst und Mode und machen ihn zu einem der Erfinder der zeitgenössischen Modefotografie.



Man Ray, autoportrait

For the first time, the exhibition illuminates Man Ray's (1890 - 1976) work from a fashion perspective and shows his work for the greatest fashion designers - Poiret, Schiaparelli, Chanel - and the most famous magazines - Vogue, Vanity Fair and Harper's Bazaar. Man Ray grew up as the son of Jewish-Russian immigrants in Philadelphia and New York. Artists like Marcel Duchamp and Alfred Stieglitz shaped his young years. In 1921 he moved to Paris and joined artists of the surrealism and the Dada movement. Famous works with the characteristic dream-like imagery are the nude picture «Le Violon d'Ingrès» of his lover, the artist muse and actress Kiki de Montparnasse with the painted sound holes of a cello on her back and the woman's face with false glass tears. While fashion photography was still in its infancy, Man Ray developed a new and modern aesthetic in 1921 that was composed of technical ingenuity, freedom and humor. With a wink, his surrealist experiments blur the lines between art and fashion, making him one of the inventors of contemporary fashion photography.

«Man Ray et la Mode», Musée du Luxembourg, Paris, museeduluxembourg.fr, (closed until further notice, exhibition planned presumably until 26 July 2020)

Fotos: Laziz Hamani (3); Musée Christian Dior (2); Association Willy Maywald (1)



«ROUGE HERMÈS»  
Seit 1925 die Hausfarbe für Leder, dann ein Parfum und jetzt Beauty-Glück aus der orangen Box mit 24 Lippenstiften, davon drei Saison-Editionen, einem Balsam, einem «Poppy Lip Shine» (rechts) und feinen Accessoires (oben).  
The house color for leather since 1925, then a perfume and now beauty happiness from the orange box with 24 lipsticks, including three seasonal editions, a balm, a «Poppy Lip Shine» (right) and fine accessories (top).



## The Orange Promise

Hermès schlägt ein neues Kapitel in der Firmengeschichte auf: der orange Luxus-Riese steigt ins Beauty-Business ein. Den Anfang macht ein Lippenstift. Ein nicht alltäglicher.

Hermès opens a new chapter in the company's history: the orange luxury giant is entering the beauty business. It starts with a lipstick. An out of the ordinary one.

Marianne Eschbach (text) Joaquín Laguigne, Alexandre Nicolas, Hermès / zVg (fotos)

Fast die komplette kreative Elite aus dem Haus war am neuen Projekt beteiligt. Pierre-Alexis Dumas aus der Besitzerfamilie, Bali Baret als künstlerische Leiterin des Frauen-Universums, inspirierte sich an 75000 Farbreferenzen in den hauseigenen Seidenateliers und 900 aus den Lederwerkstätten. Pierre Hardy als Kreativ-Chef über die Schuhe und den Schmuck, baute den schlichten und raffinierten Behälter wie einen Totempfehl mit Magnetverschluss als Objekt zum Nachfüllen. Jérôme Touron, der Kreativchef über die Beautyabteilung brachte die exquisiten Farben und Texturen mit Maulbeereextrakt zusammen. Hausparfümeurin Christine Nagel (sie ist gebürtige Genferin) hat schliesslich den Duft aus Sandelholz, Arnika und Engelwurz beigesteuert.

Almost the entire creative elite from the house were involved in the new project. Pierre-Alexis Dumas from the owner family, Bali Baret as artistic director of the women's universe, was inspired by 75000 color references in the in-house silk ateliers and 900 from the leather workshops. Pierre Hardy as the creative head of the shoes and the jewellery, built the simple and refined container like a totem pole with a magnetic closure as an object for refilling. Jérôme Touron, the creative director of the beauty department, brought the exquisite colors and textures with mulberry extract together. Geneva born in-house perfumer Christine Nagel finally contributed the scent of sandalwood, arnica and angelica.



Christian Schad, Maika, 1929, Öl auf Holz, 65 x 53 cm, Privatsammlung, © 2020 ProLitteris, Zürich

Le Corbusier, Pierre Jeanneret, Charlotte Perriand, Fauteuil Grand Confort, petit modèle, Exemplar von Salon d'Automne 1929, ehemals Sammlung Pierre Jeanneret. Stahlrohr lackiert, Federkernpolster auf Drahtseilbespannung, Daunenkissen, ca. 67 x 75 x 70 cm, Sammlung Arthur Rüegg, © 2020 ProLitteris, Zürich



László Moholy-Nagy, LIS, 1922, Öl auf Leinwand, 131 x 100 cm, Kunsthaus Zürich, 1981



Thomas Ruff, r.phg.s.03\_1, 2014, C-Print, 240 x 185 cm, Mai 36 Galerie, Zürich, © ProLitteris, Zürich

## Of Departure and Relapse

Wie golden waren die goldenen Zwanziger? Das Kunsthaus Zürich zeigt richtungsweisende Werke, die bis heute nichts von ihrer Strahlkraft und Aktualität eingebüsst haben.

How golden were the golden twenties? The Kunsthaus Zürich shows trend-setting works that have lost none of their radiance and topicality to this day.

Beatrice Hirt (text) Kunsthaus Zürich, Franca Candrian (1) / zVg (fotos)

Um der Stilvielfalt der 1920er Jahre gerecht zu werden, berücksichtigt die Ausstellung Werke aus allen damals gängigen Medien wie Malerei, Skulptur, Zeichnung, Fotografie, Film und Collage, Mode und Design. Sie zeigen eine erstaunliche Heterogenität als Antwort auf die damals chaotischen Ereignisse auf der Weltbühne: Krieg, soziale Unruhen und Inflation. Am Anfang der «Roaring Twenties» wird Berlin zum Sündenpfuhl, schwankt zwischen Exzess und Exitus. Paris und Wien vibrieren mit. Feiern ist vonnöten, denn was wird morgen sein? Tatsächlich setzt die grosse Wirtschaftskrise von 1929 diesem bunten Treiben ein Ende.

Doch die «Roaring Twenties» brachten auch die Blütezeit aller Kunstsparten mit einem hohen Innovationsgrad hervor: Coco Chanel kreiert das «Kleine Schwarze»; Christian Schad porträtiert die kecke Frau mit Bubikopf und László Moholy-Nagy prägt das Bauhaus. Der Wohnungsbau wird vorangetrieben. Klare Formen und schnörkellose Gestaltung bestimmen die Architektur. Le Corbusier, Pierre Jeanneret und Charlotte Perriand entwerfen den zeitlosen Klassiker «Fauteuil Grand Confort». Die hohe Aktualität dieser Ikonen von den 1920er Jahren bis Heute nimmt das Kunsthaus zum Anlass, soziale sowie wirtschaftliche Fragen der Gegenwart zur Diskussion zu stellen.

«Schall und Rauch. Die wilden Zwanziger. Von Josephine Baker bis Thomas Ruff». Neu vom 3. Juli bis 18. Oktober 2020. Die Ausstellung wird begleitet vom «Roaring Twenties Ball», neu im Herbst / Winter 2020. Infos über aktualisierte Termine auf [www.kunsthau.ch](http://www.kunsthau.ch). Die Ausstellung reist anschliessend ins Guggenheim Museum Bilbao, [www.guggenheim-bilbao.eus](http://www.guggenheim-bilbao.eus).

In order to do justice to the diversity of styles of the 1920s, the exhibition takes into account works from all the then popular media such as painting, sculpture, drawing, photography, film and collage, fashion and design. They show an astonishing heterogeneity in response to the then chaotic events on the world stage: war, social unrest and inflation. At the beginning of the «Roaring Twenties» Berlin becomes a pool of sins, fluctuating between excess and exitus. Paris and Vienna vibrate with it. Celebration is necessary, because what will be tomorrow? The great economic crisis of 1929 actually put an end to this hustle and bustle.

But the «Roaring Twenties» also brought about the heyday of all art sectors with a high degree of innovation: Coco Chanel created the «Little Black Dress»; Christian Schad portrays the cheeky woman with a bobbed head and László Moholy-Nagy shapes the Bauhaus. Housing construction is being pushed ahead. Clear forms and straightforward design determine the architecture. Le Corbusier, Pierre Jeanneret and Charlotte Perriand designed the timeless classic «Fauteuil Grand Confort». The high topicality of these icons from the 1920s to the present is an occasion for the Kunsthaus to pose social and economic questions of the present for discussion.

«Smoke and Mirrors. The Roaring Twenties. From Josephine Baker to Thomas Ruff». Re-scheduled from July 3rd to October 18th 2020. The exhibition is accompanied by the «Roaring Twenties Ball», new in autumn / winter 2020. Information about updated dates on [www.kunsthau.ch](http://www.kunsthau.ch). The exhibition then travels to the Guggenheim Museum Bilbao, [www.guggenheim-bilbao.eus](http://www.guggenheim-bilbao.eus).

## More Than Fashion

**Gusseiserne Säulen, moderne Blumenteppeiche und Vintage-Möbel – Guccis Bookshop in New York zitiert Sohos kreatives Erbe in Musik, Film, Mode und Literatur.**

Cast iron columns, modern floral carpets and vintage furniture - Gucci's bookshop in New York quotes Soho's creative legacy in music, film, fashion and literature.

Beatrice Hirt (text) Gucci / zVg (fotos)



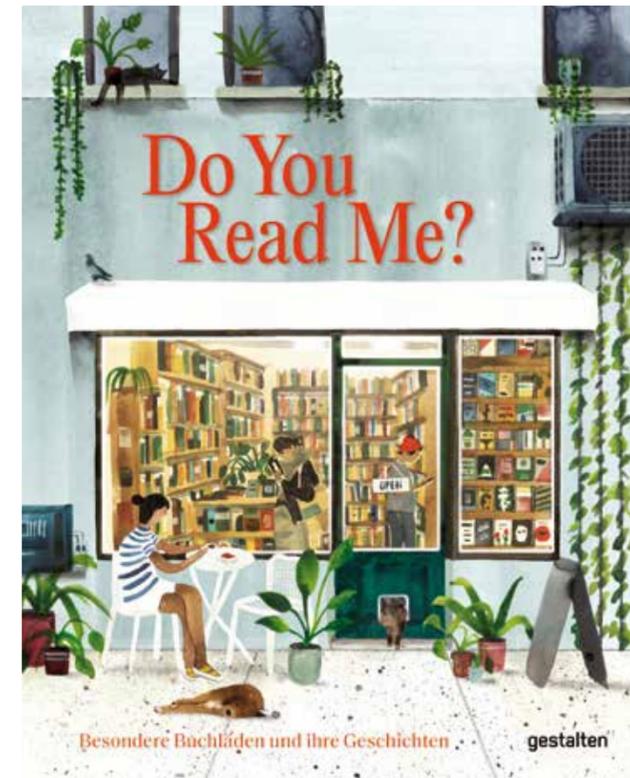
In den 1970er- und 1980er-Jahren galt dieser einzigartige District als die Seele von Manhattans kreativer Community. In Anlehnung an jene Dekade ist es heute der perfekte Ort für das «Gucci Wooster»-Universum mit seinem ungewöhnlichen Bohème-Spirit. Der Vintage-Aspekt der Kollektionen und Möbel wird von der Location, einer ehemaligen Bleistiftfabrik getragen, erzielt die skurrile Wirkung aber erst durch seine Verlinkung mit der Gegenwart. Besonders ausgeprägt ist sie im integrierten Buchladen, wo die Kurkuma-farbenen Ledersessel und alten Glasvitrinen auf eine Art Heimkino stossen, ausgestattet mit einem 3D-Video-Player der jüngsten Generation, der die Kunden ohne Spezialbrille in eine dreidimensionale Gucci-Welt eintauchen lässt.

[www.gucci.com](http://www.gucci.com)

Diese 155 Jahre alte Destination in Soho folgt auf «Gucci-Garden» in einem Florentiner Palast von 1337. Der Brand verlinkt sich mit besonderen Orten, die eine kulturelle Verbindung zu Gucci haben und von herausragender Schönheit und fesselnder Geschichte zeugen.

In the 1970s and 1980s, this unique district was considered the soul of Manhattan's creative community. In keeping with that decade, it is now the perfect place for the «Gucci Wooster» universe with its unusual bohemian spirit. The vintage aspect of the collections and furniture is also carried by the location, a former pencil factory - but only achieves the bizarre effect by linking it to the present. It is particularly pronounced in the integrated bookstore, where the turquoise-colored leather armchairs and old glass showcases encounter a kind of home cinema, equipped with a 3D video player of the latest generation, which allows customers to immerse themselves in a three-dimensional Gucci world for the first time without special glasses.

Gucci, 63 Wooster Street, New York



Ob im gotischen Kirchenbau in Maastricht oder im Wolkenkratzer in Shanghai – die Welt liebt Bücher.  
Whether in the Gothic church building in Maastricht or in the skyscraper in Shanghai - the world loves books.

## In Book Heaven

**Buchhandlungen sind wieder gefragte Destinationen, besonders wenn sie zu überraschen vermögen. Die Entdeckungsreise beginnt in einem neuen Buch selbst.**

Bookstores are in high demand again, especially if they surprise you.  
The journey of discovery begins in a new book itself.

Beatrice Hirt (text) PD / zVg (fotos)

Dieser Bildband kann auch als Reiseführer durchgehen, der uns – in Fantasie oder Realität – zu sechzig einzigartigen Buchhandlungen auf der ganzen Welt führt: ins Dornröschenschloss nach Bukarest, das auf 1000 Quadratmetern Bücher, einen Multimedia Space, eine Galerie und ein Bistro beherbergt; oder in die 52. Etage des ultramodernen Shanghai Towers. Hier sind auch der Himmel und die Stadt Teil der Buchhandlung, der höchstgelegenen in ganz China. Bescheidenere Locations wie «The Jazzhole» in Lagos finden aber durchaus auch Erwähnung, denn ihr Mix aus Literatur, Jazz auf Vinyl und Café liess sie gleichzeitig zum beliebten Kulturtreffpunkt werden. Und Zürichs «Kosmos Buchsalon» darf in der Auswahl nicht fehlen. Der gemeinsame Nenner dieser Buchläden ist ihre aussergewöhnliche Geschichte, die hier erzählt wird.

This illustrated book can also be used as a travel guide, which leads us – in fantasy or reality - to sixty unique bookstores around the world: the Sleeping Beauty Castle in Bucharest, which houses books, a multimedia space, a gallery and a bistro on 1000 square meters; or to the 52nd floor of the ultra-modern Shanghai Tower. Here, the sky and the city are part of the bookstore, the highest on in China. More modest locations such as «The Jazzhole» in Lagos are also mentioned, because their mix of literature, jazz on vinyl and café made them a popular cultural meeting point at the same time. And Zurich's «Kosmos Buchsalon» should not be missing from the selection. The common denominator of these bookstores is their extraordinary story, which is told here.

«Do You Read Me? – Besondere Buchläden und ihre Geschichte / Bookstores Around the World», Marianne Julia Strauss & gestalten, mit über 300 Fotos, (deutsch und englisch), [www.gestalten.com](http://www.gestalten.com)



PH. ANDREA FERRARI

02885

EG 8018

www.baxter.it



# COTE MAGAZINE SALON

LET'S TALK ABOUT EVERYTHING: BEGEGNUNGEN, GESPRÄCHE, PORTRÄTS



Foto: Phil Fisk / zVg

Seit 40 Jahren im Geschäft: Die Pet Shop Boys. In business for 40 years: The Pet Shop Boys

# *To Sing or to Act?*

**Britische Medien loben Sie als Englands neuen Superstar. Im Nebenjob ist Schauspielerin Naomi Scott eine der jungen Botschafterinnen des Juweliers Bulgari. Zusammen mit Model Lily Aldridge und It-Girl Zendaya. COTE MAGAZINE hat sie getroffen.**

British media praise her as England's new superstar. As a part-time job, actress Naomi Scott is one of the young ambassadors for Bulgari. Together with model Lily Aldridge and Über-It-Girl Zendaya. COTE MAGAZINE met her.

Marianne Eschbach (interview) Bulgari / zVg (fotos)



Grosser Auftritt: Naomi Scott in New York für Bulgari

Big appearance: Naomi Scott in New York for Bulgari

Ihre Stimme hat Volumen, ihre zierliche Gestalt markiert Präsenz. Naomi Scott, 27 Jahre jung, flirtet seit beinahe zehn Jahren ernsthaft mit dem Unterhaltungsgeschäft. Seit gut einem Jahr surft die Tochter zweier Pastoren aus London – die Mutter hat indisch-ugandische Wurzeln, der Vater ist Brite – auf einer Erfolgswelle. Sie spielte 2019 Prinzessin Jasmin in Guy Ritchies Realfilm-Remake des Zeichentrickklassikers «Aladdin» und gleich darauf den Engel in Ausbildung in Elizabeth Banks' Neuverfilmung von «Charlie's Angels» an der Seite von Kristen Stewart. In «Aladdin» singt sie selbst «Speechless», einen der Hits der Filme. Die Medien reissen sich um sie. Ihre Cover-Präsenz lässt viele Erblassen: Innerhalb weniger Monate auf den Titeln von «Vogue», «W», «Marie Claire» und «Harpers Bazaar» abgebildet zu sein, das gelingt wenigen. Und das soll erst der Anfang sein. Naomi Scott ist seit sechs Jahren mit dem britischen Fussballspieler Jordan Spence verheiratet und hat mir ihm einen Musik-Kurzfilm realisiert.

**S**INGEN ODER SCHAUSPIELERN, WELCHES IST DIE GRÖSSERE HERAUSFORDERUNG FÜR SIE?

*Naomi Scott:* Beide sind auf ihre Art und Weise eine Herausforderung. Meine beste Freundin ist die Sängerin Becky G. ... Wissen Sie, das Gras ist immer grüner dort, wo wir gerade nicht sind, oder? Freunde machen etwas, das wir ganz toll finden und es auch sofort wollen. Dann sagen die Freunde, hey, aber Du bist im Film, das ist der Hammer, das wollen wir auch! Die Frage ist eher, weshalb man etwas will? Man will gehört und gesehen werden, das steht fest. Aber am Ende geht es darum, ob man davon leben kann. Und das funktioniert nur, wenn sich der Erfolg einstellt. Musik schreiben und singen war meine erste grosse Liebe. Musikmachen klappt nur dann, wenn man das wirklich liebt.

WAS WAREN IHRE ERSTEN SCHRITTE IN DER MUSIK?

Ich habe im Kirchenchor gesungen als ich etwa acht Jahre alt war. Mit 13 habe ich dann begonnen Musik zu schreiben.

SIE VERFOLGEN BEIDE KARRIEREN?

In der Tat. Als Schauspielerin habe ich eine gewisse Präsenz erlangt. Im Moment arbeite ich im Aufnahmestudio mit einem Team. Ich forcire nichts. Ich will mir Zeit lassen als Musikkünstlerin. Ich will in der Musik ausdrücken, was ich denke und fühle. Ich will, dass meine Stimme gehört wird. Songtexte müssen persönlich und aufrichtig sein. Nur dann kann man sie hundert Mal hören und fühlt sich jedes Mal erneut mit ihnen verbunden. Falsch ist es hingegen, Dinge zu tun von denen andere denken dass man sie tun soll oder weil »

«Das Gras ist immer grüner dort, wo wir gerade nicht sind.»

*Naomi Scott*

«The grass is always greener where we are not, right?»

*Naomi Scott*

Her voice has volume, her delicate stature marks presence. Naomi Scott, 27, has been flirting seriously with the entertainment business for almost ten years. The daughter of two pastors from London - the mother has Indian-Ugandan roots, the father is British - has been surfing on a wave of success for over a year. In 2019 she played Princess Jasmine in Guy Ritchie's real film remake of the cartoon classic «Aladdin» and immediately afterwards the angel in training in Elizabeth Banks' remake of «Charlie's Angels» alongside Kristen Stewart. In «Aladdin» she sings «Speechless», one of the film's hits. The media are courting her. Her cover presence demands respect: Within a few months, she has ben on the front pages of «Vogue», «W», «Marie Claire» and «Harpers Bazaar». Only a few can achiev this. And that's just the beginning. Naomi Scott has been married to British football player Jordan Spence for six years, with whom she has made a short music film.

**S**INGING OR ACTING, WHICH IS THE BIGGER CHALLENGE FOR YOU?

*Naomi Scott:* Both are challenging in their own way. My best friend is the singer Becky G. ... You know, the grass is always greener where we are not, right? Friends do something that we think is great and we want it right away. Then the friends say hey, but you're in the film, that's awesome, we want that too! The question is rather, why do you want something? You want to be heard and seen, that's for sure. But in the end it's about whether you can make a living from it. And that only works if success is achieved. Writing and singing music was my first big love. Making music only works if you really love it.

WHAT WERE YOUR FIRST STEPS IN MUSIC?

I sang in the church choir when I was about eight years old. I started writing music when I was 13.

ARE YOU PURSUING BOTH CAREERS?

Yes, as a matter of fact. As an actress, I have a certain presence. I am currently working with a team in the recording studio. I don't force anything. I want to take my time as a music artist. I want to express what I think and feel in music. I want my voice to be heard. Lyrics must be personal and sincere. Only then can you hear them a hundred times and feel connected to them. On the other hand, it is wrong to do things that others think should be done or because the record label requires it because it is currently selling well. It never works if it is not authentic. I am about to find my way in music.

HOW BIG ARE YOUR AMBITIONS?

I am a perfectionist and I really want to be the best. I find the path very exciting right now and can't wait to get started in music. I know it is important to let go and not to work on it endlessly. I can do it. (laughs) »



Rock-Chic mit Nieten und Diamanten  
Rock chic with studs and diamonds

» das Plattenlabel es verlangt weil es sich gerade gut verkauft. Das funktioniert nie, weil es nicht authentisch ist. Ich bin daran, meinen Weg in der Musik zu finden.

WIE GROSS SIND IHRE AMBITIONEN?

Ich bin Perfektionistin und will tatsächlich die Beste sein. Daran arbeite ich. Ich finde den Weg gerade sehr spannend und kann es nicht erwarten, in der Musik richtig loszulegen. Ich weiss, es ist wichtig auch einmal loszulassen und nicht endlos an den Dingen zu feilen. Ich kriege das schon hin. (lacht)

WESHALB HABEN SIE SICH FÜR EINE KARRIERE IM SHOWBUSINESS ENTSCHEIDEN?

Ich war nicht das 15jährige Mädchen, dass plötzlich die Schauspielerei wählte. Es ist wirklich einfach passiert. Ich habe nie bewusst den Entscheid gefällt. Eigentlich habe ich keine Ahnung, weshalb ich hier bin ... (lacht)

ALSO HAT DIE BÜHNE SICH SIE AUSGESUCHT?

Ja, das ist irgendwie verrückt. Als junges Mädchen konnte ich mir nicht vorstellen, irgendetwas anderes zu machen als Musik. Die Schauspielerei passierte tatsächlich einfach irgendwie. Ich bekam wunderbare Möglichkeiten und war wohl zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Ich habe nie gross über solche Dinge nachgedacht. Manchmal drückt das Hochstapler-Syndrom bei mir durch (lacht) ... Dann beruhige ich mich selbst mit den Worten, nein, ich gehe nicht zur Schauspielschule, ich will schliesslich nicht zu diesen elitären britischen Schauspielern gehören! Eigentlich habe ich also keine Qualifikationen. Ich lerne jeden Tag bei der Arbeit. «Learning on the Job» ist mein Motto.

WAS WOLLEN SIE IN IHRER ARBEIT UND IM LEBEN ERREICHEN?

Ich hatte letztes Jahr ein sehr interessantes Jahr. Es ist soviel passiert. Nicht alles ist einfach. Man muss entscheiden, ob man einen Schritt aus kreativer Motivation heraus unternimmt oder aus Gründen der Karriere. Ich muss immer eine Vision haben, egal, ob im Film oder in der Musik. Und ich finde es aufregend, mich selbst herauszufordern. Ich will Geschichten erzählen, von denen ich überzeugt bin, dass sie erzählt werden müssen. Ich will Unerwartetes tun. Am Ende des Tages ist es immer Arbeit und bei weitem nicht so romantisch wie es klingt.

WIE ZIELSTREBIG GEHEN SIE VOR?

Ich stecke mir Ziele, aber ich bin flexibel darin wie ich sie erreiche. Ich habe gelernt, dass das Leben ist sowie-so nie so ist wie man es erwartet. Das Leben ist voller Abzweigungen, Seitenlinien und Wendungen. Man darf sich ruhig treiben lassen. Wichtig ist einfach, dass man hart arbeitet und Schritt für Schritt vorwärts geht. »

«Manchmal drückt das Hochstapler-Syndrom bei mir durch.»

Naomi Scott

«Sometimes the imposter syndrome pushes through with me.»

Naomi Scott

» WHY DID YOU CHOOSE A CAREER IN SHOW BUSINESS?

I was not the 15 year old girl who suddenly chose acting. It really just happened. I never made a conscious decision. I actually have no idea why I'm here ... (laughs)

SO DID THE STAGE CHOOSE YOU?

Yes, that's kind of crazy. As a young girl, I couldn't imagine doing anything other than music. Acting just happened somehow. I got wonderful opportunities and was probably in the right place at the right time. I've never really thought about things like that. Sometimes the imposter syndrome pushes through with me (laughs) ... Then I calm myself down by saying, no, I'm not going to drama school, after all, I don't want to be one of those elite British actors! So actually I have no qualifications. I study at work every day. «Learning on the job» is my motto.

WHAT DO YOU WANT TO ACHIEVE IN YOUR WORK AND IN LIFE?

I had a very interesting year last year. So much happened. Not everything is easy. You have to decide whether to take a step out of creative motivation or for career reasons. I always have to have a vision, whether in film or in music. And I find it exciting to challenge myself. I want to tell stories that I believe need to be told. I want to do the unexpected. At the end of the day it is always work and not nearly as romantic as it sounds.

HOW DETERMINED ARE YOU IN MOVING FORWARD?

I set goals for myself, but I am flexible in how I achieve them. I learned that life is never what you expect anyway. Life is full of branches, sidelines and twists. You can let yourself go. It is simply important that you work hard and go forward step by step.

WHAT WAS THE BEST SURPRISE LAST YEAR?

I loved how people reacted to my work. Apparently I managed to connect with the audience. When we introduced Aladdin in Amman in Jordan, about 20 little girls ran towards me and hugged me without hesitation. They saw me as the princess Jasmine from the film. It was a wow moment for me. I was very happy on the set. I always thought of my younger self and what I would have liked to have seen as a child. We took great care of how we play and of the dialogues. It was very important to me that I could show the princess as an active figure.

DO YOU HAVE ROLE MODELS YOURSELF?

Definitely. But my role models are more authors of books and less actors that I look up to, as you might guess. It sounds like a cliché, but also people I meet every day are role models. I am impressed by the real life and the people who live it with all its ups and downs. That can be »

» WAS WAR DIE BESTE ÜBERRASCHUNG IM LETZTEN JAHR?

Ich fand es toll, wie die Leute auf meine Arbeit reagiert haben. Es ist mir offenbar gelungen, eine Verbindung mit dem Publikum herzustellen. Als wir «Aladdin» in Amman in Jordanien vorstellten, rannten etwa 20 kleine Mädchen auf mich zu und umarmten mich ohne Scheu. Sie sahen mich als die Prinzessin Jasmin aus dem Film. Das war ein Wow-Moment für mich. Ich war sehr glücklich auf dem Set. Ich dachte immer an mein jüngeres Ich und daran was ich als Kind gerne gesehen hätte. Wir haben sehr darauf aufgepasst wie wir spielen und auf die Dialoge. Mir war es sehr wichtig, dass ich die Prinzessin als aktive Figur zeigen konnte.

HABEN SIE SELBST VORBILDER?

Definitiv. Aber meine Vorbilder sind eher Autoren von Büchern und weniger Schauspieler zu denen ich aufblicke, wie man es vermuten könnte. Es klingt nach Klischee, aber auch Leute, die ich täglich treffe sind Vorbilder. Mich beeindruckten das richtige Leben und die Leute, die es leben mit allen Hochs und Tiefs. Das kann ganz schön fordernd sein. Man muss viele Situationen meistern, auch leidvolle. Was immer es ist, man muss da durch und möglichst auf der anderen Seite wieder herauskommen. Leiden als Teil des Lebens akzeptieren ist so wichtig, damit man es auch aushalten kann. Ich mag Leute, die leben. Alte Leute (lacht). Ich liebe es, mit den Alten zu sitzen und ihre Geschichten zu hören. Sie können so viel teilen mit den Jungen.

WENN SIE ALLEINE ENTSCHEIDEN KÖNNTEN, WELCHEN FILM WÜRDEN SIE REALISIEREN?

Ich liebe es Geschichten zu erzählen. Ich frage mich immer, für welche Filme ich selbst gern ins Kino gehe. Ich mag Filme, in denen die Botschaft wie Medizin versteckt ist und nicht mit dem Holzhammer verabreicht wird. Ich möchte Geschichten nicht nur um ihrer selbst willen erzählen, ich möchte sie auch besser machen. Und stelle mir die Frage, weshalb es mich dazu braucht. Man muss immer seine eigene möglichst einzigartige Position finden. Ich will aus einem Projekt das bestmögliche Projekt machen. Mein Film würde eine Geschichte erzählen, die noch nicht erzählt worden ist, weil die richtigen Leute noch nicht gefunden sind.

WER WÄRE IHRE BESETZUNG?

Will Smith! Das wäre ein Traum. Jemand, mit dem ich nicht gearbeitet habe, könnte sich als Albtraum entpuppen. Ich habe am Set von «Aladdin» so viel von ihm gelernt. Er ist ein Star, und geht sehr respektvoll mit den anderen um. Dann würde ich noch Kristin Scott Thomas auswählen. Sie ist unglaublich, eine Königin! «

» very demanding. In life you have to deal with many situations, including painful ones. Whatever it is, you have to get through it and, if possible, on the other side. Accepting suffering as part of life is so important that you can endure it. I like people who live. Old people (laughs). I love to sit with the elderly and hear their stories. They can share so much with the young.

IF YOU COULD DECIDE ON YOUR OWN, WHICH FILM WOULD YOU MAKE?

I love telling stories. I always ask myself which films I like to go to the cinema for. I like films in which the message is hidden like medicine and is not given with a mallet. I don't just want to tell stories for their own sake, I want to make them better. And ask me why I need it. You always have to find your own unique position. I want to make the best possible project out of a project. My film would tell a story that has not yet been told because the right people have not yet been found.

WHO WOULD BE YOUR CAST?

Will Smith! That would be a dream. Someone I haven't worked with could turn out to be a nightmare. I learned so much from him on the set of Aladdin. He is a star and is very respectful of the others. Then I would choose Kristin Scott Thomas. She is incredible, a queen!

WHAT DO YOU TELL YOUNG PEOPLE WHO WANT TO BECOME ACTORS ABOUT THE REALITY IN BUSINESS?

You really have to love the job if you want to be an actor. You have to have thick skin because you are often rejected. This does not mean that you are not good enough, often you simply do not fit the character you are supposed to play. You have to endure that. Even if you have worked your butt off for an appointment. You have to be honest with yourself and take an honest look at your own abilities. You have to work out your strengths and play with them. And then it may come out that you are not a good actor at all. Then you have to try something different. Today it is the case that people believe that they can do and become anything. But it's about realizing what you're really good at. Talent doesn't get you anywhere. Hard work is definitely part of it. «



«BZero1 Rock» ist die neueste Version von Bulgari's bekannter Schmucklinie.

«BZero1 Rock» is the latest version of Bulgari's famous jewellery line.



Auf der Bühne: Naomi Scott überzeugt mit Präsenz und Power

On stage: Naomi Scott convinces with presence and power



«Wenn ich mich ausruhen will, dann mache ich nichts, absolut nichts.»

«If I really want to rest, I don't do anything, absolutely nothing.»

# Sebastien

## THE BRUTALIST SYMPHONIC

Olivier Rohrbach (interview) Ella Herme /zVg (fotos)

**Er ist das Wunderkind des französischen Elektro und der Soundarchitekt der letzten Saint-Laurent-Modeshows. Sebastien\* kreiert die klassische Musik von heute. Mit 39 Jahren liegt dem herausragenden Komponisten die Welt der Musik und der Mode zu Füßen.**

He is the prodigy of French electro and the sound architect of the Saint Laurent fashion shows. Sebastien\* creates today's classical music. At 39, the outstanding composer has the world of music and fashion at his feet.

**V**ON IHRER MUSIK GEHT EINE GEWISSE NERVOSITÄT AUS. GERADE SO ALS WÄRE SIE DIREKT MIT DEN SPANNUNGEN UND GEFAHREN IN DER HEUTIGEN WELT VERBUNDEN ...

*Sebastien:* Das kann ich nicht so beurteilen, weil ich ziemlich unbewusst Musik mache. Es mag zwar eine Form der Transkription von allem geben, was um mich herum vor sich geht, aber das Ergebnis ist nicht gewollt. Gleichzeitig passieren im Leben sehr gewalttätige Dinge und die Menschen verhalten sich manchmal wirklich wild.

**SIE HABEN DAS NEUESTE ALBUM VON CHARLOTTE GAINSBURG PRODUZIERT, VIELE REMIXE GEMACHT UND AUCH MIT DEM UNUMGÄNGLICHEN FRANK OCEAN GEARBEITET. WIE VERLIEF DIESE ZUSAMMENARBEIT?**

Ich hatte das Glück, an der Produktion von Franks »

**T**HERE IS A CERTAIN NERVOUSNESS ABOUT YOUR MUSIC. JUST AS IF IT WERE DIRECTLY CONNECTED TO THE TENSIONS AND DANGERS IN TODAY'S WORLD ...

*Sebastien:* I can't judge that because I make music quite subconsciously. There may be a form of transcription of everything that is going on around me, but the result is not wanted. At the same time, very violent things happen in life and people sometimes behave really wildly.

**YOU PRODUCED CHARLOTTE GAINSBURG'S LATEST ALBUM, MADE MANY REMIXES AND YOU ALSO WORKED WITH THE UNMISSABLE FRANK OCEAN. HOW DID THIS COLLABORATION GO?**

It was lucky enough to be involved in the production of Frank's albums. To date it has been one of my most important experiences as a producer. The job of the producer in general is to step behind a project a little to help the artist do his job. It »

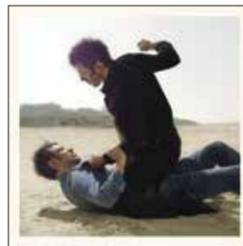
» Albums beteiligt zu sein. Es war bis heute eine meiner bedeutendsten Erfahrungen als Produzent. Die Aufgabe des Produzenten im Allgemeinen ist es ja, ein wenig hinter ein Projekt zu treten, um dem Künstler zu helfen, seine Arbeit zu erledigen. Bei Frank Ocean war es ganz anders: Er wollte, dass wir ihn zu unserer Musik hinführen. Er ist im wahrsten Sinne des Wortes ein ganz besonderer Charakter. Ich habe noch nie jemanden wie ihn getroffen. Wir haben drei bis vier Jahre lang immer wieder an diesem Projekt gearbeitet. Obwohl ich schon eine Weile bei ihm bin, ist er sowohl menschlich als auch psychologisch schwer zu lesen. Er ist ein Künstler, der sich psychologisch keine Blöße gibt, er bleibt rätselhaft und schwer zu fassen. In einer Zeit, in der man dauernd in den sozialen Medien präsent sein muss ist dies nicht einfach zu steuern.

#### DAS KLINGT ALS HÄTTEN SIE EINIGE VORBEHALTE GEGENÜBER SOZIALEN MEDIEN ...

Ich habe nichts dagegen, aber es ist wahr, dass ich nicht die Person bin, die sich am meisten exponiert. In wenigen Jahren ist die Selbstinszenierung zu etwas Belastendem und Ungesundem verkommen.

#### DER TITEL «SOBAR» UND EIN TEIL IHRES ALBUMS HABEN EINEN ARCHITEKTONISCHEN CHARME. KOMPONIEREN SIE IHRE SONGS SO, ALS WÜRDEN EIN ARCHITEKT EIN HAUS BAUEN?

In meiner Arbeit steckt eindeutig eine solide sonore Architektur. Ich muss einige Jahre zurückgehen, um mich mit meinen Wurzeln zu verbinden. Ich bin in Serbien aufgewachsen und habe dort bis zum Alter von zehn Jahren gelebt. In Belgrad gibt es Gebäude, die sowohl romantisch als auch baufällig sind, aber es gibt auch viele Gebäude, die vom Brutalismus inspiriert sind.



SebastiAn «Thirst»  
(Ed Bangers Records/  
Because-Universal Music)  
[Facebook.com/0sebastian0](https://www.facebook.com/0sebastian0)

#### SIE ARBEITEN SEIT IHREM ERSTEN ALBUM MIT JEAN-BAPTISTE MONDINO ZUSAMMEN, DER VIELE SEHR IKONISCHE POP-ALBUM-COVERS GESTALTET HAT. AUF «THIRST» SIND SIE DOPPELT ZU SEHEN ...

Jean-Baptiste Mondino ist eine Persönlichkeit, die ich sehr schätze und mit der ich gerne Zeit verbringe. Zudem spürt er die Dinge sehr, sehr schnell. Im Allgemeinen habe ich mein Konzept im Kopf. Auf diesem Album wollte ich über Dualität sprechen, daher erscheine ich darauf zweifach. Während der Mittag- und Abendessen diskutieren wir wieder und wieder ... so entstehen Projekte mit Mondino.

#### ICH HABE GELESEN, DASS SIE KAUM LÄNGER ALS FÜNF STUNDEN PRO NACHT SCHLAFEN. SCHAFFEN SIE ES TROTZDEM, SICH AUSZURUHEN?

Das stimmt. Wenn ich viel zu tun habe, ist es so. Wenn man seine Arbeit mag, ist es anders, fünf Stunden reichen zum Entspannen. Aber wenn ich mich wirklich ausruhen will, dann mache ich nichts, absolut nichts. «

» was very different with Frank Ocean: he wanted us to lead him to our music. In the truest sense of the word, he is a very special character. I've never met someone like him. We worked on this project again and again for three to four years. Although I've been with him for a while, he's difficult to read, both human and psychologically. He is an artist who does not show himself psychologically, he remains enigmatic and difficult to grasp. At a time when you have to be constantly present on social media, this is not easy to control.

#### THAT SOUNDS LIKE YOU HAVE SOME RESERVATIONS ABOUT SOCIAL MEDIA ...

I don't mind, but it's true that I'm not the most exposed person. In a few years, self-staging has degenerated into something stressful and unhealthy.

#### THE TITLE «SOBAR» AND PARTS OF YOUR ALBUM HAVE AN ARCHITECTURAL CHARM. ARE YOU COMPOSING YOUR SONGS AS IF AN ARCHITECT WERE BUILDING A HOUSE?

My work clearly has a solid sonorous architecture. I have to go back a few years to connect with my roots. I grew up in Serbia and lived there until the age of ten. There are buildings in Belgrade that are both romantic and dilapidated, but there are also many buildings that are inspired by brutalism.

#### YOU HAVE BEEN WORKING WITH JEAN-BAPTISTE MONDINO SINCE YOUR FIRST ALBUM. HE HAS DESIGNED MANY VERY ICONIC POP ALBUM COVERS. YOU ARE SEEN TWICE ON «THIRST» ...

Jean-Baptiste Mondino is a personality that I really appreciate and that I enjoy spending time with. He also feels things very, very quickly. In general, I have my concept in mind. I wanted to talk about duality on this album, that's the reason for my double appearance. While we have lunch and dinner we discuss again and again ... this is how projects with Mondino come about.

#### I READ THAT YOU RARELY SLEEP MORE THAN FIVE HOURS A NIGHT. CAN YOU STILL REST?

Yes that's true. If I have a lot to do, it is so. If you like your work, it is different, five hours are enough to relax. But if I really want to rest, I don't do anything, absolutely nothing. «

\* Auf den Grossbuchstaben A in seinem Vornamen legt SebastiAn Wert. Er betont damit den Unterschied zum französischen Sébastien.  
\* SebastiAn attaches importance to the capital letter A in his first name. He emphasizes the difference to the French Sébastien.



Wunderkind des französischen Elektro und Soundarchitekt der letzten Saint-Laurent-Modeshows.

The prodigy of French electro and the sound architect of the Saint Laurent fashion shows.

# BUILT ON MUSIC

Nicolas Godin, die eine Hälfte des französischen Elektro-Duos «AIR», empfing COTE MAGAZINE exklusiv in seinem neuen Tonstudio, als noch einzig die Streiks in Frankreich eine Herausforderung an die Mobilität stellten.

Nicolas Godin, half of the French electric duo «AIR», welcomed COTE MAGAZINE exclusively in his new recording studio in Saint-Germain-des-Prés at the beginning of the year, when only the strikes in France posed a challenge to mobility.

Olivier Rohrbach (interview & text) Camille Vivier / zVg (fotos)

**E**S HAT VIEL AUSDAUER GEKOSTET, HEUTE VON ZÜRICH IN IHR PARISER STUDIO ZU REISEN ...

*Nicolas Godin:* Sie kommen aus Zürich? Das ist eine der schönsten Städte der Welt! Ich mag die alten Gebäude in der deutschsprachigen Schweiz. Sie sind so malerisch als stammten sie aus einem Märchen von Andersen, während die modernen Gebäude von einer aussergewöhnlichen architektonischen Nüchternheit sind.

**DAS KOMPLIMENT FREUT DIE ZÜRCHERINNEN!** Sie fürchten sich nicht vor klaren Entscheidungen. Das beste Alte und das beste Neue koexistieren, während wir in Frankreich vor allem am Erbe der Vergangenheit festhalten. Wenn wir ein modernes Gebäude bauen, versuchen wir es gleichzeitig zu verstecken. In Zürich spiegeln moderne Gebäude, Materialien und auch Typografien die wahre Moderne wider. Deshalb liebe ich diese Stadt, weil ich als Ästhet dort überall, wo ich meinen Blick hinrichte, alles als ausgeglichen, schön und rein wahrnehme.

**DAS WIRD JA IMMER BESSER ...**

Ich habe noch mehr: Ich schwimme auch gerne im Zürichsee und mag das «Florhof» Boutique-Hotel, wo Stephan Eicher auch absteigt. Ich habe das Land nach einem Konzert entdeckt, das wir mit «AIR» am Montreux Jazz Festival gegeben haben. Seither mag ich es, Zeit in der Schweiz zu verbringen. Kürzlich war ich in Basel in der Fondation Beyeler und im letzten Sommer bin ich drei Wochen mit dem Auto durch Ihr wunderschönes Land gereist. Ich liebe es!

**ARCHITEKTUR IST DAS ZENTRALE ELEMENT IHRES NEUEN ALBUMS. HABEN SIE AUCH SCHWEIZER GEBÄUDE DAZU INSPIRIERT?**

Ja, ausserhalb von Zürich zum Beispiel das KKL in Luzern von Jean Nouvel, wo wir 2016 mit «AIR» gespielt haben. Das Bürgenstock Resort ist auch unglaublich, wie es sich in die Landschaft einfügt.

**HABEN SIE JEDEN ORT BESUCHT, DER DIESES ALBUM INSPIRIERT?**

Tatsächlich ist Richard Neutras Haus in Silver Lake in Los Angeles, in dem der Künstler Xavier Veilhan seine Werke ausstellte, der Ausgangspunkt für dieses Projekt. Es ist aber kein Konzeptalbum, das nur mit Kenntnis über die Ausstellung angehört werden kann. Ich wollte nichts zu Intellektuelles machen. Trotzdem entspricht jeder Titel einem Haus, da jedes Lied als Klanginspiration für Xavier Veilhants Wanderausstellung «Architectones», diente. In Europa besuchten wir insbesondere «La Cité Radieuse» von Le Corbusier und den Barcelona-Pavillon von Mies van der Rohe. Für »

**I**T TOOK A LOT OF PERSEVERANCE TO TRAVEL FROM ZURICH TO YOUR PARIS STUDIO TODAY ...

*Nicolas Godin:* Are you from Zurich? It is one of the most beautiful cities in the world! I like the old buildings in German-speaking Switzerland. They are as picturesque as if they came from a fairy tale by Andersen, while the modern buildings are of exceptional architectural sobriety.

**THE COMPLIMENT IS SURE TO PLEASE THE PEOPLE OF ZURICH!**

They are not afraid of making clear decisions. The best of the old and the best of the new coexist, while in France we are particularly attached to the legacy of the past. When we build a modern building, we try to hide it at the same time. In Zurich, modern buildings, materials and typographies reflect true modernism. That's why I love this city, because as an esthete I see everything as balanced, beautiful and pure wherever I look.

**IT JUST KEEPS GETTING BETTER ...**

I have more: I also like to swim in Lake Zurich and I like the «Florhof» boutique hotel, where Stephan Eicher also stays. I discovered the country after a concert we gave with «AIR» at the Montreux Jazz Festival. Since then I have enjoyed spending time in Switzerland. I was recently in the Fondation Beyeler in Basel and last summer I traveled three weeks by car through your beautiful country. I love it!

**ARCHITECTURE IS THE CENTRAL ELEMENT OF YOUR NEW ALBUM. DID SWISS BUILDINGS INSPIRE YOU?**

Yes, outside of Zurich, for example, the KKL in Lucerne by Jean Nouvel, where we played with «AIR» in 2016. The Bürgenstock Resort is also incredible in how it blends into the landscape.

**HAVE YOU VISITED ANY PLACE THAT INSPIRED THIS ALBUM?**

Richard Neutra's house in Silver Lake in Los Angeles, where the artist Xavier Veilhan exhibited his works, is in fact the starting point for this project. However, it is not a concept album that can only be heard with knowledge of the exhibition. I didn't want to make anything intellectual. Nevertheless, each title corresponds to a house, since each song served as sound inspiration for Xavier Veilhan's touring exhibition «Architectone». In Europe, we particularly visited Le Corbusier's «La Cité Radieuse» and Mies van der Rohe's Barcelona Pavilion. I created a kind of soundtrack for every exhibition. Just as you can watch a film and enjoy the soundtrack, you can also accompany works of art musically. I find that very interesting, it can even intensify the experience. This project was continued at the Venice Biennale, where Xavier Veilhan invited me to play music, among other things. »

*«Ich habe angefangen Musik zu machen, um nicht zu sehr unter der Hässlichkeit der Welt zu leiden.»*

*Nicolas Godin*

*«I started making music so that I wouldn't suffer too much from the ugliness of the world.»*

*Nicolas Godin*

» jede Ausstellung habe ich eine Art Soundtrack erstellt. So wie Sie einen Film ansehen und den Soundtrack genießen können, kann man auch Kunstwerke musikalisch begleiten. Ich finde das sehr interessant, es kann sogar das Erlebnis intensivieren.

**GIBT ES ANDERE BEREICHE, ZU DENEN SIE SICH MUSIKALISCH HINGEZOGEN FÜHLEN?**

In der Mode habe ich lange für Azzedine Alaïa gearbeitet. Für viele seiner Modenschauen habe ich die Soundtracks gemacht. Ein Plan für die Zukunft ist es, den Soundtrack für Science-Fiction-Filme zu komponieren. Mich fasziniert der Gedanke, Schwerelosigkeit in Musik auszudrücken.

