

# COTE

MAGAZINE ZÜRICH

AUSGABE 30 WINTER 2020 / 2021 CHF 8.50

**PERSONALITIES** YANNICK ALLÉNO – AMY MACDONALD **PORTFOLIO** HELMUT NEWTON  
DAVID SHRIGLEY **FASHION** EVENING FAVOURITES **ESCAPE** ANTARKTIS **UHREN** BLACK



WITH  
ENGLISH  
TEXT



*Extremely Addictive*  
**THE MIDNIGHT ISSUE**

# We think outside the bank



## Private Bank

At Barclays Private Bank, we keep our minds and doors open to collaborations, so we can approach the challenges you face with fresh thinking. We work across the whole of the Barclays network and beyond, bringing together the right people, ideas and opportunities, to connect you to new possibilities. Imagine what we could achieve together.

[barclays.ch/privatebank](https://barclays.ch/privatebank)



# GRAFF

THE MOST FABULOUS JEWELS IN THE WORLD

INSPIRED BY TWOMBLY  
DIAMOND TIMEPIECE, 23 CARATS EARRINGS, 17 CARATS

GRAFF.COM



## Auf zu neuen Ufern

In normalen Jahren freut man sich zum Jahreswechsel auf fröhliche Feste. Im herausfordernden Jahr 2020 freute man sich wohl vor allem darauf, dass es endlich vorbei ist. Als wir uns für die Winterausgabe von COTE MAGAZINE im Lifestyle-Universum umgesehen haben, sind wir auf sehr viel festliche Inspiration gestossen, die eigentlich auf alles andere hindeutete als darauf, dass wir den Übergang vom alten zum neuen Jahr im sehr kleinen Rahmen verbringen würden. Da ist viel Glitzer, da ist viel Gold, da ist auch viel seröses aber elegantes Schwarz.

Wollten wir darauf verzichten, den Glamour auf unseren Seiten abzubilden? Natürlich nicht. Denn die Hoffnung stirbt zuletzt, besagt ein deutsches Sprichwort, und meint auch, dass die Heiterkeit einst wieder obsiegen kann, wenn wir es wollen. Und wie wir es wollen! Mitternacht ist uns in der Folge als Leitmotiv in den Sinn gekommen. Nein, wir sprechen hier nicht von der Geisterstunde. Davon hatten wir eindeutig genug im vergangenen Jahr. Symbolisch steht der Zeitpunkt für den Übergang. Wir halten es lieber mit der Deutung, dass alles ein Ende hat, das Schöne aber auch das Ungute. Als Optimisten glauben wir an das Positive. An die Tür, die geschlossen wird, damit eine andere sich öffnen kann. An den Tag, der abgelöst wird, damit ein neuer begrüsst werden kann. Wir tauschen jetzt die dröge Null gegen die siegreiche Eins! In diesem Sinn wünschen wir Ihnen und uns allen ein inspiriertes, positives Jahr. Mit dem aus den vergangenen zwölf Monaten Gelernten, sind wir dafür bestens gerüstet.

*Einen guten Start ins 2021 wünschen Ihnen  
Marianne Eschbach (Chefredaktorin) und das Team  
von COTE Zürich, Genf & Lugano.*

## On to New Shores

In normal years, people look forward to happy celebrations at the turn of the year. In the challenging year 2020, most of all we were looking forward to the fact that it was finally over. When we looked around the lifestyle universe for the winter edition of COTE MAGAZINE, we encountered a lot of festive inspiration that actually indicated anything but that we would spend the transition from the old to the new year on a very small scale. There is a lot of glitter, there is a lot of gold, there is also a lot of serious but elegant black.

Did we want to forego showing the glamour on our pages? Of course not. Because hope dies last, says a German proverb, and it also means that cheerfulness can prevail again one day if we want it to. And how we want it! Midnight came to mind as a leitmotif. No, we're not talking about the witching hour here. We definitely had enough of that last year. The time for the transition is symbolic. We prefer to interpret it as saying that everything has an end, the beautiful but also the bad. As optimists, we believe in the positive. To the door that is closed so that another can open. On the day that is replaced so that a new one can be greeted. We are now exchanging the boring zero for the victorious one! With this in mind, we wish you and all of us an inspired, positive year. With what we have learned from the past twelve months, we are ideally equipped for this.

*Marianne Eschbach (Editor-in-Chief)  
and the team from COTE Zürich, Geneva & Lugano  
wish you a good start into 2021.*

## l'Orange de Noël





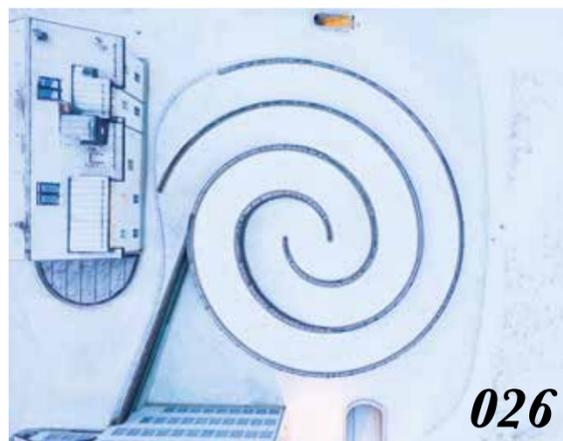
156

Antarktis: Auf dem Expeditionsschiff ins bedrohte Paradies.



066

Mode: Die schillerndsten Abendlooks vom Laufsteg.



026

Uhren: Besuch im neuen AP-Museumsatelier in Le Brassus.

### RUBRIKEN

Editorial	004
Inhalt	008
Impressum	012
Bonjour de Genève! Tipps unserer Redaktionskollegen	014

### UPDATE

Fashion & Accessoires Festlich	018
Design Glanzstücke	022
Living Teppiche wie Gemälde	024
Parfum Sinnlich und orientalisch	026
Beauty Trends Looks of the Season	028
Duftkreation 20 Jahre Frédéric Malle	030
Treasures Gelbgold und Perlen	032
Fashion x Art Handtaschen als Kunstobjekte	034
Fashion x Art Ai Wei Wei Weiss Accessoires	035
Architektur Die Zukunft gehört dem Holz	036
Kultur Fotografie in Schwarz und Weiss	038
Lookbook Hommage an die «Göttin» auf vier Rädern	039
Lookbooks Marrakech und Miami	040
Escape Relaxen in Bad Ragaz und auf dem Bürgenstock	042

### SALON

Yannick Alléno über die perfekte Sauce	044
Ane Brun Musikwunder aus dem Norden	052
Amy Macdonald mit neuem Album	056

### FASHION

Utility Chic Auf und neben der Piste	062
Laufsteg Glanz, Pailletten und Glamour	066
Cruise Collections Frühlingsboten	076
Abendmode Nachts im Museum	080
Engagement Bally säubert die Berge	088



### COVER

Foto Sandrine Gomez  
 Model Thylane Blondeau / IMG, Uno  
 Realisation Caroline Schwartz  
 Mode Prada  
 Haarband Roger Vivier  
 Schmuck Cartier  
 Hair Fabien Gamona mit Produkten von Sisley Paris  
 Make-up Adeline Raffin  
 Special Thanks MAH Musée d'art et d'histoire Genève

Fotos: © Thomas Gloor, Celine, AP Iwan Baan PD / zVg



**KLEPCYS GMT RETROGRADE**  
 42 mm titanium case  
 In-house automatic movement  
 Limited to 50 pieces  
 Novelty 2020



**GUBELIN**

60, RUE DU RHÔNE - 1204 GENEVA  
 GUBELIN.GENEVE@GUBELIN.COM  
 +41 22 365 53 80

**THE CONQUEST OF INNOVATION**  
 CYRUS-WATCHES.CH INFO@CYRUS-WATCHES.COM @CYRUSWATCHES



**PORTFOLIO**

- Helmut Newton** Ein Baby SUMO zum 100. Geburtstag **090**
- David Shrigley** Kunst rettet die Welt **100**
- Itin, Norelli, Eichenberger** Kunst und Handwerk **106**

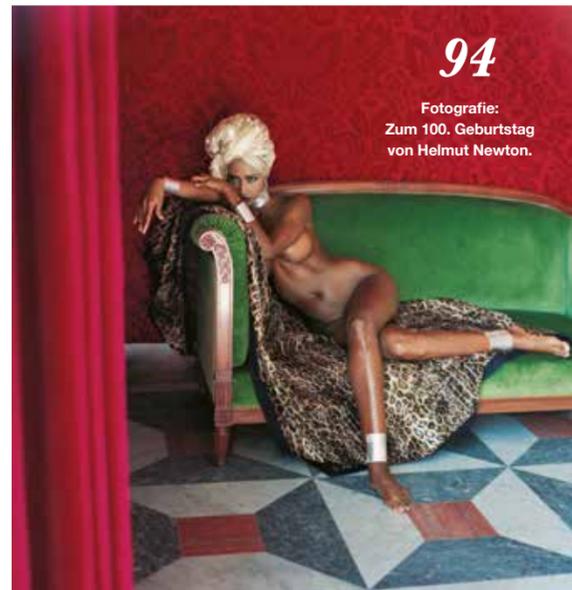
**COTE PROMOTION**

- Cyrus** Die «Klepcys GMT Retrograde» **041**
- Hôtel Palafitte** Cocooning am Neuenburger See **173**



**106**

Charakterstücke: Schmuck liebt starkes Design und den Materialmix.



**94**

Fotografie:  
Zum 100. Geburtstag  
von Helmut Newton.

**TREASURES**

- Haute Joaillerie** Pardestücke **116**
- Uhren** All Black **122**
- François-Henry Bennahmias** Audemars Piguet CEO im Interview **126**

**VANITY**

- Duftkerzen** Licht und Wohlgeruch im Winter **136**
- Parfum** Chanel träumt sich auf den Mond **142**
- Hautpflege** Edelmetall im Trend **148**
- News** Kleine Eitelkeiten **152**

**ESCAPE**

- Antarktis** Mit dem Expeditionsschiff in den eisigen Süden **156**
- Checklist** Reisenotizen mit Inès de la Fressange **166**

**COTE & THE CITY**

- Agenda** Aktuelles aus Kultur und Kunst **150**
- Food Delivery** Käse und Menüs total stressfrei **172**
- Restaurants** Bündner Spezialitäten und Designer Sardinien **174**
- Design** Nomad St. Moritz **178**
- Kultur** Modeszene Schweiz **180**
- Stores** Dior in St. Moritz, mehr Platz Bei Hublot **182**
- Stores** Seidenblumen & Deko-Objekte **183**
- Restaurants** Fondue & Hotdog deluxe **184**
- Engagement** Ein Chirurgie-Roboter fürs Kinderspital **186**

**RSVP**

- Bulgari** Haute Joaillerie im Palazzo Colonna in Rom **188**
- Four Fellows** Rum-Premiere in Zürich **190**
- Officine Panerai** bei Casa Vergani in Zürich **191**
- Roger Vivier** Verrückte Schuh-Präsentation in Paris **192**

**ABO ANGEBOT**

- First comes, first serves** **194**
- COTE MAGAZINE x Skin Design London by nishes.ch

Fotos: Iman, American Vogue, Hotel Negresco, Nice, 1989, Helmut Newton © The Helmut Newton Estate / Maconochie Photography, TASCHEN PD, Van Cleef & Arpels PD / zlg



DEEPLY INSPIRED

Die Innenwelt dieses seltenen Padparadscha-Saphirs, 12.10 ct, offenbart spektakuläre Strukturen, die an einen Vogel erinnern, der seine eleganten Flügel in der Morgensonne auffächert. Erfahren Sie mehr über das Collier «Blushing Wing» unter [gubelin.com/aurora](http://gubelin.com/aurora).

## Impressum



### HERAUSGEBER

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

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

ART DIRECTION & LAYOUT  
Aysun Ergez / visuelledesignstudio.com

REDAKTION  
Hervé Borne, Jacob Decasa, Claudia Dewek,  
Raphaël Klemm, Christelle Cluzeau,  
Alison Demièrre, Sacha Prost, Caroline Schwartz  
lareddaction@cote-magazine.ch

MIT BEITRÄGEN VON  
Ursula Borer, Beatrice Hirt, Andrea Lucia Brun,  
Philippe Garner, Matthias Harder,  
Olivier Rohrbach, Lena Stäheli, Verónica Cuomo

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  
Hans Otto, Infoplus AG / hans.otto@i-plus.ch

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

PARTNERSCHAFTEN / HOTELS  
Virginie Vivès / v.vives@cote-magazine.ch

ASSISTENTIN DES HERAUSGEBERS  
Virginie Vivès / v.vives@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.



ERHEBUNG 01.04.2019 BIS 31.03.2020

**Zürich**  
18325 (20000 Druckauflage)  
**Genève**  
19751 (24000 Druckauflage)  
**Lugano**  
(16000 Druckauflage)  
**Schweiz**  
(60000 Druckauflage)

Media Analyse Führungskräfte / Top Leaders

# COUNT ON ME



CERTINA MIT DEM DOUBLE SECURITY CONCEPT  
LÄSST DICH NICHT IM STICH. [CERTINA.COM](https://www.certina.com)

DS-1 - AUTOMATIKWERK - ANTIMAGNETISCHE NIVACHRON™-  
TECHNOLOGIE - SWISS MADE - CHF 830.-

**CERTINA**  
SWISS WATCHES SINCE 1888





# 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 SCHÖNHEIT DES UNPERFEKTEN

Die Ausstellung «Steve McCurry & Musée Barbier-Mueller – Wabi-sabi, Beauty in Imperfection» stellt 30 Arbeiten des weltberühmten Fotografen mit der unverkennbaren humanistischen Handschrift und Kunstobjekte der Weltkulturen aus der Museumssammlung gegenüber. Die Exponate kreieren so ein erzählerisches wie ästhetisches Echo. Es ist als ob Steve McCurrys bis ins Detail komponierte dokumentarische Menschen- und Naturfotografien zu den kunsthandwerklichen Objekten sprechen würden und umgekehrt. In Zeiten der oberflächlichen Bilderflut fesseln die originellen Arrangements den Blick der Betrachter\*innen.

The exhibition «Steve McCurry & Musée Barbier-Mueller - Wabi-sabi, Beauty in Imperfection» juxtaposes 30 works by the world-famous photographer with the unmistakable humanistic signature and art objects from world cultures from the museum collection. The exhibits create a narrative as well as an aesthetic echo. It is as if Steve McCurry's documentary photographs of people and nature, composed down to the last detail, speak to the handicraft objects and vice versa. In times of superficial flood of images, the original arrangements captivate the viewer.