**IHR NEUES ALBUM HÖRT SICH NACH EINEM MEISTERWERK AN ...**

(lächelt) Danke. Ich wollte, dass dieses Projekt, das aus einer Zusammenarbeit mit zeitgenössischer Kunst hervorgegangen ist zugänglich bleibt. Jedes Mal, wenn wir einem Gastkünstler die Instrumentallieder präsentieren war das wie ein Freibrief. Durch die Auswahl der Künstler, die alle sehr unterschiedlich sind, wollte ich meine Komfortzone verlassen. Ich habe mit Spotify und YouTube Listen der Künstler erstellt, die mir am besten gefallen und darauf haben wir sie kontaktiert. Der Track mit der amerikanischen Künstlerin Kadhja Bonet ist ein sehr gutes Beispiel: Am Ende haben wir fast alle Instrumente aus der Originalversion entfernt um fast nur ihre Stimme zu behalten.

**SIE SIND AUSGEBILDETER ARCHITEKT UND WURDEN ERST SPÄTER EIN MUSIKER. IST DIE MUSIK EINE ART ZUFLUCHT FÜR SIE?**

Ich habe in der Tat angefangen Musik zu machen, um nicht zu sehr unter der Hässlichkeit der Welt zu leiden und um ihr zu entkommen. Das Musikmachen beruhigt mich und holt mich aus der Realität heraus. Ich denke, das geht vielen so, wenn sie Musik hören. Es ist fast wie Meditation.

**MIT DEM ERFOLG KAM DIE BERÜHMTHEIT ...**

Wir wollten nie Popstars sein. Aber das Geschäft verpflichtet natürlich dazu, einen bestimmten Look zu haben, Clips zu machen, auf Tour zu gehen ... Im Grunde ist es überhaupt nicht meine Natur. Es freut mich natürlich, weil unsere Musik, obwohl nicht wirklich kommerziell, den breiten Geschmack getroffen hat.

**IST EINE UNGEWÖHNLICHE SINGLE WIE IHR «SEXY BOY» NICHT MEHR MÖGLICH? LEBEN WIR IN EINER WENIGER LUSTIGEN ZEIT?**

Dies ist eine sehr gute Frage. Seit ich im 50. Lebensjahr angekommen bin gehöre ich definitiv nicht mehr »

*«Der beste Ort, um dieses Album anzuhören, ist im Auto nachts auf der Autobahn.»*

*Nicolas Godin*

*«The best place to listen to this album is in the car on a highway at night.»*

*Nicolas Godin*

» ARE THERE OTHER AREAS BESIDES ART AND ARCHITECTURE THAT YOU ARE MUSICALLY DRAWN TO?

In fashion, I worked for Azzedine Alaïa for a long time. I did the soundtracks for many of his fashion shows. A plan for the future is to compose the soundtrack for science fiction films. I am fascinated by the idea of expressing weightlessness in music.

**YOUR NEW ALBUM SOUNDS LIKE A MASTERPIECE ...**

(smiles) Thank you. I wanted this project, which resulted from a collaboration with contemporary art, to remain accessible so that everyone can hear the music. Every time we presented the instrumental songs to a guest artist, it was like a carte blanche. By choosing the artists, who are all very different, I wanted to leave my comfort zone. I used Spotify and YouTube to create lists of the artists I liked the most and we contacted them. The track with the American artist Kadhja Bonet is a very good example: In the end we removed almost all instruments from the original version in order to keep almost only her voice.

**WE ARE IN YOUR NEW RECORDING STUDIO THAT YOU DESIGNED YOURSELF YOU ARE A TRAINED ARCHITECT AND ONLY LATER BECAME A WELL-KNOWN MUSICIAN. IS MUSIC A HAVEN FOR YOU?**

Indeed, I started making music so as not to suffer too much from the ugliness of the world and to escape it. Making music calms me down and takes me out of reality. I think that is the case for many of us when we listen to music. It's almost like meditation. I meditate every day at 6 p.m. I love spending time in my recording studio and making noise. I belong to a generation of musicians who grew up in recording studios. «Daft Punk» are also part of it, as are «Chemical Brothers», which appeared at the same time as «AIR».

**WITH SUCCESS CAME THE CELEBRITY ...**

We never wanted to be pop stars. But of course the business obliges to have a certain look, to make clips, to go on tour ... Basically it is not my nature at all. I am of course delighted because our music, although not really commercial, has met the broad taste.

**TODAY, IN THE ERA OF R&B HITS CHARACTERIZED BY POP AND DANCE, AN UNUSUAL SINGLE LIKE YOUR «SEXY BOY», WHICH HAD A DAZZLING SUCCESS AT THE TIME, MAY NO LONGER BE POSSIBLE. DO WE LIVE IN A LESS FUN TIME?**

This is a very good question. Since I arrived in my 50th year, I definitely do not belong to the young generation anymore. Music has always been depending on generations, which generates new ideas and therefore belongs to the youngsters. It was »

» zur jungen Generation. Musik war schon immer etwas sehr Generationen abhängiges, das neue Ideen hervorbringt und damit zu den Jungen gehört. Bei uns war das genau so, mit der Zeit wurden wir zu so etwas wie Klassikern. Die Vibes sind nicht mehr dieselben. Trotzdem mag ich Künstler wie Billie Eilish, welche die Ära einfangen und dabei ein originell bleiben, und ich mag auch den letzten Kanye West.

**WENN MAN BERÜHMT IST, IST ES DANN TROTZDEM MÖGLICH EIN NORMALES LEBEN IN PARIS ZU LEBEN? CHARLOTTE GAINSBORG, FÜR DIE SIE DAS ERSTE ALBUM PRODUZIERT HABEN, GIBT BEREITWILLIG ZU, DASS SIE SICH FREIER UND GLÜCKLICHER FÜHLT, WENN SIE ANONYM IN NEW YORK LEBT.**

Ich denke, ich bin bekannt, aber nicht berühmt. Das ist das Beste! Wenn ich echte Prominente treffe, merke ich, wie kompliziert ihr Leben ist, sie werden in einem Restaurant beim Essen, am Strand, überall fotografiert. Ich habe kein Problem damit, körperlich älter zu werden, nur dem Tod näher zu kommen, macht mir etwas Angst. Es ist schrecklich zu realisieren, dass einem jetzt weniger Zeit bleibt, als diejenige, die man schon gelebt hat. Wenn man ein gutes Leben hatte, ist es ein doppeltes Problem! Es geht so schnell vorbei. Ich war schon immer ein Fan von David Bowie. Als er im Madison Square Garden seinen 50. Geburtstag feierte, dachte ich «Oh, der Arme!» Und jetzt bin ich dran!

**«AIR» HAT SEIT 2014 KEIN ALBUM MEHR HERAUSGEBRACHT, ABER SIE SPIELEN WEITERHIN ALLE ZWEI BIS DREI JAHRE LIVE. WERDEN SIE EINES TAGES WIEDER AUFNAHMEN VERÖFFENTLICHEN?**

Das glaube ich nicht. Jean-Benoît und ich widmen uns lieber unseren Soloprojekten, aber es ist immer eine wahre Freude, wieder zusammen auf Tour zu gehen. Am Ende hat sich nichts geändert, die Leute kommen gerne zu uns und hören unsere Klassiker. Im Gegensatz zu vielen Bands von heute verwenden wir bei Live-Auftritten keine Computer sondern nur richtige Instrumente, einschliesslich alter Synthesizer aus den 60er-Jahren! Wir reisen auf jeder Tour mit einem Techniker, der jederzeit diese Vintage-Instrumente reparieren kann sollte eines kaputt gehen!

**HABEN SIE EINEN TIPP, WO DER BESTE ORT IST, UM «CONCRETE AND GLASS» ZU HÖREN?**

Der beste Ort, um dieses Album oder alle Alben von «AIR» anzuhören, ist im Auto nachts auf der Autobahn. Es gibt nichts Besseres! «

» exactly the same with us before we became something of a classic over time. The vibes are no longer the same. Still, I like artists like Billie Eilish who capture the era while remaining original, and I also like the last Kanye West.

**IF YOU ARE FAMOUS, IS IT STILL POSSIBLE TO LIVE A NORMAL LIFE IN PARIS? CHARLOTTE GAINSBORG, FOR WHOM YOU PRODUCED THE FIRST ALBUM, READILY ADMITS THAT LIVING ANONYMOUSLY IN NEW YORK, MAKES HER FEEL FREER AND HAPPIER.**

I think I am known but not famous. This is the best! When I meet real celebrities, I realize how complicated their lives are, they are photographed in a restaurant while eating, on the beach, everywhere. I have no problem getting older physically, just getting closer to death scares me a little. It is terrible to realize that you now have less time than the one you have already lived. Having a good life so far is a double problem! It passes so quickly. I've always been a David Bowie fan. When he celebrated his 50th birthday in Madison Square Garden, I thought «Oh, poor man!» And now it's my turn!

**«AIR» HAS NOT RELEASED AN ALBUM SINCE 2014, BUT YOU CONTINUE TO PLAY LIVE EVERY TWO TO THREE YEARS. WILL YOU RELEASE RECORDINGS AGAIN ONE DAY?**

I do not believe that. Jean-Benoît Dunckel and I prefer to dedicate ourselves to our solo projects, but it's always a pleasure to go on tour together. In the end, nothing has changed, because people like to come to us and listen to our classics. Unlike many bands today, we don't use computers for live performances, we only use real instruments, including old synthesizers from the 1960s! We travel on every tour with a technician who can repair these vintage instruments at any time should one break!

**DO YOU HAVE A TIP WHERE IS THE BEST PLACE TO LISTEN TO «CONCRETE AND GLASS»?**

The best place to listen to this album or all of «AIR's» albums is in the car on the highway at night. There is nothing better! «



Der Architekt als Musiker, der Musiker im Architekten: Nicolas Godin «Concrete and Glass» (Because / Universal Music), nicolasgodin.com

The architect as a musician, the musician in the architect: Nicolas Godin, «Concrete and Glass» (Because / Universal Music), nicolasgodin.com



## THE POP SENIORS

Seit 1982 sind sie die Architekten der Popmusik. Die Pet Shop Boys haben während ihrer langen Karriere verschiedene Stile ausprobiert. 2020 kehrt das Duo mit einem Album zurück, das die Tanzmusik der neunziger Jahre feiert.

They have been the architects of pop music since 1982. The Pet Shop Boys have tried different styles throughout their long careers. In 2020, the duo returns with an album that celebrates the dance music of the nineties.

Olivier Rohrbach (text) Phil Fisk / zVg (foto)

Songs wie «Monkey Business» auf dem neuen Album erforschen eindeutig die DNA der House-Musik der 90er-Jahre. Da es oft nicht so klar ist, wie die Popmusik von 2020 klingt, ist die musikalische Wiederbelebung dieser Epoche interessant unter der Bedingung, dass etwas Neues aus dem Erbe gemacht wird.

Seit dem weltweiten Erfolg von «West End Girls» im Jahr 1985 hat das englische Duo, das 2021 sein vierzigjähriges Karriere-Jubiläum feiern wird viele Tsunamis in der Popmusik überstanden. In diesem Jahr kehren sie mit ihrem 13. Studioalbum zurück. Mit «Will O'The Wisp» zollen Neil Tennant und Chris Lowe den 90er-Jahren und ihren verrückten Synthesizer-Klängen Tribut. Der Track erinnert zuweilen an Snap! und sein berühmtes «Rhythm is a Dancer».

Es scheint, dass das Duo um jeden Preis ein Tanz-Album machen wollte und deshalb die kommerziellen Aspekte des Genres bespielt. Vieles darauf erinnert ein wenig an den Eurodance der neunziger Jahre. In den Downtempo-Momenten gelingt es den Pet Shop Boys, das Beste aus ihrer musikalischen Essenz herauszuholen, wie die Stücke «You Are The One» oder «Burning The Heather» beweisen. Das Album «Hotspot» wurde in Berlin aufgenommen und ist Teil einer Trilogie von Alben, die 2013 mit «Electric» begann und mit «Super» im Jahr 2016 seine Fortsetzung fand. Sie wurden mit Hilfe des Produzenten Stuart Price (er arbeitet auch für Madonna, Katy Perry, Coldplay ...) produziert.

«Wir haben seit zehn Jahren eine Wohnung in Berlin. Es ist eine sehr musikalische Stadt und dies nicht nur in Bezug auf das Nachtleben», findet Neil Tennant. «Wir haben in den letzten zehn Jahren den grossen Teil unserer Musik in Berlin geschrieben und es war eine aufregende Erfahrung, in den legendären Hansa-Studios an diesem Album zu arbeiten und unserem Sound eine neue Dimension zu verleihen. Ich beschreibe sie als Dunkelheit im Staub. Das kommt durch die alten Geräte in den Hansa-Studios», ergänzt der 65-jährige Musiker.

Songs like «Monkey Business» on the new album clearly explore the DNA of the house music of the 90s. Since it is often not so clear how the pop music of 2020 sounds, the musical revival of this era is interesting on the condition that something new is made from the 90s inheritance.

Since the worldwide success of «West End Girls» in 1985, the English duo, which will celebrate its 40th career anniversary in 2021, have survived many tsunamis in pop music. This year they are returning with their 13th studio album. With «Will O'The Wisp», Neil Tennant and Chris Lowe pay tribute to the 90s and their crazy synthesizer sounds. The track is sometimes reminiscent of Snap! and his famous «Rhythm is a Dancer».

It seems that the duo wanted to make a dance album at all costs and therefore accentuates the commercial aspects of the genre. Much of it reminds a little of the Eurodance of the nineties. In the downtempo moments, the Pet Shop Boys manage to get the best out of their musical essence, as the pieces «You Are The One» and «Burning The Heather» prove. The album «Hotspot» was recorded in Berlin and is part of a trilogy of albums that started in 2013 with «Electric» followed by «Super» in 2016. They were produced with the help of the producer Stuart Price (he also works for the likes of Madonna, Katy Perry, Coldplay ...).

«We have an apartment in Berlin for ten years now. It's a very musical city and not just in terms of nightlife», says Neil Tennant. «We have written most of our music in Berlin over the past ten years and it was an exciting experience to work on this album in the legendary Hansa Studios and to give our sound a new dimension. I describe it as darkness in the dust. That comes from the old equipment in the Hansa Studios», the 65-year-old musician adds.

Pet Shop Boys, «Hotspot», (x2 Records/Kobalt), [www.petshopboys.co.uk](http://www.petshopboys.co.uk)

*«Es war  
aufregend  
unserem  
Sound eine  
neue  
Dimension  
zu ver-  
leihen.»  
Neil Tennant*

*«It was  
exciting to give  
our sound a new  
dimension.»  
Neil Tennant*

CLINIQUE  
LA PRAIRIE

SWITZERLAND



UNLOCK THE SECRET OF LIVING

The secret of how to live a longer, healthier and fuller life is a mystery to many. But not to us. Our exclusive clientele comes to Clinique La Prairie to experience a pioneering fusion of science and holistic wellness, combined with luxury Swiss hospitality. Discover our Wellness, Longevity and Medical Programs and step into a different future.

We are the custodians of the secret of living.

[cliniquelaprairie.com](http://cliniquelaprairie.com)



Clinique La Prairie - Rue du Lac 142 | 1815 Clarens-Montreux | Switzerland | +41 21 989 34 81 | [info@laprairie.ch](mailto:info@laprairie.ch)

# COTE FASHION

MUSTS FOR A STYLISH SEASON: RUNWAY FAVOURITS, CRYSTALS & IT BAGS



Foto: Victoria Hayes, Swarovski / zVg

Look 37 ny Victoria Hayes Spring / Summer 2020

# Auf der Überholspur

Ob auf zwei oder vier Rädern – bei schönem Frühlingswetter, zieht es uns raus und zwar mit Tempo. (Jetzt dürfen wir ja wieder.)  
Der Look dazu: ganz klar Retro-Casual.

Whether on two or four wheels – when the spring weather is nice, we are drawn out with speed. (Now that we are allowed again.)  
The look: Clearly retro-casual.

Ursula Borer (redaktion) PD / zVg (fotos)



BREITLING

Neuaufgabe des Chronographen «Top Time» (41 mm) aus den 1960er-Jahren. Edelstahl, mechanisches Kaliber mit Selbstaufzug. Spitzname «Zorro» wegen der Zifferblattgestaltung.  
New edition of the «Top Time» chronograph (41 mm) from the 1960s. Stainless steel, mechanical self-winding caliber. Nickname «Zorro» because of the dial design.



**ON THE ROAD**  
In den 1960er-Jahren war sie der Traum am Steuer, heute geht die Breitling «Top Time» lieber biken ...  
Back in the 1960s it was the dream of driving, today the Breitling «Top Time» likesto bike ...



**GOLDWIN**  
Das japanische Label verarbeitet sportliche hightech Textilien gekonnt zu Casual-Chic-Looks.  
The Japanese label skilfully processes sporty high-tech textiles into casual chic looks.

**KAVAT**  
Das Design des Wildledermodells «Ekekull» ist inspiriert von Skaterschuhen.  
The design of the suede model «Ekekull» is inspired by skate shoes.



**FREITAG**  
Dank der «MyPhone Neck Pouches F337 Robin (M)» trägt man das Handy sicher und griffbereit um den Hals.  
Thanks to the «MyPhone Neck Pouches F337 Robin (M)» you can carry your cell phone around your neck safely and within easy reach.



**BROOKS**  
Für einen coolen Dandy-Look sorgt die Sonnenbrille «X Sun Champagne Blue Smoke».  
The sunglasses «X Sun Champagne Blue Smoke» provide a cool dandy look.



**LEVI'S**  
Das Shirt «The Original Tee Multicolor Golden Plover Stripe» interpretiert den Retro-Look modern.  
The shirt «The Original Tee Multicolor Golden Plover Stripe» interprets the retro look in a modern way.



**NEW ERA**  
Die coolen «Cord-Caps 9 Forty» mit dem New York Yankee Signet haben Kult-Charakter.  
The cool «Cord-Caps 9 Forty» with the New York Yankee logo have a cult character.



**VICTORINOX**  
Die 9. Limited Edition des Kulttaschenmessers «Classic SD» widmet sich der Welt des Sports, dazu gehört Skaten.  
The 9th limited edition of the classic pocket knife «Classic SD» is dedicated to the world of sport, including skating.



**JACK WOLFSKIN**  
Der «Luxor Parka» aus der Tech Lab-Linie ist ultraleicht, wind- und wasserabweisend. The «Luxor Parka» from the Tech Lab line is ultralight, wind and water repellent.



**LEVI'S**  
Die Passform von damals gibt dem kurzen Top «Diana Crew» aus der «Red Tab»-Kollektion einen Retro-Look. The fit from back then gives the short top «Diana Crew» from the «Red Tab» collection a retro look.



**EDITIONS CERCLE D'ART**  
Das Buch «Car Racing 1967» ist der dritte Teil der Kollektion und dokumentiert eindrücklich die wilden Zeiten des Rennsports. The book «Car Racing 1967» is the third part of the collection and impressively documents the wild times of racing.



**LAPIMA**  
Das markante Modell Teresa in «Raw» ist nichts für scheue Naturen. The striking model Teresa in «Raw» is not for shy natures.



**HERMÈS**  
Die Cap aus Neopren ist aus der Beach-Kollektion; sie schirmt aber auch in der Stadt und in den Bergen die Sonnenstrahlen ab. The neoprene cap is from the beach collection; it also shields the sun's rays in the city and in the mountains.

**SKULLCANDY**  
Die Kopfhörer «Sesh True Wireless Earbuds» gibt's in limitierter Edition in einer intensiven Korallen-Farbe. The «Sesh True Wireless Earbuds» headphones are available in a limited edition in the color «passionate coral».



**EASTPAK**  
Mit der Bauchtasche «Topped Springer Beachy» rollt man unbeschwert durch die City. With the «Topped Springer Beachy» bum bag, you can easily roll through the city.



**VICTORINOX**  
Hartschalenkoffer mit integriertem USB-Anschluss. Die «Connex Kollektion» ist zudem in den Farben Cassis und Stahlgrau erhältlich. Hard case with integrated USB connection. The «Connex Collection» is also available in the colors cassis and steel gray.



**BALLY**  
Das Modell «Bitti» wurde in Anlehnung an Trekkingschuhe design – eine Spur cooler und aus edlem Kalbsnubuk-Leder. The «Bitti» model was designed based on trekking shoes - a bit cooler and made of fine calf nubuck leather.

# RUNWAY

## FAVOURITES

Marianne Eschbach (redaktion), Jean-François José (Hermès), Dan Lecca (Gucci), PD / zVg (fotos)

FASHION / Trends SS20



### AKRIS

*Let there be light!*

Designer Albert Kriemler hat sich für diesen Sommer an den Arbeiten des italienischen Grafikers und Malers Antonio Calderaro inspiriert, in dessen Bildern Pastellfarben zu Licht zu werden scheinen. Silbereffekte in den Stoffen verstärken bei Akris noch diesen Effekt. Die Kollektion ist auch eine Bühne für Akris' trapezförmige Tasche «Ai», die vor zehn Jahren zum ersten Mal gezeigt wurde.

This summer, designer Albert Kriemler was inspired by the work of the Italian graphic artist and painter Antonio Calderaro, whose works seem to turn pastel colors into light. Silver effects in the fabrics reinforce this effect at Akris. The collection is also a stage for Akris's trapezoidal bag «Ai», which was shown for the first time ten years ago.



## ALEXANDER MCQUEEN *Teamwork*

Designerin Sarah Burton erläutert den kreativen Geist hinter der Sommerkollektion folgendermassen: «Ich liebe die Idee, dass Menschen die Zeit haben, Dinge zusammen zu machen, sich zu treffen und miteinander zu reden, sich wieder mit der Welt zu verbinden.» Die ganze Belegschaft hat zusammen zwei Looks von Hand bestickt. Stoffe aus vergangenen Saisons wurden wieder verwendet und Schnittmuster aus der Markengeschichte neu interpretiert. Die Stoffe kommen aus Handwerksbetrieben in Irland und England.

Designer Sarah Burton explains the creative spirit behind the summer collection as follows: «I love the idea of people having the time to make things together, the time to meet and talk together, the time to reconnect with the world». The whole workforce embroidered two looks together by hand. Fabrics from previous seasons were reused and patterns from the brand's history reinterpreted. The fabrics come from craft businesses in Ireland and England.



## BURBERRY *Back to the Future*

Chief Creative Officer Riccardo Tisci nennt seine Frühlingskollektion «Evolution». Es ist seine dritte seit er von Paris und Givenchy nach London übersiedelt ist und Tisci erkundet darin das Innere des britischen Traditionsbrands, um es mit neuen Codes zu versehen. Viktorianische Elemente aus der Gründerzeit des Hauses werden neu interpretiert u.a. in rekonstruierten Trenchcoates, betonten Taillen und aufwändig gearbeiteten Ärmeln.

Chief Creative Officer Riccardo Tisci calls his spring collection «Evolution». Tisci explores the inside of the traditional British brand to give it new codes. Victorian elements from the house's founding era are reinterpreted with reconstructed trench coats, emphasized waists and elaborately worked sleeves.



**CELINE**  
*Blue Jeans Forever*

Aus einem Hauch Folklore, einer Menge Gypsy und ganz viel Jeans hat Hedi Slimane seine Sommerkollektion zusammengestellt. Der Designer transportiert damit den Spirit und das Modegefühl der frühen 70er-Jahre ins Heute. Damals begann die Markengründerin Céline Vipiana ihr Schuh- und Accessoires-Label zu einem Modeunternehmen auszubauen.

Hedi Slimane has put together his summer collection from a touch of folklore, a lot of gypsy and lots of jeans. The designer transports the spirit and fashion feeling of the early 70s into today's life. That was when the brand founder, Céline Vipiana, began to expand her shoe and accessories label into a fashion company.



**CHANEL**  
*Nouvelle Vague*

Der Frühling und Sommer ist Virginie Viard's erste Prêt-à-porter-Kollektion ohne den verstorbenen Meister Karl Lagerfeld. Auf der Kulisse aus grauen Pariser Zinkdächern defilierten Looks aus Strickcardigans, Shorts und glockigen Röcken, die von Jean Seberg und der Stilrichtung des französischen Kinos der 50er- und 60er-Jahre inspiriert sind.

Spring and summer is Virginie Viard's first ready-to-wear collection without the late master Karl Lagerfeld. Looks of knitted cardigans, shorts and bell-shaped skirts, which have been staged on the background of gray Parisian zinc roofs, are inspired by Jean Seberg and the style of French cinema of the 50s and 60s.





**CHLOÉ**  
*Soft and Strong*

Natacha Ramsay-Levi, die seit sechs Saisons die Mode von Chloé verantwortet, verlieh dem sanften, zuweilen romantischen Brand eine starke Note. Die einzelnen Teile, vom Nadelstreifenanzug über die femininen Blusen bis zu den Plissékleidern in der Signaturfarbe Pfirsich, haben das Potenzial, zu Lieblingsstücken zu werden, die die Zeit überdauern.

Natacha Ramsay-Levi, who has been responsible for Chloé fashion for six seasons, gave the gentle, sometimes romantic brand a strong note. The individual parts, from the pinstripe suit to the feminine blouses to the pleated dresses in the signature color peach, have the potential to become favorite pieces that will stand the test of time.

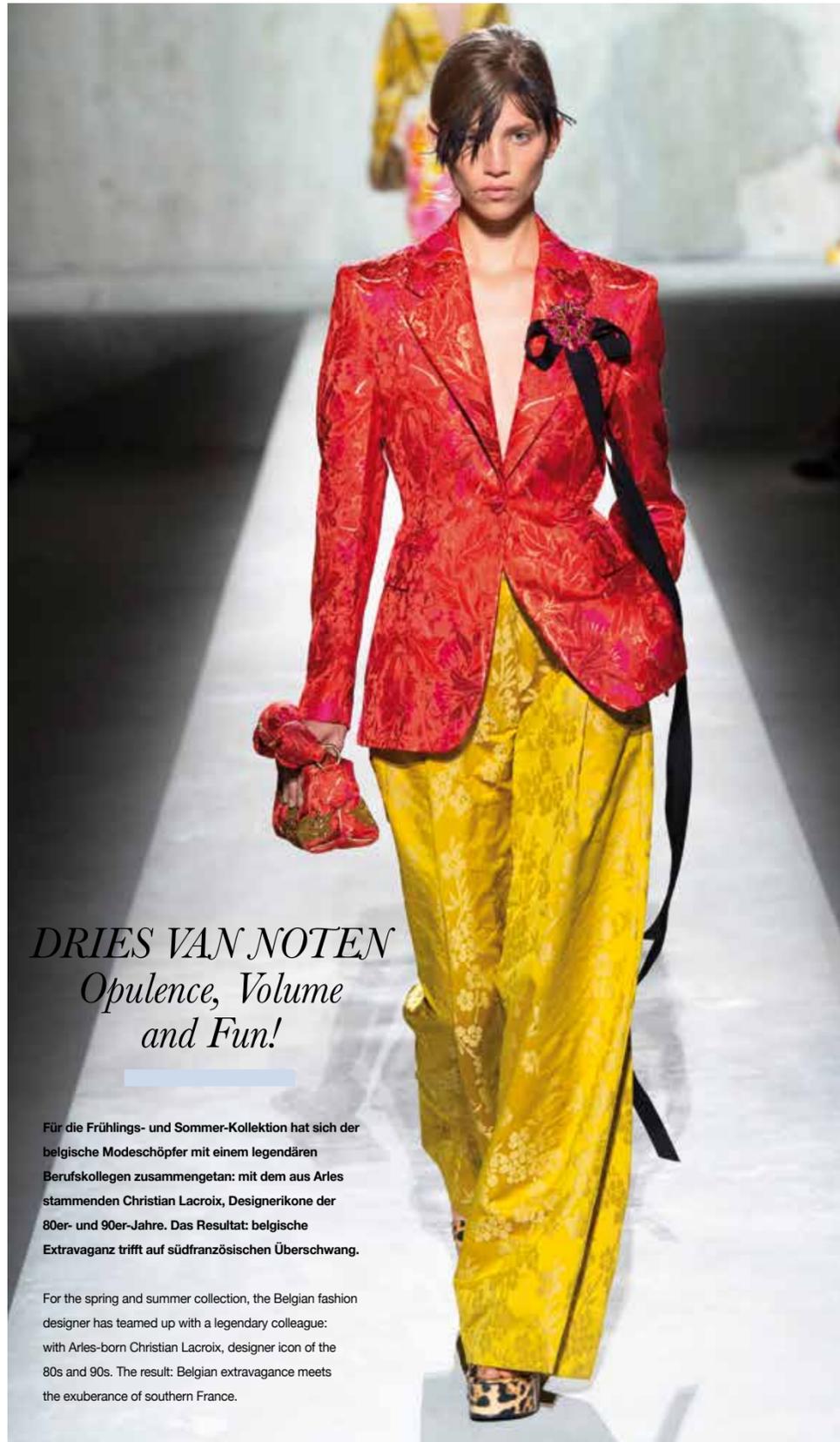


**CHRISTIAN DIOR**  
*Homage to Miss Dior*

Hinter jedem erfolgreichen Mann steckt eine starke Frau. Im Fall von Christian Dior war es seine Schwester Catherine. Eine Widerstandskämpferin, wurde sie nach dem Krieg zur passionierten Gärtnerin. Maria Grazia Chiuri hat ihr die Sommerkollektion gewidmet, welche Designs für die reale Welt und sorgfältige Handwerkstechniken vereint. Die Bäume, die beim Défilé als Kulisse dienen spendet Dior an diverse Parks in und um Paris. Blumenmuster wurden zum Teil mit echten Blüten im «Eco-printing»-Verfahren direkt auf die Textilien aufgedruckt.

There is a strong woman behind every successful man. In the case of Christian Dior, it was his sister Catherine. A resistance fighter, she became a passionate gardener after the war. Maria Grazia Chiuri dedicated her summer collection, which combines real-world designs and meticulous craftsmanship. Dior donates the trees that served as the backdrop for the défilé to various parks inside and outside Paris. Some floral patterns were printed with «eco-printing» technique directly on the textiles with real flowers.





*DRIES VAN NOTEN*  
Opulence, Volume  
and Fun!

Für die Frühlings- und Sommer-Kollektion hat sich der belgische Modeschöpfer mit einem legendären Berufskollegen zusammengetan: mit dem aus Arles stammenden Christian Lacroix, Designerikone der 80er- und 90er-Jahre. Das Resultat: belgische Extravaganz trifft auf südfranzösischen Überschwang.

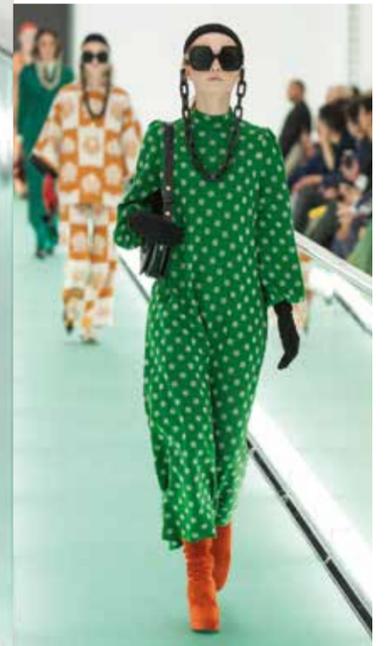
For the spring and summer collection, the Belgian fashion designer has teamed up with a legendary colleague: with Arles-born Christian Lacroix, designer icon of the 80s and 90s. The result: Belgian extravagance meets the exuberance of southern France.



*GUCCI*  
On a New Way

Alessandro Michele, der Erfinder des Vintage-Trends schlägt eine neue Richtung ein. Genau in dem Moment, in dem der Gucci-Look der die letzten Saisons dominierte riskiert zum Déjà vu zu werden, geht der Designer neue Wege und bewegt einen frischen psychedelischen Outfit-Mix über den Transportband-Laufsteg. Immer noch nerdig aber auch etwas sexy.

Alessandro Michele, the inventor of the vintage trend, is taking a new direction. At the very moment when the Gucci look that dominated the last seasons risks becoming a déjà vu, the designer breaks new ground and moves a fresh psychedelic outfit mix over the conveyor belt catwalk. Still nerdy but also a little sexy.





**HERMÈS**  
*Crafts and Luxury*

Die Schürze der Handwerker in den Firmenateliers liegt Nadège Vanhee-Cybulski's Sommerkollektion zu Grunde. Darauf entstanden strukturierte grafische Looks, mit Referenzen an die 90er-Jahre. Als da sind Cargohosen und kurze Tops. Alles natürlich aus feinsten Materialien und mit aufwändigen Verarbeitungstechniken gefertigt.

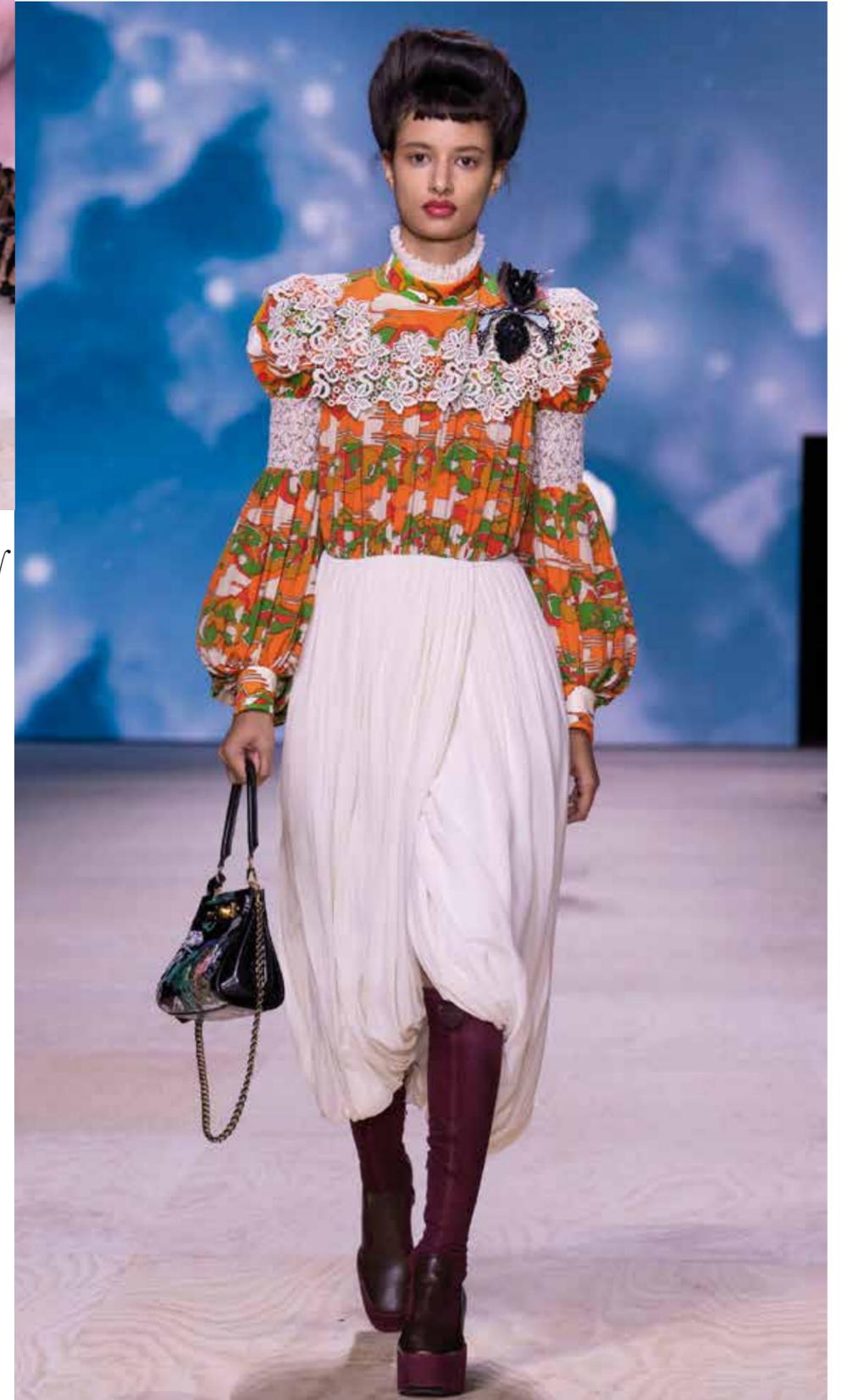
The apron of the artisans in the company studios is the base of Nadège Vanhee-Cybulski's summer collection. This resulted in structured graphic looks, with references to the 90s. Like cargo pants and short tops. All of course made from the finest materials and with elaborate processing techniques.



**LOUIS VUITTON**  
*An Ode to Joy*

Nicolas Ghesquière unternimmt eine Zeitreise ins Paris der Belle Epoque aus der Sicht des 21. Jahrhunderts. Drucke und Orchideen-Motive erinnern an Künstler wie Toulouse-Lautrec und René Lalique. Wer hinschaut, entdeckt in den Looks auch Referenzen an den coolen Londoner Biba-Stil der 60er- und 70er-Jahre.

Nicolas Ghesquière takes a journey through time to the Parisian Belle Epoque seen from the perspective of the 21st century. Prints and orchid motifs are reminiscent of artists such as Toulouse-Lautrec and René Lalique. If you look close, you will also find references to the cool London Biba style of the 60s and 70s in these joyful looks.





*MIU MIU*  
*Do It Yourself*

Die Looks von Miuccia Prada's zweiter Linie erinnern an die Nachkriegszeit, als Frauen bewiesen, wie mit wenig Vorhandenem durch näherisches Geschick und Improvisationsgabe aus alt neu wird. Umändern, neu interpretieren, wenn man nicht immer neu kaufen kann. Erinnerungen an den italienischen Neorealismus werden wach in dieser neuen Kollektion.

The looks of Miuccia Prada's second line are reminiscent of the post-war period, when women showed how old things can become new through sewing skills and improvisation with the little that was available. Change, reinterpret if you can't always buy new. Memories of Italian neorealism awaken in this new collection.



*PRADA*  
*The Trend of Timeless*

Im Geist der 70er-Jahre entworfene Jacken und Hosen sowie Kleider und Röcke, die den italienischen Stil der frühen 60er-Jahre ins Heute transportieren bestimmen die Looks bei Prada. Aus Pailletten auf Leder, Seide und Gaze aufgestickte Meerespflanzen evozieren schicke Badeorte und sind zusammen mit den Südwest-Fischerhüten eine Referenz an das neue Nachhaltigkeits-Informationsprogramm zum Schutz der Meere von Prada mit der Unesco.

Jackets and trousers designed in the spirit of the 1970s, as well as dresses and skirts that transport the Italian style of the early 1960s into today's life, determine the looks at Prada. Sea plants embroidered in sequins on leather, silk and gauze evoke chic seaside resorts and, together with the «Südwest» fishermen's hats, are a reference to the new sustainability information program for protecting the seas of Prada with Unesco.



*SAINT LAURENT*  
Short Days & Tuxedo Nights

Jede Saison wird mit Spannung erwartet, welche Teile aus dem Modeerbe des Hauses Designer Anthony Vaccarello fürs Heute aufbereitet und wie er das tut. In diesem Sommer sind es Shorts in Mini-Version, Betty Catroux' schwarze Sonnenbrillen in Maxi-Variante, die russische Kollektion und der ikonische Smoking. Ein Pailletten-Regen und Stickereien im Überfluss sorgen für Glamour und wecken das Begehren.

Every season it is eagerly awaited which pieces from the fashion heritage of the house designer Anthony Vaccarello will rework for today and how he does it. This summer there are shorts in mini version, Betty Catroux' black sunglasses in maxi version, the Russian collection and the iconic tuxedo. A rain of sequins and an abundance of embroidery create glamour and arouse desire.



*STELLA MCCARTNEY*  
The Good Looks of Sustainability

«Die Welt schreit nach Veränderung es ist unsere Verantwortung jetzt zu handeln.» Mit diesen Worten beginnt Stella McCartney die Hintergrund-Informationen zu ihrer neuen Kollektion, die gewohnt und gekonnt Schneiderkunst mit Sportswear vereint. Es ist die bisher ökologisch durchdachteste der engagierten Designerin und ausschliesslich aus nachhaltigen Materialien gefertigt.

«The world is crying out for change and it is our responsibility to act now.» With these words Stella McCartney begins the background information on her new collection, which skillfully combines tailoring with sportswear. It is the most ecologically thought-out of the dedicated designer and made exclusively from sustainable materials.



**VALENTINO**  
*The Lightness of Being*

Designer Pierpaolo Piccioli hat sich in dieser Kollektion intensiv mit Formen und Volumen auseinandergesetzt. Transparenz, Leichtigkeit und fließende Silhouetten vermitteln ein mediterranes Gefühl, das visuell getragen wird von viel Weiss, ein paar dunklen Tönen und energiegeladenen Neonfarben, die einen in den italienischen Sommer katapultieren.

Designer Pierpaolo Piccioli dealt intensively with shapes and volumes in this collection. Transparency, lightness and flowing silhouettes convey a Mediterranean feeling that is visually carried by a lot of white, a few dark tones and energetic neon colours that catapult you into the Italian summer.



**VICTORIA BECKHAM**  
*Masculine Tailoring x Floating Softness*

Super feminine Kleider, die den Körper umtanzen, bei den Männern entlehntes Tailoring für Anzüge und Kostüme, ein Mix aus leuchtenden und neutralen Tönen: zum zehnjährigen Jubiläum ihrer Modelinie setzt Beckham auf einfach zu verstehenden Chic und zurückhaltende Sinnlichkeit. Die Designerin will Kleider, die sich mit den Frauen und ihrem Leben bewegen.

Super feminine dresses that dance around the body, tailoring borrowed from men for suits and costumes, a mix of bright and neutral tones: for the tenth anniversary of her fashion line, Beckham relies on easy-to-understand chic and reserved sensuality. The designer wants clothes that move with women and their lives.



CHANEL

# itBAGs

**Fashionshows rücken jede Saison die neuen Handtaschen ins Rampenlicht. Das Accessoire ist lukrativ: Analysten beziffern den Markt für Luxushandtaschen im Moment auf 60 Milliarden Dollar mit nach wie vor grossem Wachstumspotenzial.**

Every season fashion shows put the new handbags in the spotlight. The accessory is lucrative: analysts currently estimate the market for luxury handbags to be 60 billion US Dollars with great growth potential.

Marianne Eschbach (text) PD / zVg (fotos)



DIOR



AKRIS



SAINT LAURENT



CHLOÉ



ALEXANDER MCQUEEN

**AKRIS – VON MINI BIS MAXI**  
Vor zehn Jahren zum ersten Mal gezeigt gibt es die trapezförmige «Ai» in vielen Varianten passend zu den Outfits, z.B. in Silber. Shown for the first time ten years ago, the trapezoidal «Ai» is available in many variations to match the outfits, e.g. in shiny silver leather.

**ALEXANDER MCQUEEN – CLUTCH ZUM SCHULTERN**  
«The Story Shoulder Bag» mit grossem Metallhenkel und gewobener Kette definiert den neuen Stil des Hauses. «The Story Shoulder Bag» with big metal handle and weaved chain defines the new style of the house.

**CHANEL – SPORTLICH UND CHIC**  
Es muss nicht immer die elegante Schulterkette sein, «Le Sac Bowling» baumelt dank Handschlaufe auch lässig am Handgelenk. It doesn't always have to be the elegant shoulder chain, thanks to the wrist strap, «Le Sac Bowling» also dangles casually on the wrist.

**CHLOÉ – GROSS UND ROBUST**  
Die feinen Umhängetaschen machen der voluminöseren «Daria» mit geflochtenem Henkel und breitem Schulterriemen Platz. The fine shoulder bags make room for the more voluminous «Daria» with its braided handle and wide shoulder strap.

**DIOR – RUSTIKALE ELEGANZ**  
Die «Lady Dior» geht als «Lady D-Lite» aus Textilmaterialien mit Cannage-Stickerei und Schulterriemen entspannt in den Sommer. The «Lady Dior» as the «Lady D-Lite» made of textile with cannage embroidery and shoulder straps walks relaxed into the summer season.

**SAINT LAURENT – KLEIN UND COOL**  
Die Crossbody «Kaia» ist Cindy Crawford's 18jähriger Model-Tochter Kaia Gerber gewidmet und bereits ein Hit. The crossbody «Kaia» is dedicated to Cindy Crawford's 18-year-old model daughter Kaia Gerber and is already a hit.

# Crystals on the Catwalk

COTE Editors (text)

Pauline Asselin, Jason Lloyd Evans, Dan Lecca, Swarovski / zVg (fotos)

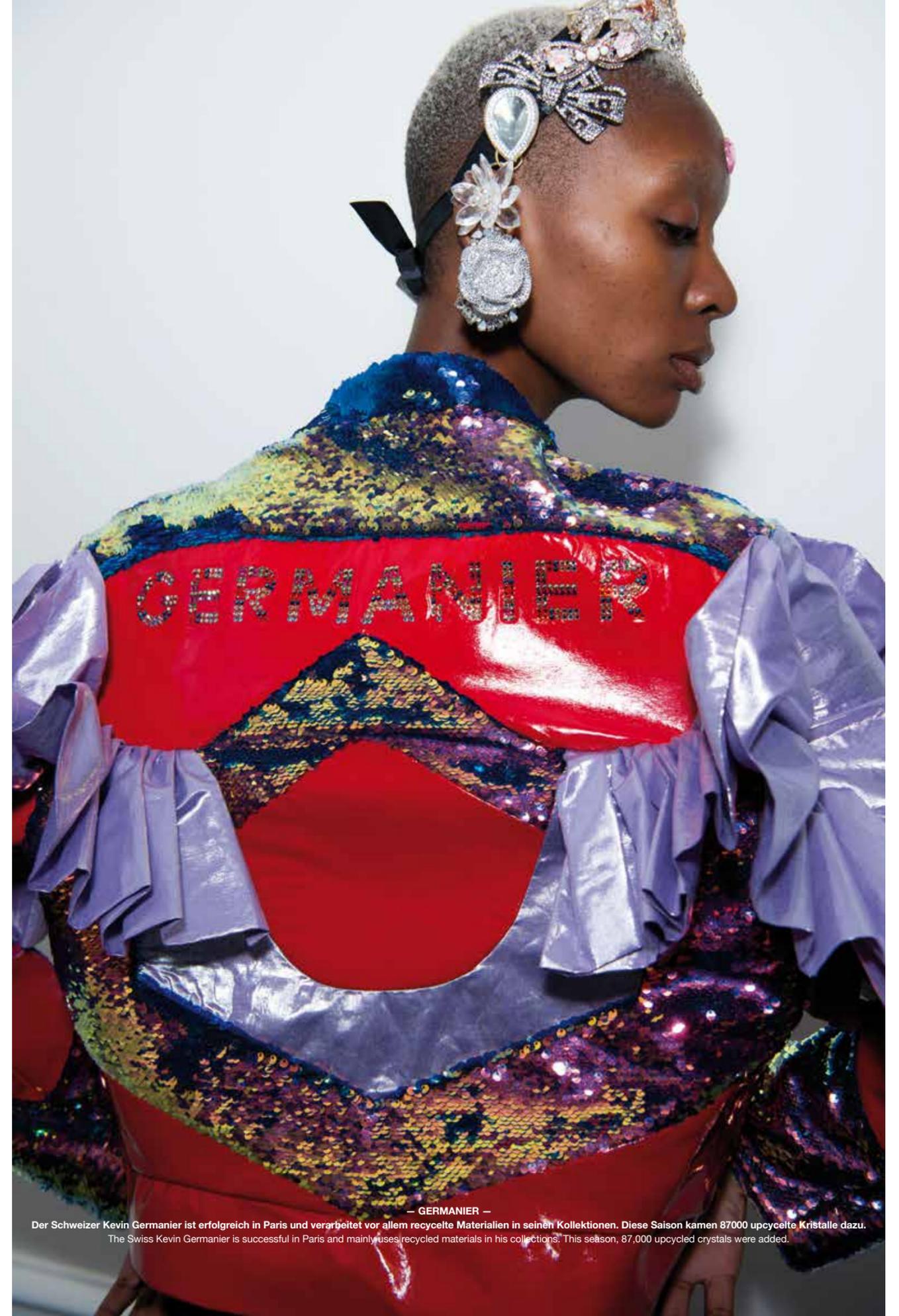
Es glitzerte auf den Laufstegen, als die Mode für Frühling und Sommer 2020 gezeigt wurde. Und wo es glitzert, da ist der Kristallhersteller, dessen Name eins ist mit dem Funkeln nicht weit. Der Anblick funkelnder Kristalle mache glücklich, weiss Nadja Swarovski. Ihr Unternehmen unterstützt talentierte Designer mit Kristallkreationen. COTE MAGAZINE wirft einen Blick hinter die Kulissen der Défilés in London, New York, Mailand und Paris.

It glittered on the catwalks when fashion for spring and summer 2020 was presented. And where it sparkles, the crystal manufacturer, whose name is one with the sparkle is not far. Looking at sparkling crystals makes you happy, says Nadja Swarovski. Her company supports talented designers with crystal creations. COTE MAGAZINE takes a look behind the scenes of the fashionshows in London, New York, Milan and Paris.



— ALEXANDRE VAUTHIER —

Der französische Couturier bestickte das Kleid, das Rihanna anlässlich ihrer eigenen «Savage x Fenty»-Show in New York trug mit 220000 Swarovski Kristallen in der Farbe Chrysolite. The French couturier embroidered the dress that Rihanna wore on her own «Savage x Fenty» show in New York with 220000 Swarovski crystals in the pale green color chrysolite.



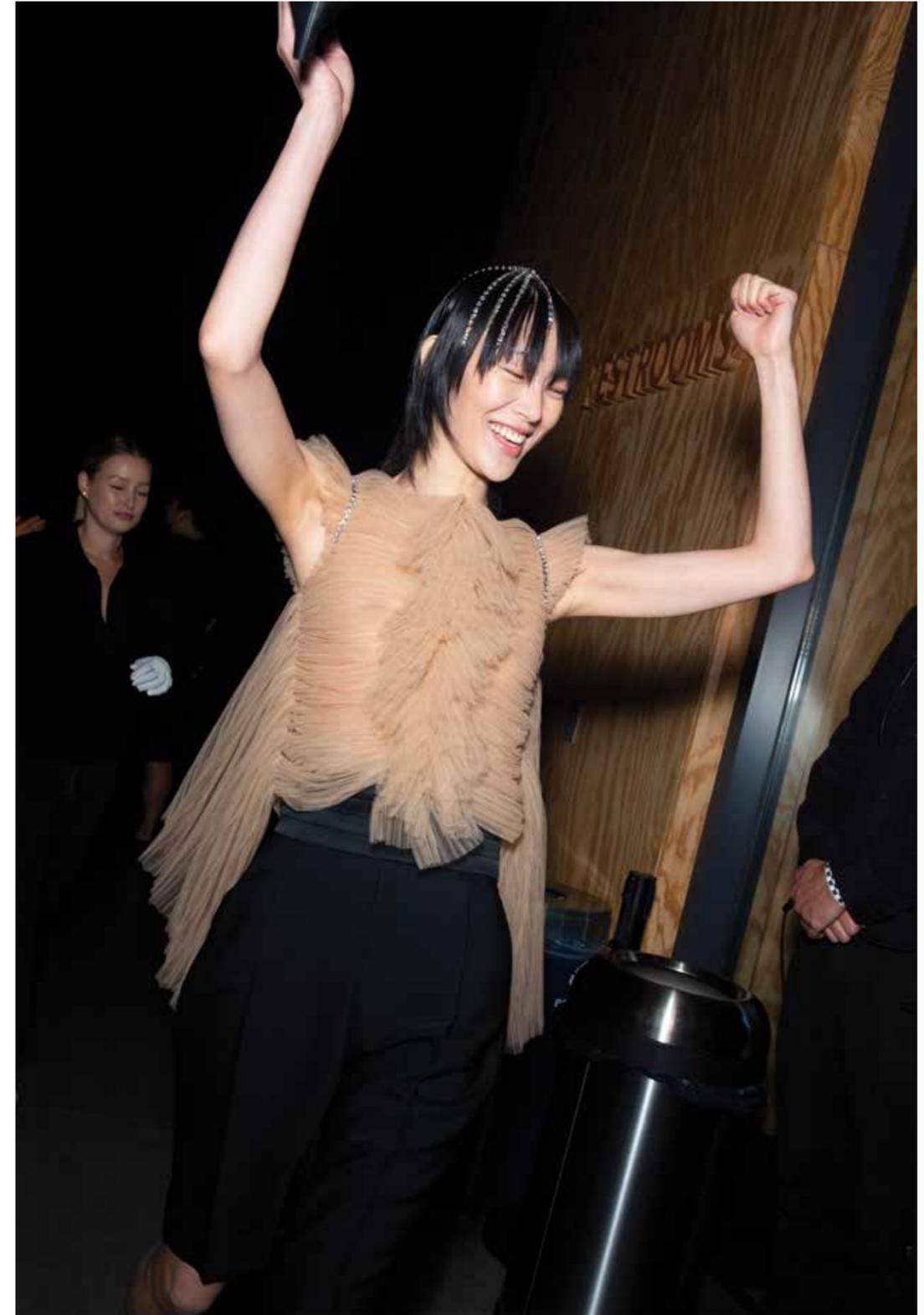
— GERMANIER —

Der Schweizer Kevin Germanier ist erfolgreich in Paris und verarbeitet vor allem recycelte Materialien in seinen Kollektionen. Diese Saison kamen 87000 upcycelte Kristalle dazu. The Swiss Kevin Germanier is successful in Paris and mainly uses recycled materials in his collections. This season, 87,000 upcycled crystals were added.



— CHRISTOPHER JOHN ROGERS —

Seine Mode ist überschwänglich und optimistisch. Das wollen wir jetzt haben. Kristalle in Grün, Pink und Mandarine zieren die farbenfrohen Seidenstoffe.  
His fashion is exuberant and optimistic. We want that now. Crystals in green, pink and tangerine adorn the colorful silk fabrics.



— KAITHE —

Designerin Catherine Holstein hat 10000 Swarovski-Kristalle verwendet für funkelnden Kopfschmuck und um die Konstruktion ihrer Kleider entlang der Nähte zu betonen.  
Designer Catherine Holstein used 10,000 Swarovski crystals for sparkling headaddresses and to emphasize the construction of her dresses along the seams.



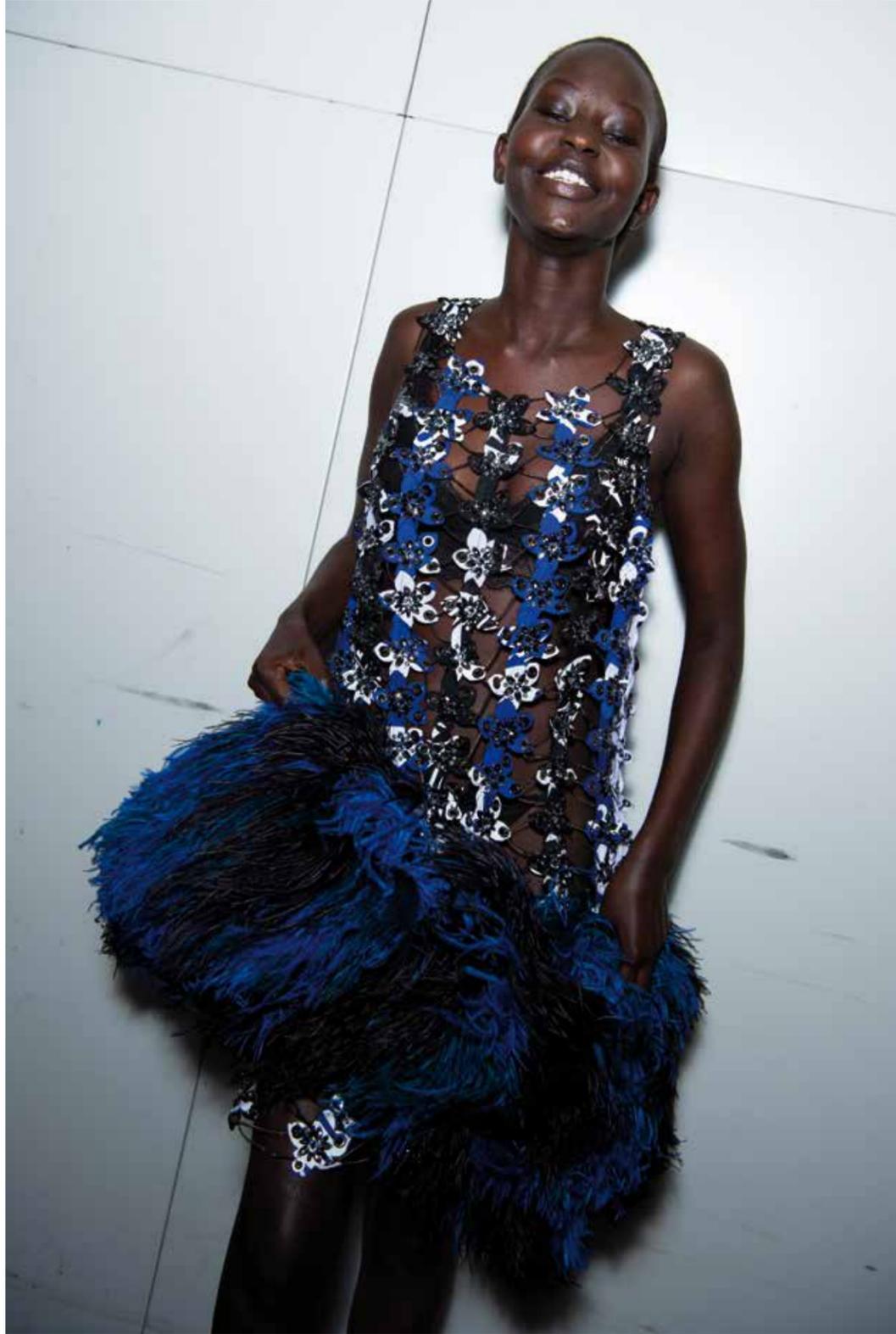
— JEREMY SCOTT —

Für den Designer gibt es nichts, dass mehr Rock n' Roll ist als ein kristallüberkrusteter Look. Er verarbeitet Swarovski Crystal-Mesh zu Mode für Rockstars und Groupies.  
For the designer, there is nothing more rock n' roll than a crystal-encrusted look. He processed Swarovski Crystal-Mesh into fashion for rock stars and groupies.



— JONATHAN COHEN —

Der New Yorker Modeschöpfer setzt auf nachhaltige Mode und hat sie in dieser Saison mit insgesamt 8000 upcyclten Swarovski-Kristallen bestickt.  
The New York fashion designer is committed to sustainable fashion and has embroidered his collection with a total of 8000 upcycled Swarovski crystals this season.



— KOCHÉ —

Das angesagte französische Label mit der Designerin Christelle Kocher zeigte total 19 kristallene Looks in der Kollektion von den Jeans bis zum Kleid, vom Handschuh bis zur Haarspange.  
The hip French label with the designer Christelle Kocher showed a total of 19 crystal looks in the collection, from jeans to dresses, from gloves to hair clips.



— RICHARD QUINN —

Der gefeierte Vertreter einer neuen Generation von Londoner Designern verwendete für seine an die Haute Couture angelehnten Looks mit grosszügigen  
Volumen und Drucken über 100000 Kristalle. U.a. vorgeführt von 90er-Jahre Topmodel Erin O'Connor (rechts).  
The celebrated representative of a new generation of London designers used over 100,000 crystals for his looks inspired by haute couture  
with generous volumes and prints. Among other things demonstrated by 90s top model Erin O'Connor (right).



— NICOLAS LECOUR MANSION —

Der Pariser Designer nennt Glöria von Thurn und Taxis als seine Muse und verarbeitete Crystal Mesh mit üppigen 385000 Kristallen zu Kleidern und Hoseanzügen. Swarovski-Kristalle funkelten selbst auf den Fingernägeln.

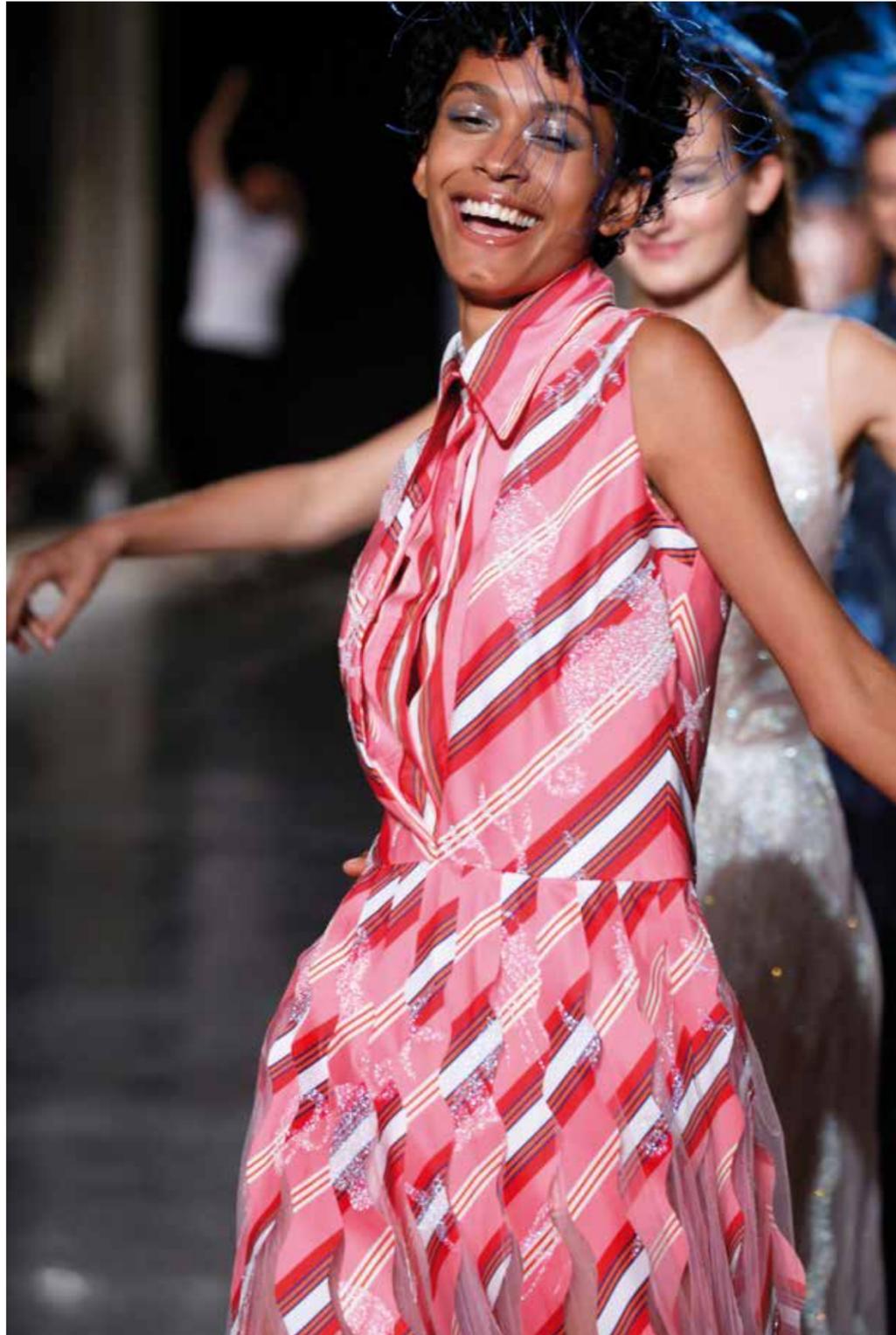
The Parisian designer names Glöria von Thurn and Taxis as his muse and processed crystal mesh with lush 385,000 crystals for dresses and pantsuits. Swarovski crystals sparkled even on the fingernails.



— VIVETTA —

Die Mailänder Designerin Vivetta Ponti zeigte pastellfarbene Blumenmotive auf langen Kleidern und Anzügen, die mit einer Rekordzahl von einer halben Million Kristallen komplett bedeckt sind.

Milanese designer Vivetta Ponti showed pastel-colored floral motifs on long dresses and suits, which are completely covered with a record number of half a million crystals.



— TIZIANO GUARDINI —

Der «Green Carpet Fashion Award» für nachhaltiges Modedesign zeichnete den Mailänder als besten aufstrebenden Designer aus. Diese Saison hat Tiziano Guardini nachhaltige Tencel und Qnova Stoffe mit Kristallen geschmückt. «Green Carpet Fashion Award» for sustainable fashion design honoured the Milanese as the best aspiring designer. This season Tiziano Guardini decorated sustainable Tencel and Qnova fabrics with crystals.



— VICTORIA HAYES —

Der Basketball-Film «Spice Jam» aus den 90er-Jahren inspirierte die Kollektion aus mit Kristallen veredelten Teilen der New Yorker Designerin. Hingucker: ein pinkfarbener Kristall-Basketball (siehe Cover dieser Ausgabe) und Supermodel Coco Rocha (Foto). The basketball ball film «Spice Jam» from the 90s inspired the collection of crystal-refined garments by the New York designer. Eye-catcher: a pink crystal basketball (see cover of this issue) and supermodel Coco Rocha (photo).

CHOSEN BY THE BEST



© laurentperrierrose Photographe: Iris Velghe

# COTE MAGAZINE PORTFOLIO

PHOTOGRAPHY, ART, DESIGN & CULTURE: EINE REISE IN FASZINIERENDE BILDWELTEN



© Lynn Goldsmith «Before Easter After» Lynn Goldsmith, Patti Smith, TASCHEN

Patti Smith photographed by Lynn Goldsmith for the album «Easter», NYC 1977

# Holz, ganz STARCK!

**Stardesigner, Architekt und Erfinder – Philippe Starck liebt die poetische Inszenierung in allen seinen Kompetenzbereichen. Mit einem Augenzwinkern übersetzt er sie jetzt in elegante Luxushotels. Seine neusten Lebensräume stehen in Paris, Ramatuelle und Zürich.**

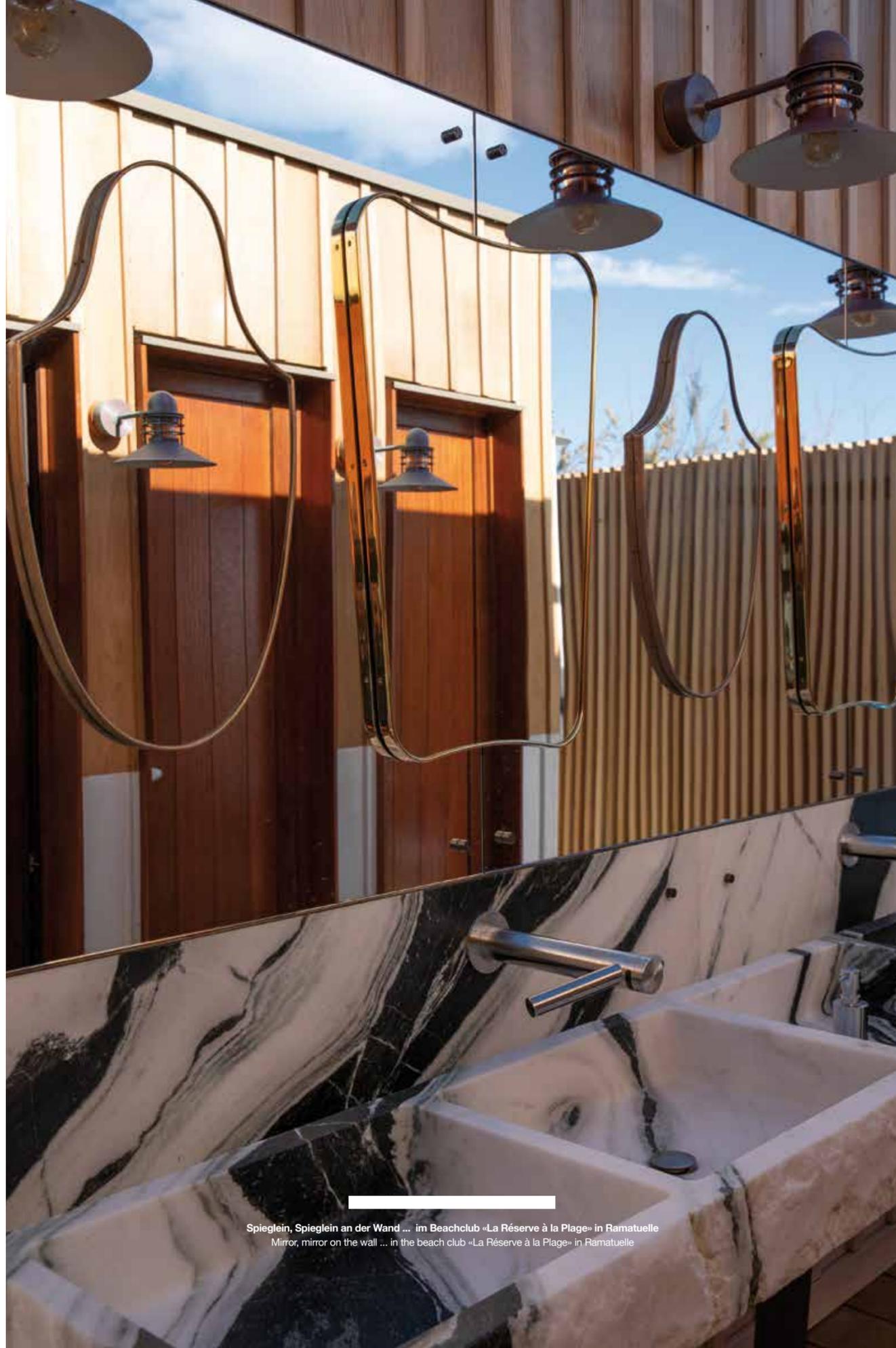
Star designer, architect and inventor – Philippe Starck loves poetic staging in all of his areas of expertise. With a wink, he now translates this into elegant luxury hotels. His newest living spaces are in Paris, Ramatuelle and Zurich.

Beatrice Hirt (text) Jean-Baptiste Mondino, Gregoire Gardette, Guillaume Delaubier / zVg (fotos)



**Philippe Starck hat die Holzkonstruktion im Turmaufbau des 110 Jahre alten Hotels «La Réserve Eden au Lac» am Ufer des Zürichsees freigelegt und mit Bootskörpern künstlerisch aufgewertet.**

Philippe Starck uncovered the wooden structure in the tower of the 110-year-old hotel «La Réserve Eden au Lac» on the shores of Lake Zurich and artistically enhanced it with boat hulls.



Spieglein, Spieglein an der Wand ... im Beachclub «La Réserve à la Plage» in Ramatuelle  
Mirror, mirror on the wall ... in the beach club «La Réserve à la Plage» in Ramatuelle



Das Restaurant im «BRACH» in Paris. Die humorvolle Definition der 1930er-Jahre zieht sich durch das ganze Haus.  
The restaurant in the «BRACH» in Paris. The humorous definition of the 1930s runs through the whole house.



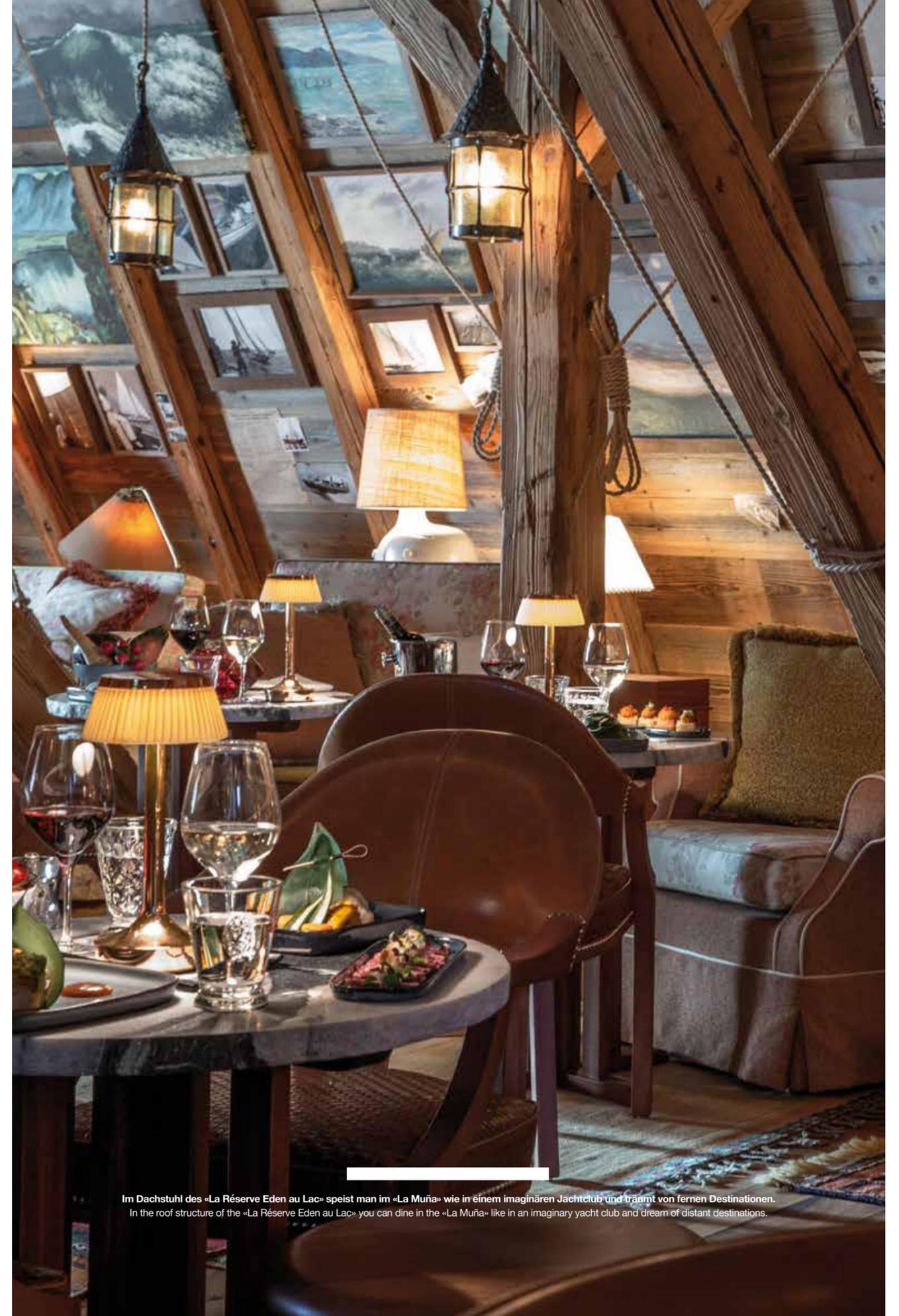
Ein Deluxe Zimmer im «BRACH» in Paris, ausgeschmückt mit multikulturellen Objekten von Afrika bis Südamerika. Wie einst dominiert viel edles Holz.  
A deluxe room in the «BRACH» in Paris, decorated with multicultural objects from Africa to South America. As at that time, a lot of fine wood dominates.



Zimmer mit Aussicht: Suite mit Blick auf den See und den Üetliberg im «La Réserve Eden au Lac» Zürich.  
Room with a view: Suite with a view of the lake and the Üetliberg in the «La Réserve Eden au Lac» Zurich.



Zimmer mit Umschwung: Die Holzböden auf den Terrassen des «La Réserve Eden au Lac» Zürich wurden aufgefrischt.  
Room with outside area: The wooden floors on the terraces of the «La Réserve Eden au Lac» Zurich have been refreshed.



Im Dachstuhl des «La Réserve Eden au Lac» speist man im «La Muña» wie in einem imaginären Jachtclub und träumt von fernen Destinationen.  
In the roof structure of the «La Réserve Eden au Lac» you can dine in the «La Muña» like in an imaginary yacht club and dream of distant destinations.

**E**ine elegante Aufregtheit liegt in der Luft. Die ankommenden Gäste geben ihr Bestes, um den perfekten Auftritt zu zelebrieren. Auf der Treppe wollen alle ihre Einzigartigkeit inszenieren. Zahlreiche Kerzen und Lampen sorgen für die richtige Ambiance. Die Szene ist filmreif. Der Anlass? Der wöchentliche Sonntagsbrunch im Pariser Fünfsterne-Hotel «BRACH» – seit seiner kürzlichen Eröffnung ein Hotspot des internationalen Kunst- und Geldadels. Denn einzigartig sind hier nicht nur die Gäste, sondern auch der Auftritt des Hotels selbst. Ausgedacht hat es sich der französische Designer Philippe Starck, der von sich sagt, beruflich vierzehn Stunden am Tag zu träumen: «Deshalb finde ich die Idee für die Gestaltung eines Hotels in zwei Tagen. Aber dann brauche ich sieben Jahre, um die Details zu prüfen.» Das überlässt er dann gerne seinen Ingenieuren.

#### EINZELGÄNGER IN DER ARBEIT

Starck arbeitet lieber allein, einzig in Gesellschaft seiner Frau Jasmine, meist im Flugzeug, aber noch lieber auf dem Land mit Blick in die weite Natur. Deshalb war für ihn beim Entwurf des «BRACH» auch klar, dass nicht jedem Hotelgast das bunte Treiben am Eingang entsprechen würde. Also verlegte Starck die Rezeption in den ersten Stock. In einer beinahe privaten Atmosphäre erwartet den Gast ein nicht minder filmreifes Szenario: Über die ganze Decke spannt sich ein auf Leinwand gemaltes, riesiges Werk der Künstlerin Ara Starck, ja, der Tochter des Designers. Das Bild scheint sich auf dem Teppich und den zahlreichen Kissen vielseitig interpretiert zu widerspiegeln.

#### DIE 1930ER-JAHRE NEU DEFINIERT

Das ganze Set ist ausgeschmückt mit multikulturellen Objekten von Afrika bis Südamerika, Totems, Skulpturen, exotischen Hockern und einer Schwemme von französischen Büchern, alle sorgfältig ausgewählt von der renommierten französischen Autorin und Literatur-Kritikerin Emmanuelle de Boysson. Diese humorvolle Definition der 1930er Jahre zieht sich durch das ganze Haus, von den 59 Zimmern und Suiten bis zum Fitness-Bereich im Kellergeschoss, einem «Boxclub» – damals die einzige Möglichkeit, seinen Körper zu stählen –, authentisch nachempfunden mit rohen Betonpfeilern, einer Eisentreppe und einem alten Piano, alles weichgezeichnet mit gedämpftem Licht.

#### GRENZEN ÜBERSCHREITEN

Es ist eine eigene Welt, die in den Augen Philippe Starcks nicht wirklich ein Hotel ist, sondern vielmehr «ein ungewöhnlicher Ort, der die Gäste zu einem Ausflug einlädt und sie auf eine Entdeckungsreise mitnimmt.» Diese etwas andere Sichtweise steht für Starcks Ambition, Grenzen zu überschreiten, oder sie wenigstens etwas nach vorne zu verschieben. Damit hatte er schon sehr jung Erfolg. Als Gewinner eines Wettbewerbs konnte er »

**T**here is an elegant excitement in the air. The arriving guests do their best to celebrate the perfect entrée. Everyone wants to stage their uniqueness on the stairs. Numerous candles and lamps ensure the right ambience. The scene is cinematic. The occasion? The weekly Sunday brunch in the five-star hotel «BRACH» in Paris - a hotspot of the international art and money aristocracy since its recent opening. Because not only the guests are unique here, but also the appearance of the hotel itself. The French designer Philippe Starck, who says of himself, to be dreaming for fourteen hours a day job-related: «That's why I find the idea for the design of a hotel in two days. But then it takes me seven years to check the details.» He is happy to leave that to his engineers.

#### LONER AT WORK

Starck prefers to work alone, only in the company of his wife Jasmine, mostly on the plane, but even more preferably in the country with a view of the great nature. That is why it was clear to him when designing the «BRACH» that the hustle and bustle at the entrance would not correspond to every hotel guest. So Starck moved the reception to the first floor. In an almost private atmosphere, the guest can expect a no less cinematic scenario: A huge work of artist Ara Starck, yes, she is the designer's daughter, painted on canvas, spans the entire ceiling. The picture seems to be reflected in many ways on the carpet and the numerous pillows.

#### THE 1930S REDEFINED

The whole set is adorned with multicultural objects from Africa to South America, totems, sculptures, exotic stools and a flood of French books, all carefully selected by the renowned French author and literary critic Emmanuelle de Boysson. This humorous definition of the 1930s runs through the whole house, from the 59 rooms and suites to the fitness area in the basement, a «boxing club» - at that time the only way to steel your body - authentically modeled with raw concrete pillars, one Iron stairs and an old piano, all softened with subdued light.

#### CROSSING BORDERS

It's a world of its own, which in Philippe Starck's eyes is not really a hotel, but rather «an unusual place that invites guests on a trip and takes them on a discovery journey.» This slightly different view stands for Starck's ambition to cross borders, or at least to move them forward a little. He was very successful with this at a very young age. As the winner of a competition in 1983 he was able to redesign the private residence of the then head of state François Mitterrand in the Élysée Palace and just a little later to create the interior design of the legendary Parisian night club «Les Bains Douches».

#### DEMOCRATIC DESIGN

Meanwhile, Philippe Starck also made his mark with innovative industrial products. For example with the now iconic »

*«Ich finde die Idee für die Gestaltung eines Hotels in zwei Tagen. Aber dann brauche ich sieben Jahre, um die Details zu prüfen.»*

*Philippe Starck*

Ein Gefühl von Seegang stellt sich ein durch die leicht schrägen Wände und Böden – das «La Réserve Eden au Lac» wurde wie die ganze Häuserzeile auf Pfählen im Boden am Seeufers erbaut. Nach über 100 Jahren hat sich der Bau etwas gesenkt. The slightly sloping walls and floors create a feeling of swell – the «La Réserve Eden au Lac», like the entire row of houses, was built on piles in the ground on the lakeshore. After more than 100 years, the construction has dropped somewhat.

» bereits 1983 die Privatresidenz des damaligen Staatsschefs François Mitterrand im Élysée-Palast umgestalten und nur wenig später entwarf er die Innengestaltung des legendären Pariser Nachtclubs «Les Bains Douches».

#### DEMOKRATISCHES DESIGN

Unterdessen machte Philippe Starck zudem mit innovativen Industrie-Produkten von sich reden. Etwa mit der mittlerweile kultigen Zitronenpresse «Juicy Salif», der Megayacht «A» oder dem preiswerten Stuhl «Louis Ghost» aus durchsichtigem Polycarbonat, der seit 2001 weltweit über 1,5 Millionen Mal verkauft wurde. «Democratic Design» zu unterstützen, also preiswertere Objekte entwerfen, ist dem Franzosen bis heute ein grosses Anliegen. Gerade eben lancierte der Star designer einen Stuhl für Kartell aus einer absolut neuartigen Kunststoff-Holzmischung, der günstiger produziert werden kann als ein Holzstuhl – und es überdies Starck ermöglichte, an der Entwicklung eines neuen Werkstoffes zu tüfteln. Damit lässt sich «Holz» erstmals ergonomisch formen. Und Starck schreibt einmal mehr Design-Zukunft. Wen überrascht es da, dass sich der Designer und Architekt auch als Erfinder versteht?

#### HOLZ FÜR DIE ZUKUNFT

Doch bei der Innenarchitektur gilt Starcks Interesse momentan dem Holz in seiner ureigensten Form. Nach dem «BRACH» spielte es für die Neugestaltung des Beach-Clubs «La Réserve à la Plage» am Strand von Pampelonne bei Ramatuelle eine wichtige Rolle. Mit edlem Holz, rohem Marmor und einer kräftigen Prise Humor liess er den einstigen Mythos des nahegelegenen St. Tropez wieder aufleben. Das verspielte Setting gibt sich entspannt und soll nichts, als an die glücklichen Tage von einst erinnern. «It's the future Classic!» proklamiert Philippe Starck. Für den Genfer Hospitality-Unternehmer Michel Reybier, die treibende Kraft hinter dem «La Réserve»-Projekt und jahrelanger Freund des Designers, ist es «eine elegante Einladung zum Träumen». Er machte sie auch im kürzlich unter dem Namen «La Réserve Eden au Lac» wieder eröffneten Zürcher Luxushotel zum Programm.

#### DIE ELEGANZ DER INTELLIGENZ

Philippe Starck ersann dafür einen imaginären Yachtclub, einzigartig inszeniert in einem majestätischen, architektonischen Bijou am Zürichsee. Mit ihm ist in dieses 110-jährige Fünf-Sterne-Haus ein Hauch von Kunst und Rebellion eingezogen, am deutlichsten erkennbar im ausgebauten Dachstock-Restaurant mit seinen freigelegten Balken, seinem rohen Holzboden, Teppichen, Laternen und Wänden voller idyllischer maritimer und alpiner Bilder. Wie im Rest des Hauses weist nichts auf die klugen Details hinter dem Innenausbau hin, die erst beim genauen Hinschauen sichtbar werden. So geht Luxus. «Die Eleganz der Intelligenz» nennt es Philippe Starck.

*«I find the idea for designing a hotel in two days. But then it takes me seven years to check the details.»*

*Philippe Starck*

» «Juicy Salif» lemon squeezer, the «A» mega-yacht or the inexpensive «Louis Ghost» chair made of transparent polycarbonate, which has sold over 1.5 million units worldwide since 2001. Supporting «democratic design», i.e. designing cheaper objects, is still a major concern of the Frenchman today. The star designer has just launched a chair for Kartell made of an absolutely new type of synthetic material with wood mixture, which can be produced more cheaply than a wooden chair - and which also enabled Starck to work on the development of a new construction material. This is the first time that «wood» can be shaped ergonomically. And Starck is once again writing the future of design. Who is surprised that the designer and architect also sees himself as an inventor?

#### WOOD FOR THE FUTURE

But for interior design, Starck is currently interested in wood in its very own form. After the «BRACH», it played an important role in the redesign of the «La Réserve à la Plage» beach club on the beach of Pampelonne near Ramatuelle. With fine wood, raw marble and a strong pinch of humor, he revived the former myth of the nearby St. Tropez. The playful setting is relaxed and is nothing more than a reminder of the happy days of yore. «It's the future Classic!» proclaims Philippe Starck. For the Geneva based hospitality entrepreneur Michel Reybier, the driving force behind the «La Réserve» project and as a long-time friend of the designer, it is «an elegant invitation to dream». He also made it part of the program at the Zurich luxury hotel that was recently reopened under the name «La Réserve Eden au Lac».

#### THE ELEGANCE OF INTELLIGENCE

Philippe Starck came up with an imaginary yacht club, staged uniquely in a majestic, architectural bijou on Lake Zurich. With him, a breath of art and rebellion has moved into this 110-year-old five-star hotel, most clearly recognizable in the expanded attic restaurant with its exposed beams, its raw wooden floor, carpets, lanterns and walls full of idyllic maritime and alpine pictures. As in the rest of the house, nothing points to the clever details behind the interior, which only become apparent when you look closely. That's how luxury works. Philippe Starck calls it «the elegance of intelligence».

[www.brachparis.com](http://www.brachparis.com)  
[www.lareserve-plage.com](http://www.lareserve-plage.com)  
[www.lareserve-zurich.com](http://www.lareserve-zurich.com)



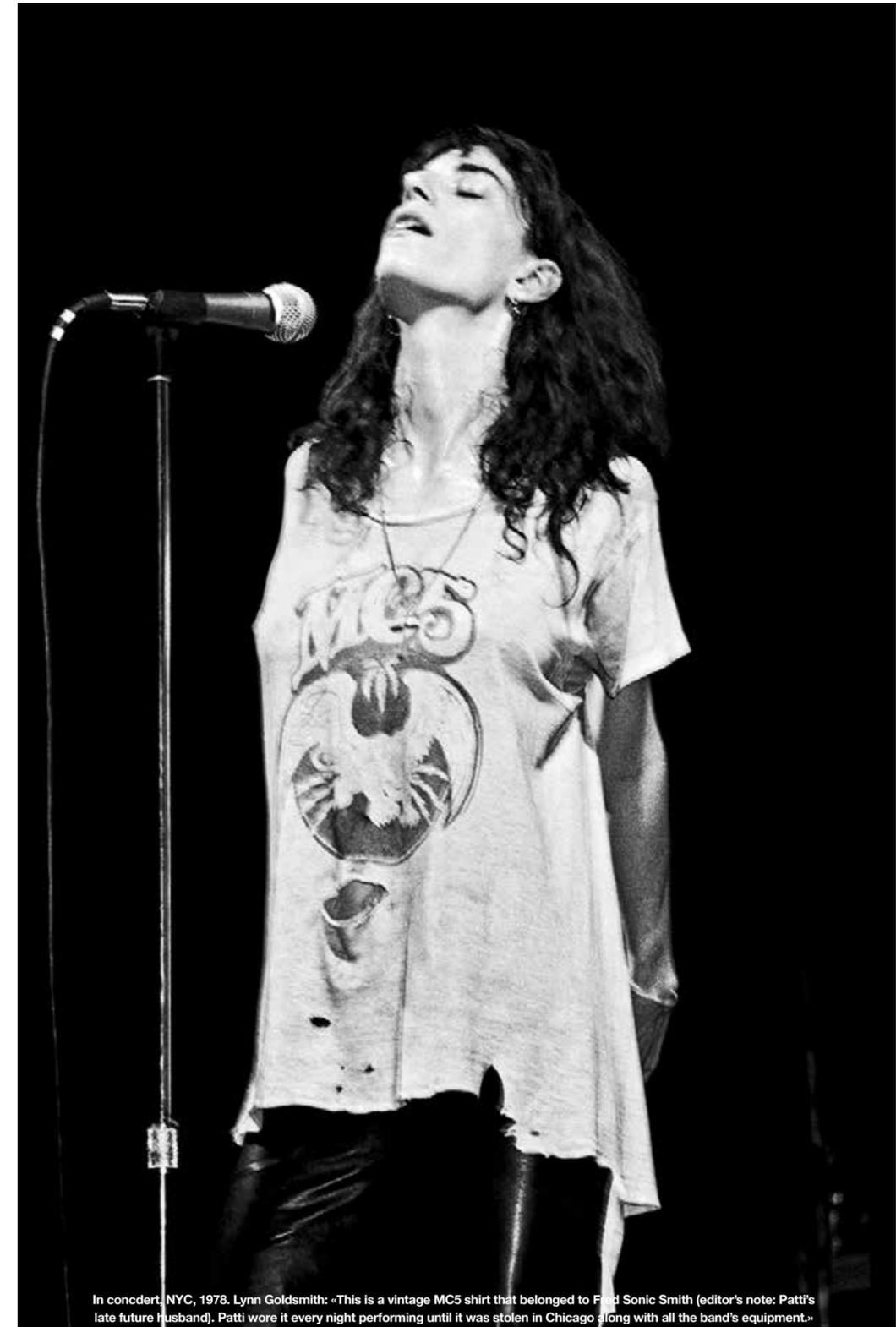
Zwei Männer im Dachstuhl, der jetzt ein Restaurant beherbergt: Hospitality-Unternehmer Michel Reybier mit Designer Philippe Starck im «La Muña» des «La Réserve Eden au Lac» in Zürich.  
 Two men in the attic structure, which now houses a restaurant: hospitality entrepreneur Michel Reybier with designer Philippe Starck in the «La Muña» of the «La Réserve Eden au Lac» in Zurich.

# «Momente, die im Wasser treiben und als Fotos auftauchen ...»

Die eine ist Lyrikerin, Musikerin und Vorreiterin des Punk, die andere Fotodokumentalistin der amerikanischen Kultur: Patti Smith und Lynn Goldsmith – eine der schillerndsten Figuren der Musikwelt und eine der profiliertesten Musikfotografinnen – arbeiteten Mitte der 1970er-Jahre zum ersten Mal zusammen. Ein einfühlsames fotografisches Dokument beleuchtet jetzt die Jahre 1975 bis 1979.

One is a poet, musician and pioneer of punk, the other a photo documentalist in American culture: Patti Smith and Lynn Goldsmith - one of the most dazzling figures in the music world and one of the most distinguished music photographers - worked together for the first time in the mid-1970s. A sensitive photographic document now illuminates the years 1975 to 1979.

Lynn Goldsmith, Patti Smith (copy) Lynn Goldsmith / TASCHEN / zVg (photos)



In concert, NYC, 1978. Lynn Goldsmith: «This is a vintage MCS shirt that belonged to Fred Sonic Smith (editor's note: Patti's late future husband). Patti wore it every night performing until it was stolen in Chicago along with all the band's equipment.»



Portrait, NYC 1975



Photo shoot, NYC 1976. Lynn Goldsmith: «These were thrift store clothes she wore to the photo shoot. In her arsenal was always a handful of bobby pins for hairstyle changes.»



NYC 1977. Lynn Goldsmith:  
 «We considered the symbolism of the colors in Christian art: blue for heavenly grace; red for the blood of the martyrs; white for holiness, purity, innocence and virtue.»

## LYNN GOLDSMITH:

«Fotografie ist für mich eine Art des Schreibens mit Licht; eine Art zu zeigen, um zu erzählen. Es ist ein Werkzeug der Wahrnehmung, obwohl Bilder uns immer enttäuschen werden, weil die Wahrheit in ihrer Gesamtheit weder verdichtet werden kann, noch zusammengefasst oder eingekapselt. Es gibt keine festen Regeln dafür was und wie ich Bilder schiesse; nur dass ich mich in das Subjekt vor meiner Kamera einfühlern kann. Mit den meisten Künstlern war das einfach. Wir hatten alle ein anarchisches Gen; es lebt in jedem, der in die falsche Klasse hineingeboren wurde, mit der falschen Hautfarbe, dem falschen Geschlecht. Sobald ich die Schuhe anderer überstreife, stelle ich mir immer die folgenden Fragen: Erforsche ich, oder beute ich aus? Dokumentiere oder manipulierte ich? Umarme ich oder dringe ich ein?

Im besten Fall bin ich sowohl Beobachter als auch Spion. Der Beobachter schaut sich das Äussere genau an, der Spion untersucht die Bedeutung des Inneren. Ich würde gerne denken, dass der Fotograf in der Porträtfotografie die innere Persönlichkeit des Objektes vor der Kamera ausdeuten kann und dass die Selbsterkenntnis durch die Arbeit an solchen Bildern erworben wird. Als ich die Bilder mit Patti Smith realisierte, tat sie alles als die Poetin, die sie ist. Die Fotos zeugen davon, wie eng das Heilige und das Banale interagieren können, wie man einen Sinn für die Absurdität mit einem Sinn für die Bedeutung kombinieren kann, wie Talent eine Dreifaltigkeit mit Anstrengung und Inspiration bilden muss, um das Gefühl von Sterblichkeit und Unsterblichkeit zu vermitteln.