Musée Barbier-Mueller, 10, Rue Jean Calvin, 1204 Genève, www.barbier-mueller.ch (bis 15. Juni 2021)



Fotos: Steve McCurry, Boy from the Suri people, Omo Valley, Ethiopia, 2014, Facial Mask, Democratic Republic of the Congo, former Berthe Hartert collection, Musée Barbier-Mueller, Studio de cinéma Cinecittà, Rome, Italie, 2017 © Steve McCurry, Steve McCurry Studios, Concept Bonnie McCurry V.Soske, in collaboration with Biba Giacchetti and Sudest57, Fred Boissonnas au travail en Haute-Egypte 1929 - 1930 © Bibliothèque de Genève, PD / zVg



## FÜR WELTBÜRGER\*INNEN

Nach der Eröffnung einer Niederlassung in Zürich im Jahr 2019 erweitert «citizen M» nun das Hotelangebot in Genf. Das Konzept der hoch-effizienten Hoteldienstleistungen kommt auch hier zur Anwendung. Die Zimmer sind eher klein, dafür gut ausgestattet: Mit einem extra grossen Bett und einer sehr grossen Dusche verfügt dieser komfortable Kokon über alle Zutaten, um allfälligen Reisetress zu beseitigen. Per Tablet steuert man von den Jalousien über den Fernseher bis zur Zimmertemperatur alles fern. Der hausinterne Catering-Service liefert rund um die Uhr auf Bestellung. Luxus geht auch einfach und erschwinglich.

After opening a branch in Zurich in 2019, «citizenM» is now expanding the range of hotels in Geneva. The concept of highly efficient hotel services is also used here. The rooms are rather small, but well equipped: With an extra large bed and a very large shower, this comfortable cocoon has all the ingredients to relieve any travel stress. Everything from the blinds to the television to room temperature is controlled remotely using a tablet. The in-house catering service delivers to order around the clock. Luxury can be easy and affordable.

31 - 33, Rue de la Rôtisserie, 1204 Genève, www.citizenm.com

## 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



## RENDEZ-VOUS DER KUNST

In den neun Jahren kontinuierlicher Weiterentwicklung und Konsolidierung ist es «artgenève» gelungen, eine erstklassige Messe für zeitgenössische und moderne Kunst mit internationaler Resonanz in der Region des Genfersees zu etablieren. «artgenève» begrüsst internationale Galerien und bietet auch institutionellen und privaten Sammlungen Raum, sowie unabhängigen Kuratoren. Die Veranstalter sind überzeugt, von der Dynamik, die aus dem Dialog zwischen Galerien und Institutionen entsteht.

During its nine years of continuous development and consolidation, «artgenève» has succeeded in establishing a first-class contemporary and modern art fair with an international resonance in the Lake Geneva region. «artgenève» welcomes international galleries and also devotes a large space to institutional and private collections as well as independent spaces and curators, convinced that dynamism that can arise from the dialogue between galleries and institutions.

Palexpo, Route François-Peyrot 30, 1218 Le Grand-Saconnex, www.artgeneve.ch (28 to 31 January 2021).



## RENÉE COLLIARD FERAUD (\* 1933)

Die Genfer Pharmazie-Studentin gewann 1956 bei den Olympischen Winterspielen in Cortina d'Ampezzo die sensationelle Goldmedaille im Slalom. The Geneva pharmacy student and later pharmacist won the sensational gold medal in slalom at the Winter Olympics in Cortina d'Ampezzo in 1956.



## A LIFE FOR PHOTOGRAPHY

Von 1860 bis 1980 stellte die Boissonnas-Dynastie die Fotografie in den Mittelpunkt des Genfer Gesellschaftslebens. 1903 verliess Fred Boissonnas den Komfort seines Studios Richtung Griechenland. Die Intensität des Lichtes am Mittelmeer war ihm eine mächtige Inspirationsquelle. Fred Boissonnas reiste von Gibraltar nach Ägypten. Er erzählte mit seinen Bildern die Geschichte der Landschaften und der Welt. Zu sehen in der Ausstellung «Fred Boissonnas und das Mittelmeer. Eine fotografische Odyssee».

From 1860 to 1980, the Boissonnas dynasty placed photography at the heart of social life in Geneva. In 1903, Fred Boissonnas left the comfort of his studio for Greece. The intensity of the light on the Mediterranean was a powerful source of inspiration for him. Fred Boissonnas traveled from Gibraltar to Egypt. With his pictures he told the story of the landscape and the world. To be seen in the exhibition «Fred Boissonnas and the Mediterranean. A Photographic Odyssey».

Musée Rath, Place de Neuve 1, 1204 Genève, www.mah-geneve.ch (bis 31. Januar 2021)

# PANERAI

LABORATORIO DI IDEE



SUBMERSIBLE  
BMG-TECH™  
A PIONEERING INNOVATION MADE FOR MODERN HEROES

COME VISIT US AT THE NEW PANERAI BOUTIQUE - Bahnhofstrasse, 25 - Zürich

\*the first mechanical watch case made of bulk metallic glass

COTE  
MAGAZINE

# UPDATE

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



Foto: Eiro / zVg

Look 41 by Etro Winter 2020 / 2021

## Festive!

Die Saison ist eröffnet! Trotz frostigen Temperaturen schreiten wir selbstbewusst ins neue Jahr. Modische Teile mit metallischem Glanz, elegantes schwarz und goldene Elemente stimmen uns auf ein hoffentlich auf ein zuversichtliches Jahr ein.

The season is open! Despite the frosty temperatures, we are confident about the new year. Fashionable items with a metallic sheen, elegant black and gold elements put us in the mood for a hopefully confident year.

Lena Stäheli (redaktion) PD / zVg (fotos)



Look 19 by Zimmermann, Autumn / Winter 2020



**PIERRE HARDY**  
Chic à la Parisienne: Stiefelette «Party» aus golden irisierendem Leder für jedes Parkett.  
Chic à la Parisienne: «Party» ankle boots made of iridescent gold leather for every parquet.



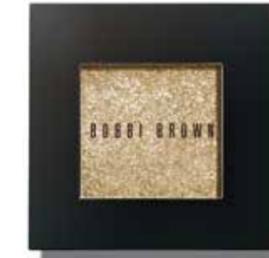
**ROSSIGNOL**  
Für Glanz auf sämtlichen Pisten: Daunensack «Victoire» mit Metallic-Oberfläche, aus der neuen «Urban»-Collection.  
For shine on all slopes: down jacket «Victoire» with metallic surface, from the new «Urban» collection.



**DOLCE & GABBANA**  
Midirock aus Metallic-Spitze, erhältlich bei netaporter.com  
Metallic lace midi skirt.



**DOLCE & GABBANA**  
Glamouröse Sonnenbrille in soften Sunset-Tönen, direkt vom Runway.  
Glamorous sunglasses in soft sunset tones, straight from the runway.



**BOBBI BROWN**  
Shimmer, baby! Goldener Lidschatten «Sunlight» mit Glitzerpartikeln.  
Shimmer, baby! Golden eyeshadow «Sunlight» with glitter particles.



**LA MER**  
Wenn das kein Schönheitsschlaf ist, dann gibt es ihn nicht: «Genaissance de La Mer™ The New Concentrated Night Balm».  
If that isn't beauty sleep, then it doesn't exist: «Genaissance de La Mer™ The New Concentrated Night Balm».

**MANOLO BLAHNIK**  
Für Prinzessinnen-Füße: Metallic-Mules mit hohem Schaft.  
For princess feet: metallic mules with a high shaft.



**GIRARD PERREGAUX**  
Uhr «1966 Infinity Edition» (30 mm) aus Edelstahl mit Onyx-Zifferblatt und Diamanten, mechanisches Automatikuhrwerk.  
Watch «1966 Infinity Edition» (30 mm) made of stainless steel with onyx dial and diamonds, mechanical automatic movement.



**BY KILIAN**  
Lippenstift «Le Rouge Parfum», mit einer Vanille- und Orangenblüten-Duftnote.  
Lipstick «Le Rouge Parfum», with a scent of vanilla and orange blossom.



**GUCCI**  
Blütenring «Gucci Flora» aus Gelbgold mit Diamanten für ein glamouröses Statement an der Hand.  
«Gucci Flora» flower ring made of yellow gold with diamonds for a glamorous statement on the hand.



**16ARLINGTON**  
«Maika» Midikleid aus Crêpe mit Federn und Raffung, erhältlich bei netaporter.com  
«Maika» midi dress made of crepe with feathers and ruffles, available at netaporter.com



**CARTIER**  
Die neueste Version des Erfolgsdesigns «Clash de Cartier», aus Weissgold.  
The latest version of the successful «Clash de Cartier» design, made of white gold.



**GUCCI**  
Für Nachtowls: Sonnenbrille mit dunkeln Gläsern.  
For night owls: sunglasses with dark lenses.



**CELESTRON**  
Ich sehe den Sternenhimmel... Teleskop aus Mahagoni und Kupfer, erhältlich über [misterporter.com](http://misterporter.com)  
I see the starry sky ... mahogany and copper telescope.



**HERMÈS**  
«Pop Tray» bzw. «Vide Poche» für Schlüssel etc., aus der «Maison»-Kollektion.  
«Pop Tray» or «Vide Poche» for keys etc. from the «Maison» collection.



**GIORGIO ARMANI**  
Elegant und cozy: Kurzer Mantel aus Samt mit Kapuze.  
Elegant and cozy: short coat made of velvet with a hood.



**SERGE LUTENS**  
«Périlleusement Vôtre» aus der «Gratte Ciel»-Kollektion; ein Rosenduft, der mit allerlei Abgründen spielt.  
«Périlleusement Vôtre» from the «Gratte Ciel» collection; a rose scent that plays with all kinds of abysses.



**A. LANGE & SÖHNE**  
«Saxonia Thin» aus Weissgold, mit Goldfluss-Zifferblatt, mechanisches Werk mit Handaufzug.  
«Saxonia Thin» made of white gold, with gold flux dial, mechanical movement with manual winding.



**BRUNELLO CUCINELLI**  
My name is... Weisser Smoking-Blazer mit Satin-Revers und Smoking-Hose mit seitlichem Satin-Streifen.  
My name is ... White tuxedo blazer with satin lapels and tuxedo trousers with satin stripes on the side.



**SWATCH**  
Glanzstück ganz gross: «Big Bold Chrono», limitierte Edition.  
A real highlight: «Big Bold Chrono», limited edition.

**LOUBOUTIN**  
Auf schicken Sohlen: Loafer aus Nappa Leder mit Lurex-Einsätzen.  
On chic soles: loafers made of nappa leather with lurex inserts.



**FARBER CASTELL**  
Handschriftliches ist wieder gefragt: Füllfederhalter «Classic» in Sterling Silber.  
Handwriting is in demand again: «Classic» fountain pen in sterling silver.

Vom schicken Parka bis zum passenden Duft.  
Eine Auswahl an edlen Stücken für Sie selbst oder als Geschenk.  
Auf jeden Fall für alle Freunde von Genuss und Stil.

From the chic parka to the right fragrance.  
A selection of fine pieces for yourself or as a gift. Definitely for all friends of pleasure and style.



Look 102 by Celine Autumn / Winter 2020.



1. Cocktail- und Wein-Bar  
«Midnight» von Armani / Dada.  
2. «Touchless» Pendelleuchte  
«Mito Sospeso» für Occhio  
3. Salontisch «Shirudo» von  
Honkanen Shirudo für Mingardo  
4. Messingtisch «UO» von  
Joseph Smolenicky für  
smolenicky-architektur.com



## Glanzstücke

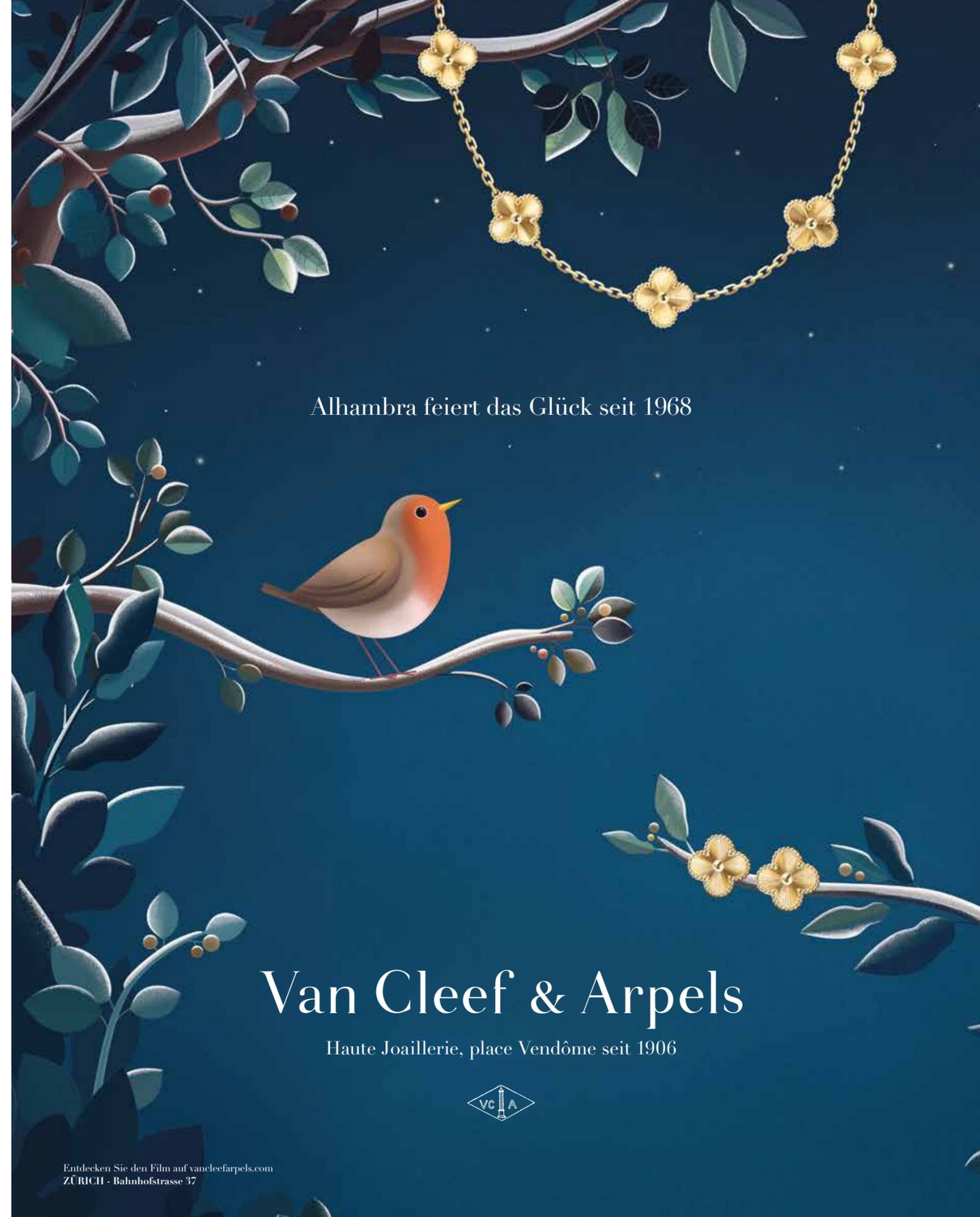
Seit Langem gaben sich die Metalle nicht mehr so elegant wie diesen Winter, allen voran Messing. Doch sie können noch viel mehr, als nur um die Wette strahlen.

Metals have not been as elegant as this winter for a long time, especially brass. But they can do a lot more than just shine in competition.