Sie war der Inbegriff von cool – in ihrer Sinnlichkeit lag stets ein Hauch von Philosophie. Ich wollte mich damit identifizieren ebenso wie mit der Einzigartigkeit ihres Gesichts, dem Mut und der Einsamkeit darin. Ich hatte gehofft, Bilder zu machen, denen die riesigen Widersprüche innewohnen von strengen Idealen und Schönheit und der Zerbrechlichkeit des menschlichen Befindens.

Sie war die lyrische Verfechterin des Fehlerhaften; eine Abtrünnige, die sich zur Tradition hingezogen fühlte. Man konnte sich vorstellen, wie sie die Tore des Paradieses stürmt. Meine Erkenntnis über jeden vor der Kamera wird immer nur bruchstückhaft und unvollständig sein, aber das Mysterium der Anmut findet sich in allen Menschen.

Mit Patti erlaubte ich dem glücklichen Zufall in den Prozess des Bildermachens einzugreifen; ich vertraute der leisen Kraft des Auslassens. Sie würde zum Shooting ihre Haltung mitbringen und ihren Blickpunkt sowie ihre Kleidung und ihre Requisiten. Alles zusammen diente dazu, die Bilder zu Beweisen ihres liebenswerten, komplexen und authentischen Selbst sowie ihrer beeindruckenden Talente werden zu lassen.»

«Sie war  
 der Inbegriff  
 von cool –  
 in ihrer  
 Sinnlichkeit  
 lag stets ein  
 Hauch von  
 Philosophie.»

Lynn Goldsmith

«She was a  
 paragon of cool;  
 always with a  
 trace of  
 philosophy in  
 her sensuality.»

Lynn Goldsmith

## LYNN GOLDSMITH:

«For me, photography is a means of writing with light; showing in order to tell. It's a tool for awareness, though images will always deceive us because truth in its entirety cannot be condensed, summarized, encapsulated. There are no hard and fast rules for what and how I shoot; only that I empathize with the subject in front of my camera. It was easy to do that with most artists. We all had some gene for anarchy; it's alive in everyone born into the wrong class, the wrong color, the wrong sex. What I consider when putting myself in the shoes of others is whether I'm exploring or exploiting, documenting or manipulating, embracing or intruding.

At my best I'm both watchman and spy. The watchman observes the outer while the spy investigates the meaning of the inner. I'd like to think that in portraiture the photographer can interpret the inner persona of the subject and that self-knowledge is acquired through the work of making those images. When making images with Patti Smith, everything she did, she did as a poet. The photographs are evidence of that; how closely the sacred and the profane can interact, how one can combine a sense of absurdity with a sense of significance, how talent needs to form a trinity with effort and inspiration, the feeling of being mortal and immortal.

She was a paragon of cool; always with a trace of philosophy in her sensuality. I wanted to identify with that as well as with the singularity of her face, the courage, the loneliness of it. I'd hoped to make images that possessed the enormous contradictions between ideals of strength and beauty and fragility of the human condition.

She was the lyrical advocate of the flawed; a renegade enamored of tradition. It was easy to envision her storming the gates of Paradise. My knowledge of anyone in front of the camera will always be fragmented, incomplete, but the mysteries of grace persist in all human beings.

With Patti, I allowed for the serendipity of the process of making images; a trust in the hushed power of what has been left out. She would bring attitude and focus as well as clothing and props to shoots. It served to make the images into proof of her endearing, complex, and authentic self as well as of her formidable talents.»

## PATTI SMITH:

«Ich erinnere mich weder daran, wie wir uns kennengelernt haben noch an die Entstehung unserer ersten Fotos. Die Erinnerungen haben sich über eine Handvoll Jahre, in den Studios, unterwegs und auf den Strassen von New York City vermischt. Lynn Goldsmith hat eine Serie von Momenten mit der Kamera in der Hand eingefroren damit sie für mich in Erinnerung bleiben.

Wir sind den Weg des Rock'n'Roll gegangen, haben seine Prahlerei genossen und sind dennoch den Fallstricken ausgewichen. Sie erlebte prägende Nächte im Club «CBGB» in New Yorks Bowery und wie sie in ganz Amerika an Boden gewannen, sie erlebte meinen Unfall in der Konzertarena von Tampa und meinem Kampf, wieder aufzustehen. Die Zeit meiner Rehabilitation bei Nautilus Sports Medicine, den Blick immer auf die vollständige Genesung meines Körpers und die Rückkehr zur Arbeit gerichtet. Ich war aus der Bahn geworfen und musste zurück zur Handlungsfähigkeit finden. Sie hielt die tiefe Kameradschaft fest, die ich bei der Arbeit mit meinem verstorbenen Bruder Todd erlebte, sowie intime Momente mit geschätzten Bandmitgliedern.

Sie teilte die Freude über meine Rückkehr ins Aufnahmestudio, welches vom Produzenten Jimmy Iovine geleitet wurde. Die ganze Zeit hielten Lynn und ich Sitzungen zusammen ab, wir hatten verschiedene Sichtweisen und verschiedene Arten die Dinge offenzulegen. Lynn projizierte sich nicht selbst in den Aufnahmen, sondern schuf eine Atmosphäre, in der ich ich selbst sein und mein eigenes Potenzial entfalten konnte. Ich konnte meine eigenen Kleider tragen, von Lederteilen bis zu meinem Lieblingsregenmantel aus grüner Seide, einem zeretzten viktorianischen Kleid oder einem jahrhundertalten tibetischen Gewand. Ich fügte meinen eigenen Hauch von Eyeliner hinzu, meinen eigenen Humor, meine eigene Eitelkeit. Gelegentlich bot Lynn Requisiten an, die eine Wonne waren in ihrer freundlichen Fremdheit: Ein Raum, der nicht mein Zimmer war, ein Spielzeug, das nicht mein Spielzeug war, ein Tuch, um den Kopf zu verhüllen oder ein Bett aus Blüten zum Eintauchen.

Sie schaffte es, innere Seiten meines Ichs aufzudecken, oder wer ich mir im Geheimen zu sein vorstellte wenn auch nur für einen Moment: einen liturgischen Laien, eine Schäferin oder ein Schiaparelli-Modell. Unsere ausgelassenen Erkundungen führten zum Cover des Albums «Easter» und seiner Single «Because The Night».

Lynns Bilder zeigten meine wiedererlangte Gesundheit, mein zurückgekehrtes Selbstvertrauen und meine neu gewonnene Energie. «Easter» sollte mein erfolgreichstes und umstrittenstes Album werden. Lynn war immer für alles zu haben mit der Kamera in der Hand. Als ihr Subjekt gab ich mich offen oder bekam stillschweigend die Erlaubnis erteilt, mich in eine andere Dimension zurückzuziehen. Und wo immer ich mich entschied zu sein, egal wie präsent oder fern ich war, sie bekam, was sie wollte: Momente, die im Wasser treiben und als Fotos auftauchen, und die nicht vergessen gehen.»

*«Wir sind den Weg des Rock'n'Roll gegangen, haben seine Prahlerei genossen und sind dennoch den Fallstricken ausgewichen.»*

*Patti Smith*

*«We traipsed the path of rock 'n' roll, savoring its swagger, yet dodging the pitfalls.»*

*Patti Smith*

## PATTI SMITH:

«I no longer remember how we met, nor the genesis of our first photographs. Those memories have melded within a handful of years, in the studio, on the road, and on the New York City streets. Lynn Goldsmith, with camera in hand, freezing a series of moments, remembering for me.

We traipsed the path of rock 'n' roll, savoring its swagger, yet dodging the pitfalls. She witnessed formative nights at CBGBs, gaining ground across America, my accident in a Tampa arena, and the struggles to rise again. Rehabilitation at Nautilus Sports Medicine, looking ahead to a full-bodied return to work, the mantra being out of traction, back in action. She captured the deep camaraderie I experienced working with my late brother, Todd, as well as intimate moments with trusted band members.

She shared the joy of my return to recording, at the Record Plant with producer Jimmy Iovine at the helm. All the while, Lynn and I had several sessions together, several ways of seeing, several ways of revealing. Lynn did not project herself, but provided an atmosphere where I could be myself, unleash my own potential, wear my own clothes, from leather, to a favored green silk raincoat, a tattered Victorian dress or a century-old Tibetan robe. Adding my own touch of eyeliner, my own humor, my own hubris. Occasionally Lynn would offer props, a delight in their friendly unfamiliarity. A room that wasn't my room, a toy that wasn't my toy, a mummer's headdress or a bed of blooms to plunge in.

She managed to uncover inner aspects of myself, or who I secretly imagined to be, even if only for a moment. An acolyte, a shepherd girl, or a Schiaparelli model. The exuberance of our endless exploration provided the cover for Easter and its single «Because the Night.» Her images projected newly restored health, confidence, and energy. Easter was to become my most successful and most controversial album. Lynn was always game, with camera in hand. As her subject I gave myself openly or was silently given permission to withdraw into another dimension. And wherever I chose to be, however present or distant, she got it. Moments, floating in water and emerging as photographs, never forgotten.»

TASCHEN XL  
«Before Easter After. Lynn Goldsmith. Patti Smith»  
Lynn Goldsmith  
Hardcover in einer Schlagkassette, 26,9 x 37,3 cm, 296 Seiten  
Edition von 1300 Exemplaren  
CHF 800.–

[www.taschen.com](http://www.taschen.com)



Lynn Goldsmith and Patti Smith at the book presentation at TASCHEN in Beverly Hills.



# BETWEEN BLACK & WHITE

# ART

Arthur Jafa's «Love Is The Message, The Message Is Death» gewinnt den Prix International d'Art Contemporain, nur wenige Monate nachdem der afroamerikanische Künstler an der Venedig-Biennale mit dem Goldenen Löwen ausgezeichnet wurde. Seine Videoinstallationen wirken in Anbetracht des Tempos, mit denen die Bildsequenzen am Auge vorbeiziehen, wie eine Art Brainwash-Rave, der Suchtpotenzial entwickelt und es schwer macht wegzuschauen.

Arthur Jafa's «Love Is The Message, The Message Is Death» wins the The International Prize of Contemporary Art, only a few months after the African-American artist was awarded the Golden Lion at the Venice Biennale. In view of the tempo with which the image sequences pass the eye, his video installations seem like a kind of brainwash rave that develops addictive potential and makes it difficult to look away.

Andrea Lucia Brun (text & interview) Courtesy the artist and Gavin Brown's enterprise, New York/Rome © Arthur Jafa, 2019, Perottino-Piva-Bottallo-Peirone / Artissima 2019 / zVg (fotos)

Arthur Jafa at Palazzo Medici, in celebration of the 47th P.I.A.C. - Prix International d'Art Contemporain



*«Manchmal fragen mich Menschen, was ich mit meiner Kunst sagen möchte.  
Darauf habe ich keine Antwort.» Arthur Jafa*



**U**nterlegt mit dem Song «Ultralight Beam» von Kanye West sendet eine grosse Leinwand eine in Sequenzen aufeinanderfolgende Bilderflut. «Love Is The Message, The Message Is Death» (2016), das Sieben-Minute-Epos des afroamerikanischen Künstlers Arthur Jafa (59) ist ein verstörender Bilderstrom. Eine schwindelerregende Auswahl an gefundenem Filmmaterial hat der Künstler zu einer unvergesslichen Bilderserie zusammengeführt. Er fesselt das Publikum, amüsiert und erschreckt es gleichzeitig in einer Endlosschleife. Und immer wieder liefert Kanye West die Anfangszeilen einer verlangsamten Version seines Songs. Es ist ein Film über Liebe, Lust, Schmerz, Gewalt, Demütigung, Stolz, Identität, über die Erfahrung des Schwarzseins. Ein Film, der alles an menschlicher Schönheit und Scheusslichkeit enthält.

#### INTERNATIONALE ANERKENNUNG

Nur ein Jahr nach seinem Galerie-Debüt bei Gavin Brown's Enterprise in New York vor vier Jahren ist «Love Is the Message» bereits in Museen auf der ganzen Welt zu sehen, darunter in der Serpentine Gallery in London, der Sammlung Julia Stoscheck in Berlin und dem Stockholmer Moderna Museet. Und nur wenige Monate nachdem der Künstler an der Venedig-Biennale 2019 mit dem Goldenen Löwen für den besten Teilnehmer der Internationalen Ausstellung «May You Live In Interesting Times» ausgezeichnet wurde, gewinnt Arthur Jafa den «Prix International d'Art Contemporain» der Fondation Prince Pierre de Monaco, einer der höchstdotierten Kunstpreise überhaupt.

#### ZWISCHEN POP- UND HOCHKULTUR

Der Erfolg von Arthur Jafa, der jahrzehntelang Musikvideos für Beyoncé drehte und als Kameramann für Stanley Kubrick und Spike Lee arbeitete, kommt spät. Doch er kommt mit voller Wucht. Man wird das Gefühl nicht los, dass nicht nur die Arbeiten Jafas, sondern seine dynamische, multidisziplinäre Kunstpraxis, die sowohl Filme und Installationen als auch Vorträge, Performances und Happenings umfasst, die Bedeutung neuer Strömungen spürt. Seine jüngsten Erfolge positionieren Arthur Jafa damit nicht nur an der Spitze der zeitgenössischen Kunst, sondern auch an der Spitze der künstlerischen Forschung und des Experimentierens, die eine Überwindung zwischen Pop und Hochkultur, zwischen schwarzer und weisser Kunst sucht.

**V**IEL ZITIERT IST IHRE AUSSAGE, IHRE KUNST HABE KEINE BOTSCHAFT. IST «LOVE IS THE MESSAGE» EIN BEISPIEL DAFÜR?

Arthur Jafa: Ich möchte nichts sagen, nichts erklären, nichts konstruieren.

ES GIBT EINEN KONZEPTUELLEN UNTERSCHIED ZWISCHEN DEN BEGRIFFEN «BOTSCHAFT» UND «BEDEUTUNG». MICH WÜRD INTERESSIEREN, WIE SIE ÜBER DIE «BEDEUTUNG» DENKEN UND WIE SIE DIESE MIT IHRER KUNST IN VERBINDUNG BRINGEN?

Letzten Endes geht es immer um die Herstellung von Bedeutung. Aber wie Sie sagen weigere ich mich, mit meiner Arbeit eine Botschaft oder Aussage zu konstruieren. Das ist eine sehr sprachbasierte Vorstellung davon, wie man kommuniziert. Ich versuche Bedeutung auf eine andere Art zu schaffen, durch Verkörperung. Das heisst, ich versuche »

**W**e Accompanied by the song «Ultralight Beam» by Kanye West, a large screen sends a flood of images in sequence. «Love Is The Message, The Message Is Death» (2016), the seven-minute epic by African-American artist Arthur Jafa (59) is a disturbing stream of images. The artist has brought together a dizzying selection of found footage to create an unforgettable series of images. It captivates the audience, amuses and frightens in an endless loop. And again and again Kanye West delivers the first lines of a slowed down version of his song. It is a film about love, lust, pain, violence, humiliation, pride, identity, about the experience of being black. A film that contains everything about human beauty and hideousness.

#### INTERNATIONAL RECOGNITION

Just one year after his gallery debut at Gavin Brown's Enterprise in New York four years ago, «Love Is the Message» is shown in museums around the world, including the Serpentine Gallery in London, the Julia Stoscheck collection in Berlin and the Stockholm Moderna Museet. And just a few months after the artist was awarded the Golden Lion at the Venice Biennale 2019 for the best participant in the international exhibition «May You Live In Interesting Times», Arthur Jafa won the «The International Prize of Contemporary Art» of the Prince Pierre de Monaco Foundation, one of the most highly endowed art prizes ever.

#### BETWEEN POP AND HIGH CULTURE

The success of Arthur Jafa, who made music videos for Beyoncé for decades and worked as a cameraman for Stanley Kubrick and Spike Lee, comes late. But it comes with full force. One cannot get rid of the idea that not only Jafa's works, but also his dynamic, multidisciplinary art practice, which includes films and installations as well as lectures, performances and happenings, forges the importance of new trends. Arthur Jafa's recent successes are not only at the forefront of contemporary art, but also at the forefront of artistic research and experimentation, which seeks to overcome pop and high culture, as well as black and white art.

**Y**OUR STATEMENT THAT YOUR ART HAS NO MESSAGE IS OFTEN QUOTED. IS «LOVE IS THE MESSAGE» AN EXAMPLE OF THIS?

Arthur Jafa: Sometimes people ask me what I want to say with my art. I have no answer to that. I don't want to say anything, explain anything, construct anything.

THERE IS A CONCEPTUAL DIFFERENCE BETWEEN THE TERMS «MESSAGE» AND «MEANING». I WOULD BE INTERESTED TO KNOW HOW YOU THINK ABOUT THE «MEANING» AND HOW YOU RELATE IT TO YOUR ART?

Ultimately, it's all about making meaning. But as you say, I refuse to construct a message or statement with my work. This is a very language-based idea of how to communicate. I try to create meaning in a different way, through embodiment. That means I try to model artifacts, be they material or »

Fotos: Courtesy the artist and Gavin Brown's enterprise, New York/Rome © Arthur Jafa, 2019, Perottino-Piva-Bottallo-Peirone / Artissima 2019



«Ich versuche ein komplexes Modell dessen zu schaffen, was mich ausmacht. Als Mann, als Amerikaner, als Schwarzer, als Mensch.» Arthur Jafa





*«Die zeitgenössische Kunst, wie wir sie verstehen, würde ohne die schwarze Ästhetik schlicht nicht existieren. Einfach unmöglich.» Arthur Jafa*



Arthur Jafa bei der Eröffnung von «Love Is The Message, The Message Is Death» im Palazzo Madama zur Feier des 47. PIAC - Prix International d'Art Contemporain © Perottino-Piva-Bottallo-Peirone / Artissima 2019

» Artefakte zu modellieren, seien sie materiell oder nicht materiell, die in irgendeiner Weise die komplexe Natur meines Seins verkörpern oder objektivieren. Es ist etwas, das ganz für mich stehen kann.

#### ALSO EIN SYMBOL IHRER EIGENEN SOZIO-KULTURELLEN IDENTITÄT?

Wenn Sie zum Beispiel eine Statue einer Person sehen ist das eine grundlegende Verzerrung eines tatsächlichen menschlichen Wesens, denn der Mensch bewegt sich nicht. Aber in dieser Nicht-Begegnung lässt es einem bestimmte Aspekte des menschlichen Wesens in einer Weise betrachten, die man nicht sehen könnte, würde sich die Person bewegen und ein Leben führen. Mein Wunsch, mich selbst zu verkörpern, ist also der Wunsch, dass man verstehen kann, wer ich in der Welt sein könnte oder was eine Person in der Welt sein könnte. Es geht darum, wie wir die Welt verstehen.

#### «LOVE IS THE MESSAGE» STELLT, WIE ALLE IHRE ARBEITEN, KULTURELLE ANNAHMEN ÜBER IDENTITÄT UND RASSE, ÜBER SCHWARZ UND WEISS IN FRAGE. WAS SAGEN SIE DAZU?

Wissen Sie, es gibt Leute, die zu mir kommen und sagen, «Love Is The Message» habe ihnen ein gutes Gefühl gegeben, schwarz zu sein. Okay. Ich glaube nicht, dass meine Arbeit aufmunternd ist. Einige Künstler bieten das. Ich nicht.

#### SIND SIE EIN PESSIMIST?

Ich bin weder Pessimist, noch Nihilist. Doch ich würde argumentieren, dass «Love Is The Message» so komplex und kompliziert ist, dass es keine einheitliche, keine lineare Denkweise gibt. Die Arbeit ist weder high noch low, weder vorwärts noch rückwärts. Sie sagt nichts darüber aus, schwarz zu sein. Ich versuche einfach ein Modell für Menschen zu schaffen, die nicht mittendrin stehen. Oft sogar für Menschen, die mitten im Schwarzsein stecken. So oder so transportiert das Video ein Gefühl darüber, was es bedeutet, in diesem speziellen Universum, in dem wir uns befinden, schwarz zu sein.

#### IHRE KUNST KOMMT IN EINER ZEIT, IN DER SCHWARZE KUNST EINEN REGELRECHTEN HYPE ERLEBT..

Darüber kann ich nur spekulieren.

#### SPÜREN SIE DIESE ENTWICKLUNG?

Es steht ausser Frage, dass schwarze Kunst plötzlich so präsent ist wie nie zuvor. Doch schwarze Kunst war schon immer da. Sie wurde nur ferngehalten. Denn wenn man in der Kunst eine offizielle Struktur hat, die die Teilnahme einer grossen Zahl von Menschen verhindert, bedeutet das nicht, dass diese Menschen nicht existieren, egal ob es sich dabei um Schwarze, Farbige, Frauen, Schwule oder Menschen mit welcher sexuellen Orientierung auch immer handelt. Das ist ein verdammtes Recht. Jetzt, wo sich die Türe etwas öffnet, auch wenn es nur ein winzig kleiner Spalt ist, drücken Tausende von Menschen diese Türe noch weiter auf.

#### DIE SICHTBARKEIT ÄNDERT SICH.

Absolut. Heute sehen wir viel mehr schwarze Künstler, viel mehr schwarze Kunst. Doch Fakt ist, sie war schon immer da. «

» non-material, that somehow embody or objectify the complex nature of my being. It is something that can stand entirely for me.

#### SO A SYMBOL OF YOUR OWN SOCIO-CULTURAL IDENTITY?

For example, if you see a statue of a person, it is a fundamental distortion of an actual human being, because the human does not move. But in this non-encounter, it lets you look at certain aspects of the human being in a way that you couldn't see if the person were moving and living a life. I try to create a complex model of what makes me special. As a man, as an American, as a black man, as a human being. So my desire to embody myself is to be able to understand who I could be in the world or what a person in the world could be. It is about how we understand the world.

#### «LOVE IS THE MESSAGE», LIKE ALL OF YOUR WORK, QUESTIONS CULTURAL ASSUMPTIONS ABOUT IDENTITY AND RACE AND ABOUT BLACK AND WHITE. CAN YOU SAY SOMETHING ABOUT THAT?

You know, there are people who come to me and say «Love Is The Message» made them feel good about being black. OK. I don't think my work is encouraging. Some artists offer that. I don't.

#### ARE YOU A PESSIMIST?

I am neither a pessimist nor a nihilist. But I would argue that «Love Is The Message» is so complex and complicated that there is no unified, no linear mindset. The work is neither high nor low, neither forwards nor backwards. It says nothing about being black. I'm just trying to create a model for people who are not in the center of it. Often even for people who are inside the middle of being black. Either way, the video conveys a sense of what it means to be black in the particular universe we are in.

#### YOUR ART COMES AT A TIME WHEN BLACK ART IS EXPERIENCING HYPE ...

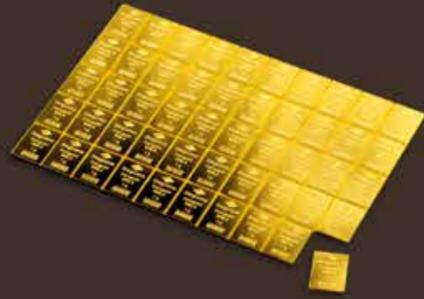
I can only speculate about that.

#### DO YOU FEEL THIS DEVELOPMENT?

There is no question that black art is suddenly more present than ever before. But black art has always been there. It was only kept away. Because if you have an official structure in art that prevents the participation of a large number of people, it does not mean that these people do not exist, regardless of whether they are black, colored, women, gay or people with which sexual orientation always acts. It's a damn right. Now that the door opens a little, even if it's just a tiny crack, thousands of people are pushing this door even wider open.

#### VISIBILITY CHANGES ...

Absolutely. Today we see a lot more black artists, a lot more black art. But the fact is, it has always been there. Contemporary art as we understand it would simply not exist without black aesthetics. It is simply impossible. «



**DEGUSSA:  
THE SIMPLEST WAY  
TO INVEST IN  
PRECIOUS METALS.**

**G**old has been the strongest currency for 6000 years and is therefore considered a solid long-term investment. As the largest independent precious-metal trader in Europe outside the banking system, Degussa is able to offer you comprehensive advice in our Swiss branches in Zurich and Geneva. We help you compile your personal investment portfolio with a wide selection of Degussa-branded gold bars that include a security number. We also offer bullion coins as an alternative investment opportunity. In addition, we have collectible coins and high-carat precious-metal gifts. For safe storage, we offer state-of-the-art safe deposit box facilities protecting your assets 24/7.

Further information and online shop at:  
**DEGUSSA-GOLDHANDEL.CH**

**YOU CAN  
ALSO VISIT US  
ONLINE**

**SHOWROOMS:**  
BLEICHERWEG 41 · 8002 ZÜRICH  
PHONE: +41 44 403 41 10  
QUAI DU MONT-BLANC 5 · 1201 GENEVA  
PHONE: +41 22 908 14 00

**Degussa**   
GOLD AND SILVER.



ZÜRICH | GENEVA | FRANKFURT | MADRID | LONDON

**COTE** M A G A Z I N E **TREASURES**

**WATCHES & JEWELLERY: COMEBACK DER CHRONOGRAPHEN. ROSA JUWELEN**

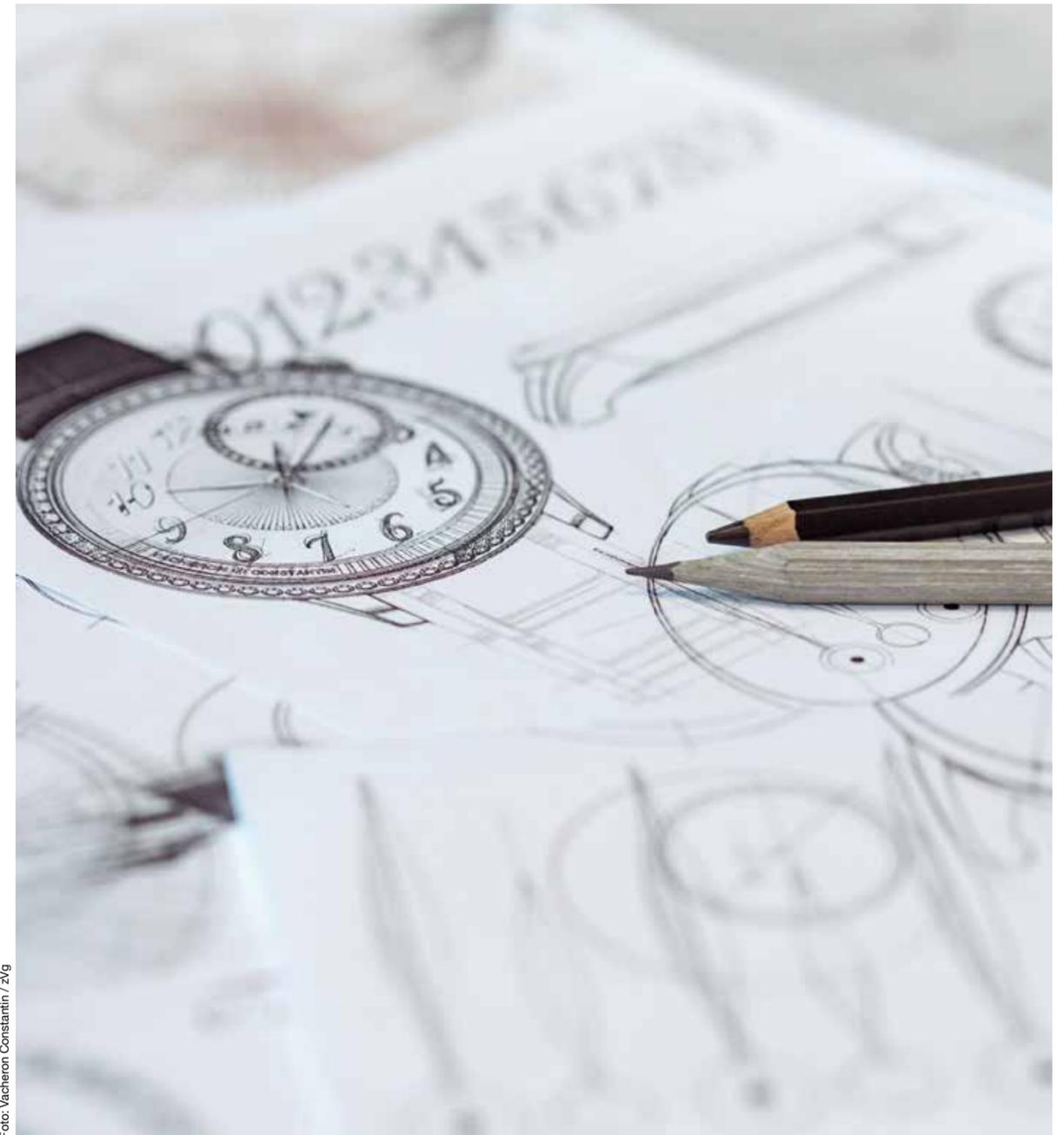


Foto: Vacheron Constantin / zVg

Am Anfang ist die Zeichnung: Skizze der neuen Uhr «Égérie» in den Ateliers von Vacheron Constantin.

# Think PINK!

Schmuck- und Uhren erröten in pastellenen bis intensiven Tönen: von Rosé über Aprikosenuancen bis Fuchsia kleiden sie sich in die kühlen und warmen Varianten der weiblichsten aller Farben. Kitsch war gestern, heute ist La vie en rose cool!

Jewellery and watches blush in pastel to intense rosy hues: from rosé to apricot to fuchsia, they dress in the cool and warm nuances of the most feminine of all colours. Kitsch was yesterday, today la vie en rose is cool!

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)



Chanel

Extra entwickelte Fertigungstechniken den soliden Materialien der «Tweed de Chanel»-Haute-Joaillerie-Kollektion Beweglichkeit und Unregelmässigkeit ein als wären sie aus dem schottischen Wollstoff gefertigt. Bracelet «Tweed Couture» aus Roégold und Platin mit pinkfarbenen Saphiren, Kulturperlen, Diamanten, Spinellen, im Zentrum ein pinker Spinel von 6.72 Karat.

Specially developed manufacturing techniques give flexibility and irregularity into the solid materials of the «Tweed de Chanel» high jewellery collection as if they were made from the Scottish wool fabric. «Tweed Couture» bracelet made of rose gold and platinum with pink sapphires, culture pearls, diamonds, spinels, in the center a pink spinel of 6.72 carats.



### Vacheron Constantin

Exzentrische Uhrendesigns gehören seit Beginn des 19. Jahrhunderts zu den Spezialitäten der Genfer Manufaktur. Bei diesem brandneuen Damenmodell zeigt sich die Spielerei durch die zwischen 1 und 2 Uhr platzierten Datumsanzeige und Aufzugskrone. Uhr «Égérie Automatique» aus Roségold mit Diamanten, hauseigenes Automatikuhwerk mit 40 Stunden Gangreserve, Genfer Streifendekor, Schwungmasse aus Gold.

Eccentric watch designs have been a speciality of the Geneva manufacturer since the beginning of the 19th century. This brand new women's model shows the variation with the date display and winding crown placed between 1 and 2 a.m. «Égérie Automatique» watch in rose gold with diamonds, in-house automatic movement with 40-hour power reserve, Geneva stripe decor, gold flywheel.



### Patek Philippe

Die Damen-Versionen der «Nautilus» glänzten bisher meistens mit Diamanten auf der Lünette, jetzt konzentriert sich das ikonische Uhrenmodell aus den 70er-Jahren wieder ganz auf sein starkes Design. Aus Roségold mit Automatikuhwerk, opalgoldenes Zifferblatt, Armband dank neuer Faltschliesse verlängerbar.



### Cartier

The jeweller enchains the time and presents the «Maillon de Cartier» watch (16 x 17 mm). The twisted chain links give the elegant timepiece a surprising volume and dynamic movement. Rose gold with diamonds, quartz calibre.



### Hermès

The new very small model - Très Petit Modèle - of the watch designed by the designer Henri d'Origny in 1991 in the form of a rectangle in a rectangle combined with Robert Dumas' anchor chain design from 1938. «Nantucket Jeté Chaîne d'Encre» (17 x 23 mm) made of stainless steel with diamonds, bracelet in Swift calfskin in the color «Rose Extrême», Swiss quartz movement.



### Van Cleef & Arpels

Neuaufgabe des ikonischen Designs das von 1934 bis 1950 produziert wurde: Das Armband «Ludo» erinnert an einen Gürtel und ist aus sechseckigen Gliedern gefertigt. Es ist benannt nach Louis, dem jüngsten der Arpels-Brüder, den seine Freunde «Ludo» nannten. Aus Roségold mit Rubinen und Koralle.



*Piaget*

Der ultrafache Klassiker im pastellfarbenen Frühlingskleid: Uhr «Altiplano» (34 mm) aus Roségold mit 72 Diamanten, Perlmutterzifferblatt, ultradünnes Automatik-Uhrwerk mit Genfer Streifen. Limitierte Auflage.



*Lydia Courteille Paris*

The «La Vie en rose» collection celebrates the love and glamour of Paris, and the colour pink. The design is inspired by cabarets, luxurious lingerie and charming frivolities. Earrings in rose gold and titanium, morganite, sapphire.



*Breitling*

The Grenchen watch brand is relaunching its iconic «Navitimer» model with the characteristic slide rule bezel from 1952 as a women's watch. «Navitimer Automatic» (35 mm) made of red gold, with the brand's own mechanical self-winding movement, mother-of-pearl dial with 12 diamonds.



*Bulgari*

Das stilisierte Schlangen-Design verführt in einer neuen Uhrenlinie mit sehr flachem Gehäuse. Uhr «Serpenti Seduttori» (33 mm) aus Roségold mit Diamanten und rosafarbenem Rubellit-Cabochon, Armband mit Schlangenschuppenmuster, Quarzwerk.



*Gübelin*

Der Luzerner Juwelier und Farbedelstein-Spezialist hat seine neue Kollektion «Aurora» dem seltenen Padparadscha-Saphir aus Sri Lanka gewidmet. Der Stein fasziniert mit seiner zwischen Rosa und Orange oszillierenden Farbe. Collier «Blushing Wing» aus Rotgold mit Padparadscha-Saphiren, fancy Saphiren, Diamanten. The Lucerne jeweler and gemstone specialist has dedicated his new collection «Aurora» to the rare Padparadscha sapphire from Sri Lanka. The stone fascinates with its color oscillating between pink and orange. «Blushing Wing» necklace in red gold with Padparadscha sapphires, fancy sapphires, diamonds.



*Hublot*

L'heure en rose ... Die Manufaktur aus Nyon hat sich zum Spezialisten für farbige Keramik entwickelt, die jetzt auch zu Gehäusen für Damenuhren verarbeitet wird. Uhr «Spirit of Big Bang Pink Ceramic» (39 mm) aus Keramik mit Titan, 50 Diamanten, Automatikuhwerk mit 50 Stunden Gangreserve.  
L'heure en rose ... The Nyon manufactory has developed into a specialist in coloured ceramics, which is now also being used for cases for women's watches.  
«Spirit of Big Bang Pink Ceramic» watch (39 mm) made of ceramic with titanium, 50 diamonds, automatic movement with 50 hour power reserve.



*Graff*

Diamanten kommen in allen Farben des Regenbogenspektrums vor. Allerdings sind sie dann sehr, sehr selten. Zu den rarsten und gefragtesten gehören die rosafarbenen Exemplare wie in der beweglich konstruierten «Floral Brooch» aus Rosé- und Weissgold mit pinkfarbenen und weissen Diamanten von total 63 Karat.



*Dior*

With the new High Jewellery line the couture house and its jewellery designer Victoire de Castellane honor the «Toi et Moi» love ring design, which goes back to Napoleon and Joséphine. Such rings always have two central (gemstone) motifs. «Dior et Moi» ring in rose and white gold, with diamonds, kunzite, culture pearls, pink sapphires and pink lacquer.



*Harry Winston*

One of the most romantic designs from the New York jewellery house owned by the Swatch Group is «Forget me not». Actually in blue, the design studio also allows interpretations like these earrings made of white gold with diamonds and pink sapphires.



*Century*

Der auf Saphir-Gehäuse spezialisierte Uhrenhersteller aus Nidau bei Biel hat sich an der Place de l'Etoile in Paris inspiriert. Die «Master Imperial L'Avenue» (28 mm) erinnert an den kreisrunde Platz und die 12 Avenuen, die davon ausgehen. Aus Weissgold und Century-Saphir, mit 121 Diamanten, Perlmutterzifferblatt und Alligatorlederarmband, Quarzuhwerk.

# STOP AND GO!

Sie gehört zu den einfacheren, dafür umso nützlicheren Komplikationen in der Uhrenwelt: die Stoppfunktion zur Kurzzeitmessung hatte ihren Durchbruch bei Armbanduhren in den 1940er- und 1950er-Jahren. Chronographen, gerne im Vintage-Look der damaligen Zeit, sind zurück im Rennen.

It is one of the simpler, but all the more useful complications in the watch world: the stop function for short-term measurement had its breakthrough in wristwatches in the 1940s and 1950s. Chronographs, often with the vintage look of that time, are once again back in the race.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)

ATTENTION PLEASE!

## LONGINES

«The Longines Heritage Classic Chronograph 1946» (40 mm) aus Edelstahl, mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug und 54 Stunden Gangreserve, von ETA exklusiv für die Marke entwickelt, bombiertes Zifferblatt. Die Marke pflegt und hegt ihr Heritage-Segment wie wenige andere. Die Neuauflage eines Uhrenmodells aus der zweiten Hälfte der 1940er-Jahre vereint Vintage Uhremacherkunst mit neuester Mechanik und Technologie.

«The Longines Heritage Classic Chronograph 1946» (40 mm) made of stainless steel, mechanical movement with automatic winding and 54 hour power reserve, developed by ETA exclusively for the brand, convex dial.

The brand maintains and cherishes its heritage segment like few others. The new edition of a watch model from the second half of the 1940s combines vintage watchmaking with the latest mechanics and technology.



## IWC SCHAFFHAUSEN

«Portugieser Chronograph» (41 mm) aus Edelstahl, mit Manufakturwerk mit automatischem Aufzug, vergoldete Zeiger und Appliken, schwarzes Alligatorlederarmband. Im ikonischen und beliebten Uhrenklassiker tickt neu ein Manufakturkaliber. Um den im Haus gefertigten Antrieb würdig zu präsentieren ist der erfolgreiche Chronograph jetzt mit einem Sichtboden versehen.

«Portugieser Chronograph» (41 mm) made of stainless steel, with a manufacture movement with automatic winding, gold-plated hands and appliques, black alligator leather strap. An in-house caliber is now ticking in the iconic and popular watch classic. In order to present the movement manufactured in-house with dignity, the successful chronograph is now equipped with a transparent bottom.



## GLASHÜTTE ORIGINAL

Chronograph «Sixties» (42 mm) aus Edelstahl, Gewölbtes lackiertes Zifferblatt mit Farbverlauf, Front- und Bodenglas aus gewölbtem Saphirglas. Braungraues Nubuk-Kalbslederarmband mit Dornschnelle. Die Jahresedition 2020 ist erneut inspiriert von den Uhren, die in den 1960er-Jahren in der Kleinstadt Glashütte in Sachsen gebaut wurden. Die Farbwahl des Zifferblattes fiel dieses Mal auf ein kühles Gletscherblau mit Dégradé-Effekt. Die Traditionsmarke fertigt 95 Prozent aller Uhrenteile inklusive Zifferblätter selbst.

Chronograph «Sixties» (42 mm) made of stainless steel, domed lacquered dial with colour gradient, front and bottom glass made of domed sapphire glass. Brown-gray nubuck calfskin strap with pin buckle. The 2020 annual edition is again inspired by the watches that were built in the small town of Glashütte in Saxony in the 1960s. The choice of colour for the dial fell this time on a cool glacier blue with a dégradé effect. The traditional brand manufactures 95 percent of all watch parts including dials itself.

SPEED!

## TAG HEUER

«Carrera 160 Years Silver Limited Edition» (39 mm) aus poliertem Edelstahl mit silbern gebürstetem Zifferblatt und gewölbtem Saphirglas, mit automatischem Chronographen-Manufakturwerk, Armband aus Alligatorleder. Die Uhrenlinie hat ihren Namen vom legendären Carrera Panamericana Strassenrennen entlehnt und wurde ursprünglich für professionelle Rennfahrer entwickelt. Die Zeitmesser zeugen vom Rennsport-Erbe, den diese Uhren-Ikonen seit 60 Jahren mit sich tragen. Z.B in diesem neuen, technisch aktualisierten Modell von 1964.

«Carrera 160 Years Silver Limited Edition» (39 mm) made of polished stainless steel with a brushed silver dial and domed sapphire crystal, with automatic chronograph manual movement, alligator leather strap. The watch line got its name from the legendary Carrera Panamericana street race and was originally developed for professional racing drivers. The timepieces testify to the racing heritage that these watch icons have carried with them for 60 years. For example, in this new, technically updated model from 1964.



## BREITLING

«AVI 1953 Edition» (41 mm) aus Platin, mit hauseigenem COSC-zertifiziertem mechanischem Manufakturkaliber mit Handaufzug und 70 Stunden Gangreserve, stark gewölbtes Hesalitglas, Lederarmband im Vintage-Stil. Der robuste Fliegerchronograph ist neben der «Navitimer» das zweite berühmte Uhrenmodell der Marke. Die Neuauflage des Originalmodells von 1953 hat eine Super-Luminova-Beschichtung, deren Farbe dem originalen nachleuchtenden Material exakt nachempfunden ist. Den Vintage-Charme gibt's auch im Rotgold- und im Stahlgehäuse.

«AVI 1953 Edition» (41 mm) made of platinum, with in-house COSC-certified mechanical in-house caliber with manual winding and 70-hour power reserve, strongly domed hesalite glass, leather strap in vintage style. In addition to the «Navitimer», the robust pilot's chronograph is the brand's second famous watch model. The new edition of the original model from 1953 has a Super Luminova coating, the color of which is exactly based on the original noctilucent material. The vintage charm is also available in the red gold and steel case.



## CARL F. BUCHERER

Chronograph «Heritage BiCompax Annual» (41 mm) aus Edelstahl und Roségold, Automatik-Kaliber CFB 1972 mit Grossdatum und Jahreskalender, roséchampagnerfarbenes Zifferblatt mit Tachymeterskala, cognacfarbenes Kalbslederarmband. Eine Hommage an das Design der späten 40er- und frühen 50er-Jahre als die Uhr mit Stoppfunktion für die Kurzzeitmessung ihren Durchbruch erlebte. Sportlich, dynamisch wie die Zeit des Wirtschaftswunders, als das Leben nach dem Krieg wieder Fahrt aufnahm.

Chronograph «Heritage BiCompax Annual» (41 mm) made of stainless steel and rose gold, automatic caliber CFB 1972 with big date and annual calendar, rose champagne-colored dial with tachymeter scale, cognac-colored calfskin strap.

A tribute to the design of the late 1940s and early 1950s when the watch with a stop function for short-term measurement experienced its breakthrough. Sporty, dynamic like the time of the Wirtschaftswunder when life after the war picked up speed again.



# «THE STAFF CALL ME THE ARCHAEOLOGIST»

Er bewarb einst die Produkte eines italienischen Süßwarengiganten, bevor er über Abstecher in die Elektronik- und Autobranche in der Welt der Uhren landete. Seit knapp fünf Jahren leitet Davide Cerrato innerhalb der Richemont-Gruppe die Uhrendivision von Montblanc. Der Piemonteser fährt auf der Basis von Tradition und Technologie auf Erfolgskurs.

He once advertised the products of an Italian confectionery giant before landing in the world of watches via a detour into the electronics and car industries. Davide Cerrato has been managing the Montblanc watch division within the Richemont Group for almost five years. The Piedmontese is on the road to success based on tradition and technology.

Marianne Eschbach (interview) Montblanc / zVg (fotos)

**A**ites und Neues stilvoll zu vereinen ist wohl das, was Davide Cerrato im Blut liegt. In Sachen Uhren sozialisiert in den 70er-Jahren mit einer Casio, erlebte er seine Erweckung in jungen Jahren durch vom Grossvater und vom Vater geschenkte analoge Uhren. Vintage-Modelle haben es ihm bis heute angetan. Mit markanter Brille, stilvoll zur Fliege gebundenem Schlips und sowieso stets tadellos gekleidet ist Montblancs Uhren-Verantwortlicher eine optisch auffällige dabei aber wohltuend zurückhaltende Figur in der Branche. COTE MAGAZINE hat ihn in Villeret, im modernen Penthouse im Minerva-Gebäude getroffen, an dem Ort, wo seit über 160 Jahren Präzisions-Uhrwerke gebaut werden. Sie ticken heute in der Königsklasse der Montblanc-Uhren.

**COTE MAGAZINE: WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN MUSS SICH DIE UHRENBRANCHE STELLEN?**

*Davide Cerrato:* Man muss sehr agil sein, weil der Markt sehr instabil ist. Man muss schnell reagieren um sich den Situationen anzupassen. Man muss auch sehr innovativ sein. Viele sind defensiv im Moment und viele kopieren das, was andere bereits machen. Ich bin da anderer Meinung finde man soll gerade jetzt mit starken Neuheiten punkten.

**WAS SIND DIE TRENDS IM UHRENDISIGN?**

Bei den Farben sind es Saphirblau und Grün. Bei Montblanc waren wir mit dem Eindrücker-Chronograph in Militärgrün eine der ersten Marken, die grüne Uhren gezeigt hat. Die Farbe etabliert sich. Alle kommen mit grünen Uhren. Rot als Farbe steht auch in der Pipeline. Es ist eine komplizierte Farbe, aber ich sehe rot auf Lünetten und Zifferblättern. In Sachen Grösse gibt es eine Rückbesinnung auf klassische Durchmesser von 38 bis 39 mm. Man muss wissen, dass sich die Trends immer relativ langsam etablieren. Man wird nicht in einem Rutsch von grossen 47-mm-Uhren auf 37-mm-Modelle verkleinern. In Asien und bei den Frauen geht der Wunsch in die entgegengesetzte Richtung. Sie mögen jetzt grössere Uhren von 36 mm bzw. 38 mm. Das sind sehr tragbare Durchmesser.

**IN DER MODE NÄHERN SICH DIE GESCHLECHTER AN.**

Ich würde es so sagen: Was in der Vergangenheit Männer- und Frauen-Uhren waren, sind heute Kategorien wie klassische Uhren, Sportuhren, Uhren für Anlässe mit Garderobepflicht usw. Ein «All Black»-Chronograph von 43 mm kann von einem Mann gekauft werden, oder für eine Frau. Die Gründe können sogar dieselben sein, weil so eine markante »



**GLETSCHER UND BERGGIPFEL**  
«Montblanc 1858 Geosphere bleue» (42 mm) aus blauem Titan. Die emblematische Uhr besitzt auf dem Zifferblatt zwei drehende Globen für die nördliche und die südliche Hemisphäre und verfügt über die Komplikation der universellen Zeitanzeige. Die Kollektion «1858» ist dem Alpinismus gewidmet, ihr Retro-Design ist von den 1930er-Jahren inspiriert. Der kühle Look des neuen Modells soll an Gletscher und verschneite Berggipfel erinnern.

**C**ombining old and new in style is probably what Davide Cerrato has in his blood. When it came to watches, he was socialized with a Casio in the 1970s. He experienced his awakening at a young age through analog watches offered to him by his grandfather and father. He still loves vintage models. With striking glasses, a stylish bow tie and always dressed impeccably anyway, Montblanc's watch manager is a visually distinctive but pleasantly reserved figure in the industry. COTE MAGAZINE met him in Villeret, in the modern penthouse inside the Minerva building, the place where precision movements have been built for over 160 years. They now tick in the premier class of Montblanc watches.