Beatrice Hirt (text) zVg / PD (fotos)

Modernste Metall-Legierungen machen es möglich, ganz neue Effekte zu erzielen. Etwa das Gefühl von Schwerelosigkeit beim japanisch inspirierten Cocktail- und Weinbarschrank von Giorgio Armani mit vergoldeten Aluminium-Türen. Diese unbefangene Liaison mit neuen Metallbindungen bringen überdies so subtile Farbtöne hervor, dass sogar messerscharfes Design wie das der Pendelleuchte «Mito Sospeso» sinnlich wirkt. Dieser Effekt wird durch ihre visionäre Gestensteuerung verstärkt: Minimale Bewegungen im Handbereich genügen, um die Lichtintensität und sogar die Lichtfarbe zu verändern. Zu den subtilen Innovationen bei den Metallen zählt auch das galvanische Finish an den Salontischen der Firma Mingardo, welches gegen elektrische Ladungen schützt und definitiv für Entspannung sorgt.

State-of-the-art metal alloys make it possible to achieve completely new effects. For example, the feeling of weightlessness in the Japanese-inspired cocktail and wine bar cabinet by Giorgio Armani with gold-plated aluminum doors. This impartial liaison with new metal bonds also produces such subtle colour tones that even a razor-sharp design such as that of the «Mito Sospeso» pendant luminaire has a sensual effect. This effect is reinforced by their visionary gesture control: Minimal movements in the hand area are enough to change the light intensity and even the light colour. One of the subtle innovations in metals is the galvanic finish on the lounge tables from Mingardo, which protects against electrical charges and definitely ensures relaxation.



Alhambra feiert das Glück seit 1968

# Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme seit 1906





1 «Walking on Clouds Dusk»  
von Moooi  
2 Outdoor-Teppich «Silhouette»  
von Hayon x Nani  
3 «Diamond Nude» von Gan Rugs  
4 «Interior with Table» von  
Faye Toogood für cc-tapis



## Like A Painting

**Der starke Auftritt extravaganter Teppiche auf den internationalen Designmessen zeigt die neue Wertschätzung des Handwerks. Deshalb hängen sie auch oft an der Wand.**

The strong appearance of extravagant carpets at the international design fairs shows the new appreciation of the craft. That is why they often hang on the wall.

Beatrice Hirt (text) zVg / PD (fotos)

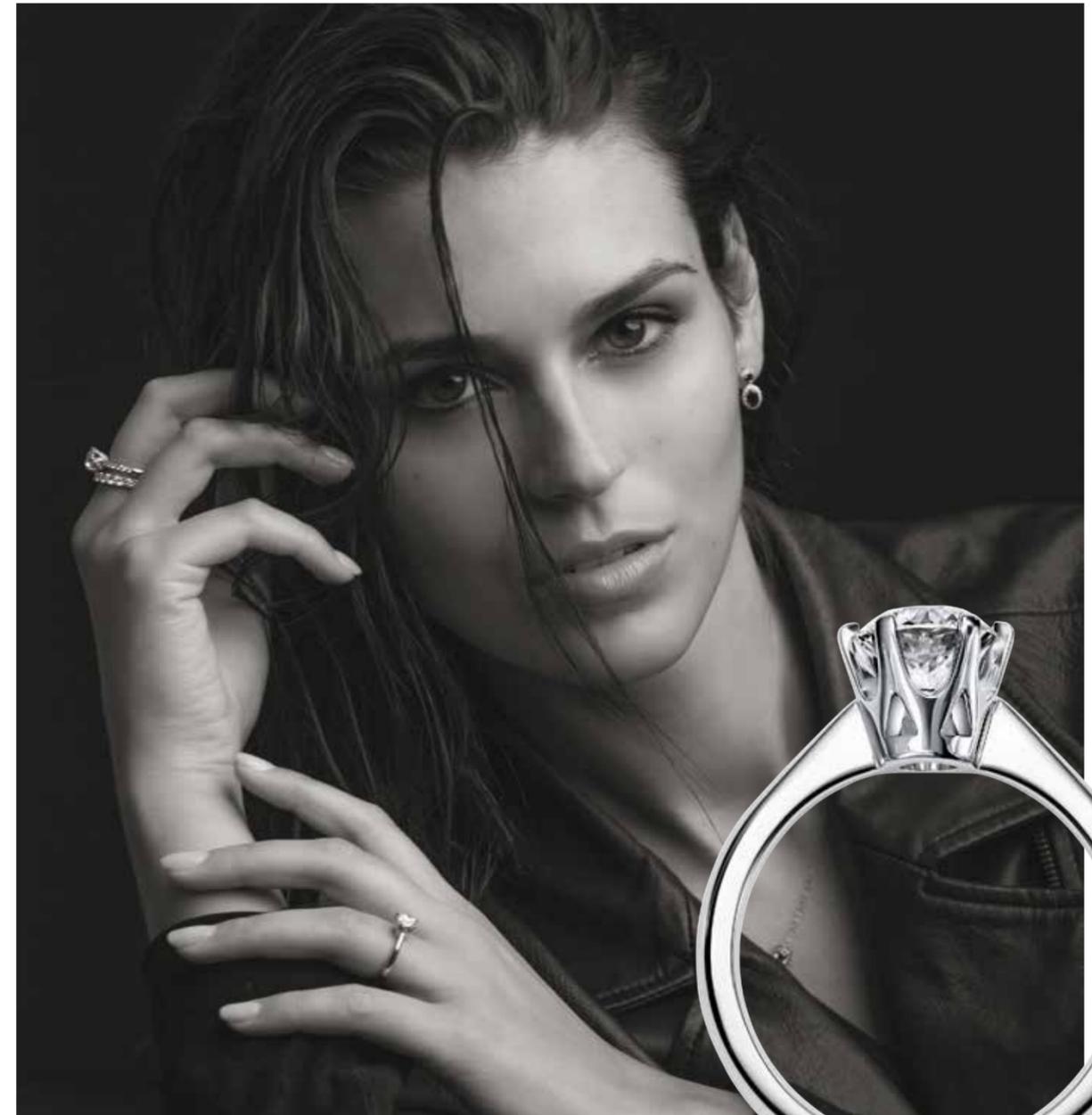
Nicht nur diese ausdrucksstarken Meisterwerke mit ihrer traditionellen Knüpftechnik finden viel Aufmerksamkeit, sondern ebenso die etwas leiser auftretenden Teppiche, die dem Raum auch mal nur durch verschiedene Florhöhen eine neue Dimension geben. Ihnen gemeinsam ist die aufwändige Herstellung mit ihrem hohen künstlerischen Anspruch. Das Wolkendesign von «Front» etwa vereint hunderte von Schattierungen, wie sie in antiken Bildern vorkommen. Und trotzdem – oder gerade deswegen – lässt dieser Teppich viel Spielraum für verschiedenste Einrichtungen. Indoor wie Outdoor, etwa mit dem handgewebten Kyra von B&B Italia aus wasserdichten Schnüren, rücken die Möbel zu einer behaglichen Wohninsel zusammen.

It's not only these expressive masterpieces with their traditional knotting technique that attract a lot of attention, but also the somewhat quieter carpets, which add a new dimension to the rooms thanks to different heights of the carpet pile. What they have in common is the elaborate production with their high artistic standards. The cloud design by «Front», for example, combines hundreds of shades, such as those found in antique paintings. And yet - or precisely because of this - this carpet leaves plenty of scope for a wide variety of home decor. Both indoors and outdoors, for example with the hand-woven «Kyra» by B&B Italia made of waterproof cords, the furniture is brought together to form a cozy island inside living rooms.

AN ICONIC SOLITAIRE BY KURZ

# THE ONE

DIAMOND COMPETENCE SINCE 1948



Diamant-Spitzenqualitäten | Exklusives KURZ Design

**KURZ**  
SCHMUCK & UHREN



**CHANEL**

Die raffinierte Duftlinie «Les Exclusifs de Chanel» wird aus edlen und sorgfältig ausgewählten Rohstoffen hergestellt. Jeder einzelne Duft gibt ein Kapitel aus Mademoiselle Chaneels Leben preis. Dieses Jahr kommt «Le Lion de Chanel» dazu, als Hommage an Coco Chaneels Sternzeichen. Haus-Parfumeur Olivier Polge hat mit Zitrone und Bergamotte, Labdanum-Harz und Ambra, Vanille aus Madagaskar, Moschus, Patschuli und Sandelholz versucht das einzigartige Wesen der Löwin einzufangen.

The refined fragrance line «Les Exclusifs de Chanel» is made from fine and carefully selected raw materials. Every single fragrance reveals a chapter in Mademoiselle Chanel's life. This year, «Le Lion de Chanel» will be added as a homage to Coco Chanel's zodiac sign. In-house perfumer Olivier Polge tried to capture the unique essence of the lioness with lemon and bergamot, labdanum resin and amber, vanilla from Madagascar, musk, patchouli and sandalwood.

**BULGARI**

Mit «Splendida Patchouli Tentation» setzt Bulgari seine Duft-Reise fort. Parfumeurin Sophie Labbé hat für diesen provokanten Duft ein Patchouli-Trio verwendet. Für die Kopfnote wählte sie ein Patchouli-Öl aus Blüten aus Bali mit Meeresnoten und weissem Pfirsich. In der Herznote dominiert Patchouli-Öl kombiniert mit Iriswurzel-Absolute und zum Schluss gibt ein erdiges Nilam-Patchouli dem Duft eine warme Tiefe.

With «Splendida Patchouli Tentation» Bulgari continues its fragrance journey. Perfumer Sophie Labbé used a patchouli trio for this provocative fragrance. For the top note, she chose a patchouli oil made from flowers from Bali with notes of the sea and white peach. The middle note is dominated by patchouli oil combined with orris root absolute and at the end an earthy nilam patchouli gives the scent a warm depth.



**TOM FORD**

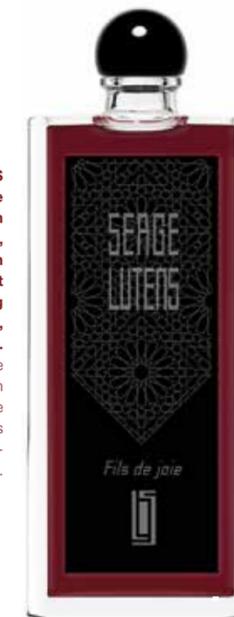
Vor 15 Jahren lancierte Tom Ford mit «Black Orchid» eine Duft-Ikone. Jetzt hat mit der Neuinterpretation «New Black Orchid» den Originalduft intensiviert. Die einzigartige Kombination aus dunklen Orchideen-Blüten mit saftigen schwarzen Pflaumen, in Rum getauchten Ylang-Ylang-Blüten, schwarzem Trüffel und Patchouli veredelt die kraftvolle Komposition.

Fifteen years ago, Tom Ford launched a fragrance icon with «Black Orchid». Now with the reinterpretation of «New Black Orchid» the original fragrance has been intensified. The unique combination of dark orchid blossoms with juicy black plums, ylang-ylang blossoms clipped in rum, black truffle and patchouli refines the powerful composition.

**SERGE LUTENS**

Der neue Duft «Fils de Joie» ist eine wahre Königin der Nacht. Inspiriert von der marokkanischen Pflanze Meskellil, deren kleine weiße Blüten nachts einen betörenden Duft verströmen, akzentuiert Serge Lutens den Aspekt der Verführung dieser Komposition mit Jasmin, Ylang-Ylang und Moschus.

The new fragrance «Fils de Joie» is a true queen of the night. Inspired by the Moroccan plant Meskellil, whose small white flowers give off a bewitching scent at night, Serge Lutens accentuates the seduction aspect of this composition with jasmine, ylang-ylang and musk.



**BY KILIAN**

Der «Engelsanteil» oder «Schluck der Engel» ist der Anteil am Cognac, welcher während der Lagerung in Eichenholzfässern verdunstet und sprichwörtlich für die Engel bestimmt ist. Damit zollt Creative Director Kilian Hennessy den Vorfahren der Cognac-Dynastie seinen Respekt. Parfumeur Benoist Lapouza hat die Essenz des Cognacs, die aus dem Likör gewonnen wird, mit einer Mischung aus Eichen-Absolute, Zimt-Essenz und Tonka-Bohnenabsolute veredelt, was für einen köstlichen Abgang sorgt. Prosit!

The «Angels' Share» or «sip of the angels» is the portion of the cognac that evaporates during storage in oak barrels and is literally intended for the angels. With this, Creative Director Kilian Hennessy pays his respects to the ancestors of the Cognac dynasty. Perfumer Benoist Lapouza has refined the essence of the cognac, which is extracted from the liqueur, with a mixture of oak absolute, cinnamon essence and tonka bean absolute, which ensures a delicious finish. Cheers!

## Es wird festlich

Die winterliche Festsaison soll auch in Corona-Zeiten nicht an Besinnlichkeit verlieren. Für den Zauber sorgen sinnliche Parfums mit Ingredienzien aus dem Orient.

The wintry festive season should not lose its contemplative moments even in times of Corona. Sensual perfumes with ingredients from the Orient create the magic.

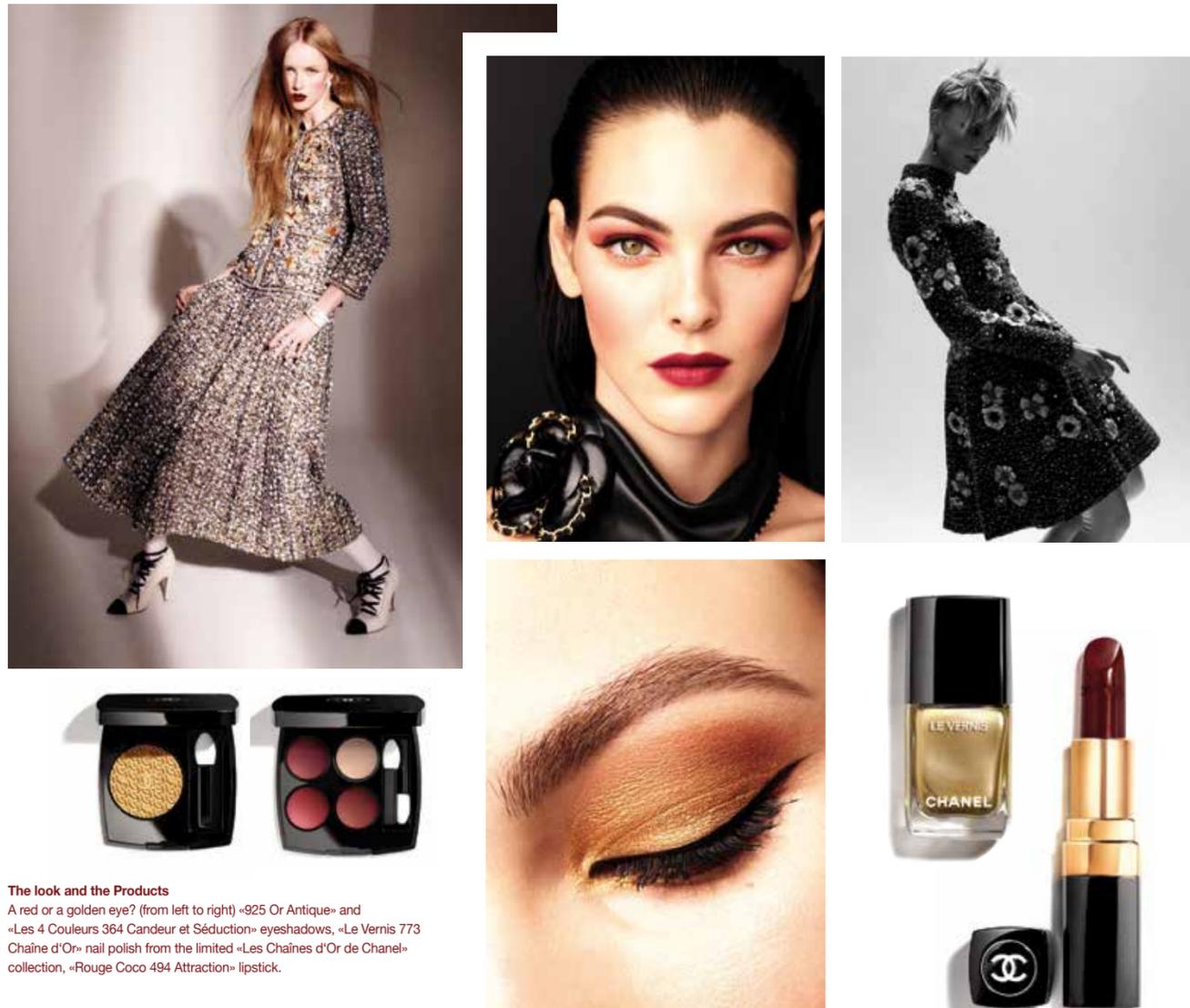
Ursula Borer (redaktion) zVg (fotos)

## Looks of the Season

Das Winter-Make-up findet seine Inspiration gerade in der ausgefeilten Schneiderkunst der Haute Couture. Die Lieblingsfarbe ist tiefes Rot, veredelt mit strahlendem Gold.

Winter make-up finds its inspiration in the sophisticated tailoring of haute couture. The favorite colour is deep red, refined with shining gold.

Marianne Eschbach (redaktion) © Chanel, Mikael Jansson (2), © Dior, Brigitte Niedermair (2), Adrien Dirand (1) / zVg (fotos)



**The look and the Products**  
A red or a golden eye? (from left to right) «925 Or Antique» and «Les 4 Couleurs 364 Candeur et Séduction» eyeshadows, «Le Vernis 773 Chaîne d'Or» nail polish from the limited «Les Chaînes d'Or de Chanel» collection, «Rouge Coco 494 Attraction» lipstick.

### CHANEL HAUTE COUTURE HERBST / WINTER 2020 / 2021

Designerin Virginie Viard kreierte mit ihrer komplexen und raffinierten neuen Kollektion opulente Looks (im Bild die Looks 4 und 19) für eine «Punk Prinzessin». Ihre Inspiration war dieses Mal Karl Lagerfeld, wie er mit seiner gut angezogenen Entourage im Pariser Nachtclub «Palace» Hof hielt. Das Herbst-Winter- als auch das Fest-Makeup sind geprägt von glamourösen und reichen Farben.

With her complex and sophisticated new collection, designer Virginie Viard created opulent looks (in the picture: looks 4 and 19) for a «punk princess». This time her inspiration was Karl Lagerfeld holding court with his well-dressed entourage in the Paris nightclub «Palace». The autumn-winter as well as the festive makeup are characterized by glamorous and rich colors.



**The look and the Products**  
A graphic eye. (from left to right) «5 Couleurs Couture 539 Grand Bal» and «5 Couleurs Couture 879 rouge Trafalgar» eyeshadows, «Diorshow 24H Stylo 640 Satiny Gold» eyeliner from the limited «Golden Nights Collection».

### DIOR HAUTE COUTURE UND «THE BAR JACKET KNIT VERSION» HERBST / WINTER 2020 / 2021

Diors Schneider-Handwerk geht über die eigentliche Haute Couture hinaus und kommt auch im Prêt-à-Porter zur Anwendung, zum Beispiel bei der ikonischen «Bar»-Jacke, deren aktuelle Strickversion den Ateliers einiges abfordert. Die Haute Couture (Fotos Looks 4 und 23) ist vom Surrealismus inspiriert. Die Looks reisen Corona-bedingt in einer Miniatur-Version im eigens dafür gebauten Trunk-Koffer zur Kundschaft auf der ganzen Welt.

Dior's tailoring goes beyond the actual haute couture and is also used in prêt-à-porter, for example in the iconic «Bar» jacket, the current knit version of which demands a lot from the studios. The Haute Couture (photos looks 4 and 23) is inspired by surrealism.

Due to the Corona, the looks travel to customers all over the world in a miniature version in a specially built trunk case.



(oben) Die architektonische Handschrift der Boutiquen ist auf Kurs: «Editions de Parfums Frédéric Malle» im West Village, New York, entworfen vom US-Architekten Steven Holl. (links) Frédéric Malle mit seinem «Parfum-Vater» und vertrauten, dem Meisterparfümeur Pierre Bourdon. (rechts) Nachdenklich, aber alles richtig gemacht: Frédéric Malle in Denkerpose.  
(above) The architectural signature of the boutiques is on course: «Editions de Parfums Frédéric Malle» in the West Village, New York, designed by the US architect Steven Holl. (left) Frédéric Malle with his «perfume father» and trusted, the master perfumer Pierre Bourdon. (right) Thoughtful, but everything done right: Frédéric Malle in a thinking pose.



## Die Düfte der Freiheit

Wie aus einer Rebellion gegen den Mainstream ein erfolgreiches Universum für Wohlgerüche wuchs, das sein 20jähriges Jubiläum mit Sachverstand statt Schnickschnack feiert.

How a successful universe for fragrances grew out of a rebellion against the mainstream, and is celebrating its 20th anniversary with expertise instead of frills.

Marianne Eschbach (text) PD / zVg (fotos)



(im Uhrzeigersinn) Duftsäule im Geschäft an der Rue du Mont Thabor, Paris, entworfen von Andrée Putman. Ein Malle-Duft im Geburtstagslook. Parfumzutaten im Duftlabor. Am 6. Juni 2000 eröffnete Frédéric Malle seine erste Boutique an der Rue de Grenelle, Paris. Parfumgeschichte zum Nachlesen im Buch «Editions de Parfums Frédéric Malle – The First Twenty Years», [www.rizzoliusa.com](http://www.rizzoliusa.com).

(clockwise) Fragrance column in the shop on Rue du Mont Thabor, Paris, designed by Andrée Putman. A Malle fragrance in a birthday look. Perfume ingredients in the fragrance laboratory. On June 6, 2000, Frédéric Malle opened his first boutique on Rue de Grenelle, Paris. Perfume history to read in the book «Editions de Parfums Frédéric Malle – The First Twenty Years», [www.rizzoliusa.com](http://www.rizzoliusa.com)

Als in den 1990er-Jahren ein Boom an neu entwickelten Riechstoffen die Parfümbranche auf neue Höhen hievte, geschah auch etwas Unerwünschtes: Motiviert von der Idee noch mehr Duftwässer verkaufen zu können, wurde immer mehr in kommerzielle und Marketingangelegenheiten investiert und immer weniger in die Kreation und die Qualität des Parfums an sich. Auf der einen Seite wurden mittels aufwändiger Verpackungen und Werbeinszenierungen erfolgreich Traumwelten geschaffen, auf der anderen Seite dem eigentlichen Produkt eine sehr oberflächliche Aufmerksamkeit geschenkt. Frédéric Malle, dessen Familie eng mit der Parfümerie und den schönen Künste verbunden ist – der Grossvater gründete Parfums Christian Dior, Filmemacher Louis Malle war ein Onkel – beschloss, dies zu ändern. Zur Jahrtausendwende startete er als Unternehmer und Herausgeber von Parfums, die ohne Marketing-Briefing und ohne vordefinierte Zielgruppen-Profilen realisiert werden. Eine erste Boutique öffnete ihre Tore in Paris. Ähnlich eines Verlegers von Büchern, der seine Autoren zu literarischen Meisterwerken pusht, treibt Malle seine Parfümeure zu Höchstleistungen an. Sie geniessen dabei die volle kreative Freiheit, mit der Konsequenz, dass seit nunmehr 20 Jahren die Besten ihres Fachs für das Unternehmen arbeiten. Zum runden Geburtstag erfuhren sieben Düfte ein Umstyling: Sie tragen eine Bakelit-Kappe in Malles signalroter Hausfarbe und ehren sich gegenseitig mit den Namen sämtlicher inzwischen über 30 Parfumkreationen auf dem schlichten Flakon.

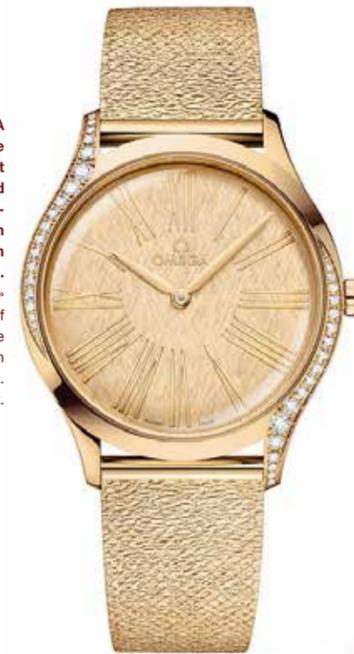
When a boom in newly developed fragrances lifted the perfume industry to new heights in the 1990s, something undesirable also happened: Spurred on by success and motivated by the idea of being able to sell even more fragrances, more and more investments were made in commercial and marketing matters, and less and less in the creation and quality of the perfume itself. On the one hand, dream worlds were successfully created using elaborate packaging and advertising, on the other hand, very superficial attention was paid to the actual product. Frédéric Malle, whose family is closely linked to perfumery and the fine arts – his grandfather founded Parfums Christian Dior, filmmaker Louis Malle was an uncle – decided to change that. At the turn of the millennium, he started as an entrepreneur and publisher of perfumes, which are realized without a marketing briefing and without predefined target group profiles. A first boutique opened in Paris. Much like a publisher of books who pushes his authors to top performance. They enjoy full creative freedom, with the result that the best in their field have been working for the company for 20 years. For the new milestone birthday, the seven most popular fragrances were given a makeover: they wear a Bakelite cap in Malle's bright red corporate colour and honour each other with the names of all of the more than 30 perfume creations listed on the simple bottle.

[www.fredericmalle.com](http://www.fredericmalle.com)  
[www.osswald.ch](http://www.osswald.ch)



**CHANEL**  
Die «Mademoiselle Privé Bouton» (25 mm) huldigt der Passion des Hauses Chanel für Knöpfe, die nicht nur Verschlüsse, sondern Design- und Schmuckelemente sind. Die raffinierte Manschettenuhr wird mit einem Druckknopf ums Handgelenk verschlossen. Aus Tweed mit goldfarbener Lederpaspel, sowie Gold, Diamanten, australische Zuchtperle, Quarzwerk.  
The «Mademoiselle Privé Bouton» (25 mm) pays homage to the passion of the House of Chanel for buttons that are not just fasteners but also design and decorative elements. The ingenious cuff watch is closed with a push button around the wrist. Made of tweed with gold-coloured leather piping, as well as gold, diamonds, Australian cultured pearl, quartz movement.

**OMEGA**  
Elegante Uhr «DeVile Trésor» (36 mm) komplett aus Moonshine™ Gold inkl. Zifferblatt, mit Diamanten und extra langlebigem Quarzwerk. Armband in Milanaise-Mesh-Fertigung.  
Elegant watch «DeVile Trésor» (36 mm) made entirely of Moonshine™ gold incl. the dial, with diamonds and an extra-durable quartz movement. Milanese mesh bracelet.



**PIAGET**  
Armreif «Possession» zum 30jährigen Jubiläum der Kollektion aus Gelbgold mit Diamanten gefertigt. Die beiden Ringe an der Öffnung des Armbandes sind drehbar.  
Bangle «Possession» for the 30th anniversary of the collection made of yellow gold with diamonds. The two rings at the opening of the bracelet can be rotated.



## Moonlight and Stardust

Der Schein von Gelbgold, das Funkeln von Diamanten und der Schimmer von Perlen und Perlmutt verleihen Uhren und Schmuck den angesagten Retro-Glamour.

The sheen of yellow gold, the sparkle of diamonds and the shimmer of pearls and mother-of-pearl give watches and jewellery the hip retro glamour.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)



**DIOR**  
Ohrringe «Rose des Vents & Rose Celeste» aus Gelb- und Weissgold mit Diamanten, Perlmutter und Onyx. Ihre Symbole zeugen von Christian Diors Faszination für die Wahrsagerei. Die Windrose steht aber nicht nur den Kompass, sondern auch für die robuste Rose, die im Garten seines Elternhauses an der windgepeitschten Küste der Normandie wächst. «Rose des Vents & Rose Celeste» earrings in yellow and white gold with diamonds, mother-of-pearl and onyx. Their symbols testify to Christian Dior's fascination with fortune telling. The wind rose not only stands for the compass, but also for the robust rose that grows in the garden of his parents' house on the windswept coast of Normandy.



**VAN CLEEF & ARPELS**  
Ring «Vintage Alhambra» aus guillochiertem Gelbgold. Die ersten Modelle der Kollektion gehen auf das Jahr 1968 zurück. Das Design des vierblättrigen Kleeblattes steht in der Tradition der Glückssymbole, welche das Haus gern zu Schmuck verarbeitet. «Um Glück zu haben, muss man an das Glück glauben», pflegte Jacques Arpels zu sagen. «Vintage Alhambra» ring made of guilloché yellow gold. The first models in the collection date back to 1968. The design of the four-leaf clover is in the tradition of the lucky symbols, which the house likes to use to make jewellery. «To be lucky, you have to believe in luck», Jacques Arpels used to say.



## Taschenspielereien

Wie eine Kult-Handtasche durch Künstlerhände zum gebrauchstauglichen «Objet d'Art» wird erzählt Dior bereits zum fünften Mal.

For the fifth time, Dior has told the story of how a cult handbag turned into a usable «Objet d'Art» by artist's hands.

Lena Stäheli (redaktion) Drapeau noir, Florian Kalotay, Valentin Hennequin, Dior PD / zVg (fotos)

Für das Kunstprojekt «Dior Lady Art #5» haben erneut Künstler\*innen aus der ganzen Welt die ikonische, nach ihrer berühmtesten Trägerin Lady Di benannte «Lady Dior» neugestaltet. Es entstanden zehn exklusive Taschen, unter anderem auch von zwei Schweizerinnen. Die Genferin Mai-Thu Perret ist für ihre Keramikfiguren und Filme bekannt und ihre Ausstellungen wurden schon auf der ganzen Welt gezeigt. Sie gestaltete eine «Lady Dior» in dezenteren Farben mit strukturierten und perlenbestickten Stoffen sowie hieroglyphenartigen Zeichen. Die zweite Künstlerin heisst Olga Titus. Sie lebt in Winterthur und hat malaysische und indische Wurzeln. Auch in ihrer Kunst variiert sie mit Aspekten aus verschiedenen Kulturen. Ihre farbenfrohe «Lady Dior» glänzt mit Details in Samt und Pailletten. Mehr über das Projekt gibt es in einer Podcast-Serie, in der die Journalistin Katya Foreman mit den Künstler\*innen über die kreativen Prozesse spricht – reinhören lohnt sich.