**COTE MAGAZINE: WHAT CHALLENGES DOES THE WATCH INDUSTRY HAVE TO FACE?**

*Davide Cerrato:* You have to be very agile because the market is very unstable. You have to react quickly to adapt to the situation. You also have to be very innovative. Many are defensive at the moment and many are copying what others are already doing. I disagree, you should find strong innovations right now.

**WHAT ARE THE TRENDS IN WATCH DESIGN?**

The colours are sapphire blue and green. At Montblanc, we were one of the first brands to show green watches with the military green monopusher chronograph. The colour gets established now. Everyone comes with green watches. Red as a color is also in the pipeline. It's a complicated colour, but I see red on bezels and dials. In terms of size, there is a return to classic diameters from 38 to 39 mm. You have to know that trends are always establishing themselves relatively slowly. You won't shrink from big 47 mm watches to 37 mm models in one go. In Asia and among women, the desire is in the opposite direction. Asians now like larger watches of 36 mm and 38 mm. These are very portable diameters.

**IN FASHION, THE GENDERS CONVERGE.**

I would put it this way: what used to be men's and women's watches are today categories such as classic watches, sports watches, watches for occasions with a dress code, etc. An «All Black» chronograph of 43 mm can be bought by a man, or for a woman. The reasons can even be the same, because such a striking watch makes a statement. For example, it symbolizes strength. I really wish we were over these stereotypes women would wear baby pink or baby blue watches. There are so many colors and shapes. We also see a mixture in the watches set with stones. In Asia and the Middle East, there are more and more men who buy watches with a diameter of 37 mm or 38 mm. »



## ZEITREISE

«Montblanc Heritage Monopusher Chronograph» (42 mm) aus Edelstahl mit lachsroséfarbenem Zifferblatt. Das Design ist von den 1940er-Jahren inspiriert. Als Referenz an die Zeit, als man mit Münzfernsprechern telefonierte, finden sich im Minutenzähler gut sichtbare Indikatoren bei drei, sechs und neun Minuten. Automatikuhrwerk.



## EMAILLE UND MANUFATUR-UHRWERK

«Montblanc 1858 Split Second Chronograph» (44 mm) aus Titan. Zifferblatt aus Grand Feu Emaille mit leuchtend blauem Farbverlauf und spiralförmiger Tachymeterskala (für die Geschwindigkeitsmessung) sowie Telemeterskala (für die Distanzmessung). Die Uhr verfügt über einen Schleppzeiger-Mechanismus zur Kurzzeitmessung ohne eine gleichzeitige Langzeitmessung zu unterbrechen. Ausgestatten mit einem Villeret-Manufakturuhrwerk. Limitierte Edition.



## MANUFATUR SEIT ÜBER 160 JAHREN

Die Montblanc Manufaktur in Villeret, Montblancs Movement & Innovation Excellence Center, befindet sich im Gebäude, in dem 1858 die Uhrenmarke Minerva gegründet wurde. Die Manufaktur konzentriert sich auf die Entwicklung, Prototypen-Entwicklung und den Zusammenbau aller im Hause hergestellten Uhrwerke, die sowohl aufwendige als auch kleine Komplikationen umfassen.



## DER HERZSCHLAG DER UHR

Villeret ist einer der letzten Orte, an dem die meisten traditionellen Uhrmachertechniken mit all ihrer mikro-mechanischen Raffinesse immer noch minutiös von Hand ausgeführt werden. Die Montblanc Manufaktur in Villeret beherrscht auch die komplexe Herstellung der Unruhspirale im Haus. Auf dem Bild werden Unruh und Unruhspirale reguliert.

» Uhr ein Statement abgibt. Sie symbolisiert zum Beispiel Stärke. Ich wünsche mir wirklich, dass wir über diese Klischees Frauen würden Uhren in Babyrosa oder Babyblau tragen hinweg sind. Bei den mit Steinen gefassten Uhren sehen wir ebenfalls eine Durchmischung. In Asien und im mittleren Osten gibt es immer mehr Männer, die mit Edelsteinen besetzte Uhren von 37 mm oder 38 mm Durchmesser kaufen.

## UND IN SACHEN TECHNOLOGIE UND KONSTRUKTION, WAS TUT SICH DA?

Das Interesse an Tourbillons ist etwas rückläufig. Gerade in Asien, wo sich technologisch anspruchsvolle und teure Tourbillons sehr gut verkauft haben, passt sich der Geschmack internationalen Tendenzen an. Wir sehen überall die Rückkehr von Sportuhren. Der Chronograph hat demzufolge wieder einen sehr grossen flamboyanten Moment. Das freut uns sehr, denn wir und haben da ein reiches Erbe vorzuweisen. In Sachen Konstruktion sehen wir im Moment keine neuen unglaublichen Dinge. Sehr interessant ist allerdings der Einsatz von 3D-Druckern, welche die Entwicklungszyklen stark beschleunigen. Damit geht es ganz schnell von der Zeichnung zum Modell. Das beschleunigt gesamthaft die Entwicklung neuer Uhren.

IHRE INSPIRATION HOLEN SIE HAUPTSÄCHLICH AUS DEN ARCHIVEN DER EHEMALIGEN MINERVA-MANUFATUR, IN DEREN GEBÄUDE IN VILLERET DIE EXKLUSIVEN MONTBLANC-UHREN GEFERTIGT WERDEN. ES SOLL DA EINEN BERÜHMTESTRICH GEBEN, ZU DEM NIEMAND ZUTRITT HAT, AUSSER SIE SELBST... Das ist richtig. Es gibt einen unerforschten Teil der Archive. Ich liebe es, mich dort auf die Suche nach Samenkörnern zu machen aus denen morgen neue Uhren gedeihen können. Jedes Mal, wenn ich mich in diese Archive gebe, finde ich unglaublich inspirierende Dinge wie Zifferblätter, Zeiger und andere Bauteile. Sie stammen aus 160 Jahren Geschichte. Es gibt noch viel zu entdecken und die Inspiration ist unendlich. Die Mitarbeitenden nennen mich bereits den Archäologen.

MONTBLANC STELLT BEI MINERVA DIE UNRUHSPIRALEN FÜR DIE OBERSTE UHRENKLASSE IM EIGENEN HAUS HER. GIBT ES NOCH ANDERE ZIELE, DIE SIE ERREICHEN WOLLEN? In den Trouvaillen aus den Archiven liegt sehr viel spannendes Potenzial in Bezug auf die Dimensionen der Uhrwerke. Minerva hat in der Vergangenheit sehr interessante Dinge entwickelt. Es sind Sachen dabei, die selten zur Anwendung kamen. Sie stellen für uns eine Herausforderung dar, weil es Dinge sind, die man vergessen hat. Aber sie werden uns vorwärts bringen. »

«Luxusuhren sind sowohl mit dem Moment verbunden, als auch komplett von ihm losgelöst. Ein Luxusobjekt muss die Zeit überdauern.»

Davide Cerrato

«Luxury watches are both connected to the moment and completely detached from it. A luxury object has to endure time.»

Davide Cerrato

» AND WHEN IT COMES TO TECHNOLOGY AND CONSTRUCTION, WHAT'S GOING ON? The interest in tourbillons is declining somewhat. Especially in Asia, where technologically sophisticated and expensive tourbillons have sold very well, the taste is adapting to international trends. We see the return of sports watches everywhere. The chronograph therefore has a very large flamboyant moment again. We are very pleased because we have a rich heritage there. When it comes to construction, we don't see any new incredible things at the moment. However, it is very interesting to use 3D printers, which greatly accelerate the development cycles. We quickly move from the drawing to the model today. Overall, this greatly accelerates the development of new watches.

DESPITE THE LATEST TECHNOLOGIES, YOU GET YOUR INSPIRATION MAINLY FROM THE ARCHIVES OF THE FORMER MINERVA MANUFACTORY, IN WHOSE BUILDING IN VILLERET THE EXCLUSIVE MONTBLANC WATCHES ARE MADE. THERE IS SAID TO BE A FAMOUS ATTIC TO WHICH NO ONE HAS ACCESS EXCEPT YOURSELF ...

That is correct. There is an unexplored part of the archives. It is not very neat up there. We are working on tidying up. I really like it there. I am not very neat myself and love to go there to find the seeds from which new timekeepers can thrive tomorrow. Every time I go to these archives, I find incredibly inspiring things like dials, hands and other components. They come from 160 years of history. There is still a lot to discover and the inspiration is endless. The staff already call me the archaeologist.

MONTBLANC PRODUCES THE BALANCE SPIRALS FOR THE TOP WATCH CLASS IN-HOUSE AT MINERVA AND THUS MASTERS THE SUPREME DISCIPLINE AS A MANUFACTURER. ARE THERE STILL OTHER GOALS YOU WANT TO ACHIEVE?

There is a great deal of exciting potential in the archive finds with regard to the dimensions of the movements. Minerva has developed very interesting things in the past. There are things that were rarely used. They are a challenge for us because they have been forgotten. But they will take us forward.

WHAT ABOUT DIGITAL PRODUCTS AT MONTBLANC?

With the «Summit 2» we presented the new version of our digital watch. In this area, we work with the technology department in Hamburg, that develops technological products such as augmented paper. These products respond to needs that are completely different from those of analog watches. Our first smartwatch was so successful »

### » WIE SIEHT ES BEI MONTBLANC MIT DIGITALEN PRDUKTEN AUS?

Wir haben mit der «Summit 2» die neue Version unserer digitalen Uhr präsentiert. In diesem Bereich arbeiten wir mit der Technikabteilung in Hamburg zusammen, die technologische Produkte wie Augmented Paper entwickeln. Diese Produkte antworten auf Bedürfnisse, die total komplett anders sind als diejenigen analoger Uhren. Unsere erste Smartwatch war ein so grosser Erfolg, dass wir dieses Projekt weiterverfolgen. Es ist ein neues Segment für uns in einem ganz von der mechanischen Uhr losgelösten Bereich. Trotzdem funktionieren diese Produkte gut für Montblanc. Sie sind profitabel. Die digitale technische Plattform wurde eigens gegründet, um sie auch für andere Entwicklungen nutzen zu können. Man wird diesbezüglich noch vieles von uns entdecken können.

### GIBT ES TROTZDEM VERBINDUNGEN ZWISCHEN VILLERET BZW. LE LOCLE UND HAMBURG?

Das Design für die «Summit» ist hier im Schweizer Jura entstanden. Der Vintage-Look für eine Smartwatch war sehr unerwartet, deshalb läuft sie auch so gut. Das elektronische Modul dafür kommt aus China. Wir sind hier in einer ganz anderen Preiskategorie als man sie von Montblanc-Uhren kennt. Diese technologischen Produkte sprechen eine andere Kundschaft an.

### WER SIND DIE MONTBLANC-KUNDEN?

Wir decken mit unserem Angebot eine grosse Bandbreite ab. Wir haben klassische Produkte für ältere Kunden und neue technologische für die Jungen. Ganz allgemein ist es uns gelungen, unsere Uhren-Kundschaft zu verjüngen. Dies dank der Sportuhren, den neuen Materialien, den Armbändern und den attraktiven Preisen. Auf der anderen Seite des Segments sprechen wir mit unseren Minerva-Uhren die echten Sammler an. Für die Wohltätigkeits-Auktion «Only Watch» haben wir einen Schleppeiger-Chronographen, ein exklusives Einzelstück gebaut.

### LOHN ES SICH, EINZELSTÜCKE HERZUSTELLEN?

Definitiv. Gerade die Ethik hinter «Only Watch» ist grossartig. Wir sprechen hier von wirklichen Werten. Die Teilnahme ist eine gute Möglichkeit, zu zeigen, was unser Haus zu leisten vermag.

### WAS SIND DIE HAUPTUNTERSCHIEDE ZWISCHEN MONTBLANC-UHREN AUS VILLERET UND SOLCHEN, DIE IN LE LOCLE GEFERTIGT WERDEN?

Heute sind Montblanc-Uhren auf drei Preis-Ebenen konstruiert. Bis 5000 Franken mit Werken von ETA, Sellita und Dubois Depraz. Zwischen 5000 und 25000 Franken mit sogenannten von uns entwickelten industriellen Manufakturwerken. Das ist bei Uhren wie »



**SMART IM TRADITIONSKLEID**  
«Montblanc Summit 2+ Smartwatch» (43,5 mm) aus Edelstahl. Sieht aus wie eine traditionelle Uhr und ist von der «1858»-Kollektion inspiriert, im inneren gibt's aber Technologie statt Mechanik, mit Geschwindigkeitsmesser, Höhenmesser, Barometer, Kompass und GPS. Via eingebauten Konfigurator können über 1000 verschiedene Looks gewählt werden.



**NEUER RETRO-LOOK**  
«Montblanc Heritage Automatic» (40 mm) aus Gelbgold mit englisch grün lackiertem Zifferblatt und englisch grünem Sumato Alligatorlederrmband aus der eigenen Pelleteria der Richemont-Gruppe in Florenz für eine Retro-Allüre. Die Farbkombination von Grün mit Gelbgold ist neu. Der Zeitmesser wird von einem Montblanc Automatik-Uhrwerk angetrieben.

» that we are continuing to pursue this project. It is a new segment for us in an area completely separate from the mechanical watch. Nevertheless, these products work well for Montblanc. They are profitable. The digital technical platform was founded specifically so that it could also be used for other developments. In this regard, we will still be able to discover a lot.

### ARE THERE CONNECTIONS BETWEEN VILLERET OR LE LOCLE AND HAMBURG?

The design for the «Summit» was created here in the Swiss Jura region. The vintage look for a smartwatch was very unexpected, which is why it runs so well. The electronic module for this comes from China. We are in a completely different price category than the one you know from Montblanc watches. These technological products, which we offer in various of our boutiques, appeal to a different clientele.

### WHO ARE THE MONTBLANC CUSTOMERS?

We cover a wide range with our offer. We have classic products for older customers and new technological ones for the young. In general, we have succeeded in rejuvenating our watch customers. This is thanks to the sports watches, the new materials, the bracelets and the attractive prices. On the other side of the segment, we address real collectors with our Minerva watches. For the «Only Watch» charity auction, we built a rattrapante chronograph, an exclusive single piece.

### IS IT WORTH MAKING SINGLE PIECES?

Definitely. The ethics behind «Only Watch» is particularly great. We are talking about real values. The participation is a good way to show what our house can do.

### WHAT ARE THE MAIN DIFFERENCES BETWEEN MONTBLANC WATCHES FROM VILLERET AND THOSE MADE IN LE LOCLE?

In the past there were the Montblanc watches and the very high-quality Villeret collection. Today, we've totally changed the strategy. Today Montblanc watches are constructed at three price levels. Up to 5000 Swiss francs with movements by ETA, Sellita and Dubois Depraz. Between 5000 and 25000 Swiss francs with so-called industrial manufacture movements developed by us. This is the case with watches like the «Geosphère», the «Rieussec» or the «Timewalker» chronograph. Minerva calibers are available from a price of 25,000 Swiss francs. All watches that are manufactured here in Villeret are hand made and finished by hand. There are a maximum of 100 of them per year.

DID MONTBLANC WATCHES ARRIVE WHERE YOU WANTED TO GO AFTER 20 YEARS ON THE MARKET? »

» der «Geosphère», der «Rieussec» oder den «Time-walker»-Chronographen der Fall. Ab einem Preis von 25000 Franken gibt es dann die Minerva-Werke. Alle Uhren, die hier in Villeret hergestellt werden, sind von Hand gemacht und von Hand finisziert. Davon gibt es maximal 100 Stück im Jahr.

### SIND MONTBLANC-UHREN NACH 20 JAHREN DORT ANGEKOMMEN, WO SIE HIN WOLLTEN?

Definitiv. Wir sind auf dem Radar der Industrie und der Uhrenfans. Die starke Geschichte von Minerva hat viel dazu beigetragen. Es war ein langer Weg zum Eindrücker-Chronographen, den Farben, den Armbändern aber wir haben damit Anerkennung erreicht. Die Sammler kaufen uns. In den letzten fünf Jahren hat sich unsere Käuferschaft stark verändert.

### IST EINE UHR HEUTE EIN ACCESSOIRE ODER EIN ZEITMESSER?

Ein Accessoire ist ein negativ besetzter Begriff. Ein Accessoire ist etwas Kurzfristiges und besitzt keine Tiefe. Eine Uhr hingegen ist ein zeitloses, poetisches, lebendiges Objekt, das an die nächste Generation weiter gegeben wird. Ihr Uhrwerk schlägt wie ein Herz. Ich bin davon fasziniert, wie Uhren Epochen überdauern, interessant bleiben und zu Ikonen werden. Die Zeit der Uhr ist im dauernden Dialog mit der Zeit des Menschen.

### SIE SIND SEHR GUT GEKLEIDET. VERFOLGEN SIE DIE MODE?

Ich versuche, ihr zu folgen. Der Streetwear bin ich allerdings nicht so verbunden, ich beobachte sie aber. Es gibt immer mal wieder grosse Diskussionen darüber, ob man die Mode und die Uhrmacherei näher zusammenbringen soll. Ich denke, die Uhrmacherei ist immer etwas neidisch auf die Aufregung, welche die Mode auslösen kann und auf ihre Verrücktheit. Man muss nur an die Fashionweeks gehen und schauen, was sich da abspielt. Mode und Uhren funktionieren mehrheitlich nach gegensätzlichen Regeln. Luxusuhren sind sowohl mit dem Moment verbunden, als auch komplett von ihm losgelöst. Ein Luxusobjekt muss die Zeit überdauern. Mode ist darauf programmiert, obsolet zu werden. Was heute kreierte wird, schaut morgen alt aus und wird durch etwas Neues ersetzt. Das Neue tötet das Vorhergehende. Mode ist das radikale Gegenstück zu den Uhren. «

[www.montblanc.com](http://www.montblanc.com)



**TRADITION TRIFFT MODERNE**  
Uhrmacher am Etabli in der ehemaligen Minerva-Manufaktur in Villeret im Berner Jura, die seit 2006 zur Richemont-Marke Montblanc gehört.

**TRADITION MEETS MODERNITY**  
Watchmakers at the etabli in the former Minerva factory in Villeret in the Bernese Jura, which belongs to the Richemont brand Montblanc since 2006.

» Definitely. We are on the radar of the industry and the watch fans. Minerva's strong history has contributed a lot. It was a long way to the monopusher chronograph, the colors, the bracelets, but we have achieved recognition. The collectors buy us. Our clients have changed a lot in the past five years.

### IS A WATCH AN ACCESSORY OR A TIMEPIECE TODAY?

An accessory is a term with a negative connotation. An accessory is short-term and has no depth. A watch, on the other hand, is a timeless, poetic, living object that is passed on to the next generation. A watch movement beats like a heart. I am fascinated by how clocks survive epochs, remain interesting and become icons. The time of the watch is in a constant dialogue with the time of the human.

### YOU ARE DRESSED VERY WELL. ARE YOU OBSERVING WHAT HAPPENS IN FASHION?

I try to follow fashion. I'm not that connected to streetwear, but I observe it as well. There are always big discussions about whether to bring fashion and watchmaking closer together. I think watchmaking is always a little jealous of the excitement that fashion can trigger and its craziness. You just have to go to the fashionweeks and see what is going on there. The majority of fashion and watches work according to opposite rules. Luxury watches are both connected to the moment and completely detached from it. A luxury object has to endure time. Fashion is programmed to become obsolete. What is created today looks old tomorrow and is replaced by something new. The new kills the previous. Fashion is the radical counterpart to watches. «



VACHERON CONSTANTIN «ÉGÉRIE AUTOMATIKAUFZUG» (Diese Seite)

Gehäuse (35 mm) aus Edelstahl, mechanisches Uhrwerk Kaliber 1088 mit automatischem Aufzug und Sekundenstopp, Diamanten auf der Lünette und der Datumsanzeige, Zifferblatt mit Plissee-Motiv in Tapiserie-Technik, Stahlarmband mit Faltschliesse. (Lederbustier von Isabel Marant auf mytheresa.com)

VACHERON CONSTANTIN «ÉGÉRIE MONDPHASE» (rechte Seite)

Gehäuse (37 mm) aus Edelstahl, mechanisches Uhrwerk Kaliber 1088 L mit automatischem Aufzug und Sekundenstopp, Diamanten auf der Lünette, Mondphasenanzeige mit Goldmonden, Perlmutterwolken und Diamanten, Mondsteincabochon auf der Krone, Stahlarmband mit Faltschliesse. (Metallic-Kleid von Alexandre Vauthier auf mytheresa.com)



# MUSE DER ZEIT

Das neue Uhrenmodell von Vacheron Constantin heisst «Égérie». Seine Muse ist die moderne Frau mit ihren vielen Facetten: klassisch, entspannt und anspruchsvoll.

The new watch model from Vacheron Constantin is called «Égérie». Its muse is the modern woman with her many facets: classic, relaxed and sophisticated.

Arthur Wollenweber (photos) Caroline Schwartz (realisation) Julie Ordon @ Marilyn Agency Paris (model) Fabien Giambona (hair & makeup)



VACHERON CONSTANTIN «ÉGÉRIE MONDPHASE»

Gehäuse (37 mm) aus Weissgold, mechanisches Uhrwerk Kaliber 1088 L mit automatischem Aufzug und Sekundenstopp, Diamantpavé auf dem Zifferblatt, Diamanten auf der Lünette und den Bandanstössen, Mondphasenanzeige mit Perlmuttermonden, Saphirglaswolken und Diamanten, Rosenschliff-Diamant auf der Krone, mit zwei austauschbaren Armbändern aus Alligatorleder und Satin mit diamantbesetzter Dornschiessle geliefert.  
(Asymmetrischer Overall von Stella McCartney auf mytheresa.com)



VACHERON CONSTANTIN «ÉGÉRIE QUARZ»

Gehäuse (30 mm) aus Roségold, Quarzuhrwerk Kaliber 1207 mit Datum, Diamanten auf der Lünette und der Datumsanzeige, Zifferblatt mit Plissee-Motiv in Tapiserie-Technik, mit drei austauschbaren Alligatorlederarmbändern mit Dornschiessle geliefert.  
(Trenchcoat von Moncler Genius Simone Rocha auf mytheresa.com)



VACHERON CONSTANTIN «ÉGÉRIE AUTOMATIKAUFZUG»

Gehäuse (35 mm) aus Roségold, mechanisches Uhrwerk Kaliber 1088 mit automatischem Aufzug und Sekundenstopp, Diamanten auf der Lünette und der Datumsanzeige, Zifferblatt mit Plissee-Motiv in Tapiserie-Technik, mit drei austauschbaren Alligatorlederarmbändern mit Dornschiessle geliefert. (Palettenbody von Jonathan Simkhai auf mytheresa.com)

ALPEOR®  
SWITZERLAND

NEW  
SERUM

OR DES ALPES

ET VOTRE PEAU RÉAPPREND  
À REMONTER LE TEMPS.



CHERCHEURS DE JEUNESSE  
POUR VOTRE PEAU

ALPEOR.COM

COTE MAGAZINE  
**VANITY**

LET'S FEEL GOOD: BEAUTIFUL WITH HEMP. SOAPS & SANITIZERS. LITTLE VANITIES



Foto: Nina Ricci x Antoinette Poisson PD / zVg

«L'Air du Temps» – Restaurierungsspezialisten verpacken ein berühmtes Parfum ...



Suzanne Santos ist seit über 30 Jahren die eine Hälfte hinter Aesop.

# The Fable of Beauty

**Stilprägend, wegweisend, anders: Seit über 30 Jahren geht das Kosmetikunternehmen Aesop seinen Weg. Hinter der Erfolgsgeschichte aus Australien steht CCO Suzanne Santos. COTE MAGAZINE hat sie auf einem Europatrip getroffen.**

Style-defining, groundbreaking, different: The cosmetics company Aesop has been on its way for over 30 years. CCO Suzanne Santos is behind the success story from Australia. COTE MAGAZINE met her on a European trip.

Marianne Eschbach (interview) Charlotte Perriand Archiv © ACHP\_ADAGP, Aesop / zVg (fotos)

Schlichtheit statt Blingbling bei der Verpackung, nüchterne Aufzählung der Inhaltsstoffe statt Jugendlichkeitsversprechen auf den Etiketts, Geschäfte, die nicht blenden sondern mit stringent ausgesuchter und vielfältiger Innenarchitektur überzeugen und statt Werbebotschaften lieber Literaturtipps, der Namensgeber war schliesslich ein Fabeldichter in der griechischen Antike: Aesop macht so ziemlich alles anders als die Branche. Und gerade darauf baut der Beauty-Outlaw aus Down Under seine schöne Geschichte.

Hinter dem Erfolg stehen, das trifft auf Suzanne Santos wörtlich zu. Denn offiziell ist Aesop das Produkt von Dennis Paphitis. Der Coiffeur und Sohn griechisch-zypriotischer Einwanderer hat sein Beautylabel vor 33 Jahren in Melbourne gegründet. Vom ersten Tag an diskret im Hintergrund agierend ist Suzanne Santos. Das zweite C in ihrem Business-Titel steht nicht für Communication wie sonst üblich, sondern für Consumer. Die Erfahrungen, die Kunden in den Geschäften und mit den Aesop-Produkten machen sind das oberste Anliegen des Unternehmens. So geht das Wasch- und Pflegeritual für die Hände, das der Kundschaft in jedem Geschäft offeriert wird nicht auf Corona sondern seit über 30 Jahren auf die oberste Chefin der Kundenpflege zurück.

**C**OTE MAGAZINE: WIE HABEN SIE ES GESCHAFFT, IN ETWAS ÜBER DREI JAHRZEHNTE VOM BEAUTY-STARTUP ZUR BEGEHRTEN INTERNATIONALEN KULTMARKE ZU WERDEN? WAS WAREN DIE SCHLÜSSELMOMENTE?  
*Suzanne Santos:* Einer der bedeutendsten Momente war, als Dennis Paphitis in Paris den Schlüssel aus seiner Hosentasche zog und die Tür zu dem Ladenlokal aufsperrte, das er angemietet hatte um die erste Aesop-Boutique ausserhalb von Australien zu eröffnen. Das war im Jahr 2006 und die Adresse war damals an der Rue Bonaparte mitten in Saint Germain. »



Die «Charlotte Perriand»-Rose der japanischen Gärtnerei Wabara duftet in Aesops neuem Eau de Parfum.

The «Charlotte Perriand» rose from the Japanese nursery Wabara smells in Aesop's new eau de parfum.

Simplicity instead of blingbling in the packaging, sober enumeration of the ingredients instead of promises of youthfulness on the labels, shops that do not dazzle but convince with stringently selected and varied interior design and prefer literature tips instead of advertising messages, after all, the namesake was a poet of fables in ancient Greece: Aesop does so pretty much anything different from the industry. And that is exactly where the beauty outlaw from Down Under builds its beautiful story on.

Standing behind the success is literally true for Suzanne Santos. Because officially Aesop is the product of Dennis Paphitis. The former hairdresser and son of Greek Cypriot immigrants founded his beauty label in Melbourne 33 years ago. Suzanne Santos has always been acting discreetly in the background. The second C in her business title does not stand for communication as usual, but for consumer. The experience that customers have in shops and with Aesop products is the company's primary concern. The washing and care ritual for the hands, which is offered to customers in every shop and in which the staff around the world is trained, does not go back to Corona, but to the head of consumer care for over 30 years.

**C**OTE MAGAZINE: HOW DID YOU MANAGE TO TURN THE BEAUTY STARTUP INTO A COVETED INTERNATIONAL CULT BRAND IN JUST OVER THREE DECADES? WHAT WERE THE KEY MOMENTS?

*Suzanne Santos:* One of the most significant moments was when Dennis Paphitis pulled the key out of his pocket in Paris and unlocked the door to the shop he had rented to open the first Aesop boutique outside of Australia. That was in 2006 and the address was on Rue Bonaparte in the middle of Saint Germain. »

## » WESHALB DIESE OBSESSION MIT PARIS?

Das ist eine lebenswichtige Frage in der Firmengeschichte. Dennis, ich und unser CEO Michael O'Keeffe hatten zusammen eine Art Roadtrip unternommen mit dem Ziel, einen Platz für unser erstes Geschäft ausserhalb Australiens zu finden. Wir flogen zuerst nach Los Angeles, dann nach New York und von da weiter nach Paris. Für Dennis war dies der Moment. Dort angekommen, gab es nichts mehr zu sagen, es musste Paris sein. Dennis' Eltern waren Zyprioten. Er wuchs in Melbourne in diesem europäisch geprägten Umfeld auf. Europa war für ihn immer der richtige und wunderbare Ort. Und der allerbeste Platz in Europa war Paris.

## PARIS ALS WIEGE DER LUXUSKOSMETIK IST EIN HARTES PFLASTER ...

Genau. Wenn man es da schafft in der Kosmetik hat das einen psychologisch nicht zu unterschätzenden Wert. Die Eröffnung in Paris war für uns ein enorm wichtiger Schritt und hat uns zu vielen weiteren Etappen geführt. Von den Anfängen zu Hause in Australien bis zur heutigen Reife hat Aesop eine sehr lange Reise hinter sich. Ich finde es schon bemerkenswert, was in diesen 33 Jahren alles passiert ist und wie es passiert ist.

## UM WEITER WACHSEN ZU KÖNNEN, HAT SICH AESOP VOR EIN PAAR JAHREN ZU EINEM GROSSEN SCHRITT ENTSCLOSSEN ...

Ja, Dennis wollte sich aus dem Tagesgeschäft zurückziehen und hat entschieden, die Mehrheit am Unternehmen zu verkaufen. Wir gehören heute zum brasilianischen Natura Cosmetics Konzern. Sie besitzen auch The Body Shop. Das funktioniert sehr gut. Die Inhaber sind auf derselben Linie wie Aesop. Ich mache weiterhin dieselbe Arbeit, Dennis ist heute noch als Berater dabei.

## STEHEN SIE VOR NEUEN HERAUSFORDERUNGEN?

Herausforderungen klingen nach Leiden, das ist bei uns nicht der Fall. Wir leiden gar nicht. Wir haben ja auch keinen gewöhnlichen Zugang zur Kosmetik. Die Dinge verändern sich, die Kunden verändern sich. Das sind einfach Situationen, durch die man hindurch muss.

## WIE HALTEN SIE AESOP ATTRAKTIV IM UMFELD UNZÄHLIGER SOGENANNTER NISCHENMARKEN?

Es gab damals wirklich nur eine Handvoll Marken, die anders waren. Die Welt ist heute voller Nachahmer. In jeder Industrie gibt es das. Wir sind in der glücklichen Lage, die Leader zu sein, denen die anderen folgen.

## WAREN SIE BEI AESOP IMMER ÜBERZEUGT, DAS RICHTIGE ZU TUN?

Dennis war immer überzeugt von seiner Idee. Er lebt seine Werte an jedem Ort, an dem wir präsent sind. »

«Bei uns muss die Architektur die Produkte umarmen.»

Suzanne Santos

«For us, architecture has to embrace the products.»

Suzanne Santos

## » WHY THIS OBSESSION WITH PARIS?

This is a vital question in the company's history. Dennis, I and our CEO Michael O'Keeffe had undertaken a kind of road trip together with the aim of finding a place for our first business outside of Australia. We first flew to Los Angeles, then to New York and from there to Paris. This was the moment for Dennis. Once there, there was nothing left to say, it had to be Paris. Dennis's parents were Cypriots. He grew up in Melbourne in this European environment. Europe was always the right and wonderful place for him. And the very best place in Europe was Paris.

## PARIS, THE CRADLE OF LUXURY COSMETICS, IS A TOUGH PLACE FOR A BEAUTY COMPANY ...

I agree. If you do it there in cosmetics, it has a psychologically value that is not to be underestimated. The opening in Paris was an enormously important step for us and has led us to many other stages. Aesop has had a very long journey from its beginnings at home in Australia to today's maturity. I find it remarkable what has happened in these 33 years and how it has happened.

## IN ORDER TO CONTINUE GROWING, AESOP DECIDED TO TAKE A BIG STEP A FEW YEARS AGO ...

Yes, Dennis wanted to withdraw from day-to-day business and decided to sell the majority of the company. We are now part of the Brazilian Natura Cosmetics Group. They also own The Body Shop. It works very well. The owners are on the same line as Aesop. I continue to do the same work, Dennis is still there as a consultant.

## ARE YOU FACING NEW CHALLENGES?

Challenges sound like suffering, that's not the case with us. We don't suffer at all. We don't have ordinary access to cosmetics either. Of course, every company is challenged, in production, in development, in sustainability. Things are changing, customers are changing. These are just situations that you have to go through.

## HOW DO YOU KEEP AESOP ATTRACTIVE IN THIS ENVIRONMENT?

Back then there were really only a handful of brands that were different. The world is full of imitators today. It happens in every industry. We are fortunate to be the leaders that others are following.

## HAVE YOU ALWAYS BEEN CONVINCED AT AESOP THAT YOU ARE DOING THE RIGHT THING?

Dennis was always convinced of his idea. He lives his values in every place where we are present and with the people there. We always make our decisions based on experience with customers and their experience with our products at home in the bathroom. »



Aesop Zürich (Bärengasse 4) Kork, handgemalte mattgoldene Decke.



Aesop Zürich (Oberdorfstrasse 2) aus aufbereiteten Baumaterialien.



Aesop Genf (Rue de la Fontaine 15), Kupfer, Kork, Sisal und Holz mit Lounge-Sofa DS-480 von Alfredo Häberli.



Aesop Luzern (Metzgerrainle 5) Hölzer, Blaustein, oxidiertes Eisen.



Aesop Bern (Kramgasse 61) Regal von Dieter Rams, entworfen 1960.



Aesop Basel (Spalenberg 24) Stahlblech, Gebäude aus dem 14. Jh.



Aesop Lausanne (Rue St. Laurent 6) Ahornholz, Venini-Leuchten.

» Wir fällen unsere Entscheidungen immer auf Grund von Erfahrungen mit den Kunden und deren Erfahrungen mit unseren Produkten zu Hause im Badezimmer.

WIE VERLASSE ICH DAS BADEZIMMER NACH EINER AESOP-ERFAHRUNG?

Sie werden das Bad mit den besten Zutaten auf Ihrer Haut verlassen. Diese wurden mit dem bestmöglichen wissenschaftlichen Hintergrund ausgewählt, um Ihrer Haut wirklichen Komfort zu bieten.

EINKAUFSTRASSEN SEHEN AUF DER GANZEN WELT GLEICH AUS. AESOP LEISTET SICH DEN LUXUS, JEDES SEINER GESCHÄFTE ANDERS ZU GESTALTEN. WOHER KOMMEN DIESE BEGEISTERUNG FÜR ARCHITEKTUR UND DIESE AKRIBIE FÜRS DESIGN?

Dennis hat viel mehr als eine Leidenschaft für Architektur und Design; er hat ein unglaubliches Auge dafür. Er wacht persönlich über unsere Geschäfte. Wir haben eine eigene Architekturabteilung. Die Mitarbeitenden dort entwerfen direkt mit Dennis. Bei uns muss die Architektur die Produkte umarmen. Wir wollen unsere Produkte und unsere Kundschaft einer respektvollen Umgebung versichern. Begleitet von Literatur und Design. Unsere Geschäfte sollen nicht nur schön sein, sondern den Kunden ein visuelles und kulturelles Erlebnis bieten.

HABEN SIE JEMALS ÜBERLEGT, IN DEN DESIGNBEREICH ZU DIVERSIFIZIEREN UND MÖBEL ODER OBJEKTE ZU VERKAUFEN?

Ein Objekt haben wir bereits, einen Weihrauchbrenner. Und es wird weitere solche Objekte geben. Aber wir steigen nicht ins Möbeldesign ein. Wir sind Produzenten von Hautpflege und Shampoos und das bleiben wir.

AUF WELCHES PRODUKT SIND SIE BESONDERS STOLZ?

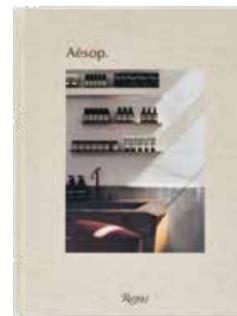
Das kann ich nicht beantworten. Alles, was wir machen ist unserer Meinung nach besser, als das was auf dem Markt ist. Wir machen unser Ding. Wir machen es anders. Wir machen es für unsere Kunden. Die anderen machen es für ihre Kunden.

WO WIRD AESOP IN 30 JAHREN SEIN?

Ich wünsche mir, dass die Unterschiede zu anderen Kosmetikmarken bestehen bleiben und dass die Leute dies auch in 60 Jahren noch sehen. Und ich wünsche mir den Erfolg auch für unsere Stiftung, mit der wir Literatur und den Erhalt von Sprachen und Dialekten unterstützen. Es gibt Sprachen, die nur noch von vier Personen gesprochen und verstanden werden. Wir engagieren uns auch gegen Analphabetismus. Wenn man nicht lesen kann, hat man keine Zukunft. Wir unterstützen zudem sprachliche Nachhilfe für Kinder und Flüchtlinge. «

«Die Dinge verändern sich, die Kunden verändern sich. Das sind einfach Situationen, durch die man hindurch muss.»

Suzanne Santos



Firmengeschichte als Buch «Aesop», von Dennis Paphitis mit Jennifer Down, Fotos von Yutaka Yamamoto, Rizzoli New York

» HOW DO I LEAVE THE BATHROOM AFTER AN AESOP EXPERIENCE?

You will leave the bath with the best ingredients on your skin. These have been selected with the best possible scientific background in order to offer your skin real comfort.

SHOPPING STREETS ALL OVER THE WORLD LOOK VERY SIMILAR, IF NOT THE SAME. AESOP HAS THE LUXURY OF DESIGNING EACH OF ITS SHOPS DIFFERENTLY. WHERE DOES THIS ENTHUSIASM FOR ARCHITECTURE AND METICULOUS DESIGN COME FROM?

Dennis has much more than a passion for architecture and design; he has an incredible eye for it. He personally watches over our shops. We have our own architecture department. The employees there design directly with Dennis. For us, architecture has to embrace the products. We want to assure our products and our customers of a respectful environment. Accompanied by music and literature and design. Our shops should not only be beautiful, but also offer customers a visual and cultural experience.

HAVE YOU EVER CONSIDERED DIVERSIFYING INTO DESIGN AND SELLING FURNITURE OR OBJECTS?

We already have an object, an incense burner. And there will be other such objects. But we don't get into furniture design. We are producers of skin care and shampoos and we remain that.

WHICH PRODUCT ARE YOU PARTICULARLY PROUD OF?

I can not answer that. In our opinion, everything we do is better than what is on the market. We do our thing. We do it differently. We do it for our customers. The others do it for their customers.

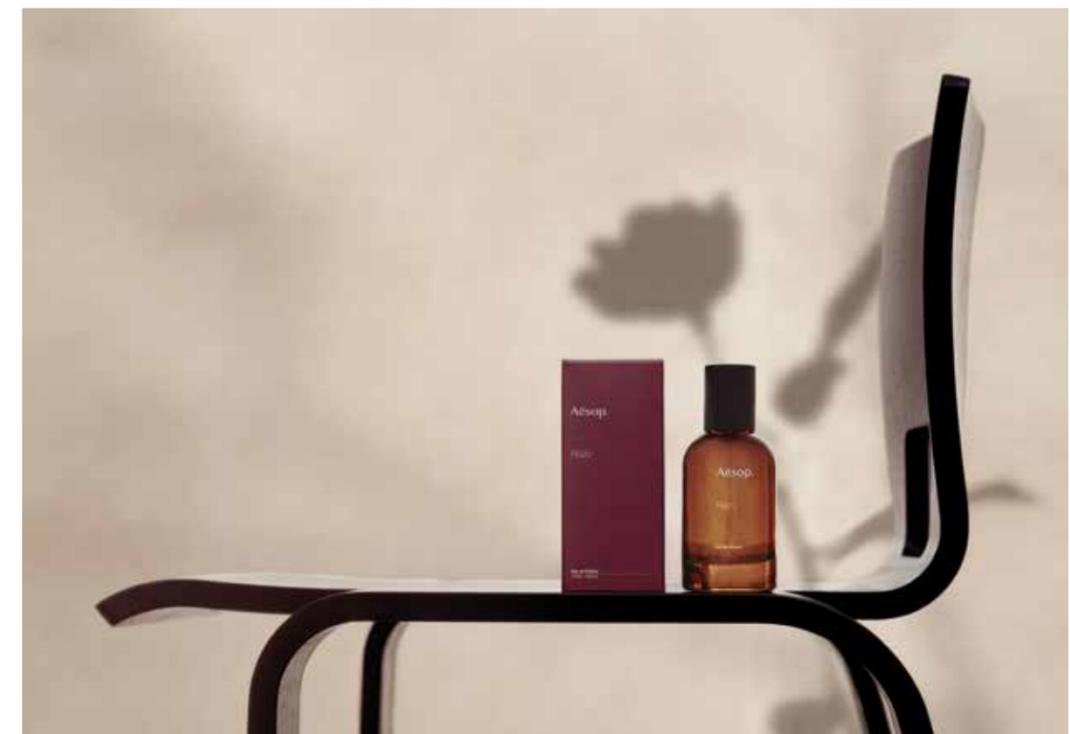
WHERE WILL AESOP BE IN 30 YEARS?

I hope that the differences to other cosmetic brands will remain and that people will still see this in 60 years. And I also wish success for our foundation, with which we support literature and the preservation of languages and dialects. There are languages that are only spoken and understood by four people. We also work against illiteracy. If you can't read, you have no future. We also support language tutoring for children and refugees. «

[www.aesop.com](http://www.aesop.com)



In the tried and tested pharmacist jar with black and white lettering: New «Sublime Replenishing Night Mask», with vitamins and moisture for moments when «the excesses of life have taken their toll on the skin», as Dr. Kate Forbes, Innovation Director of Aesop says.



Der Duft «Rôzu» ist von der Designerin Charlotte Perriand (1903 – 1999) inspiriert und in Zusammenarbeit von Parfümeur Barnabé Fillion mit Perriands Tochter Pernette Perriand-Barsac entstanden. Charlotte Perriands Affinität zum Maschinenzeitalter und zu Handwerk wird in olfaktorischen Widersprüchen aus warmen floralen Akkorden mit metallischen Holznoten und Zitrusfrüchten ausgedrückt.

## Im Beauty-Rausch

Cannabis ist die neue Wunder-Waffe in der Kosmetik – und das ganz legal.

Cannabis is the new wonder weapon in cosmetics – and that quite legally.

Ursula Borer (redaktion) PD / zVg (fotos) Aysun Ergez (digital art)



Hanf heilt die Haut und macht schön. Hemp heals the skin and makes it beautiful.

BIO VEGANE  
«Skinfood Bio Hanf  
24H Pflege für  
gestresste Haut»,  
50 ml, CHF 15.–



FRENCH GIRL  
«Clear Skin Elixir An-  
ti-Acne», 9 ml, CHF 24.–

So hat sich Reggae-Sänger Peter Tosh den Siegeszug von Cannabis wahrscheinlich nicht vorgestellt, als er 1976 mit dem Song «Legalize it» die Billigung von Marihuana forderte. Losgetreten hat die derzeitige Cannabis-Welle einerseits die Legalisierung in vielen Bundesstaaten der USA im Jahr 2000. Raus aus der Illegalität, rein ins Business. In den USA betrug 2019 der Umsatz für Hanf-Kosmetik 33 Milliarden US Dollar. Auch die Wachstumsrate von 54 Prozent ist beeindruckend. Für das Jahr 2025 wird ein weltweiter Jahresumsatz von 166 Milliarden US Dollar erhofft. Andererseits sorgt das medizinische CBD für eine rauschfreie legale Nutzung. Aber von vorn.

### NUTZ-HANF IM ZENTRUM DER FORSCHUNG

Hanf zählt zu den ältesten Nutz- und Zierpflanzen der Welt und spielt in vielen Hochkulturen eine entscheidende und vielfältige Rolle. In China und Persien wurde Cannabis Sativa vor 12000 Jahren als Getreide angebaut. Kein Wunder, Gras enthält viele Wirkstoffe (Cannabinoiden). Am bekanntesten ist Tetrahydrocannabinol (THC). Wegen seiner berauschenden, psychoaktiven Wirkung ist THC in der Schweiz ein verbotenes Betäubungsmittel. Der Besitz von bis zu zehn Gramm ist zwar straffrei, aber der Konsum wird mit einer Ordnungsbusse von 100 Franken geahndet. Hanf-Sorten die weniger als ein Prozent THC enthalten, können legal verkauft und erworben werden. Im Gegensatz dazu ist Cannabidiol (CBD) nicht psychoaktiv und hat eine Vielzahl an positiven medizinischen Eigenschaften. Dies rückte auch die pharmakologische Nutzung von Nutzhanf ins Zentrum der Forschung. Momentan ist in der aber Schweiz nur das Medikament «Savitex» zugelassen, welches Spastiken bei Multiple-Sklerose-Patienten lindern soll.

### MEDIZINISCHE ANWENDUNG

An vorderster Front in der medizinischen Forschung steht ganz klar Israel. Es ist nicht nur die Heimat von Raphael Mechoulam, dem «Godfather» der medizinischen Cannabis-Forschung. Er isolierte 1963/64 als Erster CBD und THC. Dreissig Jahre später entdeckte er mit seinem Team das Endocannabinoid-System des Nervensystems. Es überrascht daher kaum, dass medizinisches Marihuana in Israel bereits seit den frühen 1990er-Jahren zugelassen ist. Im Jahr 2017 fanden dort mehr als 110 klinische Studien statt. Das Forschungsthema umfasste Cannabis als eine Behandlung für Parkinson, Multiple Sklerose (MS), Morbus Crohn und mehrere andere Formen »

Reggae singer Peter Tosh probably did not imagine the triumph of cannabis when he asked for the approval of marijuana in 1976 with the song «Legalize it». On the one hand, the current cannabis wave has been kicked off by the legalization in many US states in 2000. Get out of illegality and into business. In 2019, U.S. hemp cosmetics sales were \$ 33 billion. With an impressive growth rate of 54 percent compared to the previous year. Global sales of \$ 166 billion are expected in 2025. On the other hand, the medical CBD ensures noiseless legal use. But let's start from the beginning.

### COMMERCIAL HEMP AT THE CENTER OF RESEARCH

Hemp is one of the oldest useful and ornamental plants in the world and plays a crucial and diverse role in many high cultures. In China and Persia, cannabis sativa was grown as cereals 12'000 years ago. No wonder, grass contains many active substances (cannabinoids). The best known is tetrahydrocannabinol (THC). Because of its intoxicating, psychoactive effects, THC is a prohibited narcotic in Switzerland. Possession of up to ten grams is unpunished, but consumption is punished with a fine of onehundred Swiss Francs. Cannabis strains that contain less than one percent THC can be legally sold and purchased. In contrast, cannabidiol (CBD) is not psychoactive and has a number of positive medicinal properties. This also put the pharmacological use of commercial hemp at the center of research. At the moment, only the «Savitex» drug is approved in Switzerland, which is said to relieve spasticity in multiple sclerosis patients.