Podcasts.dior.com  
Die limitierte Edition ist ab Januar 2021 auf dem Markt verfügbar.

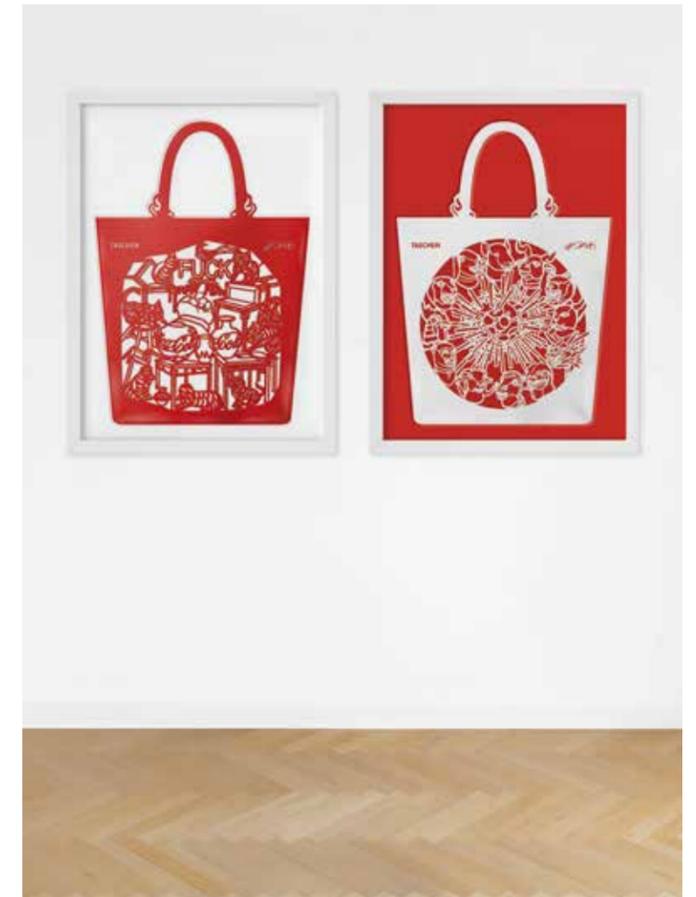
For the art project «Dior Lady Art # 5», artists from all over the world have once again redesigned the iconic «Lady Dior», named after its most famous wearer Lady Di. Ten exclusive bags were created, including by two Swiss women. Mai-Thu Perret from Geneva is known for her ceramic figures and films, and her exhibitions have been shown all over the world. She designed a «Lady Dior» in subtle colors with structured and pearl-embroidered fabrics as well as hieroglyphic symbols. The second artist is called Olga Titus. She lives in Winterthur and has Malaysian and Indian roots. In her art she also varies with aspects from different cultures. Her colourful «Lady Dior» shines with details in velvet and sequins. There is more about the project in a podcast series in which the journalist Katya Foreman talks to the artists about the creative processes - it's worth listening to it.

## Artful Accessories

Nach dem Erfolg seines Papercut Portfolios 2019 hat der Künstler Ai Wei Wei für den Taschen Verlag eine Capsule-Kollektion mit Scherenschnittmotiven designt.

Following the success of his papercut portfolio in 2019, the artist Ai Wei Wei designed a capsule collection with silhouette motifs for Taschen Verlag.

Marianne Eschbach (text) Taschen PD / zVg (fotos)



Als Inspiration für den «China Bag» wählte der Künstler das Motiv «Zodiac» angelehnt an die zwölf bronzenen Tierkreiszeichen auf dem berühmten Wasserbrunnen am chinesischen Kaiserhof des 18. Jahrhunderts. Das Foulard ist aus einem Seidentwill, der von Hand gewoben wird. Das Motiv «Haircut» erinnert an die Installation «Fairytale», für die Ai 1001 chinesische Landsleute an die Documenta XII nach Kassel reisen liess. Kunstliebhaber können nun einen echten Ai Wei Wei ganz nah am Körper tragen oder die limitierte Edition direkt an der Wand bestaunen. Alle 2500 Exemplare werden inklusive Passepartout geliefert und können je nach persönlichem Geschmack benutzt werden.

Seidenschal «Haircut» in Blau. Siebdruck auf Seide mit handgerollter Kante. Die «China Bags» mit den Motiven «Zodiac» und «Cats and Dogs» wurden im Laser-Cut Verfahren gefertigt.

The artist chose the «Zodiac» motif as inspiration for the «China Bag» based on the twelve bronze signs of the zodiac on the famous water fountain at the Chinese imperial court in the 18th century. The foulard is made of a silk twill that is woven by hand. The «Haircut» motif is reminiscent of the «Fairytale» installation, for which Ai 1001 had Chinese compatriots travel to Documenta XII in Kassel. Art lovers can now wear a real Ai Wei Wei very close to their bodies or marvel at the limited edition directly on the wall. All 2500 copies are delivered including a passepartout and can be used according to personal taste.  
[www.taschen.com](http://www.taschen.com)



Holz als Emotionsträger regt mehrere Sinne an: es riecht gut, sieht schön aus und fasst sich warm an. Swatch Hauptsitz von Shigeru Ban in Biel.  
Wood as a carrier of emotions stimulates several senses: it smells good, looks beautiful and feels warm to the touch. Swatch headquarters by Shigeru Ban in Biel.

## Knocking on Wood

Nach dem Auftritt des Holzes bei den Designobjekten markiert der kreativ einsetzbare Baustoff auch in der Innenarchitektur und im Häuserbau mehr Präsenz. Die Zukunft gehört dem Holz.

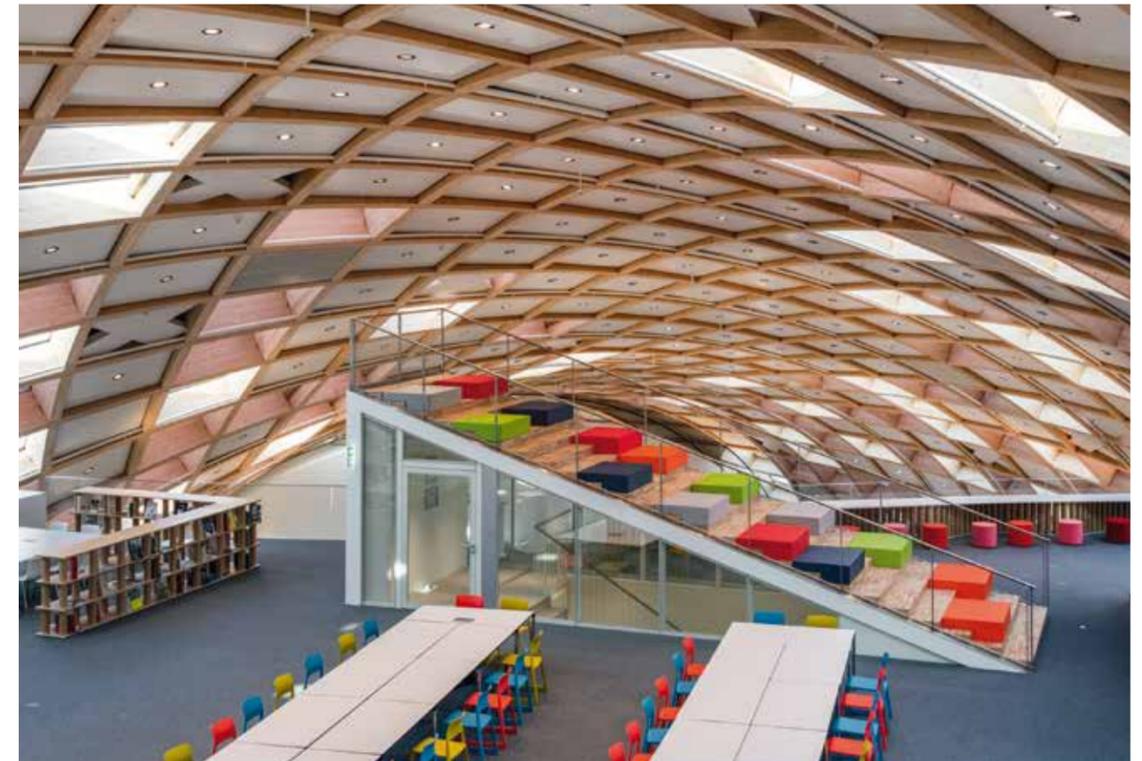
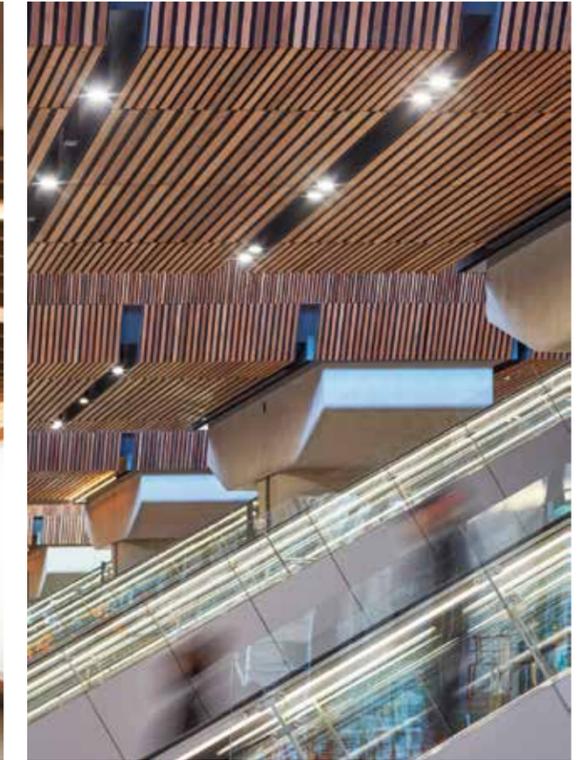
After the prominent appearance of wood in the design objects, the creatively usable building material also has a greater presence in interior design and house construction. When it comes to building, the future belongs to wood.

Beatrice Hirt (text) PD / zVg (fotos)

Wenn einer der ganz grossen Player im Online-Luxus-Business wie Net-à-Porter sein neues Head-Office, das ganz im Zeichen von Technologie steht, mit Holz auskleiden lässt, erscheint das Material definitiv wieder auf dem Radar. Das verpflichtete Grimshaw-Architekturbüro zeigte damit, wie spektakulär sich dieses traditionelle Baumaterial noch heute einsetzen lässt, wenn innovative Planer ihre Visionen umsetzen. Mit dem Umbau der London Bridge Station setzte Sir Nicholas Grimshaw die Latte noch höher und brachte eine warme Atmosphäre, eine Leichtigkeit und viel Licht an einen Ort, an dem dies bislang niemand für möglich hielt. Einer, der die Grenzen auf diesem Gebiet immer wieder neu auszuloten versucht, ist der Japaner Shigeru Ban, ein Pionier der zeitgenössischen Holzarchitektur. Jüngst überraschte der Pritzker Preisträger wieder mit einem ungewöhnlichen Bau, dem 240m langen Swatch-Hauptsitz in Biel, das sich silbrig schimmernd durch den Park und über eine Strasse bis zum Cité-du-Temps-Gebäude schlängelt. Möglich wurde diese Formgebung durch ein präzise berechnetes Netztragwerk aus Schweizer Fichtenholz, das erst im Innern sichtbar wird. Die Zwischenräume wirken wie ein Himmel aus Bienenwaben, die das immense Grossraumbüro in ein angenehmes Licht tauchen.

When one of the big players in the online luxury business like Net-à-Porter has its new head office, which is all about technology, clad with wood, the material is definitely back on the radar. The Grimshaw architects' office showed how spectacularly this traditional building material can still be used today when innovative planners implement their visions. With the renovation of London Bridge Station, Sir Nicholas Grimshaw set the bar even higher and brought a warm atmosphere, a lightness and a lot of light to a place where no one previously thought possible. One of the people who tries again and again to sound out the limits in this area is the Japanese Shigeru Ban, a pioneer of contemporary wooden architecture. The Pritzker Prize winner recently surprised again with an unusual building, the 240m long Swatch headquarters in Biel, which meanders through the park and across a street to the Cité-du-Temps building, shimmering in silver. This shape was made possible by a precisely calculated network structure made of Swiss spruce, which is only visible from the inside. The spaces in between act like a sky made of honeycombs that bathe the immense open-plan office in a pleasant light.

[shigerubanarchitects.com](http://shigerubanarchitects.com)  
[www.swatch.com](http://www.swatch.com)  
[grimshaw.global](http://grimshaw.global)



Grimshaw in London: Holz erzeugt Stimmung, Behaglichkeit und Wertigkeit, z.B. am Sitz von Net-à-Porter (oben links) und auch im öffentlichen Raum wie an der London Bridge Station (oben rechts).  
Shigeru Ban Architects in Biel: In der Wabenstruktur des Swatch-Hauptsitzes wechseln sich Glaseinsätze, halbttransparente Luftkissen und Photovoltaik-Elemente ab (unten).  
Grimshaw in London: Wood creates atmosphere, comfort and quality, e.g. at the Net-à-Porter headquarters (top left) and also in public spaces such as London Bridge Station (top right).  
Shigeru Ban Architects in Biel: In the honeycomb structure of the Swatch headquarters, glass inserts, semi-transparent air cushions and photovoltaic elements alternate (below).

## Die kreative Lebendigkeit der Schwarzweissfotografie

Die Verbreitung des farbfotografischen Prozesses im 20. Jahrhundert hätte für die Schwarzweissfotografie den Todesstoss bedeuten können. Trotzdem blieb die monochrome Fotografie bestehen.

The commercialisation of a colour photographic process in the twentieth century could have sounded a death knell for black and white photography. Despite this, monochrome photography remains in place.

COTE editors (redaktion) © Alexander Rodtchenko, Paul Strand, Gilbert Fastenaekens PD / zVg (fotos)



(im Uhrzeigersinn) Ausdruckstarke Fotos in Schwarz und Weiss: «Jeune Fille au Leica» von Alexander Rodtchenko, «On my Doorstep» von Paul Strand, «Le Havre, 1982» von Gilbert Fastenaekens.

Die Schwarzweissfotografie hatte in der Mitte des Jahrhunderts ihre fest verankerte künstlerische Ausrichtung erhalten. Die einen sahen sie als elitär und rückwärtsgerichtet an, während sie für ihre Fürsprecher eine Garantie für grafische und künstlerische Exzellenz darstellte. Die «Bibliothèque nationale de France» besitzt eine wichtige Sammlung von Schwarzweissfotografien. In den 1970er- und 1980er-Jahren machte sie sich für die Schwarzweissfotografie stark angesichts der um sich greifenden Dominanz der Farbbilder. Heute unterstützt die Institution die Wiederbelebung der monochromen Fotografie und insbesondere ihrer silberbasierten Methoden. Die Pariser Ausstellung mit den Arbeiten von 204 Fotografen aus 36 Ländern offeriert eine entschlossen formale Einführung in diese Schätze.