### MEDICAL APPLICATION

Israel is clearly at the forefront of medical research. It's not just home to Raphael Mechoulam, the godfather of medical cannabis research. He was the first to isolate CBD and THC in 1963/64. Thirty years later, he and his team discovered the endocannabinoid system of the nervous system. »

RODIAL  
«CBD Sleep Drops»,  
30 ml, CHF 129.–



KIEHL'S  
«Cannabis Sativa Seed  
Oil Herbal Concentrate»,  
30 ml, CHF 55.–



BIOTULIN  
«Eyematrix», 15 ml,  
CHF 49.90



RADICAL  
«Rejuvafirm CBD Facial  
Oil», 30 ml, CHF 165.–



THE BODY SHOP  
«Hemp Nachtmaske»,  
75 ml, CHF 35.–



» von chronischen Schmerzen. Zurzeit wird intensiv in weiteren medizinischen Feldern geforscht: Entzündliche Darmkrankheiten und Krebs, Parkinson und Schlaflosigkeit, Autismus, Migräne, Epilepsie, Frakturen und Diabetes, Schmerzen, PTBS (Posttraumatische Belastungsstörung) und Asthma, Schizophrenie, Tourette-Syndrom und Schlafapnoe. Hanfpflanzen können bis zu 113 Cannabinoide enthalten und es werden immer noch neue entdeckt. In nächster Zukunft wird sich das Augenmerk auf CBG (fördert Knochenwachstum), CBC (hemmt Zellwachstum von Krebszellen und Tumoren), CBN (wirkt Schlaf fördernd) und THC-V (reduziert Appetit) richten.

#### KOSMETISCHE EIGENSCHAFTEN

Aber was macht CBD für die Kosmetik spannend? CBD ist das am zweitmeisten enthaltene Cannabinoid der Hanfpflanze. Es ist eine aktive chemische Verbindung, die das Gleichgewicht im Körper stimuliert. Diese Botenstoffe interagieren mit unserem Hormonsystem. Darum wirkt CBD sowohl antiviral, als auch antibakteriell und gilt als besonders entzündungshemmend und hautberuhigend. Es eignet sich daher ideal für sensible oder gereizte Haut. Es enthält Gamma-Linolensäuren, welche die Feuchtigkeit binden und die Zellerneuerung unterstützen und dafür sorgen, dass sich strapazierte und gestresste Haut schnell regenerieren kann. Zudem sind besonders viel Omega-3- und Omega-6-Fettsäuren enthalten, welche sich positiv auf die natürliche Schutzbarriere der Haut auswirken. Ein hoher Gehalt an Anti-Oxidantien und Phytoosterolen schützen und können vorzeitige Anzeichen der Hautalterung minimieren. Vitamine E, B1 und B2, Kalium, Mangan, Kalzium, Eisen, Phosphor, Natrium, Kupfer und Zink stärken die Haut zusätzlich.

#### DIE HAUT HEILEN

Einige Cannabinoide zeigen in Studien Wirksamkeiten bei der Heilung von chronischen Hauterkrankungen wie Ekzemen, Akne, Neurodermitis und Schuppenflechte. Wie sämtliche Cannabinoide ist CBD eine fettliebende (lipophile) Substanz und löst sich gut in Ölen und Fetten. Daher verbindet es sich auch mit dem menschlichen Hautfett und wird über die Epidermis in den Stoffwechsel aufgenommen. Die Haut besitzt verschiedene Cannabinoid-Rezeptoren, welche mit dem CBD interagieren und es aufnehmen können, so dass sich eine optimale Anwendung ergibt. Studien zeigen, dass die Haut CBD eine zehnfach so hohe Durchlässigkeit gewährt wie THC.

#### SCHÖN MIT HANF

Darauf setzt auch Rodial. Das Serum soll mit CBD, Squalan, Portulak und Kamille gestresste Haut beruhigen, Rötungen mindern und die Haut ausreichend mit Feuchtigkeit versorgen. Das Anti-Aging-Gesichtsöl von Radical setzt auf diverse Öle (Hanf, Argan, Traubenkern, Raps, Leinsamen, Sanddorn und Haferkern) in Kombination mit Algenextrakten. Die Nachtmaske von The Body Shop verwendet Hanfsamenöl aus Frankreich und biologisches fair Trade Aloe Vera aus Mexiko. Das Gesichtöl von Kiehl's enthält 60 Prozent nachhaltiges, kaltgepresstes Hanf-Öl aus Deutschland. Das Oregano-Öl aus dem Mittelmeerraum wird aus der Blüte per Wasserdampfdestillation extrahiert. Die Creme von Bio Végane ist «Natru»-zertifiziert und verwendet neben Hanfsamen-Öl auch Aloe Vera, Mais und Soja, sowie Jojoba- Raps, und Mandelöl. Das Elixier von French Girl hilft gegen Akne mit Hanfsamen-, Sonnenblumen-, und Arganöl. Biotulin setzt mit der neuen Augencreme auf Hanf-Power, Kokos-, Avocado- und Arganöl. «

» It is therefore hardly surprising that medical marijuana has been approved in Israel since the early 1990s. In 2017, more than 110 clinical studies took place there. The research topic included cannabis as a treatment for Parkinson's, multiple sclerosis (MS), Crohn's disease and several other forms of chronic pain. Intensive research is currently being conducted in other medical fields: inflammatory intestinal diseases and cancer, Parkinson's and insomnia, autism, migraines, epilepsy, fractures and diabetes, pain, PTSD (post-traumatic stress disorder) and asthma, schizophrenia, Tourette syndrome and sleep apnea. Hemp plants can contain up to 113 cannabinoids and new ones are still being discovered. In the near future, the focus will be on CBG (promotes bone growth), CBC (inhibits cell growth of cancer cells and tumors), CBN (promotes sleep) and THC-V (reduces appetite).

#### COSMETIC PROPERTIES

But what makes CBD exciting for cosmetics? CBD is the second most contained cannabinoid in the hemp plant. It is an active chemical compound that stimulates the balance in the body. These messenger substances interact with our hormone system. That's why CBD is both antiviral and antibacterial and is considered to be particularly anti-inflammatory and soothing to the skin. It is therefore ideal for sensitive or irritated skin. It contains gamma-linolenic acids, which bind moisture and support cell renewal and ensure that strained and stressed skin can regenerate quickly. In addition, a particularly large amount of omega-3 and omega-6 fatty acids have a positive effect on the natural protective barrier of the skin. A high level of anti-oxidants and phytoosterols protect and can minimize premature signs of aging. Vitamins E, B1 and B2, potassium, manganese, calcium, iron, phosphorus, sodium, copper and zinc additionally strengthen the skin.

#### TO HEAL THE SKIN

Some cannabinoids have been shown in studies to be effective in curing chronic skin conditions such as eczema, acne, neurodermatitis and psoriasis. Like all cannabinoids, CBD is a fat-loving (lipophilic) substance and dissolves well in oils and fats. Therefore, it also connects with human skin fat and is absorbed into the metabolism via the epidermis. The skin has various cannabinoid receptors that can interact with and absorb the CBD, resulting in optimal use. Studies show that the skin gives CBD ten times more permeability than THC.

#### BEAUTIFUL WITH HEMP

Rodial also relies on this. The serum is said to soothe stressed skin with CBD, squalane, purslane and chamomile, reduce redness and provide the skin with sufficient moisture. The anti-aging facial oil from Radical uses various oils (hemp, argan, grape seed, rapeseed, linseed, sea buckthorn and oat seed) in combination with algae extracts. The Body Shop night mask uses hemp seed oil from France and organic fair trade aloe vera from Mexico. Kiehl's face oil contains 60 percent sustainable, cold-pressed hemp oil from Germany. The oregano oil from the Mediterranean is extracted from the flower by steam distillation. The Bio Végane cream is «Natru» certified and uses hemp seed oil, aloe vera, corn and soy, as well as jojoba rapeseed and almond oil. The French Girl elixir helps against acne with hemp seed, sunflower and argan oil. With the new eye cream, Biotulin relies on hemp power, coconut, avocado and argan oil. «



**BVLGARI**  
Wie viele Luxus- und Lifestyle-Unternehmen hat auch der zur LVMH-Gruppe gehörende Juwelier seine Parfum-Produktion in den Dienst der Corona-bedingten Hygienemassnahmen gestellt und lässt im Moment statt edler Düfte Desinfektionsmittel produzieren, welche in Hospitälern zur Verfügung gestellt werden. Statt «Eau Parfumée au Thé Rouge» gibt es jetzt «Gel per la Pulizia delle Mani con Igienizzante». Eine noble Initiative. Like many luxury and lifestyle companies, the jeweller belonging to the LVMH group has put its perfume production at the service of corona-related hygiene measures and is currently having disinfectants produced instead of noble fragrances, which are made available to hospitals. Instead of «Eau Parfumée au Thé Rouge» there is now «Gel per la Pulizia delle Mani con Igienizzante». A noble initiative.

# Clean!

Seit dem Coronavirus hat Händewaschen eine neue Bedeutung bekommen. Damit es nicht nur Pflicht, sondern auch Kür ist, haben wir ein paar Highlights für Sie zusammengestellt.

Since the corona virus, hand washing has taken on new meaning. We have put together a few highlights for you so that it is not only a duty but also a pleasure.

Ursula Borer (text) Lukas Lienhard, PD / zVg (fotos)

**AESOP**  
Seit 1987 mischt das australische Beauty-Brand Aesop die Kosmetikbranche mit einer puristischen Philosophie auf. Auch in Krisenzeiten kann man dank dem «Rinse-free Hand Wash» auf sie zählen. Die auf Alkohol basierte Formel gibt Viren und Bakterien keine Chance und pflegt mit Mandarinenschale, Rosmarinblättern und Altas-Zeder. «Resurrection Rinse-Free Hand Wash», 100 ml, CHF 49.– The Australian beauty brand Aesop has been considerably changing the cosmetics industry with a puristic philosophy since 1987. You can count on them even in times of crisis thanks to the «Rinse-Free Hand Wash». The alcohol-based formula does not give viruses and bacteria a chance and cares with mandarin peel, rosemary leaves and Altas cedar.



**SPREKENHUS**  
Die Firma Sprekenhus aus Oslo hat sich von den UNESCO-geschützten norwegischen Vega-Inseln inspirieren lassen und setzt auf pflanzliche Kosmetik auf Basis von Arganöl und Petersiliensamenkraut. Für das «Exfoliating Hand Wash» wurde zudem Bimsstein verwendet. 500 ml, CHF 48.40 The Sprekenhus company from Oslo was inspired by the UNESCO-protected Norwegian Vega Islands and relies on herbal cosmetics based on argan oil and parsley seeds. Pumice stone was also used for the exfoliating hand wash.

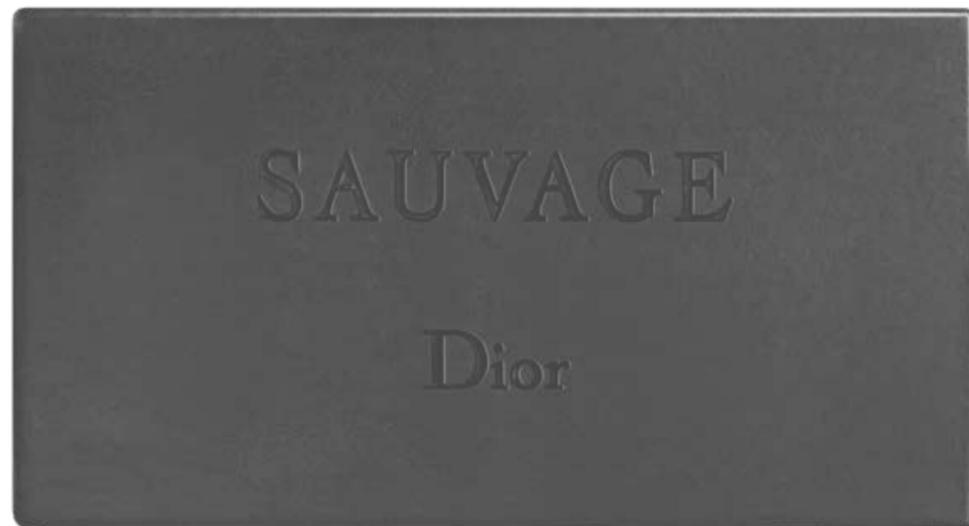
**CALMING PARK**  
Das Schweizer Lifestyle-Label (Musik, Duftkerzen, Hotel-Amenities) hat sich mit dem Zürcher Parfümeur Till Fiegenbaum zusammengetan und zwei Sanitizers kreiert, die nicht nur nach Alkohol riechen, sondern nach «Lavendel & Rosmarin» (50 ml, CHF 15.–), bzw. nach «Zeder & Olibanum» (100 ml, CHF 24.–) duften. [www.perfecthair.ch](http://www.perfecthair.ch), [www.sueskind.ch](http://www.sueskind.ch) und [www.einzigart.ch](http://www.einzigart.ch) The Swiss lifestyle label (music, scented candles, hotel amenities) has teamed up with Zurich perfumer Till Fiegenbaum to create two sanitizers that not only smell of alcohol, but also of «Lavender & Rosemary» or like «Cedar & Olibanum».



**ACQUA DI PARMA**  
Auf Tradition setzt man bei italienischen Label Acqua di Parma. Die Puderseifen werden auf Basis von Talkum hergestellt und betören mit bekannten Düften zum Beispiel nach Bergamotte aus Kalabrien. Puderseife «Bergamotto di Calabria», 70 g, CHF 35.– The Italian label Acqua di Parma is based on tradition. The powder soaps are made on the basis of talc and, with well-known fragrances, we seduce, for example, bergamot from Calabria.



**LABORATORIO OLFATTIVO**  
Laboratorio Olfattivo wurde 2009 von Daniela Caon und Roberto Drago als Parfumhaus gegründet. Ganz nach dem Motto: Die Götter haben den Geruch erschaffen, die Menschen das Parfum, bieten sie mittlerweile auch ökologische Seifen reich an Pflanzenölen wie Kokosnuss und Oliven an. «Di-Vino» überrascht mit Grapefruit, schwarzer Johannisbeere, Pfirsich, Erdbeere, Himbeere, Orangenblüten, Vanille und Sandelholz. 500 ml, CHF 26.90 Laboratorio Olfattivo was founded in 2009 by Daniela Caon and Roberto Drago as a perfume house. True to the motto: The gods created the smell, the people created the perfume, they now also offer ecological soaps rich in vegetable oils such as coconut and olives. «Di-Vino» surprises with grapefruit, black currant, peach, strawberry, raspberry, orange blossom, vanilla and sandalwood.



DIOR

Gerade für Männer hat Dior die perfekte 3-in-1-Lösung gefunden. Die Kohlepulverseife «Sauvage» mit dem aromatischen und holzigen Duft kann für Gesicht, Körper und Hände benutzt werden und bereitet die Haut auch ideal auf die Rasur vor.

Seife «Sauvage», 100 g, CHF 59.-

Dior has found the perfect 3-in-1 solution, especially for men. The «Sauvage» carbon powder soap with the aromatic and woody scent can be used for the face, body and hands and also ideally prepares the skin for shaving.

Es ist keine neue Weisheit, dass sich Keime, Bakterien und Viren am häufigsten über die Hände verbreiten. Berührt man damit das Gesicht, können Erreger über die Schleimhäute von Mund, Nase und Augen in den Körper gelangen und Infektionen auslösen. Seit das Bundesamt für Gesundheit BAG Weisungen für den Pandemiefall herausgegeben hat, werden nicht nur Dosenahrung, Tiefkühlkost, Pasta, Zucker und Toilettenpapier gehortet, sondern auch Desinfektionsmittel und Seifen. Wer zurzeit im Laden nach den Saubermachern sucht steht oft vor einem leeren Regal. In Frankreich kommt Hilfe von unerwarteter Seite. Der Luxusgüterkonzern LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) hat seine gesamte Parfümproduktion eingestellt. Anstatt edle Düfte für Dior, Guerlain oder Givenchy zu produzieren, werden auf Weisung von Eigentümer Bernard Arnault jetzt hydroalkoholische Gels hergestellt, die den französischen Gesundheitseinrichtungen kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Die Clarins-Gruppe tut dasselbe in ihren Produktionsstätten Pointoise, Strasbourg und Amiens. L'Oréal Schweiz hat ein umfassendes Massnahmenpaket geschnürt, um u.a. Krankenhäuser und Grundversorger mit Desinfektionsgel auszurüsten. In der Schweiz haben zudem grosse und kleine Spirituosen-Produzenten wie Diwisa oder Deux Frères kurzerhand von Kirsch und Gin auf Desinfektionsmittel umgestellt. Chapeau – aussergewöhnliche Situationen bedingen aussergewöhnliche Massnahmen.

Damit der Schutz funktioniert, ist beim Händewaschen auch die richtige Methode sehr wichtig. Um Keime unschädlich zu machen genügt Seife allein nicht, elementar ist die Kombination von Einseifen, Reiben, Abspülen, Trocknen und Desinfizieren.

It is no new wisdom that germs, bacteria and viruses spread most often through the hands. If you touch the face, pathogens can enter the body through the mucous membranes of the mouth, nose and eyes and trigger infections. Since the Federal Office of Public Health BAG issued guidelines for the pandemic, not only can food, frozen foods, pasta, sugar and toilet paper have been hoarded, but also disinfectants and soaps. Those who are currently looking for cleaners in the store often end up in front of an empty shelf. In France, help comes from an unexpected source. The luxury goods group LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) has stopped all its perfume production. Instead of producing fine scents for Dior, Guerlain or Givenchy, owner Bernard Arnault has instructed his plants to produce hydroalcoholic gels, which are made available free of charge to the French health care facilities. The Clarins Group does the same in its Pointoise, Strasbourg and Amiens factories. L'Oréal Switzerland has put together a comprehensive package of measures to equip hospitals and primary care providers with disinfectant gel. In Switzerland, furthermore, large and small spirits producers such as Diwisa or Deux Frères switched from liquor and gin to disinfectants. Chapeau - exceptional situations require exceptional measures.

For the protection to work, the right method is also very important when washing hands. Soap alone is not enough to make germs harmless; elementary is the combination of soaping, rubbing, rinsing, drying and disinfecting.



CHANEL

Chanel verwendet in der nährenden und befeuchtenden «La Crème Main Texture Riche»-Handcreme das Blütenwachs der Mairose, welches eine Feuchtigkeitsbarriere auf der Haut bildet und den auffhellenden Extrakt der Iris Pallida, sowie Sheabutter und Glycerin. 50 ml, CHF 64.- In the nourishing and moisturizing «La Crème Main Texture Riche» hand cream, Chanel uses the flower wax of the may rose, which forms a moisture barrier on the skin and the lightening extract of the Iris Pallida, as well as shea butter and glycerin.

DEUX FRÈRES Spirituosenproduzenten in der Schweiz haben während der Corona-Krise ihr Knowhow in den Dienst der Hygiene gestellt und produzieren nun statt Schnaps Handdesinfektionsmittel. So auch die Zürcher Brüder Florian und Gian Grundböck, die in ihrer Gin-Distillerie vorübergehend umgesattelt haben. «Hände Desinfektionsmittel», 500 ml, CHF 24.90, [www.deuxfrresspirits.com](http://www.deuxfrresspirits.com), [www.jelmoli.ch](http://www.jelmoli.ch)

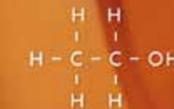
Spirits producers in Switzerland put their know-how at the service of hygiene during the Corona crisis and are now producing hand sanitizer instead of schnapps. So also the Zurich brothers Florian and Gian Grundböck, who temporarily switched their gin distillery in favour of disinfectants.



LE COUVENT DES MINIMES Beim französischen Label Le Couvent setzt man bei der Handpflege auf überlieferte Rezepturen. Die vegane Formel aus Shea-Butter, Mimose, Verbena, Kamille, Eibisch, Ringelblume, Melisse und Rosmarin nährt raue Hände im Nu. Hand-Balsam «Gardinarisus», 75 ml, CHF 25.- The French label Le Couvent relies on traditional recipes for hand care. The vegan formula of shea butter, mimosa, verbena, chamomile, marshmallow, marigold, lemon balm and rosemary nourishes rough hands in no time.



HÄNDE  
DESINFIZIERSMITTEL



500ml  
For external use only



Soeder  
NATURAL  
HAND  
SANITIZER  
HERBAL ALOE  
MADE IN ZÜRICH  
SWITZERLAND

SOEDER

Das Schweizer Kreativ-Kollektiv Soeder entwirft seit 2013 schlichte und natürliche Basics für den Alltag. Seit 2016 produzieren sie in ihrer eigenen Seifenfabrik in Zürich «echte» Seifen aus verseifbaren Ölen und Natur-Kosmetik. Neuester Clou: Anlässlich der globalen Covid-19-Krise haben die smarten Macher den «Natural Hand Sanitizer» auf Aloe vera-Basis lanciert. 500 ml, CHF 33.-

The Swiss creative collective Soeder designed simple and natural basics for everyday life in 2013. They have been producing «real» soaps from saponifiable oils and natural cosmetics in their own soap factory in Zurich since 2016. The latest highlight: on the occasion of the global Covid 19 crisis, the smart makers launched the «Natural Hand Sanitizer» based on aloe vera.



Olivia Giacobetti  
CRÈME POUR LES MAINS  
AU BEURRE D'IRIS  
IRIS HAND CREAM

EDITIONS DE PARFUMS  
FRÉDÉRIC MALLE

LES EDITIONS DE PARFUMS FRÉDÉRIC MALLE

Die Handcreme von Les Editions de Parfums Frédéric Malle ist eine Hommage an das Iris-Concrete. Parfumeurin hat Olivia Giacobetti hat den exquisiten Duft komponiert und gekonnt mit Moschus und holzigen Noten ergänzt. Die seidige Textur ist mit Vitamin C und Zitronenhonig angereichert. 75 ml, CHF 82.-

The hand cream «Crème pour les Mains au Beurre d'Iris» is a tribute to the Iris-Concrete. The nose Olivia Giacobetti composed the exquisite fragrance and skillfully supplemented it with musk and woody notes. The silky texture is enriched with vitamin C and lemon honey.

## Cellcosmet und Cellmen: Kosmetikwissenschaft

## Cellcosmet and Cellmen: Cosmetic Science

Cellcosmet PD / zVg (photos)



Stabilized cellular extracts



Cellcosmet und Cellmen wurden mit traditionellem Schweizer Know-how entwickelt und basieren auf einer weltweit einzigartigen Methode. In den 1980er-Jahren entwickelte die Firma Cellap Laboratoire S.A. die Richtlinien der Zellulotherapie weiter mit dem Ziel, eine Reihe von Anti-Aging-Kosmetika für die Haut herzustellen. In einem einzigartigen Verfahren entstand die Cellcontrol™-Methode, mit der stabilisierte Zellular-Extrakte erhalten werden können.

Wenn diese in Kosmetika eingearbeitet werden, helfen sie, die Haut zu revitalisieren und intensiv zu befeuchten und ihr jugendliches, schönes Aussehen wieder herzustellen. Mit einer Linie für Frauen (Cellcosmet) und einer für Männer (Cellmen) hat Cellap Laboratoire die Anti-Aging-Hautpflege revolutioniert und die Zellularkosmetik in der Schweiz nachhaltig etabliert. Die beiden unterschiedlichen Produktlinien Cellcosmet und Cellmen erfüllen die spezifischen Bedürfnisse sowohl der weiblichen als auch der männlichen Haut. Je nach Geschlecht, aber auch nach Alter und zu behandelnder Hautstelle ist die Konzentration an stabilisierten Zellular-Extrakten in jedem Produkt höher oder niedriger dosiert.

Cellap Laboratoire mit Sitz in Mont-sur-Lausanne kontrolliert die Herstellung seiner Produkte von A bis Z. Von der Forschung und Entwicklung bis zur Produktion geschieht alles vor Ort. Das Unternehmen kann so aussergewöhnliche Produkte anbieten, die zu 100 Prozent in der Schweiz hergestellt werden und einer ständigen Qualitätskontrolle unterstehen. Cellap Laboratoire strebt seit über 30 Jahren nach Spitzenleistungen und fördert ein einzigartiges und typisch schweizerisches Know-how.

Cellap Laboratoire bietet komplette Sortimente mit einer Reihe gezielt wirkender Produkte an und folgt einer Hautpflegephilosophie, die das physiologische Alter der Haut berücksichtigt. Daher ist die Verwendung von Cellcosmet- und Cellmen-Produkten Teil eines präzisen Schönheitsrituals. Die Haut muss vor dem Auftragen eines zellulären Hautpflegeprodukts immer perfekt vorbereitet sein.

Unter den unverzichtbaren Produkten der Cellcosmet- und Cellmen-Linien ist «Ultra Vital» zweifellos DAS sinnbildliche Produkt der Marke. Es hat massgeblich zum heutigen Ruf der Marken beigetragen. Angereichert mit 24 Prozent stabilisierten Zellular-Extrakten eignet es sich sowohl als Tages- als auch als Nachtcreme. Die cremige Textur zieht leicht ein. Von der ersten Anwendung an ist der Teint strahlend, die Hautstruktur verfeinert und die Zeichen der Hautalterung sichtbar reduziert. Cellmen für Männer konzentriert sich auf einfach zu verwendende Hautpflegeprodukte mit mehrfacher Wirkung. Das Sortiment für Damen und Herren bietet auch Produkte für empfindliche Körperregionen wie Hände oder Brust, die ebenfalls besondere Aufmerksamkeit erfordern.

Die Anwendung von Cellcosmet und Cellmen kann auch in Instituten und Spas erlebt werden. Das «SwissCellSpa Experience»-Konzept steht für modernste Programme zur Zellularrevitalisierung und Wellness-Hautpflege in exklusiven Einrichtungen weltweit.

Developed with respect for Swiss traditions and know-how, Cellcosmet and Cellmen moisturizing and anti-aging skincare is based on a method that is unique in the world. In the 1980s, Cellap Laboratoire adapted the principles of cellulotherapy to develop a range of anti-aging cosmetics for the skin. Thanks to a unique process, they developed the Cellcontrol™ method, which makes it possible to obtain stabilized cellular extracts.

These, when incorporated into cosmetics, help revitalize and intensely moisturize the skin, restoring its youthful, beautiful appearance. Through a line for women (Cellcosmet) and another for men (Cellmen), Cellap Laboratoire has thus revolutionized anti-aging skincare and has lastingly established cellular cosmetics in Switzerland. The two distinct ranges Cellcosmet and Cellmen make it possible to meet the specific needs of both female and male skin. Depending on the sex, but also on the age and the area to be treated, the concentration of stabilized cellular extracts in each product is varyingly higher or lower.



«Ultra Vital»-Pflege mit stabilisierten Zellextrakten.

Based in Mont-sur-Lausanne, Cellap Laboratoire controls the manufacture of its products from A to Z. From research and development to production, everything is done on site, which allows the company to offer exceptional products, 100% Swiss made, thus maintaining constant quality control. Driven by a perpetual quest for excellence for over 30 years, Cellap Laboratoire has been promoting a unique and typically Swiss know-how.

Offering complete ranges with a number of targeted products, Cellap Laboratoire also defends a certain skincare philosophy that respects the physiological age of the skin. Thus, the use of Cellcosmet and Cellmen products is part of a very precise beauty ritual, the skin must always be perfectly prepared before applying any cellular skincare product.

Among the must-have products in the Cellcosmet and Cellmen ranges, Ultra Vital is undoubtedly THE emblematic product of the brand, and has contributed significantly to the reputation of the brands today. Enriched with 24% stabilized cellular extracts, it is suitable both as a day and night cream. Its creamy texture is easily absorbed. From the very first application, the complexion is luminous, the skin texture refined and the signs of aging visibly reduced. For men, Cellmen focuses on easy-to-use skincare products with multiple actions. The women's and men's ranges also offer products for other fragile areas of the body, such as the hands or the bust, which also require special attention.

The Cellcosmet and Cellmen experience can also be lived in institutes and spas. The SwissCellSpa Experience concept offers state-of-the-art cellular revitalization and wellness skincare programmes in exclusive establishments worldwide.

[www.cellcosmet-cellmen.com](http://www.cellcosmet-cellmen.com)

## Kleine Eitelkeiten

Jährlich werden tausende neue Kosmetik-Produkte lanciert. Da kann man schnell den Überblick verlieren. Das COTE-Vanity-Team hat die spannendsten Highlights der Saison für Sie herausgepickt.  
Text: COTE Editors / Ursula Borer

## Little Vanities

Every year, thousands of new cosmetic products are launched. Since you can quickly lose track. The COTE Vanity team picked the most exciting highlights of the season for you.  
Text: COTE Editors / Ursula Borer

### POETISCHES SAMMLERSTÜCK

Franzosen haben ein Faible für Traditionen – und dennoch bleiben sie modern. So auch das Haus Nina Ricci. Die Parfum-Ikone L'Air du Temps wurde 1948 von Francis Fabron für das Modehaus kreiert. Da Mythen sich aber gerne immer wieder neu erfinden, präsentiert Nina Ricci eine Interpretation von Calice Becker in einer limitierten Edition in Zusammenarbeit mit Antoinette Poisson. Das neue Eau de Toilette überzeugt mit prickelnder Yuzu und Rosa Pfeffer, Tuberose, Jasmin und Ylang-Ylang, Sandelholz und Moschus. Das zweite Highlight ist die Verpackung aus dem Hause Antoinette Poisson, das sich auf die Tradition der Buntpapier-Herstellung spezialisiert hat. Das exklusive Muster mit Tauben, die durch ein Blumenfeld flattern, fängt die Poesie des Duftes perfekt ein.



### A POETIC COLLECTOR'S ITEM

The perfume icon «L'Air du Temps» was created in 1948 by Francis Fabron for the fashion designer Nina Ricci. Since myths like to reinvent themselves, the house presents a new interpretation by the perfumer Calice Becker in a limited edition and in artistic collaboration with Antoinette Poisson. This company, whose name is a reference to Madame de Pompadour, mistress of Louis XV, bourgeois name Jeanne-Antoinette Poisson, was founded by specialists in the restoration of old buildings and is committed to the tradition of producing coloured paper. The new highlight of the fragrance classic is its packaging: the exclusive pattern with doves fluttering through a flower field perfectly captures the poetry of the fragrance.

Nina Ricci «L'Air du Temps x Antoinette Poisson EdT», ca. CHF 118.- (50 ml), [www.ninaricci.com](http://www.ninaricci.com), [www.antoINETTEPOISSON.com](http://www.antoINETTEPOISSON.com)



### ANTI-BURN-OUT

Die Rose de Granville trotzt dem rauen Klima der Normandie und eignet sich dank ihrer 22 Mikronährstoffe hervorragend als Beauty-Helfer. Die Frucht der Rose ist reich an Kalium, das den Zellstoffwechsel ankurbelt und Eiweiss und Enzyme stimuliert. Das Öl der Rose enthält Omega-3, -6 und 9-Säuren, die den Hydrolipidfilm stärken und der Haut Elastizität schenken. Aus der Blüte gewonnenes Mangan wirkt wie ein Anti-Oxidant. Daraus haben Dior-Forscher nun Micro-Caviar de Rose entwickelt, die wie eine Anti-Burn-Out-Pflege wirkt. Die kaviarähnlichen Perlen ermöglichen eine leichte Textur mit reichhaltiger Wirkung.

The «Rose de Granville» defies the harsh climate of Normandy. The rose's fruit is rich in potassium, which stimulates cell metabolism, proteins and enzymes. The rose-oil contains omega acids, which strengthen the hydrolipidic film and give the skin elasticity. Manganese obtained from the flower petals acts as an anti-oxidant. In the new «Micro-Caviar de Rose» from Dior, these rose substances act like an anti-burn-out care. The formulation with caviar-like pearls enables a light texture with a rich effect.

Dior «Prestige Micro-Caviar de Rose», ca. CHF 457.- (75 ml), [www.dior.com](http://www.dior.com)

### LOOK AT ME!



Präzisions-Augenpflege mit Dreifachwirkung: Das Blütenwasser der Schwarzen Rose glättet, Tricheralgen schenken Feuchtigkeit, Vitamin E schützt vor freien Radikalen. Der kühlende Keramik-Applikator ermöglicht ein präzises Auftragen. Precision eye care with triple action: The flower water of the black rose smoothes, funnel algae give moisture, vitamin E protects against free radicals. The cooling ceramic applicator enables precise application.

Sisley «Fluide Contour des Yeux à la Rose Noire», ca. CHF 141.- (14 ml), [www.sisley-paris.com](http://www.sisley-paris.com)



### MILCH MACHTS MÖGLICH

Clarins ändert unsere Morgenroutine. Anstatt Milch zu trinken, schminken wir uns damit. Die neue Make-up-Milch lässt die Foundation dank der atmungsaktiven Textur perfekt mit der Haut verschmelzen. Die mikroverkapselten Pigmente nehmen wie von Zauberhand erst bei Hautkontakt den Farbton an. Zudem sorgt ein Booster-Komplex aus energien spendendem Bio-Kiwi-Extrakt und Milch des Pfirsichbaums für Geschmeidigkeit. Um die Haut vor Umwelteinflüssen zu schützen, wurde ein Anti-Pollution-Komplex integriert. Erhältlich in fünf Nuancen.

Clarins changes the morning routine. Instead of drinking milk, we use it in make-up. The new make-up milk turns into a foundation that blends perfectly with the skin thanks to the new, breathable texture. As if by magic, the microencapsulated pigments only take on their color when they come into contact with the skin. An anti-pollution complex has been integrated to protect the skin from environmental influences. Available in five shades.

Clarins «Milky Boost», ca. CHF 41.- (50 ml), [www.clarins.ch](http://www.clarins.ch)



### ECHT STARK

L'Oréal gehört zu den Top 5 im Ranking der Konzerne die Geschlechtergleichheit umsetzen. Mit dem Programm «Stand Up» machen sich der Beauty-Gigant und seine Global Brand President Delphine Viguier jetzt gegen Belästigung auf der Strasse stark. [standup.lorealparis.com](http://standup.lorealparis.com), [www.ihollaback.org](http://www.ihollaback.org)



### ZEICHNE MIR EINEN DUFT!

Das Eau de Toilette «Chance» gehört zu den ikonischen Düften des Hauses Chanel. Es wurde von Jacques Polge 2003 aus den Aromen von Ananas, Iris, Patchouli, rosa Pfeffer, Hyazinthe, Jasmin, Zitrone, Rose, Moschus, Vanille und Vetiver komponiert. In der Zwischenzeit hat die Linie mit dem fruchtigen «Eau Fraîche», dem spritzigen «Eau Tendre» und dem «Eau Vive» Zuwachs bekommen. Diesen Frühling kann man sich mit den limitierten Parfum-Stiften die ganze Welt von Chance auf die Haut malen. Möglich macht das eine neue Formulierung mit Balsamtextur.

The «Chance» eau-de-toilette is one of the iconic fragrances by Chanel. It was created by Jacques Polge in 2003 from the aromas of pineapple, iris, patchouli, pink pepper, hyacinth, jasmine, lemon, rose, musk, vanilla and vetiver. In the meantime the line with the fruity «Eau Fraîche», the lively «Eau Tendre» and the «Eau Vive» has grown. This spring we can paint the whole world of «Chance» on the skin thanks to the limited perfume pens. This is made possible by a new formulation with a balm texture.

Chanel «Chance Crayon de Parfums», ca. CHF 94.- (4 x 1,2 g), [www.chanel.com](http://www.chanel.com)

# RICHARD MILLE

A RACING MACHINE ON THE WRIST



TOURBILLON RM 58-01  
WORLD TIMER - JEAN TODT

BOUTIQUE RICHARD MILLE  
SUISSE  
Rue du Rhône 78  
1204 Genève - Tél. +41 22 810 85 73

[www.richardmille.com](http://www.richardmille.com)

© Dieter Graubton

\* LA PERFORMANCE MÉCANIQUE POUSSÉE À L'EXTRÊME

# COTE ESCAPE

DIE WELT ERLEBEN: HOTELS, KÜCHE UND REISE-LUXUS NEU DEFINIERT

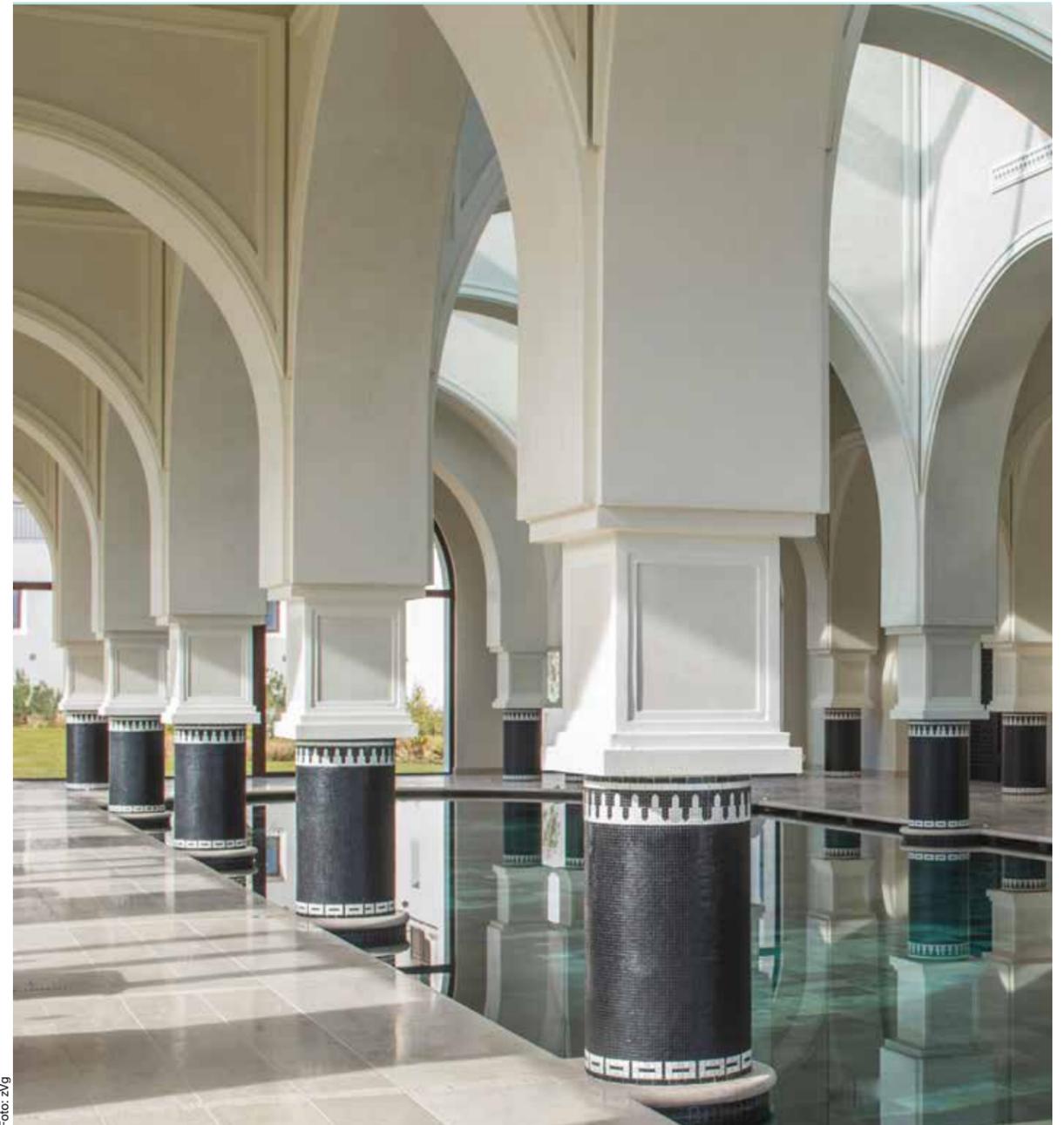


Foto: zVg

Entspannen und Spa-Freuden genießen in Tunis ... Relax and enjoy spa treatments in Tunis ...

# Tunis Delight

**Weniger als drei Flugstunden von der Schweiz entfernt scheint meistens die Sonne: Tunis zeigt eine neue Vitalität zwischen Tradition und Moderne.**

The sun usually shines less than three hours' flight from Switzerland: Tunis shows its visitors a new vitality between tradition and modernity.

Olivier Rohrbach (text) PD / zVg (fotos)

Das Minarett der Saheb Etabaâ Moschee bei der Marina.  
The minaret of the Saheb Etabaâ mosque near the marina.



Auf rosa Wolken blicken ... Die Aussicht vom «Four Seasons Tunis» aufs Mittelmeer.  
Looking at pink clouds ... The view from the «Four Seasons Tunis» on the Mediterranean shore.

**T**unis wurde von den Berbern gegründet und nacheinander von den Phöniziern, den Römern, den Arabern, den Osmanen, den Spaniern, den Franzosen und den Deutschen kontrolliert. Die Stadt ist ein wahrer Schmelztiegel stilistischer Einflüsse. Nicht immer brillant, ein bisschen chaotisch, ist die tunesische Hauptstadt immer noch zurückhaltend, wenn es darum geht, ihre touristischen Vorzüge preiszugeben.

#### EIN NEUES REISEZIEL

Tunis mit seinen drei Millionen Einwohnern, einschliesslich der Vororte, war bisher kein Reiseziel für sich. Bis jetzt waren die Badeorte Hammamet und Djerba die touristischen Pole des Landes, das von einer restriktiven Regierung verwaltet wird, mit dem Ziel seinen Zustand und die Qualität der Dienstleistungen zu verbessern ... In Tunis hiessen die Luxushotels bisher Mövenpick und Regency, zwei Fünf-Sterne-Häuser mit etwas müder Ausstrahlung im Touristenviertel am Meer. »

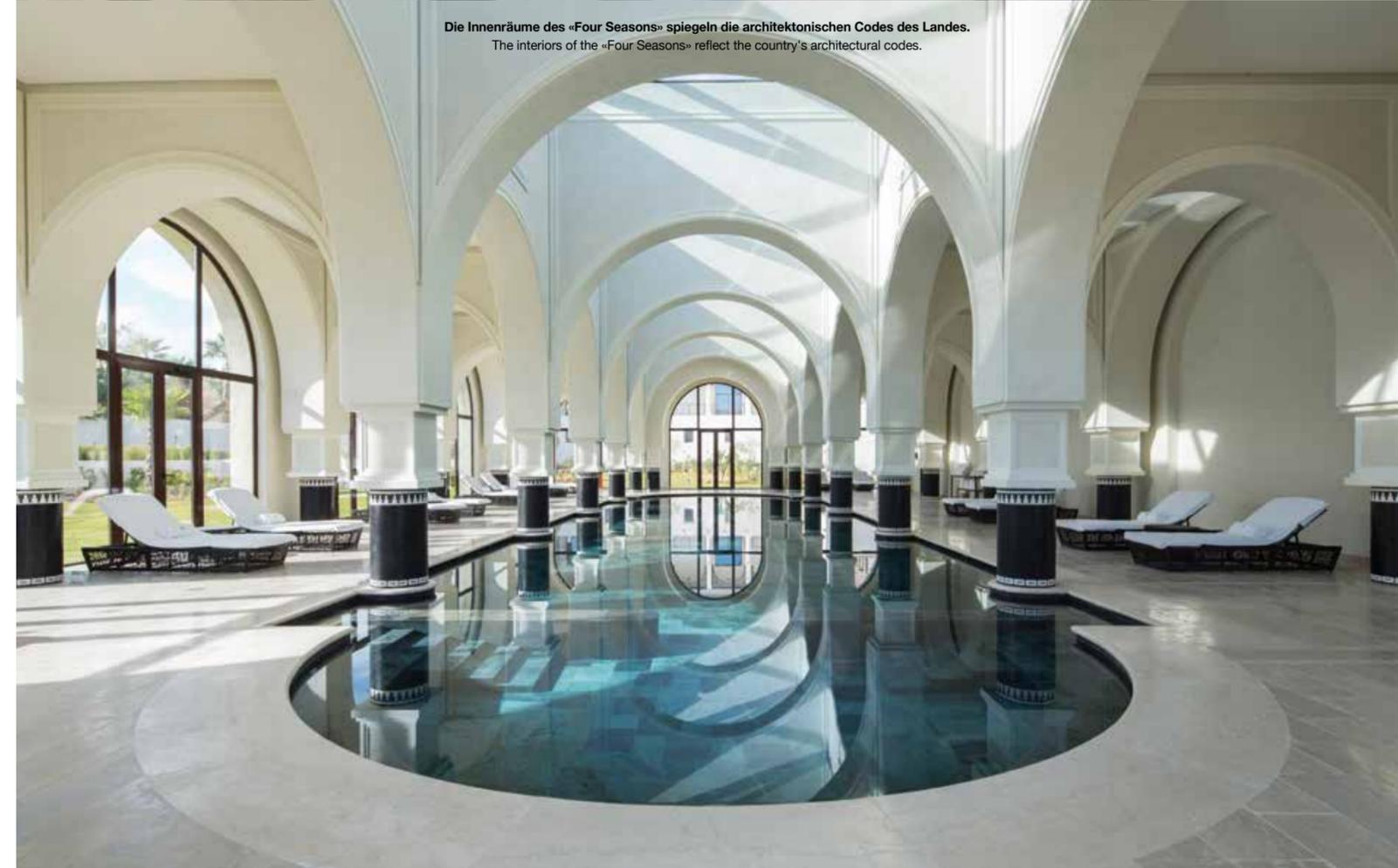
**T**unis was founded by the Berbers and successively controlled by the Phoenicians, the Romans, the Arabs, the Ottomans, the Spaniards, the French and the Germans. The city is a true melting pot of stylistic influences. Not always brilliant, a bit chaotic, the Tunisian capital is still reluctant to reveal its tourist advantages.

#### A NEW DESTINATION

Tunis, with its three million inhabitants, including the suburbs, has never been a travel destination in itself. Until now, the seaside resorts of Hammamet and Djerba have been the tourist poles of the country, which is managed by a restrictive government, with the aim of improving its condition and the quality of services ... In Tunis, the luxury hotels were previously called Mövenpick and Regency, two five-Star-studded houses with a bit tired appearance in the tourist district by the sea. »



Die Innenräume des «Four Seasons» spiegeln die architektonischen Codes des Landes.  
The interiors of the «Four Seasons» reflect the country's architectural codes.



» TRADITION TRIFFT MODERNE

Seit 2018 hat in derselben Gegend mit dem Four Seasons ein neuer internationaler Luxus-Player seine Pforten geöffnet und dem Hotelangebot der Hauptstadt eine neue Dimension hinzugefügt. Mit einer Kaskade aus Marmor in Sandtönen ist das Hotel eine wahre Oase des gehobenen Lifestyles in einer Stadt mit genau null Boutiquen der wichtigsten internationalen Luxusmarken. Mit einer Architektur und den schattigen Innenhöfen, die an die alten tunesischen Häuser erinnern, steht das Hotel sowohl für Tradition als auch für Moderne. Um den Gästen den berühmten «Four Seasons Touch» zu bieten, wurden der gefeierte italienische Koch Alessandro Fontanesi und der Geschäftsführer Ahmed Khalef aus einem anderen Hotel der Gruppe nach Tunis beordert. Den kulinarischen Standard, den das Four Seasons jetzt bietet, fand man davor nur schwer in den Hotels in Tunis.

WELLNESS IN MILDEM KLIMA

Direkt am Meer gelegen bietet das Four Seasons das Ambiente eines Resorts. In seinen Mauern beherbergt das Haus einen riesigen Spa. Mit einer Fläche von mehr als 2300 m<sup>2</sup> ist er einer der grössten in der Hotelwelt der kanadischen Kette. Lokale Behandlungen wie ein Peeling mit schwarzer Seife werden in einem der geräumigen Hamams durchgeführt. Zwei grosse Innen- und Aussenpools machen es zu einem echten Wellness-Ziel. Ideal für eine kurze Auszeit in mildem Klima.

TUNESISCHES VERMÄCHTNIS

Die Aufwertung des tunesischen Vermächtnisses ist ein Bekenntnis des Hotels. Es wird zum Beispiel ausschließlich Olivenöl der lokalen Marke «Terre d'Utique» serviert, die sich insbesondere durch die Verwendung von Chetoui-Oliven hervorut, die sehr viel Polyphenol enthalten. Die Gründerin Narjess Babay spricht leidenschaftlich gern über ihr Projekt und stellt dieses lokale Produkt in den Fokus. Die Unternehmerin erklärt, dass tunesisches Olivenöl oft mit italienischem gemischt wird und so in den Regalen mit einem Etikett «made in Italy» landet. Sie will den tunesischen Produkten zu grösserer Wahrnehmung verhelfen.

KLEIN UND GROSS ZUGLEICH

Tunesien ist mit 1.300 km Küste das kleinste Land Nordafrikas. Seine Fläche entspricht viermal derjenigen der Schweiz. Das Land unterhält traditionell gute Beziehungen zur Schweiz: Der erste Präsident der Tunesischen Republik, Habib Bourguiba, verbrachte gerne Zeit hierzulande. Die Privatresidenz des Schweizer Botschafters grenzt heute immer noch eng an das Gelände des Präsidentenpalastes. »

*«Es müssen nicht immer die Badeorte sein. Die Hauptstadt Tunis erfindet sich als Reise-destination neu.»*

» TRADITION MEETS MODERNITY

Since 2018, the Four Seasons, a new international luxury player, has opened its doors in the same area and added a new dimension to the capital's range of hotels. With its cascade of marble in sand tones, the hotel is a true oasis of upscale lifestyle in a city with exactly zero presence of boutiques from the most important international luxury brands. With its architecture and shady courtyards reminiscent of old Tunisian houses, the hotel stands for both tradition and modernity. In order to offer the guests the famous «Four Seasons Touch», the celebrated Italian chef Alessandro Fontanesi and the managing director Ahmed Khalef were ordered from another hotel in the group to Tunis. The culinary standard that the Four Seasons now offers was previously difficult to find in the hotels in Tunis.

WELLNESS IN A BALMY CLIMATE

The Four Seasons offers the ambience of a resort right by the sea. The house hosts a huge spa within its walls. With a surface of more than 2300 m<sup>2</sup>, it is one of the largest inside the Canadian hotel chain. Local treatments such as a black soap scrub can be booked in one of the spacious hammams. Two large indoor and outdoor pools make it a real wellness destination. Ideal for a short break in in the mild North African climate.

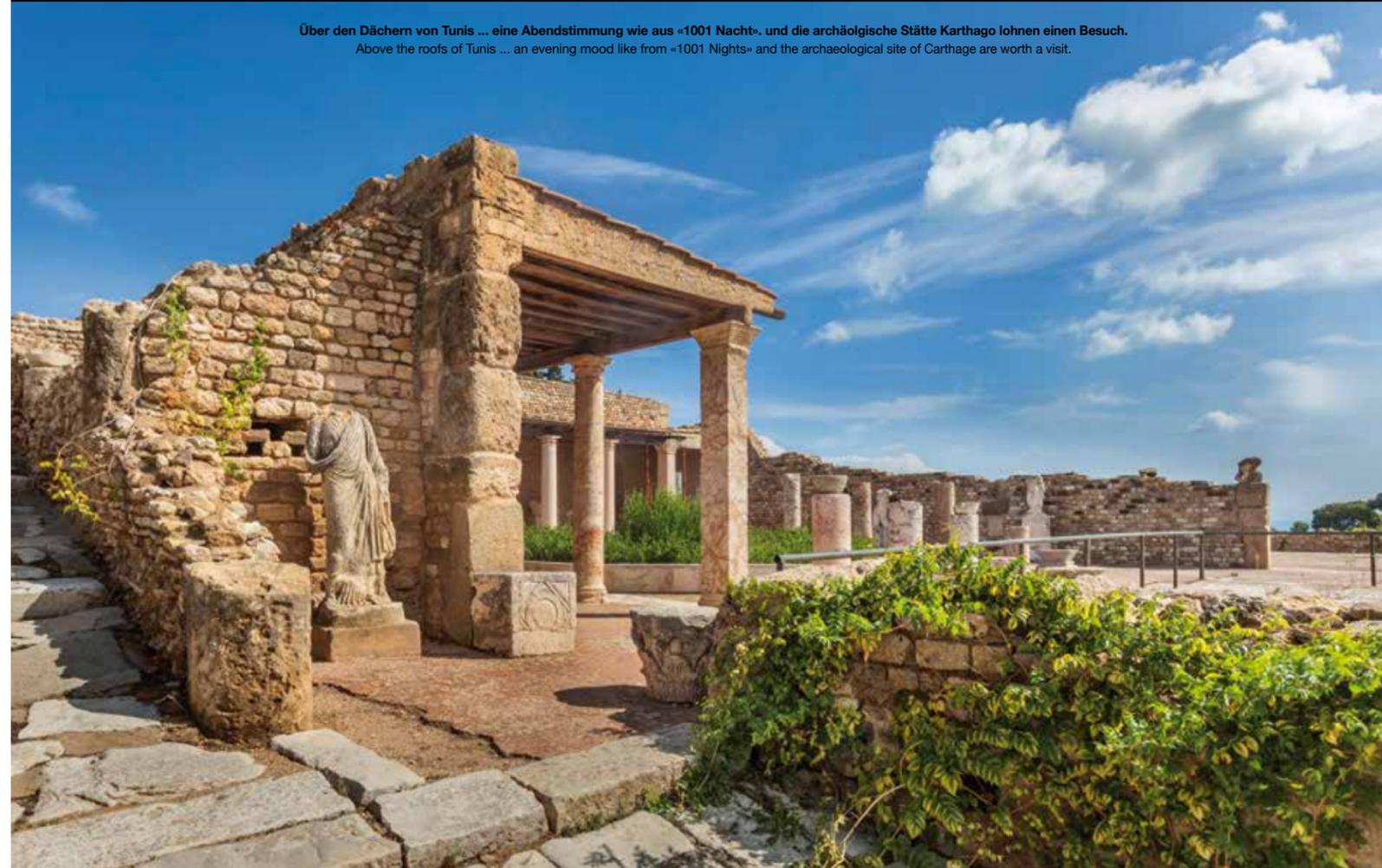
TUNISIAN LEGACY

The appreciation of the Tunisian legacy is a commitment of the hotel. For example, only olive oil of the local brand «Terre d'Utique» is served, which is particularly distinguished by the use of Chetoui olives, which contain a lot of polyphenol. Founder Narjess Babay loves to talk about her project and focuses on this local product. The entrepreneur explains that Tunisian olive oil is often mixed with Italian and ends up on the shelves with a label «made in Italy». She wants to help Tunisian products become more widely recognized.

SMALL AND BIG AT THE SAME TIME

With 1,300 km of coastline, Tunisia is the smallest country in North Africa. Its surface is four times that of Switzerland. The country has good relations with Switzerland by tradition: Habib Bourguiba, the first President of the Republic of Tunisia, liked to spend time in Switzerland. The private residence of the Swiss ambassador still borders closely on the premises of the presidential palace. »

[www.fourseasons.com/tunis](http://www.fourseasons.com/tunis)



Über den Dächern von Tunis ... eine Abendstimmung wie aus «1001 Nacht». und die archäologische Stätte Karthago lohnen einen Besuch.  
Above the roofs of Tunis ... an evening mood like from «1001 Nights» and the archaeological site of Carthage are worth a visit.

# Tunis Top Five to do



Entspannen an der nordafrikanischen Mittelmeerküste und zwischendurch ein Spaziergang in der Medina ...  
Relax on the North African Mediterranean coast and take a stroll in the medina in between ...



## SICH IN DER MEDINA VERLIEREN

Die Medina von Tunis ist die grösste in Nordafrika. Fast 100.000 Menschen leben hier. In den engen Gassen kann man Hunderte von Gewürzen entdecken, aber auch natürliche Parfums wie Amber oder ätherische Öle, darunter das der Rose und insbesondere das der Jasminblüte, der Nationalblume Tunesiens. Die Medina gehört seit 1979 zum UNESCO-Weltkulturerbe. Hier entsteht derzeit ein Fünf-Sterne-Boutique-Hotel, «The Residence Medina», ein Projekt eines Investors aus Singapur, dessen Eröffnung für 2022 geplant ist.

[www.iscovertunisia.com](http://www.iscovertunisia.com)

## AZZEDINE ALAÏA DIE EHRE ERWEISEN

Es handelt sich um ein diskretes Herrenhaus, das sich am oberen Ende des Viertels Sidi Bou Said befindet und nur wenige Meter von einem der schönsten Ausblicke auf die Touristenattraktionen am Mittelmeer und den Hafen entfernt ist. Das Haus des verstorbenen Modemachers Azzedine Alaïa sieht bescheiden aus und harmoniert mit den Blau- und Weissönen der umliegenden Häuser. Heute beherbergt es eine Stiftung, die von seinem Neffen Montassar Alaïa ins Leben gerufen wurde und beherbergt verschiedene Ausstellungen.

[www.maison-alaia.com/experience/en/exhibition/sidi-bou-said-la-mediterranee/](http://www.maison-alaia.com/experience/en/exhibition/sidi-bou-said-la-mediterranee/)

## DEN TUNESISCHEN WEIN VERKOSTEN

Das Land Produziert seit 3200 Jahren Wein. Dementsprechend breit ist das Angebot. Die Einheimischen lieben besonders den Rosé, der 75 Prozent des Umsatzes auf dem lokalen Markt erwirtschaftet. Im Ausland kennt man tunesische Weine wenig. Noch immer bleiben 90 Prozent der Produktion im Land. Ein Besuch ist fast eine Verpflichtung die Rebenerzeugnisse zu degustieren.

[www.ceptunes.com](http://www.ceptunes.com)

*«It doesn't always have to be the seaside resorts. The capital Tunis is reinventing itself as a travel destination.»*

## GET LOST IN THE MEDINA

The Tunis medina is the largest in North Africa. Almost 100,000 people live here. In the narrow streets you can discover hundreds of spices, but also natural perfumes such as amber or essential oils, including that of the rose and in particular that of jasmine, the national flower of Tunisia. The medina has been a UNESCO World Heritage Site since 1979. A five-star boutique hotel, The Residence Medina, is currently under construction here, a project by an investor from Singapore, whose opening is planned for 2022.

[www.iscovertunisia.com](http://www.iscovertunisia.com)

## HONOR AZZEDINE ALAÏA

It is a discreet mansion located at the upper end of the Sidi Bou Said district and only a few meters from one of the most beautiful views on the tourist attractions, on the Mediterranean Sea and the port. The house of the late couturier Azzedine Alaïa looks modest and harmonizes with the blue and white tones of the neighbourhood. Today it houses a foundation created by his nephew Montassar Alaïa and hosts various exhibitions.

[www.maison-alaia.com/experience/en/exhibition/sidi-bou-said-la-mediterranee/](http://www.maison-alaia.com/experience/en/exhibition/sidi-bou-said-la-mediterranee/)

## TASTE THE TUNISIAN WINE

The country has been producing wine for 3200 years. The range is correspondingly broad. The locals especially love the rosé, which generates 75 percent of sales on the local market. Tunisian wines are little known abroad. 90 percent of the production remains in the country. A visit is almost an obligation to taste the vine products.

[www.ceptunes.com](http://www.ceptunes.com)



... das «Four Seasons Tunis» wertet die Hotellandschaft der Hauptstadt mit gediegenem orientalischem Luxus auf.  
... the «Four Seasons Tunis» enhances the hotel infrastructure of the capital with solid oriental luxury.



## CONCEPT STORES ENTDECKEN

Die hippen Geschäfte blühen in Tunis gerade auf. Erster Besuch: «Musk & Amber» mit einer inspirierenden Auswahl an Produkten lokaler Designer und einer integrierten Galerie. «Elysa Artisanat» fertigt Handtaschen aus Holz und Spiegeln im eigenen Geschäft, während «Supersouk» das Aushängeschild der lokalen zeitgenössische Szene ist mit Teppichen, Geschirr, Hausschuhen, Möbeln und Naturkosmetik. Schliesslich präsentiert «Rock The Kasbah» den tunesischen Dekorstil aus der Sicht des französischen Designers und Dekorateurs Philippe Xerri. Das Ergebnis sind beeindruckende zeitgenössische nordafrikanische Kreationen.

[www.muskandambergallery.com](http://www.muskandambergallery.com)

[Instagram.com/Elysaartisanat](https://www.instagram.com/Elysaartisanat)

[Facebook.com/supersoukshop](https://www.facebook.com/supersoukshop)

[Rockthekasbah.net](http://Rockthekasbah.net)

## LOUNGEN AM LAC DE TUNIS

Der See ist eigentlich eine Lagune, deren Ufer zum Bummeln einladen. Dort ist das neue Trend- und Einkaufsviertel Lac 2 entstanden. In den Restaurants und Lounges kann man perfekte Cocktails geniessen. Und bei Frédéric Cassel, dem schicksten Konditor von Tunis muss man unbedingt ein Gebäck probieren, oder zwei ...

[Instagram.com/fredericcasseltunis](https://www.instagram.com/fredericcasseltunis)



Remembering Azzedine ... Die Ausstellungen im Haus des verstorbenen grossen kleinen Modeschöpfers und gebürtigen Tunesiers Azzedine Alaïa in Sidi Bou Said können besucht werden. Remembering Azzedine ... The exhibitions in the house of the late great short fashion designer and Tunisian-born Azzedine Alaïa in Sidi Bou Said can be visited.

## DISCOVER CONCEPT STORES

The hip shops are flourishing in Tunis. First visit: «Musk & Amber» with an inspiring selection of products from local designers and an integrated gallery. «Elysa Artisanat» produces handbags made of wood and mirrors in its own shop, while «Supersouk» is the figurehead of the local contemporary scene with carpets, dishes, slippers, furniture and natural cosmetics. Finally, «Rock The Kasbah» presents the Tunisian decor style from the point of view of the French designer and decorator Philippe Xerri. The results are impressive contemporary North African creations.

[www.muskandambergallery.com](http://www.muskandambergallery.com)

[Instagram.com/Elysaartisanat](https://www.instagram.com/Elysaartisanat)

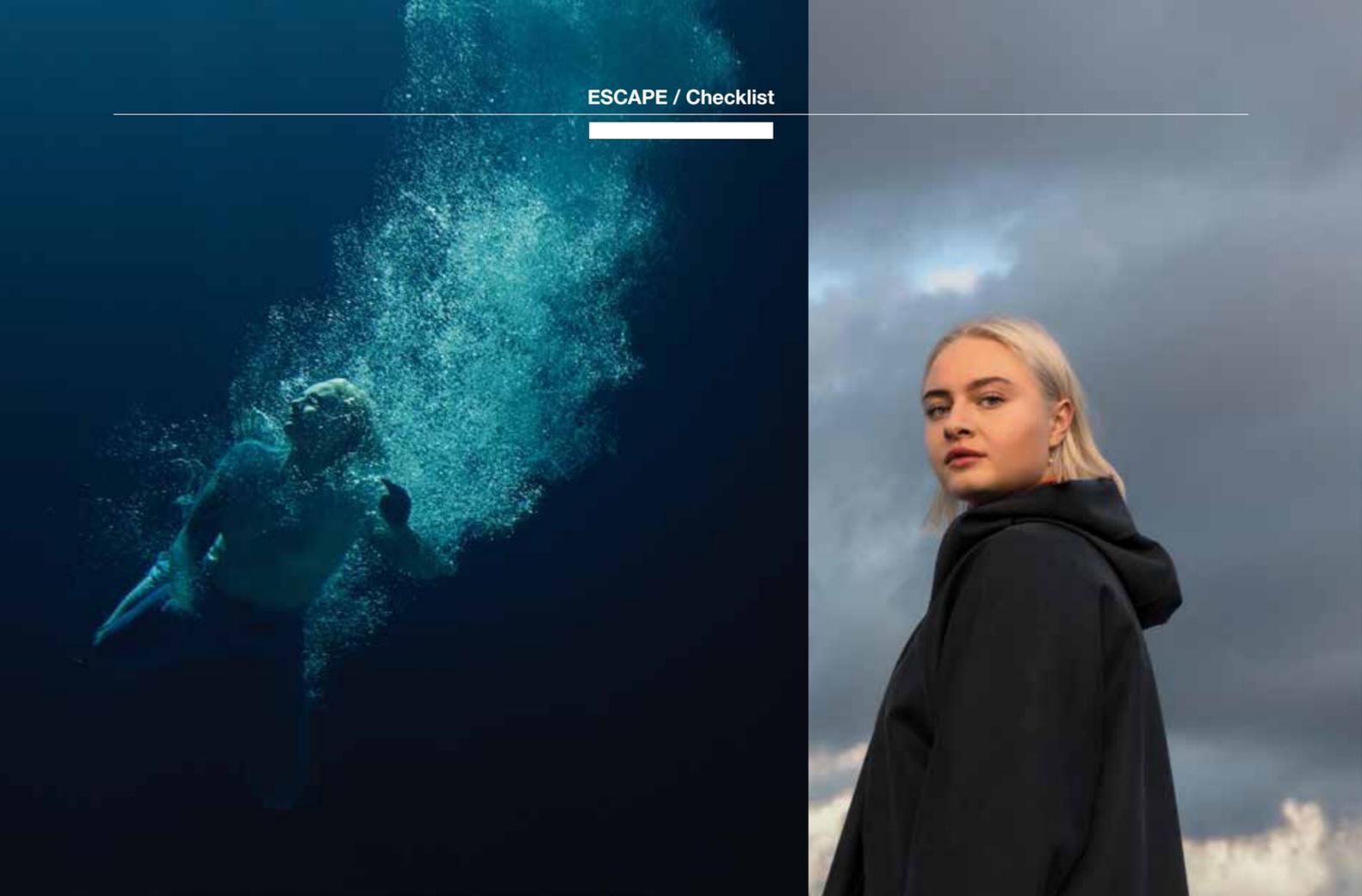
[Facebook.com/supersoukshop](https://www.facebook.com/supersoukshop)

[Rockthekasbah.net](http://Rockthekasbah.net)

## CHILL ON THE LAC DE TUNIS

The lake is actually a lagoon, the banks of which invite you to stroll. The new trend and shopping district Lac 2 was created there. You can enjoy perfect cocktails in the restaurants and lounges. And at Frédéric Cassel, the oh so chic confectioner in Tunis, you definitely have to try a pastry, or two ...

[Instagram.com/fredericcasseltunis](https://www.instagram.com/fredericcasseltunis)



## TRAVEL NOTES WITH LÅPSLEY

Sie hat gerade ihren 24. Geburtstag gefeiert und veröffentlicht nun ein brillantes zweites Album, das von ihrem Weg vom Mädchen zu Frau erzählt. Der neue englische Popstar verrät COTE MAGAZINE exklusiv ihre Reisetipps.

She has just celebrated her 24th birthday and now publishes a brilliant second album which tells of her journey from girl to woman. The new English pop star entrusts COTE MAGAZINE exclusively with her travel tips.

Olivier Rohrbach (interview) Alexandra Waespi / zVg (fotos)

### COTE MAGAZINE: WAS BEFINDET SICH IN IHREM HANDGEPÄCK?

**Låpsley:** Gesichtereinigung, Toner und Feuchtigkeitscreme ... Kopfhörer, eine wiederverwendbare Wasserflasche, ein Notizbuch und ein Schreibstift ...

### WAS LESEN ODER HÖREN SIE AUF REISEN?

Ich lese gerade «Eine kurze Geschichte der Menschheit» von Yuval Noah Harari. Wenn es ein Wochenende ist, versuche ich gerade die gesamte New Music Friday Liste auf Spotify anzuhören. Während der Woche sind es jeweils neue Aufnahmen, im Moment gerade Grimes' «Miss Anthropocene».

### COTE MAGAZINE: WHILE ON THE ROAD, WHAT'S IN YOUR CARRY-ON?

**Låpsley:** Cleanser, toner and moisturizer ... headphones, a reusable water bottle, a notebook and a pen ...

### WHAT DO YOU READ OR LISTEN TO WHILE TRAVELLING?

I'm currently reading «Sapiens» by Yuval Noah Harari. I try to listen through all of Spotify's New Music Friday playlist if it's a weekend, and I spend the week listening to new records that come out, currently listening to Grimes' «Miss Anthropocene».

### GEHEN SIE EINEM BERUHIGENDEN HOBBY NACH AN BORD?

Ich trage eine Gesichtsmaske auf. Ich möchte besser aussehen wenn ich das Flugzeug verlasse als vor dem Start.

### WORÜBER ÄRGERN SIE SICH BEIM REISEN?

Über Menschen, die ihre Sitzlehne nicht aufrecht stellen, wenn das Essen serviert wird!

### WER IST IHRE BESTE BEGLEITUNG AUF FLUGREISEN?

Der Traum wäre mein Hund Peanut, er kuschelt gerne auf meinem Schoß. Oder meine beste Freundin Emily! Sie bringt mich immer zum lachen.

### WAS IST DEIN LIEBLINGSGERICHT AN BOARD?

Ich liebe eine Käseplatte. Aber ich freue mich immer, wenn es Pasta gibt.

### WELCHE IST IHRE LIEBLINGSINSEL?

Island! Es ist eine geologisch aktive Insel. Ich liebe die Natur und Geologie und ich finde es jedes Mal aufregend, wenn ich diesen Ort besuche. Es gibt dort auch eine grossartige Musikszene und die Leute sind nett.

### DIE SURREALSTEN ORTE, DIE SIE BISHER BESUCHT HABEN?

Tokio. Mexiko Stadt. Island.

### WOLLEN SIE UNS IHRE DREI BEVORZUGTEN HOTELS AUF DER WELT NENNEN?

Ich liebe Designhotels. Ich habe in einigen übernachtet, aber besonders gefallen hat es mir im «Rooms Hotel Tbilisi» in Georgien. Die «Soho House» Gruppe hat auch einige wunderschöne Hotels. Mein Favorit ist das neue «White City House» im Londoner Stadtteil White City. Es befindet sich in einem alten BBC-Gebäude und die Zimmer sind alle im Stil der 60er und 70er Jahre gestaltet. Es ist wie eine Zeitreise in die Vergangenheit. Zu guter Letzt liebe ich auch das «Gotham Hotel» in Manchester.

### BEDEUTET REISEN FÜR SIE ENTSPANNUNG ODER STRESS?

Ich bin auf Reisen ziemlich entspannt. Ich schätze die Zeit ohne Internet und freue mich immer darauf, ans Ziel zu kommen.

### HABEN SIE UNTERWEGS EINIGE SONGS IHRES SCHÖNEN NEUEN ALBUMS GESCHRIEBEN?

Ich schreibe ständig in mein Notizbuch, besonders auf Reisen, und manchmal verwende ich das, was ich geschrieben habe tatsächlich, wenn ich im Studio bin.

### WAS WAR DAS ZIEL IHRES LETZTEN URLAUBS?

Fuerteventura auf den Kanarischen Inseln Anfang Januar. Ich wolle Sonnen und im Meer schwimmen!

«Ich bin auf Reisen ziemlich entspannt. Ich schätze die Zeit ohne Internet.»

Låpsley

«I'm pretty chilled while travelling. I appreciate the time away from the internet.»

Låpsley

### WHAT IS YOUR SOOTHING IN-FLIGHT HOBBY?

Putting on a face mask. I want to leave the plane looking better than I did before take off.

### WHAT IS YOUR TRAVEL ANNOYANCE?

People who don't put their seat in an upright position when the food is served!

### WHO IS YOUR BEST AIR TRAVEL COMPANION AND WHY?

The dream would be my dog Peanut, he loves snuggling on my lap. Or my best friend Emily! She always makes me laugh.

### WHAT IS YOUR FAVOURITE DISH ON BOARD?

I love a cheeseboard. But I am always excited when there's pasta.

### WHICH ONE IS YOUR FAVOURITE ISLAND?

Iceland! It's a geologically active island, I love nature and geology and I get excited when I visit this place. There's also a great music scene and the people are lovely.

### THE MOST SURREAL PLACES YOU VISITED SO FAR?

Tokyo. Mexico City. Iceland.

### WOULD YOU PLEASE NAME YOUR THREE PREFERRED HOTELS IN THE WORLD?

I love design hotels. I've stayed at a few but particularly loved «Rooms Hotel Tbilisi» in Georgia. The «Soho House» group also has some gorgeous hotels, my favorite is the new «White City House» in London's White City borough. It's located in an old BBC building and the rooms are total 60s and 70s design. It's like stepping back in time. Last but not least, I love also the «Gotham Hotel» in Manchester.

### DOES TRAVELLING MEAN RELAXATION OR STRESS FOR YOU?

It's not stressful, I'm pretty chilled while traveling. I appreciate the time away from the internet and I'm always excited to get to the destination.

### DID YOU WRITE SOME SONGS OF YOUR BEAUTIFUL NEW ALBUM WHILE ON THE ROAD?

I am constantly writing in my notebook, especially when travelling, and then sometimes I use the stuff I've written when I'm in the studio.

### WHAT WAS THE DESTINATION OF YOUR LAST VACATION?

Fuerteventura on the Canary Islands in early January. I was looking for sunshine and swimming in the ocean!

Låpsley «Through Water» XL Recordings/Musikvertrieb  
www.musiclapsley.com

1915  
LAVSANNE PALACE  
SWITZERLAND



UNE EXPÉRIENCE  
PALACE

WWW.LAVSANNE-PALACE.CH



Sanduz



# COTE & THE CITY

CULTURE, SHOPS, FOOD, SPECIAL PROMOTIONS: DAS IST IN DER STADT LOS



Fotos: PD / zVg

Im «La Brea»: Wenn Zürich sich anfühlt wie Downtown L.A. ... At «La Brea»: When Zurich feels like Downtown L.A. ...

# Agenda

## design



### HOME STORIES – 100 JAHRE, 20 VISIONÄRE INTERIEURS

Mit der Ausstellung initiiert das Vitra Design Museum eine neue Debatte über das private Interieur, seine Geschichte und seine Zukunftsperspektiven. Im Zentrum stehen die großen Zäsuren, die Design und Nutzung des westlichen Interieurs geprägt haben: Von aktuellen Themen wie knapper werdendem Wohnraum und dem Verschwinden der Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben, über die Entdeckung der Loftwohnung in den 70ern, dem Siegeszug einer ungezwungeneren Wohnkultur in den 60ern und dem Einzug moderner Haushaltsgeräte in den 50ern bis hin zu den ersten offenen Grundrissen der 1920er Jahre. Bis das Museum seine Tore wieder öffnet, findet man auf der Homepage Videos und Hintergrundinformationen, die uns bei Laune halten.

Ursprünglich geplant bis 23. August 2020, Vitra Design Museum, Charles-Eames-Strasse 2, Weil am Rhein; [www.design-museum.de](http://www.design-museum.de)

With this exhibition, the Vitra Design Museum initiates a new debate about private interiors, its history and future prospects. The focus is on the major turning points that have shaped the design and use of the western interior: from current issues such as dwindling living space and the disappearance of the boundaries between work and private life, the discovery of the loft apartment in the 70s, the triumphal march of a more informal living culture in the 60s and the introduction of modern household appliances in the 50s to the first open floor plans of the 1920s. Until the museum opens its doors again, videos and background information that keep us happy can be found on the homepage.

## textilkunst



### 7. EUROPÄISCHE QUILT-TRIENNALE

Da das Museum geschlossen ist und die Ausstellung mit grosser Wahrscheinlichkeit nicht mehr gezeigt werden kann, wird sie und weitere Ausstellungen nun online zugänglich gemacht. Die Jury hat 41 Arbeiten aus 161 Einreichungen ausgewählt. Sie vereinen ein breites Spektrum an Techniken, Konzepten und Motiven, die unter anderem die Auseinandersetzung der Künstlerinnen mit Zeitfragen, weltgeschichtlichen oder biografischen Gegebenheiten spiegeln.

Textilmuseum, Vadianstrasse 2, St.Gallen; [www.textilmuseum.ch](http://www.textilmuseum.ch)

Since the museum is closed and it is very likely that the exhibition can no longer be shown, the museum is now making this and other exhibitions accessible online. The jury selected 41 works from 161 submissions. They unite a broad spectrum of techniques, concepts and motifs, which among other things reflect the artist's engagement with questions of time, world history or biographical conditions.

## kunst



### GILBERT & GEORGE – THE GREAT EXHIBITION, 1971 – 2016

Humorvoll, laut, ohne Tabus und immer mit einer grossen Prise Selbstinszenierung könnte man die Kunst von Gilbert & George beschreiben. Nach dem Motto «Kunst für alle» wollten sie Anfang der 70er-Jahre damit die Szene revolutionieren. Das ist den beiden Ikonen der Britischen Popart gelungen. Das quirlige Künstler-Duo hat sich in all den Jahren mit grundlegenden Themen wie Tod, Hoffnung, Leben, Angst, Sex, Geld, Rasse und Religion auseinandergesetzt und sie in über hundert bildgewaltigen Fotocollagen umgesetzt.

Verlängert bis 12. Juli 2020, Kunsthalle Zürich, Limmatstrasse 270, Zürich; [www.kunsthallezuerich.ch](http://www.kunsthallezuerich.ch)

Humorous, loud, without taboos and always with a large pinch of self-staging, that's how Gilbert & George's art could be described. According to the motto «Art for everyone», they wanted to revolutionize the scene in the early 1970s. The two icons of British pop art succeeded. The lively artist duo has dealt with fundamental topics such as death, hope, life, fear, sex, money, race and religion over the years and implemented them in over a hundred picture-perfect photo collages.

Redaktion: Ursula Borer, Daniel Street, Visual Fields (Illustration) © Vitra Design Museum, Lina Bo Bardi, Casa de Vidro, São Paulo, 1952, © Instituto Bardi; Foto: Francisco Albuquerque, Textilmuseum St. Gallen, Elisabeth Willing © Tolarno Galleries, Melbourne -Gooseburne 2011, Designartview, Gespräch mit Tix und Robert Haussmann, Filmstill, 2015, Museum für Gestaltung Zürich, © ZHdK, Henig Prammer, Opernhaus, Lea Krasner, Sion, 1908, Öl auf Leinwand, Hirshhorn Museum and Sculpture Garden Smithsonian Institution, Washington, DC, The Joseph H. Hirshhorn Bequest, 1981, 86.2768, Foto: Cathy Carver, Hirshhorn Museum and Sculpture Garden © The Pollock-Krasner Foundation, Gilbert & George, ASTRO TURF, 2013, Courtesy Gilbert & George, 72Vg (photos)

## kunst



### AMUSE-BOUCHE. DER GESCHMACK DER KUNST

Schmeckt Kunst süss, sauer, bitter, salzig oder gar umami? Bestimmt ganz im Sinne von Jean Tinguely widmet man sich in am Rheinufer der Welt der menschlichen Sinne. Das ist nach Duft und Tastsinn bereits das dritte Experiment nach Themen. Die Ausstellung rückt den Geschmacksinn ins Zentrum. Bis zur Wiedereröffnung stellt das Museum diverse Videobeiträge auf der Homepage zur Verfügung welche das Warten kurzweiliger machen.

Verlängert bis 26. Juli 2020, Museum Tinguely, Paul Sacher-Anlage 1, Basel; [www.tinguely.ch](http://www.tinguely.ch)

Does art taste sweet, sour, bitter, salty or even umami? Definitely in the spirit of Jean Tinguely, on the banks of the Rhine they are dedicated to the world of the human senses. After fragrance and touch, this is the third experiment on topics. The exhibition focuses on taste. You have to be a little patient with this exhibition, until the re-opening the museum has made various video contributions available on the homepage that make the wait more entertaining.

## kunst



### LEE KRASNER. LIVING COLOUR

Als sarkastisch, streitlustig, einmalig, ehrlich und brillant wurde sie von Weggefährten und ihrer Familie beschrieben. Lee Krasner war sicher eine der unheimlichsten Künstlerinnen des 20. Jahrhunderts. 1908 wurde sie als Tochter von jüdisch-russischen Einwanderern geboren. Bereits mit 14 Jahren wusste sie, dass sie Künstlerin werden wollte. Das Zentrum Paul Klee zeigt nun in einer grossen Retrospektive rund 60 Arbeiten aus international bedeutenden Museen und Sammlungen.

Verlängert bis 16. August 2020, Zentrum Paul Klee, Monument im Fruchtländ, Bern; [www.zpk.org](http://www.zpk.org)

She was described by companions and her family as sarcastic, belligerent, unique, honest and brilliant. Lee Krasner was certainly one of the most unwavering artists of the 20th century. In 1908 she was born to Jewish-Russian immigrants. At the age of 14 she knew that she wanted to be an artist. The Zentrum Paul Klee now shows around 60 works from internationally important museums and collections in a large retrospective.

## design



### MUSEUM@HOME

Wir bleiben zu Hause, aber dank dem Museum für Gestaltung und dem Pavillon Le Corbusier in Zürich kommen wir online in reichlichen Kunstgenuss. Sei es ein digitaler Rundgang durch die Sammlungsausstellungen, ein Einblick in die spannenden Archive oder Interviews mit Designern. Auf Instagram kann man an Challenges, Games und Verlosungen mitmachen. Und: Jeder Online-Besucher kann sich selbst eine Sammlung kuratieren und über die sozialen Netzwerke mit Freunden und Familie teilen. Kunst für einmal anders.

Bis auf weiteres, Museum für Gestaltung, Ausstellungsstrasse 60, Zürich; [www.museum-gestaltung.ch](http://www.museum-gestaltung.ch)

We stay at home, but thanks to the Le Corbusier Museum of Design and the Pavilion in Zurich, we can enjoy plenty of art online. Be it a digital tour of the collection exhibitions, an insight into the exciting archives or interviews with designers. On Instagram you can take part in challenges, games and raffles. And: Every online visitor can curate a collection for themselves and share it with friends and family.

## oper



### DAS OPERNHAUS GEHT ONLINE

Besondere Zeiten verlangen kreative Massnahmen. Das Opernhaus Zürich schaltet in Koproduktion mit Accentus Music diverse vergangene Aufführungen zum kostenlosen Online-Genuss frei: Von Giuseppe Verdis «Rigoletto» bis «Werther» von Jules Massenet. Zusätzlich überbrückt das Haus die Corona-bedingte Spielpause mit der Podcast-Serie «Zwischenspiel» mit Hintergrundinformationen, mit u.a. Intendant Andreas Homoki und Ballettdirektor Christian Spuck.

Opernhaus Zürich, Falkenstrasse 1, Zürich; [www.opernhaus.ch](http://www.opernhaus.ch) [www.opernhaus.ch/streaming](http://www.opernhaus.ch/streaming), [www.opernhaus.ch/podcast](http://www.opernhaus.ch/podcast)

Special times require creative measures. In co-production with Accentus Music, the Zurich Opera House activates various past performances for free online enjoyment: From Giuseppe Verdi's «Rigoletto» to «Werther» from Jules Massenet. In addition, the house fills the corona-related break with the podcast series «Interlude» with background information, with, among others director Andreas Homoki and ballet director Christian Spuck.



Foto: Lisbeth Sachs, Kurtheater Baden, Foto: Roland Tännler, Lisbeth Sachs, Foto: Alexander Barbey (Zürcher Hochschule der Künste / Archiv), Flora Steiger-Crawford (Igra Arciv / ETH Zürich, Peter Steiger), Flora Steiger-Crawford, Zett-Haus, Eckhaus, Zürich, 1932 (Zürcher Hochschule der Künste / Archiv), DAM\_FrauArchitekt\_M\_Schütte-Lihotzky, M\_Schütte-Lihotzky, Porträt Lino Salini 1927, Margarethe Schütte-Lihotzky «Die erste Frankfurter Architektin auf dem Hochbauamt», Porträtzeichnung: Lino Salini.

**LISBETH SACHS (1914 – 2002)**  
Aufgewachsen ist Lisbeth Sachs in Ennetbaden, und in Baden steht mit dem Kurtheater auch ihr bedeutendster Bau. Dabei handelt es sich nicht um ein «reifes Werk», sondern um den Entwurf einer frisch diplomierten, gerade einmal 25jährigen ETH-Architektin. Dass sie mit Ausnahme des Badener Theaters und des Kunstpavillons an der Saffa 1958 in Zürich vor allem Einfamilien- und Ferienhäuser realisierte, war mehr durch die Umstände als durch eine spezielle Neigung bestimmt.



**LISBETH SACHS (1914 – 2002)**  
Lisbeth Sachs grew up in Ennetbaden, and Baden's Kurtheater is her most important building. This is not a «mature work», but rather the design of a newly qualified ETH architect who is just 25 years old. The fact that, with the exception of the Baden Theater and the art pavilion at the Saffa in 1958 in Zurich, she primarily realized single-family homes and holiday homes was determined more by circumstances than by a special inclination.

## Unter dem Radar

**In Geschichte und Gegenwart weisen Architektinnen und Ingenieurinnen nur eine marginale Präsenz auf. Eine Zürcher Ausstellung will diese Wahrnehmung jetzt gründlich ändern.**

Female architects and engineers have only a marginal presence in the past and present. A Zurich exhibition now wants to change this perception thoroughly.

Beatrice Hirt (text) DAM\_FrauArchitekt\_FrankfurterKüche\_Uwe Detmar / zVg (fotos)



**FLORA STEIGER-CRAWFORD (1899 – 1991)**  
Die vielseitig begabte Flora Steiger-Crawford besetzt in der Schweizer Architekturgeschichte des 20. Jahrhunderts eine exklusive Stellung. 1923 konnte sie als erste Frau überhaupt ein Architektordiplom der ETH Zürich entgegennehmen. Zusammen mit ihrem Ehemann Rudolf Steiger eröffnete sie 1924 ein Architekturbüro. Sie war an den meisten Gemeinschaftsprojekten beteiligt, konzentrierte sich jedoch zunehmend auf Entwürfe von Einfamilienhäusern und Inneneinrichtungen. 1938 zog sie sich aus dem Architektenberuf zurück und widmete sich ganz ihrer bildhauerischen Tätigkeit.



Flora Steiger-Crawford (1899 – 1991)  
The versatile talented Flora Steiger-Crawford occupies an exclusive position in Swiss architectural history in the 20th century. In 1923 she was the first woman to receive an architecture diploma from ETH Zurich. Together with her husband Rudolf Steiger, she opened an architectural office in 1924. She has been involved in most community projects, but has increasingly focused on single-family home and interior design. In 1938 she retired from the architectural profession and devoted herself entirely to her sculptural work.

1915 studierte Margarete Schütte-Lihotzky als erste Frau Architektur an der Kunstgewerbeschule in Wien und erst acht Jahre später konnte Flora Steiger-Crawford als erste Frau überhaupt ein Architektordiplom der ETH Zürich entgegennehmen. Die Ausstellung «Frau Architekt» gewährt diesen Pionierinnen und zahlreichen weiteren herausragenden Architektinnen des 20. Jh. jetzt einen gebührenden Auftritt. Zum Kontext gehört eine Timeline mit den wichtigsten Ereignissen ihrer Geschichte. Und auf Videos schildern zeitgenössische Protagonistinnen wie Trix Haussmann-Högl ihre Perspektive als Frau Architekt – lohnenswert, denn noch immer liegt der Anteil an weiblichen Professorinnen am Departement Architektur der ETH bei nur gerade 12,5 Prozent.

«Frau Architekt. Seit mehr als 100 Jahren: Frauen im Architektenberuf» Eine Ausstellung des ZAZ Zentrum Architektur Zürich und des DAM Deutsches Architekturmuseum Frankfurt, voraussichtlich bis 19. Juli 2020. ZAZ Zentrum Architektur Zürich, Höschgasse 3, 8008 Zürich [www.zaz-bellerive.ch](http://www.zaz-bellerive.ch) (Nächste Station der Ausstellung ist das Museum für Architektur und Ingenieurkunst NRW, [mai-nrw.de](http://mai-nrw.de))



**MARGARETE SCHÜTTE-LIHOTZKY (1897 – 2000)**  
1915 studierte Margarete Schütte-Lihotzky als erste Frau Architektur an der Kunstgewerbeschule in Wien. 1926 holte Ernst May sie ins «Neue Frankfurt», in die Abteilung für Typisierung. Dort entwarf sie Küchen, Wäscherien und Wohnungen für die berufstätige Frau. Die «Frankfurter Küche», die der «neuen» Frau Zeit und Wege erspart, wurde in 10000 Wohnungen eingebaut; sie ist die «Urahnin» aller modernen Küchen.

**MARGARETE SCHÜTTE-LIHOTZKY (1897 – 2000)**  
In 1915 Margarete Schütte-Lihotzky was the first woman to study architecture at the Vienna School of Applied Arts. In 1926, Ernst May brought her to the «New Frankfurt» and into its department for typification. There she designed kitchens, laundries and apartments for the working woman. The «Frankfurt Kitchen», which saves the «new» woman time and effort, was installed in 10000 apartments; it is the «ancestor» of all modern kitchens.



In 1915 Margarete Schütte-Lihotzky was the first woman to study architecture at the Kunstgewerbeschule in Vienna, and it was only eight years later that Flora Steiger-Crawford was the first woman to receive an architecture diploma from ETH Zurich. The exhibition «Frau Architekt» grants these pioneers and numerous other outstanding architects of the 20th century now a proper appearance. The context includes a timeline with the most important events in its history. And on videos, contemporary protagonists like Trix Haussmann-Högl describe their perspective as women architects – worthwhile, because the proportion of female professors in the Department of Architecture at ETH is still just 12.5 percent.

«Frau Architekt. For More than 100 Years: Women in the Architectural Profession» An exhibition by the ZAZ Zentrum Architektur Zürich and the DAM Deutsches Architekturmuseum Frankfurt, presumably until July 19, 2020. ZAZ Zentrum Architektur Zürich, Höschgasse 3, 8008 Zürich [www.zaz-bellerive.ch](http://www.zaz-bellerive.ch) (the next stop of the exhibition is the Museum of Architecture and Engineering NRW, [may-nrw.de](http://may-nrw.de))



Gastgeber Esteban Valle zelebriert die Kunst des Anrichtens. Host Esteban Valle celebrates the art of serving.

## Ein Künstler im Speisesaal

**Esteban Valle ist Chef de Service in der Domaine de Châteauevieux. Sein Ruf in der Kunst des Tranchierens und Flambierens am Tisch vor den Gästen ist weitherum bekannt. Der passionierte Gastgeber arbeitet seit 25 Jahren mit Philippe Chevrier zusammen. Wer ihn trifft, begegnet einem Schöpfer gastronomischer Emotionen.**

Esteban Valle is head of the dining room at Domaine de Châteauevieux. Renowned for his mastery of cutting and flambé at the table in front of the customer, this passionate of gastronomic art has worked alongside Philippe Chevrier for 25 years. Meeting with a creator of emotions.

Domaine de Châteauevieux / zVg (fotos)

### UNVERGESSLICHE MOMENTE ERLEBEN

«Wir haben kürzlich das Restaurant renoviert, um dem Anwesen neues Leben einzuhauchen und unsere treuen Gäste weiterhin in Erstaunen zu versetzen», erzählt Esteban Valle. «Natürlich besuchen uns die Gäste in erster Linie wegen der Küche und unserem berühmten Chef aber darüber hinaus gefällt ihnen das globale Erlebnis. Sie feiern ein fröhliches Ereignis und erleben einen unvergesslichen Moment. Sie wollen mit neuen Geschmacksrichtungen überrascht werden und eine aufmerksame Bedienung geniessen. Der Augenschmaus ist ihnen so wichtig wie das kulinarische Erlebnis», ergänzt der Gastgeber.

### TO LIVE UNFORGETTABLE MOMENTS

«We have recently renovated the restaurant to breathe new life into the Estate and continue to amaze our loyal guests», Esteban Valle tells us. The longtime Chef de Service of the Domaine de Châteauevieux outside Geneva celebrates the art of serving since 25 years. «Indeed, customers come to us for the kitchen and the chef of course, but beyond that, to live a global experience, an unforgettable moment and, most of the time, to celebrate a happy event. They want to be surprised and amazed, discover new flavors, be served with care, and enjoy a feast for the eyes», the professional host adds.

### DER SERVICE IST DIE SEELE DES RESTAURANTS

«Bei uns bereiten die Köche eine aussergewöhnliche Küche in einer herrlichen Umgebung zu», preist der Gastgeber seine Kollegen hinter der Kulisse. Und er fährt fort: «Der Gastraum und der Service sind die Fortsetzung der Küche und die Seele des Restaurants. Aus diesem Grund legen wir besonderes Augenmerk auf das Tranchieren des Fleisches und auf das Flambieren von Gerichten. Dadurch machen wir aus dem Service eine eigentliche Kunst. Uns ist es wichtig, in einer warmen und herzlichen Atmosphäre eine starke Bindung zu den Gästen aufzubauen, damit sie sich rundum wohl fühlen bei uns.»

### EIN BERUF VOLLER LEIDENSCHAFT UND EMOTIONEN

«Die Dienstleistungsberufe werden oft abgewertet und erfahren wenig Interesse von Seiten der Öffentlichkeit. Techniken, Fertigkeiten und Regeln gehen dadurch verloren. Trotzdem sind es faszinierende Berufe, die Kenntnisse und Beherrschung der Produkte, einen Sinn für Ästhetik und eine echte Liebe zum Detail erfordern. Wir sind Schöpfer von Emotionen, wie Tänzer in einem Ballett, Schauspieler in einem Theaterstück oder Musiker in einem Konzert», erklärt Esteban Valle mit grossem Engagement. «In Châteauevieux haben wir das Glück, die Teller am Tisch vor den Augen der Gäste fertig zu stellen. Wir geben den Speisen, welche von den talentierten Köchen zu wunderbaren Gerichten veredelt wurden durch das Aufschneiden am Tisch, das Zufügen der Sauce und das Fertigstellen der Desserts diese persönliche Note. Die Mitarbeitenden haben in jedem Service daher die Möglichkeit, ihren eigenen Stil auszudrücken, eigene Handgriffe zu entwickeln, um unseren Gästen die Emotionen zu vermitteln. Unsere Aufgabe ist es, die Kunden von Anfang an in Erstaunen zu versetzen. Dazu gehören die Begrüssung, das Installieren am Tisch, die Beschreibung der Gerichte, das Beseelen der Mahlzeit, in dem wir wissen, die Bedürfnisse des Gastes aufmerksam vorwegzunehmen und dabei diskret im Hintergrund zu bleiben. An jedem Tisch werden Geschichten erzählt, Verbindungen geknüpft und Emotionen auf unterschiedliche Weise erzeugt.»

### ÜBERRASCHEN UND SICH ANPASSEN

«In Bezug auf den Service mussten wir uns an neue Konsumgewohnheiten, Einschränkungen der Zeit und an besondere Ernährungswünsche unserer Kunden anpassen, einschliesslich der loyalsten unter ihnen. Es sind viele Parameter, die Teil unseres täglichen Lebens sind und die wir berücksichtigen müssen, um immer einen qualitativ hochwertigen Service und eine herausragende Leistung aufrechtzuerhalten», erklärt der Gastgeber von Châteauevieux. «Mein Beruf hat viel Charme. Ich mag es, Begehren zu erwecken, eine Show zu veranstalten und Teil des Spektakels zu sein, das sich bei jedem Service im Speisesaal abspielt. Ich arbeite seit 25 Jahren mit Chef Chevrier zusammen und es bereitet mir immer noch gleich viel Freude, die Gäste der Domaine zu überraschen und von ihren ständig neuen Anfragen herausgefordert werden.»