Black and white photography had acquired a firmly founded artistic bias by the middle of the century. Deemed elitist and backward-looking by some, for its defenders it represents a guarantee of graphic and artistic excellence. The Bibliothèque nationale de France is an important place for the collection of black and white photography. In the 1970s and '80s, it accompanied the commitment of black and white photographers in the face of the intoxication with colour. Today, it supports the revival of monochrome photography and, especially, silver-based methods. The Paris exhibition with the works of 204 photographers from 36 countries offers a resolutely formal introduction to these riches.

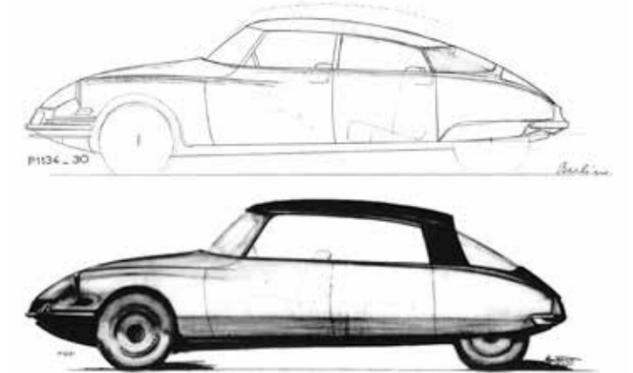
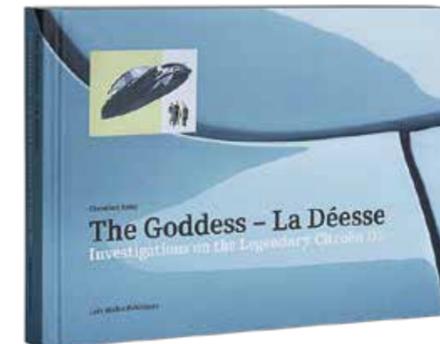
«Noir & Blanc: A Photographic Aesthetic»,  
Grand Palais Galerie sud-ouest, Paris (bis 21. Februar 2021),  
[www.grandpalais.fr](http://www.grandpalais.fr)

## The Goddess – La Déesse

Der «Citroën DS» war bei seiner Lancierung 1955 eine Sensation. Das Auto wurde zur ultimativen Ikone des französischen Lebensstils. Ein neues Buch lüftet das Geheimnis dieses Phänomens.

The «Citroën DS» caused a sensation when it was launched in 1955. The car became the ultimate icon of the French lifestyle. A new book reveals the secret of this phenomenon.

Beatrice Hirt (text) © Lars Müller Publishers PD / zVg (fotos)



Christian Sumi «Die Göttin – La Déesse», Ermittlungen zum legendären Citroën DS, Lars Müller Publishers, 232 Seiten  
[www.lars-mueller-publishers.com](http://www.lars-mueller-publishers.com)

Jedermann schien hingerissen von diesem neuartigen Fahrzeug, das es in fünfzig verschiedenen Farbvariationen gab. «Die DS – die Göttin – hat alle Merkmale eines dieser Objekte aus einem andern Universum», schreibt der französische Philosoph Roland Barthes. Starfotograf Helmut Newton inspirierte das neuartige Gefährt zu einer kunstvoll-bedrohlichen Werbe-Fotografie. Und natürlich liess sich auch der französische Staatspräsident in einer DS-Limousine chauffieren. Dank dieser Vielseitigkeit eroberte die elegante Design-Ikone auch das Kino – mit Auftritten in über 1500 Filmen. Ganz zur Freude des Citroën-Teams, angeführt ironischerweise von einem Italiener, dem Designer, Bildhauer und Architekten Flaminio Bertoni. Seine Zeichnungen der Karosserie, die Entwürfe der legendären Hydraulik und diverse Werbesujets illustrieren das Essay.

Everyone seemed entranced by this new type of vehicle, which was available in fifty different colour variations. «The DS - the goddess - has all the characteristics of one of these objects from another universe», writes the French philosopher Roland Barthes. Star photographer Helmut Newton was inspired by the new vehicle to create an artfully threatening advertising photography. And of course the French President was also chauffeured in a DS limousine. Thanks to this versatility, the elegant design icon also conquered the cinema - with appearances in over 1500 films. To the delight of the Citroën team, ironically led by an Italian, the designer, sculptor and architect Flaminio Bertoni. His drawings of the body, the designs of the legendary hydraulics and various advertising subjects illustrate the essay.

## M wie Marrakech und Miami

Reisen bleibt in der Realität weiterhin eine Herausforderung bzw. ein Projekt für die Zukunft. Doch es geht auch ganz einfach: mit traumhaften Fotobänden.

In reality, travel remains a challenge or a project for the future.  
But it is also very easy: with fantastic photo books.

Lena Stäheli (copy) © Reto Guntli, agefotostock/Alamy Stock Photo, Manfred Muenzl/Alamy Stock Photo, Assouline / zVg (fotos)



Marrakesch stimuliert die Sinne. Das traumhafte Reiseziel hat Berühmtheiten, wie Yves Saint Laurent und Mick Jagger angelockt, oder Winston Churchill, der Marrakesch für «den hübschesten Ort auf Erden», hielt, «an dem man einen Nachmittag verbringen kann.» US-Schauspieler Marisa Berenson besitzt ein Riad im Ort und nennt die marokkanische Stadt ihr Zuhause. Im von ihr kuratierten Bildband zeigt sie, weshalb. Modemacher Tommy Hilfiger und viele andere schwärmen für Miami Beach. Die Stadt ist in normalen Jahren ein Kunst-Hot-Spot der Extraklasse. Auch die Schweiz ist in Miami mit der Art Basel Miami und durch das Pérez Art Museum der Star-Architekten Herzog & de Meuron vertreten. Da wir aber nicht in einem normalen Jahr sind nehmen wir die Einladung von Autor Horacio Silva an, der uns Raum gibt für Träume in unsicheren Reisezeiten.

Marrakech stimulates the senses. The dream destination has attracted celebrities such as Yves Saint Laurent and Mick Jagger, or Winston Churchill, who considered Marrakech «the prettiest place on earth to spend an afternoon.» US actress Marisa Berenson owns a riad in town and calls the Moroccan city her home. In the illustrated book she curates, she tells why. Fashion designer Tommy Hilfiger and many others love Miami Beach. In normal years, the city is a top-class art hot-spot. Switzerland is also represented in Miami with Art Basel Miami and the Pérez Art Museum by star architects Herzog & de Meuron. But since we are not in a normal year, we accept the invitation from author Horacio Silva, who gives us space for dreams in uncertain travel times.

«Marrakech Flair» by Marisa Berenson, 304 p., over 200 illustrations  
«Miami Beach» by Horacio Silva, 304 p., over 200 illustrations  
[www.assouline.com](http://www.assouline.com)



## One Watch, Three Versions

Die Uhrenmarke Cyrus stellt die «Klepcys GMT Retrograde» mit einem neuen Gehäuse, einem neuen Uhrwerk und einer neuen Versi-on der GMT-Funktion vor.

The Cyrus watch brand introduces the «Klepcys GMT Retrograde» with a new case, a new movement and a new take on the GMT.

PD / zVg (fotos)

### EIN NEUES GEHÄUSE

Die kissenförmige Uhr ist erhältlich in naturfarbenem Titan, in naturfarbenem Titan mit schwarzer DLC-Lünette und in mit schwarzem DLC beschichtetem Titan. Ihre Proportionen wurden auf einen Durchmesser von 42 mm reduziert.

### EIN NEUES UHRWERK

Das Automatikkaliber CYR 708 ist durch den Saphirglasboden sichtbar und verfügt über eine Gangreserve von 55 Stunden. Das durchbrochene Zifferblatt verstärkt die Wirkung des skelettierten Uhrwerks.

### EINE NEUE INTERPRETATION DER GMT-FUNKTION

Die Ortszeit wird durch zentrale Zeiger angezeigt und die zweite Zeitzone wird auf dem blau lackierten Ring mit dem blauen «retrograden» Zeiger abgelesen.

### A NEW CASE

Available in titanium, titanium and titanium DLC or titanium DLC, cushion-shaped, its proportions are reduced to 42 mm in diameter.

### A NEW MOVEMENT

Visible through a sapphire crystal case-back, the CYR 708 self-winding caliber offers a 55-hour power reserve. Its skeletonization effect is reinforced by an openworked dial.

### A NEW INTERPRETATION OF THE GMT FUNCTION

The local time is indicated by central hands and the second time zone is displayed by means of a blue «retrograde» hand on a blue lacquered circle.

[www.cyrus-watches.ch](http://www.cyrus-watches.ch)



Prächtige Belle-Epoque-Architektur: Der «Quellenhof» in Bad Ragaz.

## Winter Deluxe

**Es muss nicht immer Chalet-Romantik sein wenn man im Winter ausspannen möchte: Zwei Schweizer Resorts zelebrieren den Relax-Faktor mit Grandezza.**

It doesn't always have to be a romantic chalet if you want to chill in winter: two Swiss resorts celebrate the relaxation factor with grandeur.

Olivier Rohrbach (text) PD / zVg (fotos)

**D**er 100 Kilometer von Zürich entfernt gelegene Kurort blickt auf eine lange Geschichte zurück: Im Jahr 1242 wurde die Thermalquelle entdeckt, die Bad Ragaz fortan adeln soll. 1872 wurde hier das erste Thermalwasserhallenbad Europas erbaut. Noch etwas vorher, 1869, wurde der renommierte «Quellenhof» eröffnet. Das heutige «Resort Ragaz» bildet zusammen mit dem «Bürgenstock» zwei der grössten Hotelstrukturen des Landes. Das Hotel ist ein wahrer Magnet für Gäste, die das Wohlbefinden suchen. Es verfügt über ein nur den Hotelgästen vorbehaltenes Spa. Diese dürfen natürlich auch in der «Tamina Therme» plantschen nachdem sie diese durch den privilegierten VIP-Zugang betreten haben. Die Umgebung des Resorts bietet Outdoor-Entspannung vom Feinsten, zum Beispiel im herrlichen «Giessenpark», der sowohl über einen Golfplatz verfügt, aber auch viele nahe Spaziergänge bietet. Das medizinische Zentrum steht für manchen Gast am Anfang der Genesung. Je nach Bedarf werden Wellnesspakete für drei bis elf Tage angeboten. »

**T**he health resort, 100 kilometers away from Zurich, looks back on a long history: In 1242 the thermal spring was discovered, which is to ennoble Bad Ragaz from then on. In 1872, Europe's first indoor thermal water pool was built here. A little earlier, in 1869, the renowned «Quellenhof» was opened. Today's «Ragaz Resort», together with the «Bürgenstock», forms two of the largest hotel structures in the country. The hotel is a real magnet for guests looking for wellbeing. It has a spa reserved for hotel guests only. They can of course splash around in the «Tamina Therme» after entering it through the privileged VIP access. The area around the resort offers the very best in outdoor relaxation, for example in the beautiful «Giessenpark», which has a golf course, but also offers many nearby walks. For some guests, the medical center is at the beginning of their recovery. Depending on your needs, wellness packages are offered for three to eleven days.

### TOP CHEFS AT THE STOVE

The resort is also a culinary center for lovers of haute cuisine. After the opening of «IGNIV» by Andrea Caminada, the »



«Resort Ragaz»: Sven Wassmer und seine Brigade am Herd im «Memories», klassisches und modernes Design in Symbiose.

### » SPITZENKÖCHE AM HERD

Das Resort ist aber auch ein kulinarisches Zentrum für Liebhaber der Haute Cuisine. Nach der Eröffnung des «IGNIV» durch Andrea Caminada ist nun zudem der Aargauer Koch Sven Wassmer für Gaumenfreuden verantwortlich. Seine Inspiration im «Memories»? «Meine Gastronomie kennt keine Grenzen. Die Ruhe und Unberührtheit der Wälder und der Schweizer Alpen eröffnen mir eine Schatztruhe voller Kreativität. Wir streifen durch Wälder, wir wandern über Berge und sammeln dabei kraftvolle Produkte aus der Natur, die wir dann mit den besten Produkten aus der ganzen Welt kombinieren», erklärt Wassmer seine Küchenphilosophie. In einem prächtigen, Designer-Dekor aus Holz und Marmor, wird hier eine mit Punkten und Sternen dekorierte Küche serviert. Jedes Mal beginnt das Ritual aus den Menüs mit sechs, neun oder 12 Gängen mit einem Glas Wasser, das bei Raumtemperatur serviert wird. Der Erfindungsreichtum des Küchenchefs beeindruckt sowohl mit der Qualität und als auch mit seiner Kreativität. Und wenn es an der Zeit ist, in Morpheus' Arme zu sinken, bietet das Resort Ragaz fünf Arten von Unterkünften. Während der «Quellenhof» über äusserst komfortable Luxuszimmer verfügt, die in Naturtönen gehalten sind, vermittelt der Palais-Bereich mit den mit charmantem botanischem Stuck der Belle Epoque dekorierten Zimmern eine rustikalere Atmosphäre.

### DIE SERIÖSE SEITE DER WELLNESS

In einer Zeit, in der Abstand halten angebracht ist, erweist sich der «Bürgenstock» mit seiner immensen Infrastruktur als idealer Ort für das Jahr 2020. Das Resort sitzt wie eine kleine Stadt auf der Kette des Berges. Mehr als 720 Mitarbeiter\*innen kümmern sich um die drei Hotels mit 383 Zimmern und Suiten, »

*Das Hotel ist ein wahrer Magnet für Gäste, die das Wohlbefinden suchen.*

*The hotel is a real magnet for guests looking for wellbeing*

» Aargau chef Sven Wassmer is now also responsible for culinary delights. His inspiration at «Memories»? «My gastronomy knows no boundaries. The tranquility and unspoiled nature of the forests and the Swiss Alps open up a treasure trove of creativity for me. We roam through forests, we hike over mountains and collect powerful products from nature, which we then combine with the best products from all over the world», Wassmer explains his kitchen philosophy. A kitchen decorated with dots and stars is served in a sumptuous, designer décor made of wood and marble. Each time, the ritual begins from the six, nine or 12-course menus with a glass of water served at room temperature. The ingenuity of the chef impresses with both the quality and his creativity. And when it's time to sink into Morpheus' arms, Resort Ragaz offers five types of accommodation. While the «Quellenhof» has extremely comfortable luxury rooms that are decorated in natural tones, the Palais area with the rooms decorated with charming botanical stucco from the Belle Epoque gives a more rustic atmosphere.