Domaine de Châteauevieux  
Chemin de Châteauevieux 16, Satigny  
+41 22 753 15 11 (Sonntags am Mittag geöffnet)  
www.chateauevieux.ch



Der elegante Speisesaal der Domaine de Châteauevieux  
The elegant dining room of the Domaine de Châteauevieux

### SERVICE IS THE SOUL OF THE RESTAURANT

«The chefs prepare exceptional cuisine in a magnificent setting», the host praises his colleagues in the kitchen. And he continues: «The dining room and the service are part of the continuity of the cuisine. They are the soul of the restaurant. This is why we pay particular attention to cuts and flambée and we create a real art around the service by establishing a strong contact with the guests in a warm and simple atmosphere so that they feel good.»

### A PROFESSION OF PASSION AND EMOTIONS

«The service professions are often devalued and suffer a lack of interest from the general public. Therefore techniques and codes in this field are getting lost. However, it is a fascinating profession that requires knowledge and mastery of the products, a taste for aesthetics and a real attention to detail. We are creators of emotions, like dancers in a ballet, actors in a play or musicians in a concert», says a passionate Esteban Valle. «At Châteauevieux, we are fortunate to finish setting the dishes at the table in front of the eyes of the guests. We are therefore able to put that personal touch to the dishes sublimated by the talents of the chefs. We cut the meat at the table, we pour the sauce, we add the final touch to the dessert. The staff in each service has the opportunity to express their own style, to develop their own knack in order to convey emotions to our guests. Our role is to amaze customers from the first moments, by welcoming them, setting up a table, describing the dishes, then animating their meal knowing that they are attentive and anticipating their needs while remaining set back. Stories are told, links are forged and emotions are created at each table, in a different way.»

### SURPRISE AND ADAPT

«In terms of service, we had to adapt to new consumption habits, time constraints or the diets of our customers, including the most loyal. Just as many parameters that are part of our daily life and for which we must adapt to always keep a high quality service and performance», the host at Châteauevieux tells. «It's a charming profession, I like to create desire, to put on a show and participate in this real stage performance that is played in the dining room at each service. I have worked alongside Chef Chevrier for 25 years and I always take as much pleasure in surprising clients at the Domaine, challenged by their requests, which are constantly being renewed.»



Loungen und lernen unter einem grünen Blätterdach ...

## Seminare im hängenden Garten

Die Natur und Aussenräume nach innen zu holen wirkt sich positiv aufs Wohlbefinden aus.

Bringing nature and outdoor spaces inside has a positive effect on well-being.

PD / zVg (fotos)

Der vegetale Baldachin ist eine Referenz an die Blätterkrone der Wälder und symbolisiert den direkten Kontakt mit der Atmosphäre und den Sonnenstrahlen. Der energiegeladene Lebensraum der Natur hat das Design der neuen Lounge im Viersternehotel «Ermitage» in Evian inspiriert. Es ist eine Art hängender Garten, der in einen Arbeitsbereich eindringt und diesen zu einem himmlischen Ort macht. Weit entfernt von den klassischen Seminarräumen wurde die «La Canopée» Lounge entworfen, um die Kreativität und den Austausch anzuregen und so Entspannung und Konzentration zu fördern. Dieses 83m<sup>2</sup> grosse Wohnzimmer existiert in völliger Harmonie mit der aussergewöhnlichen Umgebung des zwischen See und Berg gelegenen «Ermitage»-Hotels. Die Decke ist komplett mit Pflanzen geschmückt und harmoniert mit der in Tageslicht getauchten Ausstattung aus natürlichen Materialien und Farben. Auf einer 155m<sup>2</sup> grossen Terrasse mit herrlichem Blick auf die Alpen können man die Arbeits-sitzungen verlängern oder Momente der Geselligkeit teilen.

The canopy refers to the forest's upper level, in direct contact with the atmosphere and the sun's rays. It is this place full of energy and life that inspired the design of the four star hotel «Ermitage's» new lounge, like a hanging garden, an immersive work space that feels like an invitation to take the high ground. Far from the classic seminar rooms, the «La Canopée» lounge has been designed to stimulate creativity and sharing, thus inducing relaxation and concentration. In total harmony with the exceptional environment of the hotel «Ermitage», between lake and mountains, this new 83m<sup>2</sup> lounge is adorned with a green ceiling, decorated with natural colours and materials, and bathed in daylight. Outside: a 155m<sup>2</sup> terrace with a magnificent view of the Alps makes it possible to extend work sessions or share moments of conviviality.

«La Canopée» Lounge  
Hôtel Ermitage \*\*\*\*  
F-74500 Evian-les-Bains  
[www.hotel-ermitage-evian.com](http://www.hotel-ermitage-evian.com)



Damals neu, heute cool: Dorothee Vogel legt ihre Bestseller neu auf.

## Rock the Wardrobe

Die Zürcher Modedesignerin Dorothee Vogel öffnet ihre Archive und erfreut mit ihren coolen Fashion-Klassikern in Neuauflage.

Zurich fashion designer Dorothee Vogel opens her archives and delights with her cool new fashion classics.

Ursula Borer (text) PD / zVg (fotos)

Wenn man zur Quarantäne gezwungen wird, kann man die Zeit nutzen, innehalten und einen Blick zurückwerfen. Man kann auch seinen Schrank durchforsten und aus alten Kleidern neue Looks zusammenstellen. Wer wie die Dorothee Vogel eine lange und sehr erfolgreiche Mode-Karriere aufgebaut hat, darf stolz darauf zurückblicken. Beim Stöbern in den Archiven ist die Zürcher Designerin auf Entwürfe gestossen, die nichts an Aktualität eingebüsst haben. Unter dem Motto «Rock the Archives» lässt sie jetzt diese legendären Stücke wiederaufleben. Erster Streich ist der berühmte Pantsuit aus Jersey, Baumwolle und Lycra aus der Frühling/Sommer-Kollektion von 2010, den es ab sofort wieder zu kaufen gibt. Weitere Highlights sind die Schleifenbluse «Pardon» und das Kleid «Palms».

Dorothee Vogel, Im Guss, Gussstrasse 52, 8180 Bülach, [www.dorotheevogel.ch](http://www.dorotheevogel.ch)

When you are forced to quarantine, you can use the time, pause and take a look back. You can also sift through your closet and put together new looks from old clothes. Anyone who has built up a long and very successful fashion career like Dorothee Vogel can proudly look back on it. While browsing the archives, the Zurich designer came across designs that have lost none of their topicality. With the motto «Rock the Archives», she is now reviving these legendary pieces. The first prank is the famous pantsuit made of jersey, cotton and lycra from the spring / summer collection from 2010, which is now available for purchase again. Other highlights are the «Pardon» bow blouse and the «Palms» dress.



## Skin Expertise

Im Waldhotel des Bürgenstock Resorts steht die erste «SkinCeuticals»-Boutique.

Good news for the fans of skinCeuticals: The first boutique has opened its doors in the Waldhotel of the Bürgenstock Resort.

Ursula Borer (text) Roeckl / zVg (foto)

Die Produkte sind eine Mischung aus Hautpflege und Medikament und werden ausschliesslich von Hautärzten vertrieben. Dank dem ganzheitlichen Konzept werden in der dermatologischen Klinik von Dr. Jalili neben medizinisch-ästhetischen Treatments, auch speziell entwickelte Kabinen-Behandlungen für Gesicht und Körper angeboten. Neu findet man in der «Waldtlique» im 8. Stock alle Produkte und eine Testbar. Dank dem LED-basierten Hautanalysegerät «SkinScope» können hier die Produkte massgeschneidert auf die persönlichen Hautbedürfnisse abgestimmt werden.

Waldhotel Health & Medical Excellence, 6363 Oberbürgen, [www.buergenstock-waldhotel.ch](http://www.buergenstock-waldhotel.ch)

The products are a mixture of skin care and medication and are sold exclusively by dermatologists. Thanks to the holistic concept Dr. Jalili's dermatological clinic offers specially developed cabin treatments for the face and body in addition to medical-aesthetic treatments. All products and a test bar can now be found in the «Waldtlique» on the 8th floor. Thanks to the LED-based skin analyzer «SkinScope», the products can be tailored to personal skin needs.



## Nails To Go

Das Erfolgsrezept von The Nail Bar gedeiht in Zürich doppelt mit zwei Standorten.

The Nail Bar's recipe for success thrives in Zurich with two locations.

Ursula Borer (text) Roeckl / zVg (foto)

Seit 2010 verfolgen Florence und Daniel Stumpe mit «The Nail Bar» ihr innovatives Konzept und wurden dafür mit dem «Swiss Economic Award» ausgezeichnet. Mittlerweile gibt es schweizweit 20 Filialen. Die zwei der Neusten wurden in Zürich im Grieder und am Talacker eröffnet. Von French Nails bis hin zu schlichten, eleganten, farbigen oder auch ausgefallenen Nageldesigns - hier alles möglich und das unter der Woche bis 20 Uhr. Mani- und Pediküre kann man hier gleichzeitig buchen und das mit und ohne Termin, aber immer mit einem Drink an der Tee- und Sirup-Bar. Talacker 24 und Grieder, Bahnhofstrasse 30, 8001 Zürich, [www.thenailbar.ch](http://www.thenailbar.ch)

Florence and Daniel Stumpe have been pursuing their innovative concept with «The Nail Bar» since 2010 and have been awarded the «Swiss Economic Award» for this. There are now 20 branches across Switzerland. Two of the newest were opened in Zurich in Grieder and on Talacker. From French nails to simple, elegant, colored or even unusual nail designs - everything is possible here and during the week until 8 p.m. Mani and pedicures can be booked here at the same time, with or without an appointment, but always with a drink at the tea and syrup bar.



Majestätisch: Die Südfassade des Royal Savoy Lausanne. Majestic: The south facade of the Royal Savoy Lausanne.

## #RSLATTITUDE

Ob aus dem Spa oder aus dem Weinkeller, das Royal Savoy Hotel & Spa Lausanne teilt spannende Insiderinformationen aus seinem Haus in den Sozialen Netzwerken. Klicken Sie rein!

Whether from the spa or from the wine cellar, the Royal Savoy Hotel & Spa Lausanne shares exciting insider information from its house in the social networks. Click in!

Royal Savoy / zVg (foto)

Wir bleiben unserem Versprechen treu, mit Ihnen in Verbindung zu bleiben. Selbst aus der Distanz sollen Sie die Seele des Royal Savoy spüren. Wir laden Sie ein zu diversen Rendez-vous auf Social Media, um mit uns Momente angenehmer Unterhaltung, der Entspannung und des Wohlbefindens zu teilen. Unsere Initiative heisst #RSLATTITUDE.

#RSLATTITUDE ist ein originelles und bejahendes Angebot, Ihnen dabei zu helfen, auf positivem Kurs zu bleiben. Wir bieten Ihnen einzigartige Erlebnisse und Treffen auf unseren digitalen Plattformen an. Wir freuen uns, Sie dort zu sehen! Passen Sie gut auf sich auf, bis bald!

### BEISPIELE IN UNSEREN SOZIALEN NETZWERKEN:

Instagram [royalsavoylausanne](https://www.instagram.com/royalsavoylausanne)  
IGTV [royalsavoylausanne](https://www.instagram.com/royalsavoylausanne)  
Royal Savoy Lausanne

Kümmern Sie sich mit unseren Spa-Teams um Ihre Hände! Da wir ohne sie nichts machen können, nehmen Sie sich Zeit, um sie zu verwöhnen! Dekantieren Sie eine Flasche mit unserem Chef-Sommelier Benjamin! Feiern wir das Wochenende mit Leidenschaft!

Royal Savoy Hotel & Spa Lausanne Avenue d'Ouchy 40, 1006 Lausanne, +41 21 614 88 88, [www.royalsavoy.ch](http://www.royalsavoy.ch)

We remain true to our promise to stay in touch with you. You should feel the soul of the Royal Savoy even from a distance. We invite you to several rendez-vous on social media to share with us moments of pleasant entertainment, relaxation and well-being. Our initiative is called #RSLATTITUDE.

#RSLATTITUDE is an original and affirmative offer to help you stay on track. We offer you unique experiences and meetings on our digital platforms. We look forward to seeing you there! Take care of yourself, see you soon!

### EXAMPLES IN OUR SOCIAL NETWORKS:

Instagram [royalsavoylausanne](https://www.instagram.com/royalsavoylausanne)  
IGTV [royalsavoylausanne](https://www.instagram.com/royalsavoylausanne)  
Royal Savoy Lausanne

Take care of your hands with our spa teams! Since we can't do anything without them, take your time to spoil them! Decant a bottle with our chef sommelier Benjamin! Let's celebrate the weekend with passion!



## Vintage de Luxe

Jelmoli geht neue, nachhaltige Wege und eröffnet einen Vintage-Pop-up-Store.

Jelmoli is breaking new ground and opening a vintage pop-up store.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Die Lebenszeit von Modeschätzen zu verlängern war die Vision von Rea Bill, als sie vor zehn Jahren Reawake gründete. Der Highend-Second Hand und Vintage-Shop ist normalerweise an der Kornhausstrasse zu Hause. Zu entdecken gibt es Taschen und Kleider von Chanel, Hermès, Gucci, Dior oder Yves Saint Laurent. Damit will das Warenhaus einen neuen spannenden Ansatz für hochwertigen und nachhaltigen Konsum verwirklichen. Jelmoli-Kunden können vor Ort Taschen, Schuhe und Kleidungsstücke zum Weiterverkauf in Kommission geben.

Jelmoli x. Reawake, Seidengasse 1, 2. Stock, 8001 Zürich, [www.jelmoli.ch](http://www.jelmoli.ch)

Sustainable and conscious shopping is hip. No wonder vintage is trendy. Extending the life of fashion treasures was also Rea Bill's vision when she founded Reawake ten years ago. The high-end second-hand and vintage shop is usually located on Kornhausstrasse. You can discover bags and dresses by Chanel, Hermès, Gucci, Dior or Yves Saint Laurent. With this, the department store wants to realize a new exciting approach for high-quality and sustainable consumption. Jelmoli customers can give bags, shoes and clothing for commission resale on site.



## Durchblick

Das junge Schweizer Brillenlabel Bonocler hat eine Mission und einen eigenen Shop in Zürich.

The young Swiss eyewear label Bonocler not only has a mission, but now also has its own shop in Zurich.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Die Marke wurde 2017 von Flurin Isle, Beat Fischer und Mitinhaberin Aline Theiler gegründet und steht für Individualität, Qualität und Handwerk. Die drei Badener sind Partner der Organisation «One Dollar Glasses», die sich für eine klare Sicht für alle einsetzt und seit dem 1. Januar ist das Unternehmen auch als klimaneutral zertifiziert. Vor kurzem haben sie mitten im Kreis 4 ihren ersten Zürcher Shop eröffnet. Hier findet man cooles handgefertigtes Schweizer Design aus Edelstahl und Acetat. Wer möchte kann sich Modelle zur Anprobe nach Hause liefern lassen.

Bonocler, Feldstrasse 40, 8004 Zürich, [www.bonocler.ch](http://www.bonocler.ch)

The brand was founded in 2017 by Flurin Isle, Beat Fischer and co-owner Aline Theiler and stands for individuality, quality and craftsmanship. The three Baden residents are partners of the «One Dollar Glasses» organization, which is committed to a clear view for everyone and since January 1, the company has also been certified as climate-neutral. They recently opened their first Zurich shop in the middle of Kreis 4. Here you can find cool handmade Swiss design made of stainless steel and acetate.



## Hier ist der Burger König

An der Langstrasse wird aus Hackfleisch zwischen Brötchenhälften ein kulinarisches Sinneserlebnis.

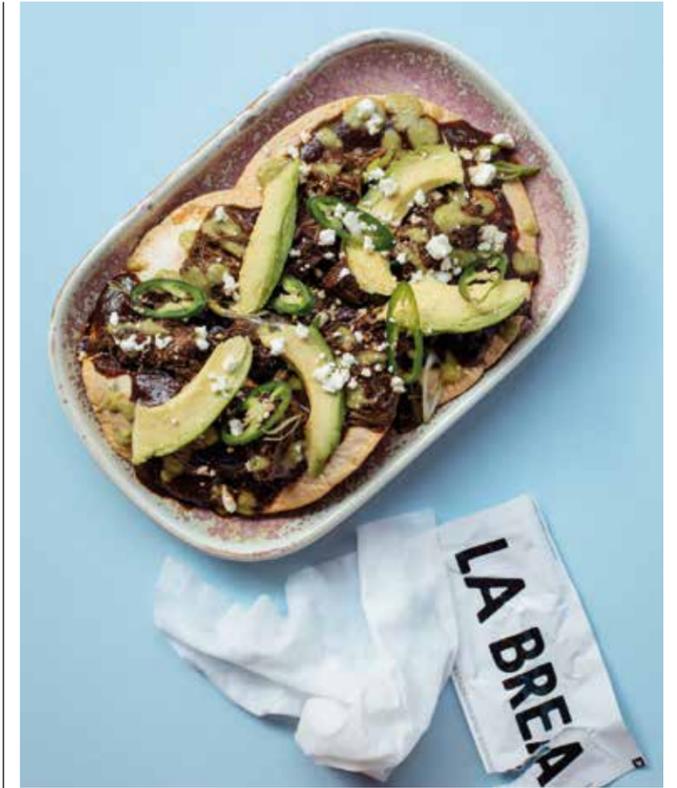
On Langstrasse, minced meat between two halves of bread rolls becomes a culinary sensory experience.

Marianne Eschbach (text) PD / zVg (foto)

Die Burger-Kreationen heissen «L'Affaire», «El Chapo» oder «Der Hans» (mit Hirsch-Fleisch) und sind Realität gewordene Fast-Gourmet-Philosophie. Bei Burgerhans werden Buns, Patties und Saucen nach hauseigenen Rezepten selbst hergestellt. Drei Partner, die in Singapur und St. Gallen weitere Gastronomiekonzepte führen, haben das kleine Take-Away-Lokal an der Zürcher Ausgehmeile aufgefrischt. Die Burgerhans-Burger haben sich in Rekordzeit nach der Eröffnung den Ruf erobert vom Besten zu sein, was die Stadt diesbezüglich her gibt.

Burgerhans, Langstrasse 238, 8005 Zürich, [www.burgerhans.ch](http://www.burgerhans.ch)

The burger creations are called «L'Affaire», «El Chapo» or «Der Hans» (with venison) and are a fast-gourmet philosophy that has become a reality. At Burgerhans, buns, patties and sauces are home made according to in-house recipes and creatively refined. Three partners, who have additional catering concepts in Singapore and St. Gallen, have refreshed the small take-away restaurant on the Zurich nightlife district, so that guests like to sit longer. The Burgerhans burgers have gained a reputation for being among the best the city has to offer in record time after the opening.



## Tacos für Zürich

Im neuen coolen Taco-Restaurant treffen sich Mexiko und Los Angeles mitten in Zürich.

Mexico and Los Angeles meet in the middle of Zurich in the new cool taco restaurant.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Im ehemaligen Kult-Café Gloria weht jetzt ein exotischer Wind. Es ist bereits das vierte Restaurant das Kirtanya, Thomas und Stephan von Matt aufgemacht haben. Hier zelebrieren sie ihre Liebe für die süd-kalifornische Küche (SoCal). Darum werden jetzt Tacos, Tortillas, Enchiladas und Toastadas im L.A.-Stil serviert – inklusive coolen Hip Hop-Beats im Hintergrund. Es gibt auch Unkonventionelles wie Libanese Tacos mit Falafel, Korean Crispy Chicken Tacos oder Vietnamese Tacos mit Shrimps. Dazu geniessst man ein kühles Bier oder einen Cocktail.

La Brea, Josefstrasse 59, 8005 Zürich, [www.la-brea.ch](http://www.la-brea.ch)

An exotic wind is now blowing in the former cult café Gloria in Kreis 5. Only the iconic round windows remain. It is the fourth restaurant that Kirtanya, Thomas and Stephan von Matt opened. Here they celebrate their love for Southern California cuisine (SoCal). That's why tacos, tortillas, enchiladas and toastadas are now served in the L.A. style - including cool hip hop beats in the background. But there are also unconventional things like Lebanese tacos with falafel, Korean crispy chicken tacos or Vietnamese tacos with shrimp. You can also enjoy a cool American beer or cocktail.



## Tafelfreuden

**Nenad Mlinarevic schenkt Zürich einen neuen kulinarischen Hotspot.**

Nenad Mlinarevic is giving Zurich a new culinary hotspot.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Das Food-Konzept der «Neuen Taverne» stammt von Ausnahmekoch Nenad («Bauernschänke»). Mit zwei Sternen im «Guide Michelin» ist Mlinarevic heute ein breit aufgestellter Kulinarik-Unternehmer mit Sinn für den guten Geschmack. Auch am neuen Ort überzeugt die Menü-Karte mit unkonventionellen Ideen für Veganer, Vegetarier und Fleischliebhaber. Abends gibt es 12 bis 15 verschiedene Gerichte zur Auswahl. Dank der gemütlichen Atmosphäre mit Gemeinschaftstischen, macht das Essen gleich doppelt Spass.

Neue Taverne, Glockengasse 8, 8001 Zürich, [www.neuetaverne.ch](http://www.neuetaverne.ch)

The food concept of the «Neue Taverne» comes from exceptional chef Nenad («Bauernschänke»). With two stars in the «Michelin Guide», Mlinarevic is today a culinary entrepreneur with a sense of good taste. At the new location, too, the menu convinces with unconventional ideas for vegans, vegetarians and meat lovers. In the evening there are 12 to 15 different dishes to choose from. Thanks to the cozy atmosphere with communal tables, eating is twice as fun.



## Ein Prinz am Herd

**Michel Péclard kehrt zu seinen Wurzeln zurück, begleitet von einem Chef, der ein Prinz ist.**

Michel Péclard returns to his roots, accompanied by a chef who is a prince.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Seit Jahren macht der Gastronom aus Stadtzürcher Beizen angesagte Hotspots. Der «Münsterhof» war 1997 sein erstes Restaurant. Jetzt hat er daraus die Wirtsstube «Münsterhöfli» gemacht und schliesst damit einen Kreis. Er will das Restaurant zu dem zurückführen, was es einst war: eine urhige und bodenständige Weinstube im Erdgeschoss mit Schweizer Klassikern wie Hackbraten und Kartoffelsalat, Fleischvogel und Ghackets mit Hörnli. Im gehobenen Teil im ersten Stock steht passend zu Ambiente und Menu mit Moritz von Hohenzollern ein Prinz am Herd.

Münsterhöfli, Münsterhof 6, 8001 Zürich, [www.muensterhofli.ch](http://www.muensterhofli.ch)

For years, the successful caterer has been making trendy hot spots out of Stadtzürcher Beizen. The Münsterhof was his first restaurant in 1997. Now he has turned it into the Münsterhöfli tavern and thus closes a circle. He wants to bring the restaurant back to what it used to be: a rustic and down-to-earth wine bar on the ground floor with Swiss classics such as meatloaf and potato salad and «Ghackets mit Hörnli» (minced meat with macaroni). In the upscale part on the first floor there is with Moritz von Hohenzollern a prince at the stove to match the ambience and menu.



Mehr als ein Luxushotelkomplex: Die Hôtels Ermitage \*\*\*\* (links) und Royal \*\*\*\*\* Palace (rechts) in Evian-les-Bains.

## DAS EVIAN RESORT – Die Quelle der Erneuerung

**In einem 45minütigen Bootstransfer von Genf ins Paradies, um die Batterien aufzuladen: Willkommen im Evian Resort!**

In a 45-minute boat transfer from Geneva to paradise to recharge the batteries: welcome to the Evian Resort!

Evian Resort / zVg (fotos)

Vor sich die Weite des Genfer Sees und im Rücken die majestätischen Alpen, wo die wertvolle Quelle für das natürliche evian® Mineralwasser entspringt: Das Evian Resort profitiert von seiner besonderen Lage, an der man zum wirklich Wichtigen und zu sich selbst findet und eins wird mit der Natur und seinen Liebsten. Das Evian Resort liegt elegant und modern im Herzen eines rund zwanzig Hektar grossen Parks und ist von den Gipfeln von Hochsavoyen umgeben. Diese privilegierte geografische Lage ist bei Weitem nicht sein einziges Kapital!

Das Evian Resort ist weit mehr als ein Luxushotelkomplex. Es ist ein magischer Ort mit einem einzigartigen Angebot. Es besteht aus dem Royal \*\*\*\*\* Palace Hotel, einem architektonischen Juwel, das 1909 zu Ehren von König Edward VII. errichtet wurde und eine sternegekrönte Tafel bietet, dem Hôtel Ermitage \*\*\*\*\*, einem authentischen Etablissement mit einer warmen Atmosphäre, zwei High-End-Spas und den Thermalbädern von evian®, dem Evian Resort Golfclub mit der renommierten «Leadbetter»-zertifizierten Akademie, einem Kinderresort von mehr als 1000 m<sup>2</sup>, der «Grange au Lac», einer Musikinstitution, ohne das Casino-Theater von Evian zu vergessen, an dem kein Weg vorbeiführt.

Das Evian Resort bietet seinen Kunden die Möglichkeit, das Aussergewöhnliche an Bord der «Evian One» zu erleben. Das Boot der neuesten Generation verbindet Genf in weniger als 45 Minuten mit Evian. Während der Fahrt entdeckt man die Reichtümer des Genfersees. Evian ist das ideale Ziel zum Aufladen der Batterien in einer bezaubernden Umgebung. Ob für einen Aufenthalt oder ein Wochenende, als Paar, mit Freunden oder als Familie, die Möglichkeiten sind endlos!

Facing the immensity of Lake Geneva and the Alps, where the precious source of evian® natural mineral water springs, the Evian Resort benefits from an exceptional location to reconnect with the essentials and yourself, the nature and your loved ones. At the heart of a park of around 47-acres private wooded grounds, the Evian Resort is elegantly and modernly surrounded by the peaks of Haute-Savoie. This privileged natural environment is far from being its only asset!

Much more than a luxury hotel complex, the Evian Resort is a magical place which suggests a unique offer: the Royal \*\*\*\*\* Palace hotel, an architectural gem erected in 1909 in honor of King Edward VII. and its starred table; the Hôtel Ermitage \*\*\*\*\*, an authentic establishment with a warm atmosphere where nature expresses itself in subtle touches; two high-end spas and the thermal baths of evian®, the Evian Resort golf club and its prestigious Leadbetter-certified Academy; a Kid's Resort of more than 1000 m<sup>2</sup>; the «Grange au Lac», a musical institution; without forgetting the essential casino-theater of Evian.

The Evian Resort also offers its customers the opportunity to experience the exceptional aboard the «Evian One», a latest generation boat which connects Geneva to Evian in less than 45 min, and to discover all the riches of the Lake Geneva region. An ideal destination for recharging your batteries in an enchanting setting, whether for a stay or a weekend, as a couple, with friends, or as a family, the possibilities are endless!

[www.evianresort.com](http://www.evianresort.com)  
[reservation@evianresort.com](mailto:reservation@evianresort.com)  
 T. +33 (0)4 50 26 50 50

# Philippe Chevrier & TWISPER

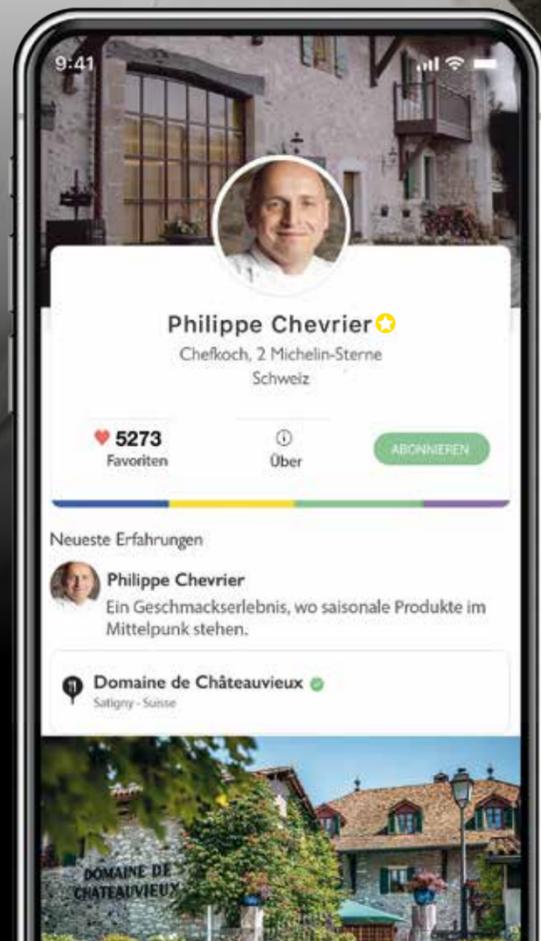
Be advised, by friends.



Folge Philippe Chevrier  
und entdecke seine  
Lieblingsrestaurants, -hotels  
und -bars weltweit.



TWISPER.COM



COTE  
MAGAZINE

# RSVP

PEOPLE & EVENTS: EINE BILDERGALERIE DER SCHÖNSTEN FESTABENDE

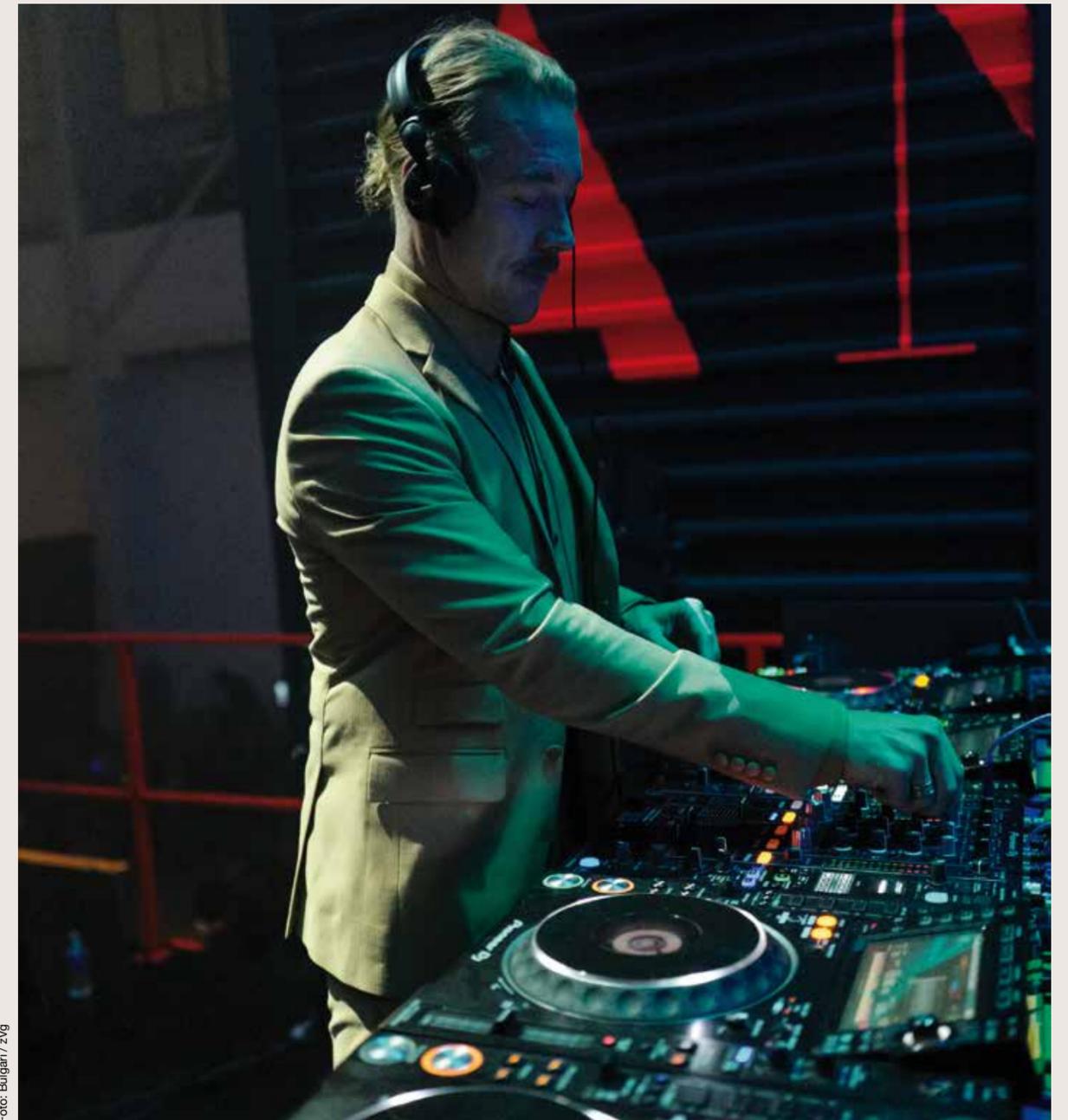


Foto: Bulgari / zlg

«Studio 54»? Nein, Bulgari's «Mai Troppo!» Party in Brooklyn mit DJ Diplo!



# #GoldenGlobes2020

Vier Looks auf dem roten Teppich und eine Fashion-Party über den Dächern von Los Angeles: Die Award-Bilanz des Hauses Saint Laurent bei den Golden Globes 2020 kann sich sehen lassen.

Four looks on the red carpet and a lavish fashion party over the rooftops of Los Angeles: the award record of the Saint Laurent house at the Golden Globes 2020 is impressive.

COTE Editors (copy) Saint Laurent / zVg (photos)

- 1 Zoe Kravitz wearing Saint Laurent
- 2 Al Pacino
- 3 Laura Dern wearing Saint Laurent
- 4 Gabrielle Union, Dwyane Wade
- 5 Rami Malek wearing Saint Laurent
- 6 Kate Bosworth
- 7 Katherine McNamara
- 8 Saint Laurent Golden Globe Party
- 9 Lucy Boynton
- 10 Louis Garrel
- 11 Jack Huston
- 12 Robin Wright, Anthony Vaccarello, Designer Saint Laurent

- 13 Billy Magnussen
- 14 Amber Valetta
- 15 Tommy Dorfman, Jacob Elordi
- 16 Vincent Gallo, Francesca Belletini, CEO Saint Laurent, Anthony Vaccarello, Designer Saint Laurent, David Alexander Flinn
- 17 Cailee Spaeny, Mackenzie Foy
- 18 Saint Laurent Golden Globe Party
- 19 Tom Payne
- 20 Cameo Smith
- 21 James Scully
- 22 Kaia Gerber, Hailey Bieber
- 23 Caleb Landry Jones
- 24 Levi Dylan
- 25 Kit Harington wearing Saint Laurent
- 26 Will Kemp, Julia von Boehm



1 Das «Rialto» in Gstaad  
 2 Alejandro Graf von der Pahlen & Mirja Sachs Gräfin von der Pahlen  
 3 Véronique Barbey, Bibi Gritti, Prinz Philipp von Liechtenstein, Sandrine Pozzo di Borgo  
 4 Graf und Gräfin de Ganay  
 5 Mathilde Lichine, Elisabeth Taylor, Sacha Lichine, Manrico Iachia, Commodore des Yacht Club Gstaad, Florence Grinda  
 6 Bibi Gritti, Andrew & Gabriele Braunsberg  
 7 Lea & Brandolino Gritti  
 8 Victoria Wyman, Guy Sangster  
 9 Atilio & Camilla Brillembourg  
 10 Peter & Maha Tarazzi  
 11 Mathilde & Sacha Lichine, Besitzer Château d'Esclans und «Whispering Angel» Rosé, Eugenia Grandschamps des Raux



## #RialtoWinetasting

**Bibi Gritti, Immobilien-Unternehmerin aus Genf und Elisabeth Taylor haben für Sacha Lichine eine Verkostung edler Rosé-Weine im Rialto in Gstaad organisiert.**

Bibi Gritti, interior designer and real estate entrepreneur from Geneva and Elisabeth Taylor organized a tasting of fine rosé wines in the Rialto in Gstaad for Sacha Lichine.

COTE editors (redaktion) Armin Grässl / zVg (photos)



## #IRPParAbend

**Erfolg für den dritten Charity-Abend der International Foundation for Research in Paraplegia im The Dolder Grand in Zürich: 150 000 Schweizer Franken kamen zusammen.**

Success for the third charity evening of the International Foundation for Research in Paraplegia at The Dolder Grand in Zurich: 150 000 Swiss francs were raised.

COTE editors (copy) IRP / zVg (photos)



1 Das OK-Komitee, Danilo de Simone, Béatrice Brunner, Suzanne Speich, Silvia Affolter, Joëlle Snella  
 2 Verkauf der Tombolalose  
 3 Die Schweizer Soul Jazz Legende Robi Weber begleitete den Aperitif musikalisch.  
 4 + 8 Gäste beim Apéro.  
 5 Ein Toast mit Champagne Laurent Perrier auf den gelungenen Abend.  
 6 Die Basel Dance Academy unter der Leitung der querschnittgelähmten ehemaligen Primaballerina Galina Gladkova-Hoffmann trat auf.  
 7 Prof. Dr. Martin Schwab, Prof. Dr. Armin Curt, beide ETH Zürich  
 9 Daniel Joggi, Präsident der Schweizer Paraplegiker-Stiftung  
 10 Beliebt: die Fotowand  
 11 Silvia Affolter, PARAbend OK-Präsidentin, interviewt David Mzee, der dank des STIMO-Projektes mit einem Rollator wieder gehen kann.





## #CHANELinCinema

Wenn auf einer Party alle Damen denselben Brand tragen, Chanel nämlich, dann handelt es sich um das Pre-Oscar-Dinner des Hauses mit dem Filmproduzenten Charles Finch in Beverly Hills.

If all women wear the same brand at a party, namely Chanel, then it is the house's pre-Oscar dinner with film producer Charles Finch at the Beverly Hills Hotel.

COTE Editors (redaktion) Chanel / zVg (fotos)

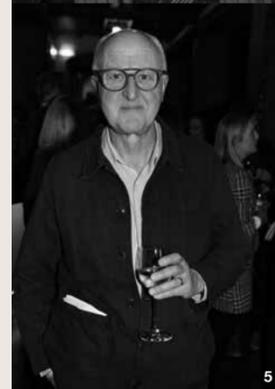


- 1 Joan Collins
- 2 So Dam Park und die Crew des südkoreanischen Oscar-Siegerfilms «Parasite».
- 3 Soo Joo Park
- 4 Caitriona Balfe
- 5 Sofia Coppola
- 6 Maggie Rogers
- 7 Laura Love, Margaret Qualley
- 8 Taylor Russell
- 9 Robert de Niro, Harvey Keitel
- 10 Pedro Almodovar, Gina Gershon
- 11 Phoebe Tonkin
- 12 Judd Apatow, Leslie Mann
- 13 Paolo Sorrentino



- 14 Demi Moore
- 15 Kaitlyn Dever
- 16 Margot Robbie
- 17 Diane Kruger
- 18 Lucy Boynton
- 19 Melissa Barrera
- 20 Rashida Jones, Kenya Kinski-Jones
- 21 Marie-Louise Khondji
- 22 Penelope Cruz
- 23 Sofia Boutella
- 24 Billie Eilish
- 25 Vicky Krieps





## #EAT2020

**Zum 10. Mal wurde in Engadin über Kunst debattiert. Aus aktueller Sicht hatte das Leitmotiv «Silent – Listen» der Engadin Art Talks 2020 etwas beinahe Hellsichtiges.**

Art was debated in the crystal clear Engadine air for the 10th time already. From the current perspective, the «Silent – Listen» theme of the Engadin Art Talks 2020 had something almost clairvoyant.

COTE Editors (copy) E.A.T / zVg (photos)



- 1 Bice Curiger
- 2 Ziba Ardalan
- 3 Mafalda Prinzessin von Hessen, Rolf Sachs
- 4 Cristina Bechtler
- 5 Chris Watson
- 6 Tatiana Bilbao
- 7 Grazyna Kulczyk
- 8 Jeppe Hein, Breathe with Me' Installation
- 9 Hans Ulrich Obrist
- 10 Raphael Hefti, Ruedi Bechtler, Christine Binswanger, Bethan Huws
- 11 Ben Okri
- 12 Sofia Prinzessin zu Sayn-Wittgenstein, Johann und Lena König



- 1 Dr. Laetitia Guarino, Stefano Iodice
- 2 Raphael und Wilvy Sy Gübelin empfangen ihre Gäste im Hotel Schweizerhof
- 3 Der Ball rockt! Patrick Pfannkuche, Edith Saladin, Sindi Arifi, Clifford Lilley, Cécile Dünner und Gäste
- 4 Junges Talent: Maria Dueñas
- 5 Barbara Ruijs, Salar Bahrampoori
- 6 Nina Burri
- 7 Numa Bischoff Ullmann, Intendant Luzerner Sinfonieorchester, Corinne Ullmann
- 8 Das Ballkomitee: Maya von Salis, Aase Jansen, Caroline Studer
- 9 Orchestermusiker und Patenkinder
- 10 Sindi Arifi
- 11 Chef Tanja Grandits kreierte das Galamenu
- 12 Kinderchor



## #LuzernerSinfonieball

**Bereits zum zweiten Mal richteten Juwelier Gübelin und das Luzerner Sinfonieorchester den Benefizball zu Gunsten innovativer Musikprojekte für Kinder und Jugendliche aus.**

The Schweizerhof is dancing! For the second time, jeweller Gübelin and the Lucerne Symphony Orchestra organized the elegant benefit ball in favour of innovative music projects for children and young people.

Marianne Eschbach (redaktion) Gübelin / zVg (fotos)





## #BZero1Rock

Mit Stacheln und Glamour! Juwelier Bulgari und sein CEO Jean-Christophe Babin feierten mit ihren Gästen in der Event-Location Duggal Greenhouse im Brooklyn Navy Yard. With spikes and glamour! Jeweler Bulgari and his CEO Jean-Christophe Babin celebrated the new punk rock version of the successful «BZero1» design with their guests in the Brooklyn Navy Yard.

Marianne Eschbach (redaktion) Bulgari / zVg (fotos)

- 1 Cody Simpson
- 2 Party-Motto: Unapologetic! Exuberant! Mai Troppo!
- 3 Candice Swanepoel
- 4 Mahmood
- 5 José Pablo Minor
- 6 Alexander Wang
- 7 James Turlington
- 8 Lily Aldridge
- 9 Zara Larsson
- 10 Ciara
- 11 Cate Underwood
- 12 Bulgari-geschmückt: Carolyn Murphys Hände
- 13 Lucia Silvestri, Creative Director Bulgari



- 14 Zendaya Coleman
- 15 Becky G.
- 16 Julia Restoin Roitfeld
- 17 Roberto Rossellini jr.
- 18 Ben Nordberg
- 19 Jean-Christophe Babin, CEO Bulgari, Jeannie Mai, Lily Aldridge, Naomi Scott, Zendaya Coleman
- 20 Jon Kortajarena
- 21 Carolyn Murphy
- 22 Ruby Aldridge
- 23 Nadia Lee Cohen
- 24 Mia Moretti
- 25 Joan Jett
- 26 Jean-Christophe Babin, CEO Bulgari, Naomi Scott
- 27 DJ Diplo
- 28 Austin Augie



## Geniessen Sie «La vie en rose» mit COTE! Enjoy «La Vie en Rose» with COTE!

Leben Sie stilvoll, lassen Sie sich COTE Magazine –  
gedruckte Ausgabe – in den Briefkasten liefern!

Live in style, have COTE Magazine – print issue –  
been delivered into your mailbox!



Den ersten COTE MAGAZINE  
Neu-Abonnenten eines  
Zweijahres-Abos schenken  
wir ein elegantes Set des  
romantisches Rosenduftes  
«Delina» aus dem Traditionshaus  
Parfum de Marly im Wert von  
CHF 342.–. «Eau de Parfum»,  
«Crème Corps», sind inspiriert  
von der Blütezeit der  
französischen Hof-Parfümerie  
des 18. Jahrhunderts und dem  
prächtigen Barock-Schloss  
Marly. Schnell sein lohnt sich!\*

**Bestellen Sie Ihr Abo online  
just subscribe online**  
[www.cote-magazine.ch/abonnement/](http://www.cote-magazine.ch/abonnement/)

COTE MAGAZINE ZÜRICH in Deutsch / Englisch; 4 x Jahr; Jahresabo offeriert.  
Zweijahres-Abo CHF 34.–, (Einzelpreis Kiosk CHF 8.50).  
Abo-Angebot nur in der Schweiz gültig. Konditionen Ausland-Abos auf Anfrage.

COTE MAGAZINE ZÜRICH in German / English; 4 x year; one year subscription offered  
Two year subscription CHF 34.–, (price per issue at newsstands CHF 8.50).  
Subscription offer valid only in Switzerland. Subscription to other countries upon request.

[www.cote-magazine.ch](http://www.cote-magazine.ch)



We offer the first new  
COTE MAGAZINE subscribers  
of a two-year subscription an  
elegant set of the romantic rose  
fragrance «Delina» from the  
traditional Parfum de Marly house  
with a value of CHF 342.–.  
«Eau de Parfum», «Body Cream»,  
are inspired by the heyday of  
French court perfumery in the  
18th century and the splendid  
Baroque palace of Marly.  
First comes, first serves!\*

Jeffrey Rogers (1), Parfums de Marly (2) / zVg (fotos)

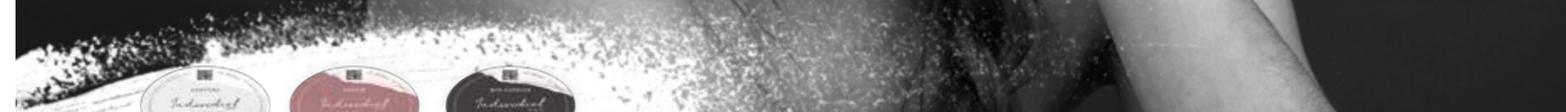
\* Über das Prämien-Angebot wird keine Korrespondenz geführt

\* No correspondence will be lead about this bonus offer

Individuel  
Genève

INDIVIDUEL PRO

The beauty revolution  
is coming home



### TIME FOR HOMEWORK

The safest professional face  
treatments now At Your Home!  
use our breakthrough technology  
device to personalize your skin  
care and enjoy professional  
treatments at home

### THE 3 C'S THAT GUARANTEE RESULTS

Continuous treatment  
easier to achieve at home  
Customization  
exactly what your skin needs  
Consultation  
our experts are here to help

### ACHIEVING PERFECT RESULT

- Only 8 minutes treatment
- One capsule once a week
- Innovative, quick and easy to operate
- Immediate visible results from the first treatment
- A non-invasive treatment
- A non-surgical treatment
- Comprehensive range of 360 treatments
- The innovative electromagnetic technology that gives you in-depth treatment of skin imperfections
- The only non-surgical technique that treats the signs of age.

[info@individuelcosmetics.com](mailto:info@individuelcosmetics.com)

[individuelcosmetics.com](http://individuelcosmetics.com)

Customer service

0800 343 343

0041 22 810 86 78

f Individuel  
Instagram Individuel\_suisse  
YouTube Individuel Geneve

044 580 90 90

*Cartier*

COLLECTION JUSTE UN CLOU



Votre boutique Cartier ouvre à nouveau ses portes afin de vous accueillir.  
Nous nous réjouissons de vous retrouver dans le plus strict respect des consignes  
de sécurité et de protection pour vous et nos équipes.

Retrouvez toutes les informations sur [cartier.ch](http://cartier.ch)