### THE SERIOUS SIDE OF WELLNESS

At a time when it is advisable to keep your distance, the «Bürgenstock» with its immense infrastructure is proving to be the ideal place for 2020. The resort sits like a small town on the crest of the mountain. More than 720 employees take care of the three hotels with 383 rooms and suites, eight restaurants and three spas. If you want to combine luxury with wellness, visit the «Waldhotel», where all rooms and suites invite you into a world of balanced designs. In it, raw elements made of wood merge with local stone and blend with sensory surfaces. The hotel was designed by star architect Matteo Thun. The elegant and modern decor exercises discretion, because here the view of the magnificent alpine landscape is the real star. Somewhere »



Spektakuläre Architektur, atemberaubende Aussicht auf den Vierwaldstättersee vom «Bürgenstock».

» acht Restaurants und drei Spas. Wer Luxus mit Wellness verbinden möchte, besucht das «Waldhotel», wo alle Zimmer und Suiten in eine Welt ausgewogenen Designs einladen. Darin verschmelzen rohe Elemente aus Holz mit lokalem Stein und vermischen sich mit sensorischen Oberflächen. Das Hotel wurde von Stararchitekt Matteo Thun gestaltet. Das elegante und moderne Dekor übt sich in Diskretion, denn hier ist der Blick auf die herrliche Alpenlandschaft der wahre Star. Irgendwo zwischen einem Wellnesshotel und einer Luxusklinik befinden sich viele Behandlungsräume für verschiedene Arten der Rehabilitationstherapie. Es gibt eine Apotheke und ein Arzt und zwei Krankenschwestern sind sogar permanent vor Ort.

#### REFUGIUM FÜR VIPS UND STARS

Wer sich lieber in reinem Luxus am Ort aufhält, ist im «Bürgenstock Hotel» richtig. Alle Zimmer bieten einen atemberaubenden Blick auf den Vierwaldstättersee. Das «Alpine Spa» auf mehr als 10000 m<sup>2</sup> Fläche wurde soeben von «Condé Nast Traveller US» mit dem Award «Best Spa 2020» ausgezeichnet. Das Restaurant «Spices» scheint zwischen See und Himmel zu schweben und kredenzt eine aussergewöhnliche Fusion-Küche. Während die schiere Grösse des Refugiums manchmal beunruhigend ist, erdet das Panorama der Urner Alpen wieder. Der Magie des alpinen Panoramas erlagen in den 1950er- und 1960er-Jahren viele Prominente: Nehru, Indira Gandhi und Konrad Adenauer waren hier, Audrey Hepburn und Mel Ferrer haben auf dem Bürgenstock geheiratet und ein Haus bezogen, auch Sophia Loren und Carlo Ponti lebten zeitweise hier. Ein halbes Jahrhundert ist seither vergangen und eine Totalüberholung hat für Furore gesorgt. Der «Bürgenstock» hat heute das Potenzial, an seine glamouröse Vergangenheit anzuknüpfen. «

*Der Magie  
des alpinen  
Panoramas  
erlagen  
viele  
Prominente.*

*Many celebrities  
succumbed  
to the magic  
of the alpine  
panorama*

» between a wellness hotel and a luxury clinic, there are many treatment rooms for different types of rehabilitation therapy. There is a pharmacy and a doctor, and two nurses are permanently on site.

#### REFUGE FOR VIPS AND THE STARS

Anyone who prefers to be in the spot for pure luxury is in the right place at the «Bürgenstock Hotel». All rooms offer a breathtaking view of Lake Lucerne. The remarkable «Alpine Spa» with an area of more than 10000 m<sup>2</sup> has just been awarded the «Best Spa 2020» by «Condé Nast Traveler US». The «Spices» restaurant seems to float between the lake and the sky and serves exceptional fusion cuisine. While the sheer size of the refuge is sometimes unsettling, the panorama of the Uri Alps grounds you again. Many celebrities succumbed to the magic of the alpine panorama in the 1950s and 1960s: Nehru, Indira Gandhi and Konrad Adenauer were here, Audrey Hepburn and Mel Ferrer got married on the Bürgenstock and moved into a house, and Sophia Loren and Carlo Ponti also lived for a time here. Half a century has passed since then and a complete overhaul caused a sensation. The «Bürgenstock» today has the potential to build on its glamorous past. «

[www.resortragaz.ch](http://www.resortragaz.ch)  
[www.memories.ch](http://www.memories.ch)  
[www.buergenstock.ch](http://www.buergenstock.ch)  
[www.buergenstockresort.com](http://www.buergenstockresort.com)

# COTE SALON

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



Foto: Sébastien Veronese PD / zVg

Aber bitte mit Sauce! Im Pariser Pavillon Ledoyen zelebriert der Spitzenkoch Yannick Alléno die neue Schule der Reduktion.



Yannick Alléno: «Die 3-Sterne-Küche ist wie eine Weltmeisterschaft, sie darf keine Schwachstelle haben.»  
 Yannick Alléno: «The 3-star kitchen is like a world championship, it mustn't have any weak points.»



# *The Sauce is back*

**Auch in der Kochkunst bleibt noch Raum für Innovation. Yannik Alléno tritt mit einem neuen Reduktionsprinzip den Beweis an und erreicht mit seinem Können exzeptionelle Geschmackskompositionen. Sie sind honoriert mit drei Michelin-Sternen. Aufgetischt wird in einem geschichtsträchtigen Pariser Pavillon.**

There is still room for innovation in the culinary arts. Yannik Alléno proves it with a new reduction principle and achieves exceptional taste compositions with his skills. They are honoured with three Michelin stars. The dishes are served in a historic Parisian pavilion.

Beatrice Hirt (text) © Roberto Frankenberg, Nicolas Lobbstaël, Sébastien Veronese PD / zVg (fotos)



«Die Sauce  
ist das  
Verb der  
franzö-  
sischen  
Küche.»

*Yannick Alléno*

**I**m Palais Ledoyen, wo sich einst Duellanten beim Frühstück versöhnten, nachdem sie im nahegelegenen Bois de Boulogne aufeinander geschossen hatten und wo sich berühmte Künstler und Literaten wie Degas oder Zola von der feinen Gesellschaft inspirieren ließen, bittet heute der französische Starkoch Yannick Alléno zu Tisch. Mit einer mehrfach ausgezeichneten Küche macht er dem 200jährigen Stadtpalais alle Ehre: Sein Gourmetrestaurant «Alléno Paris» im ersten Stock trägt drei Sterne, das Sushi-Restaurant «L'Abyssé» zwei und das moderne «Pavillon», das erst vor einem Jahr eröffnete, erhielt eben seinen ersten Stern. Damit hat Alléno den Pavillon nicht nur zu neuem Leben erweckt, sondern ihn zu einem Wahrzeichen für Paris gemacht, das die moderne französische Haute Cuisine in die Welt hinaus trägt.

**KEIN CHEF-SAUCIER, KEIN ERFOLG**

Doch was ist das Geheimnis dieser Erfolgsgeschichte, dieser Exzellenz? Alléno verweist auf das tausendseitige Standardwerk von Altmeister Escoffier, in dem er in jungen Jahren gelesen hatte: «Wenn Sie als Inhaber eines Lokals nicht über einen herausragenden Chef-Saucier in ihrem Team verfügen, können Sie nie erfolgreich sein». Dann folgen 70 Seiten zu allem Wissenswerten über Saucen und ihm wurde klar, dass überhaupt erst »

**I**n the Palais Ledoyen, where duelists once reconciled at breakfast after they shot at each other in the nearby Bois de Boulogne and where famous artists and writers such as Degas or Zola were inspired by high society, the French star chef Yannick Alléno invites you to dinner today. He does credit to the 200-year-old city palace with his multiple award-winning cuisine: his gourmet restaurant «Alléno Paris» on the first floor has three stars, the sushi restaurant «L'Abyssé» two and the modern «Pavillon», which opened just a year ago, just got its first star. Alléno has not only brought the pavilion to new life, but also made it a landmark for Paris, which carries modern French haute cuisine into the world.

**NO CHIEF SAUCIER, NO SUCCESS**

But what is the secret of this success story, this excellence? Alléno refers to the thousand-page standard work by old master Escoffier, in which he had read at a young age: «If you, as the owner of a restaurant, do not have an outstanding head saucier in your team, you can never be successful.» Then there are 70 pages on everything worth knowing about sauces and it became clear to him that this was the basis for the complexity of French cuisine in the first place, and that it was even «its backbone». With this knowledge, but also with the conviction that a future-oriented vision is indispensable in modern gastronomy, »



Saucen in der modernen französischen Kochkunst: weniger Salz, weniger Fett.  
Sauces in modern French cuisine: less salt, less fat.

Das Auge isst mit und der Gaumen lässt sich überraschen...  
A feast for the eyes, and the palate enjoys the surprise ...



Erst ein Jahr alt und bereits Sterne-gekrönt: Yannick Allénos «Pavillon».  
Only one year old and already star-crowned: Yannick Alléno's «Pavillon».

» diese Basis die Vielschichtigkeit der französischen Küche ausmachte, ja sogar «ihr Rückgrat» sei. Mit diesem Wissen, aber auch mit der Überzeugung, dass in der modernen Gastronomie eine zukunftsorientierte Vision unerlässlich ist, setzte der junge Koch immer wieder neue Impulse und erklomm Stern um Stern die Karriereleiter. Dabei entging Alléno nicht, dass die Sauce in den letzten Jahren fast völlig aus den Tellern verschwand und er setzte sich engagiert damit auseinander, wie diese wichtige, traditionell aber sehr reichhaltige Komponente mit weniger Salz und weniger Fett wieder in die französische Kochkunst übersetzt werden könnte.

#### KÄLTESCHOCKS UND ASSEMBLAGEN

Fünf Jahre arbeitete Alléno mit seinem Team an der perfekten Lösung, jetzt stellte er sie vor: «In der klassischen französischen Kochkunst galt es, für den Saucenfond Gemüse, Gewürze etc. zu kochen, zu filtern und dann so lange einzukochen, bis die richtige Konsistenz erreicht war. Wir jedoch wollen von jeder Sorte einzeln einen Extrakt erhalten, den wir dann je nach Gericht sehr präzise separat zugeben können. Also kochen wir alles gesondert ein und zwar auf einer präzisen Temperatur, zum Beispiel Sellerie auf 85 Grad während 12 Stunden», führt er weiter aus. Für die Reduktion kann Allénos Saucier dann damit nicht zurück aufs Feuer gehen, sonst zerstört er das Ensemble des ersten Schrittes, also hat er sich für einen extrem kontrollierten Kälteprozess, die sogenannte «Cryoconcentration», entschieden. Dabei wird sich das gefrorene Wasser von der Essenz trennen. Bei Gelegenheit reicht Alléno die »

*«If you, as the owner of a restaurant, don't have an outstanding head saucier on your team, you can never be successful.»*

*Old master  
Auguste Escoffier  
(1846 - 1935)*

» the young chef repeatedly set new impulses and climbed the career ladder star by star. Alléno did not miss the fact that the sauce had almost completely disappeared from the plates in recent years and he was committed to how this important, traditional but very rich component with less salt and less fat could be translated back into French culinary art.

#### COLD SHOCKS AND ASSEMBLAGES

Alléno worked with his team for five years on the perfect solution, now he has presented it: «In classic French cooking, vegetables, spices etc. had to be cooked for the sauce stock, then filtered and then boiled down to the right consistency. However, we want to receive an extract from each variety, which we can then add very precisely and separately depending on the dish. So we cook everything separately and at a precise temperature, for example celery at 85 degrees for 12 hours», he explains. For the reduction, Allénos Saucier cannot go back on the fire, otherwise he will destroy the ensemble of the first step, so he decided on an extremely controlled cold process, the so-called «cryoconcentration». In doing so, the frozen water will separate from the essence. On occasion, Alléno also invites to try the elaborately obtained concentrates to try, poured in a row of wine glasses like at a tasting. This «extractions» actually allows the top chef to create assemblages like with wine. «Mixtures that you would never have thought of», he laughs promisingly. In fact, some of the dishes served surprise you, they are unusual, but with the next course you find yourself back in a very familiar world of taste. This tension invites to new gastronomic heights and certainly enlivens the table conversation. »



Charmant und wortgewandt weiss Yannick Alléno die Gäste zu begeistern, auch als Ambassador der Uhrenmarke Hublot. Charming and eloquent, Yannick Alléno knows how to inspire the guests, also as an ambassador for the watch brand Hublot.

» aufwändig gewonnenen Konzentrate auch mal zum Versuchen, abgefüllt in aufgereihten Weingläsern wie bei einer Degustation. Diese «Extractions» erlaubt dem Spitzenkoch tatsächlich wie beim Wein Assemblages zu kreieren. «Mischungen, an die Sie nie gedacht hätten», lacht er vielversprechend. Tatsächlich überraschen einige der servierten Gerichte, sie sind ungewohnt, doch schon beim nächsten Gang befindet man sich wieder in einer ganz vertrauten Geschmackswelt. Diese Spannung lädt zu neuen gastronomischen Höhenflügen und belebt mit Sicherheit das Tischgespräch.

#### DIE KOCHSCHULE VON MORGEN

Yannick Allénos Begeisterung für die Kochkunst und sein ausserordentliches gastronomisches Gespür wurde schon früh von den grossen Häusern geschätzt. Aufgewachsen in den Bistros seiner Eltern stand für den Franzosen aus dem Pariser Vorort Puteaux immer fest, dass er in der Spitzengastronomie Fuss fassen und dort den Kochberuf von Grund auf erlernen wollte – trotz dem Gespött seiner studierenden Kollegen. Doch auf diesem Weg punktete Alléno schnell als kreativer Koch und zunehmend auch als charmanter und wortgewandter Gastgeber. Im legendären «Hôtel Meurice» vertraute man ihm deshalb 2003 die Führung des Restaurants an, das er mit seinen anspruchsvollen Kreationen kontinuierlich zu drei Michelin-Sternen führte, bevor er 2008 sein eigenes Imperium gründete. 16 Restaurants in der ganzen Welt tragen heute die Handschrift des Starkochs. Und das nächste Projekt steht schon an: Eine Kochschule als Botschafterin der französischen Haute Cuisine von Morgen. «

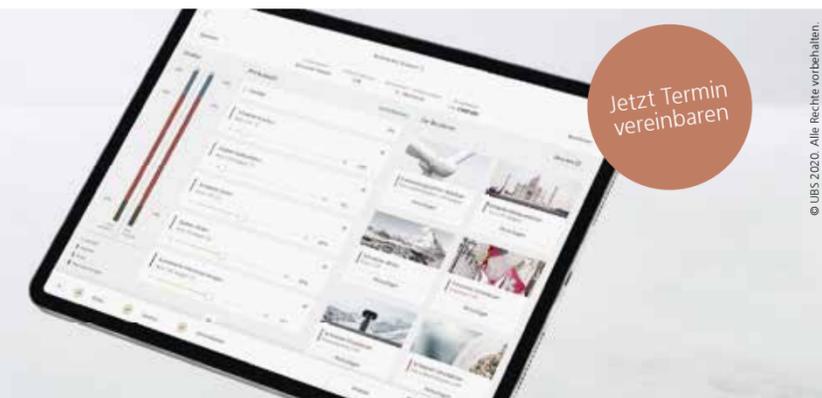
» THE COOKING SCHOOL OF TOMORROW Yannick Alléno's enthusiasm for the art of cooking and his extraordinary gastronomic flair was appreciated early on by the large establishments. Growing up in his parents' bistros, the Frenchman from the Paris suburb of Puteaux always knew that he wanted to gain a foothold in top gastronomy and learn the cooking profession from scratch - despite the mockery of his friends studying at university. But in this way, Alléno quickly scored as a creative chef and increasingly also as a charming and articulate host. In 2003, he was entrusted with the management of the restaurant at the legendary «Hôtel Meurice», which he continuously led to three Michelin stars with his sophisticated creations before he founded his own empire in 2008. 16 restaurants around the world today bear the signature of the celebrity chef. And the next project is already on the way: a cooking school as an embassy for the French haute cuisine of tomorrow. «

«Alléno Paris», «Pavillon», «L'Abyesse», Pavillon Ledoyen, Carré des Champs-Élysées, 8, avenue Dutuit, Paris  
«Le 1947 à Cheval Blanc», Le Jardin Alpin, Courchevel 1850  
[www.yannick-alleno.com](http://www.yannick-alleno.com)

Gerstensuppe  
neu erleben



Vermögensverwaltung  
neu erleben



Die neue Generation der Vermögensverwaltung: UBS My Way

[ubs.com/myway](https://ubs.com/myway)



**Ane Brun gilt als «das am besten gehütete Geheimnis» im skandinavischen Pop. Mit der Veröffentlichung von zwei neuen Studioalben im Abstand von nur einem Monat festigt sie ihr immenses Talent als inspirierte Sängerin und Songwriterin.**

Ane Brun is known as «the best kept secret» in Scandinavian pop. With the release of two new studio albums just a month apart, she consolidates her immense talent as an inspired singer and songwriter.

**C**OTE MAGAZIN: SIE HABEN SICH DREI WOCHEN LANG IN EINE HÜTTE TIEF IN DEN NORWEGISCHEN BERGEN ZURÜCKGEZOGEN, UM DIE SONGS DER BEIDEN NEUEN ALBEN ZU SCHREIBEN. VERLEIHT IHNEN DIE ISOLATION KREATIVITÄT, UM AN NEUER MUSIK ZU ARBEITEN?

*Ane Brun:* Ich war nicht völlig isoliert, denn ich liebe es, Leute zu treffen, nachdem ich ein paar Stunden gearbeitet habe. Es war also perfekt, drei Wochen in der Hütte zu arbeiten, während mein Partner ebenfalls dort war. Was ich brauche, ist ein stiller Raum und für ein paar Stunden nicht gestört werden.

**INSPIRIEREN SIE DIE DRAMATISCHEN NORWEGISCHEN LANDSCHAFTEN?**

Nicht direkt, aber das Aufwachsen in einer solch dynamischen Natur mit all ihrer Schönheit und Energie hat viele meiner Texte im Laufe der Jahre tatsächlich beeinflusst. In den Elementen finde ich Bilder und Gedichte.

**SIE HABEN SEIT FÜNF JAHREN KEINE NEUE MUSIK MEHR VERÖFFENTLICHT UND JETZT ERSCHEINEN ZWEI NEUE ALBEN FAST GLEICHZEITIG. MIT WELCHEM ALBUM MÜSSEN LESER\*INNEN BEGINNEN, DIE MIR IHRER MUSIK NICHT VERTRAUT SIND?**

Beginnen Sie am besten mit «It All Starts With One» von 2011, einer Art Transaktion zwischen meinem traditionelleren Sound als Sängerin und Songwriterin aus meinen jüngeren Jahren und meinem vielseitigeren Sound in den 2010er-Jahren.

**WAR DER VERLUST IHRES GELIEBTEN VATERS DER ANLASS FÜR EINES DER BEIDEN NEUEN ALBEN?**

Nach seinem Tod hat es ein paar Jahre gedauert, bis ich wieder neue Musik schreiben konnte. Die meisten Songs sind in der Tat in den Jahren nach diesem Verlust entstanden.

**OHNE SPOTIFY HÄTTE ICH IHRE WUNDERVOLLE MUSIK VIELLEICHT NICHT ENTDECKT. ICH HABE DANN GELESEN, DASS MAN SIE FÜR «DAS BESTEN GEHÜTETE GEHEIMNIS» DER SKANDINAVISCHEN »**

**C**OTE MAGAZINE: YOU RETIRED TO A CABIN DEEP IN THE NORWEGIAN MOUNTAINS FOR THREE WEEKS TO WRITE THE SONGS FOR THE TWO NEW ALBUMS. DOES THE ISOLATION GIVE YOU THE CREATIVITY TO WRITE NEW MUSIC?

*Ane Brun:* I wasn't completely isolated because I love meeting people after working a few hours. So it was perfect to work in the hut for three weeks while my partner was there too. What I need is a quiet room and not be disturbed for a few hours.

**ARE YOU INSPIRED BY THE DRAMATIC NORWEGIAN LANDSCAPES?**

Not exactly, but growing up in such a dynamic nature with all its beauty and energy have of course influenced a lot of my writing over the years. In the elements I find pictures and poems.

**YOU HAVEN'T RELEASED NEW MUSIC IN FIVE YEARS AND NOW TWO NEW ALBUMS ARE COMING OUT ALMOST SIMULTANEOUSLY. FOR THOSE READERS WHO ARE NOT FAMILIAR WITH YOUR MUSIC, WHICH ALBUM SHOULD THEY LISTEN FIRST TO?**

It's best to start with «It All Starts With One» from 2011, a kind of transaction between my more traditional sound as a singer and songwriter from my younger years and my more eclectic sound in the 2010s.

**WAS THE LOSS OF YOUR BELOVED FATHER THE REASON FOR ONE OF THE TWO NEW ALBUMS?**

After his death, it took a few years before I could write new music again. In fact, most of the songs were written in the years following this loss.

**WITHOUT SPOTIFY, I MIGHT NOT HAVE DISCOVERED YOUR WONDERFUL MUSIC. THEN I READ THAT YOU ARE CONSIDERED «THE BEST KEPT SECRET» IN SCANDINAVIAN POP MUSIC. DO YOU WANT TO STAY THAT WAY OR DO YOU HOPE FOR MORE SPOTLIGHT WITH THE NEW ALBUMS? »**

# NORDIC ENIGMA

Olivier Rohrbach (interview) Stian Andersen / zVg (fotos)

» POPMUSIK HÄLT. WOLLEN SIE DAS BLEIBEN ODER HOFFEN SIE MIT DEN NEUEN ALBEN AUF MEHR RAMPENLICHT?

Ich hoffe immer, dass mehr Menschen meine Musik entdecken, aber ich bin auch sehr dankbar, dass ich bereits eine etablierte Basis von Fans auf der ganzen Welt habe. Ich bin eine Indie-Künstlerin, da ich meine Musik immer über mein eigenes Label «Balloon Ranger» veröffentlicht habe. Meine Erfahrung ist, dass meine Gefolgschaft während meiner 17-jährigen Karriere langsam, aber stetig gewachsen ist.

DIE MEISTEN KÜNSTLER VERDIENEN BEI SPOTIFY NUR RUND 2000 EURO FÜR EINE MILLION DOWNLOADS. WIE KANN MAN IM JAHR 2020 VON DER MUSIK LEBEN?

Ich besitze die Rechte an meiner Musik und veröffentliche alles selbst. Dadurch geht ein grösserer Teil der Streaming-einnahmen direkt an mich. Also verdiene ich tatsächlich einen anständigen Betrag pro Jahr. Ich habe 1,4 Millionen monatliche Hörer allein bei Spotify. Daraus erziele ich ein stabiles Einkommen. Das ist mein Glück. In den 2000er-Jahren war es anders, als wir noch CDs verkauften. Es ist jetzt schwieriger für neue aufstrebende Künstler, da es zu Beginn der Karriere nicht viel Einkommen gibt. Als ich anfang als Musikerin zu arbeiten, konnte ich auf der Strasse meine CDs verkaufen um meine Technik und meinen Van zu bezahlen. Heute lässt das Geld auf sich warten.

ICH HABE IN IHRER BIOGRAFIE GELESEN, DASS IHRE TEILNAHME AN EINER KLIMAKONFERENZ DEN WUNDERBAREN TITEL «WE NEED A MOTHER» INSPIRIERT HAT. WELCHE NACHHALTIGEN TIPPS SIND TEIL IHRES TÄGLICHEN LEBENS?

Hmm, es ist nichts Revolutionäres. Aber ich esse kein Fleisch und versuche meinen CO2-Fussabdruck möglichst klein zu halten. Aber gerade das ist nicht einfach, als tourende Musikerin. Was ich normalerweise bin, wenn es keine Pandemie gibt.

VIELE IHRER SONGS HABEN EINEN MELANCOLISCHEN CHARME. WIE GEHEN SIE MIT DER AKTUELLEN SITUATION UM? WIE STARK HAT SICH IHR LEBEN VERÄNDERT SEIT SIE IN SCHWEDEN LEBEN, DAS ZWAR WENIGER EINSCHRÄNKUNGEN KENNT?

Ich war dieses Jahr tatsächlich mit meinem Partner in Norwegen. Ich habe zum ersten Mal seit meinen Zwanzigern so viel Zeit in meinem Heimatland verbracht. Norwegen hatte in den ersten Monaten einen Teil-Shutdown. Das war in Ordnung. Ich habe mich sicher gefühlt.

WELCHE MUSIK HÖREN SIE AM LIEBSTEN?

Das ist schwer zu beantworten, denn ich höre einen sehr breiten Musikmix. Ich höre gern neue Musik und die empfohlenen Wiedergabelisten auf meiner Streaming-Plattform. Einige Favoriten in diesem Jahr sind Khruangbin, Phoebe Bridgers, Big Thief und S.I.R.

WIE ENTSPANNEN SIE SICH?

Beim Wandern in der Natur. Und ich meditiere. «

«Nach dem Tod meines Vaters hat es ein paar Jahre gedauert, bis ich wieder neue Musik schreiben konnte.»

Ane Brun

«After my father's death, it took a few years before I could write new music again.»

Ane Brun



» I always hope that more people will discover my music, but I'm also very grateful that I already have an established base of fans all over the world. I'm an indie artist as I've always released my music through my own label, «Balloon Ranger». My experience is that my following has grown slowly but steadily throughout my 17 year career.

MOST ARTISTS ONLY EARN AROUND 2000 EUROS FOR ONE MILLION DOWNLOADS ON SPOTIFY. HOW CAN YOU MAKE A LIVING FROM MUSIC IN 2020?

I own the rights to my music and publish everything myself. This means that a larger part of the streaming income goes directly to me. So I actually make a decent amount a year. I have 1.4 million monthly listeners on Spotify alone. This gives me a stable income. This is my luck. In the 2000s it was different when we were still selling CDs. It's tougher now for new emerging artists as there isn't a lot of income at the start of their careers. When I started working as a musician, I was able to sell my CDs on the street to pay for my technology and my van. Today the money is a long time coming.

I READ IN YOUR BIOGRAPHY THAT YOUR PARTICIPATION IN A CLIMATE CONFERENCE INSPIRED THE WONDERFUL TITLE «WE NEED A MOTHER». WHICH SUSTAINABLE TIPS ARE PART OF YOUR DAILY LIFE?

Hmm, it's not revolutionary. But I don't eat meat and try to keep my carbon footprint as small as possible. But that's not easy as a touring musician. What I usually am when there is no pandemic.

MANY OF YOUR SONGS HAVE A MELANCHOLY CHARM. HOW DO YOU DEAL WITH THE CURRENT SITUATION? HOW MUCH HAS YOUR LIFE CHANGED SINCE YOU LIVED IN SWEDEN, WHICH HAS FEWER RESTRICTIONS?

I actually went to Norway with my partner this year. I spent so much time in my home country for the first time since my twenties. Norway had a partial shutdown in the first few months. That was fine. I felt safe.

WHAT IS YOUR FAVORITE MUSIC TO LISTEN TO?

That's hard to answer because I listen to a very broad mix of music. I enjoy listening to new music and the recommended playlists on my streaming platform. Some favourites this year are Khruangbin, Phoebe Bridgers, Big Thief, and S.I.R.

HOW DO YOU RELAX?

When hiking in nature. And I meditate. «

Ane Brun, «After The Great Storms», «How Beauty Holds The Hand of Sorrow» (Balloon Ranger/Universal Music Sweden), [www.anebrun.com](http://www.anebrun.com)

# SHE DOES HER OWN THING

In der glitzernden Welt des Showbusiness ist Amy Macdonald eine wohltuend unaufgeregte Erscheinung. Die Sängerin und Songwriterin kehrt diesen Winter mit einem persönlicheren fünften Album zurück, dem bisher vollendetsten.

Authentic and rock, Amy Macdonald is a quiet singer-songwriter in the glittery world of show business. She returns this winter with a more personal fifth album, the most accomplished to date.

Olivier Rohrbach (text) Roger Decker / zVg (fotos)

«Ich fühle mich glücklich, wenn ich daran denke, wie viel ich von der Welt gesehen habe und wie viele brillante Menschen ich treffen durfte.»

Amy Macdonald

**C**OTE MAGAZIN: VOR ZWÖLF JAHREN, 2008 SCHAFFTEN SIE ES MIT IHREM DEBÜTALBUM GLEICH AN DIE SPITZE DER SCHWEIZER CHARTS. ES HÄLT SICH SEITHER BIS HEUTE IN DEN TOP 20 DER MEISTVERKAUFTEN ALBEN IN DER GESCHICHTE DER SCHWEIZER CHARTS. SIE HABEN MEHR AUFNAHMEN ALS AC/DC IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ VERKAUFT. DIE MESSLATTE IST HOCH. WAS ERWARTEN SIE VON «THE HUMAN DEMANDS», IHREM NEUEN WERK?

*Amy Macdonald:* Ehrlich gesagt, ich weiss nicht wirklich, was mich erwartet! Aber ich bin so stolz auf das Album und ich hoffe, dass meine Fans es lieben. Ich denke, wir werden mit den neuen Aufnahmen auch neue Fans gewinnen. Zumindest hoffe ich das.

DAS NEUE ALBUM KLINGT, ALS KÖNNTE ES EINES IHRER BESTEN WERDEN. SIE SCHEINEN DARIN AN IHRE VERGANGENEN VERÖFFENTLICHUNGEN ANZUKNÜPFEN UND DIESE WEITER ZU ENTWICKELN?

Ja, definitiv! Ein grosser Teil davon zeichnet mein bisheriges Leben nach. Es ist eine Art Rückblick. Ich wollte evaluieren, wer ich bin und wer ich sein würde, wenn die Dinge anders gekommen wären. »

**C**OTE MAGAZINE: BACK IN 2008, YOU WERE AT THE TOP OF THE SWISS CHARTS, SOLD MORE RECORDS THAN AC/DC IN GERMANY, AUSTRIA AND SWITZERLAND WITH YOUR DEBUT ALBUM, CERTIFIED TOP 20 OF MOST SOLD ALBUMS IN THE SWISS CHARTS HISTORY. WHAT ARE YOUR EXPECTATIONS WITH «THE HUMAN DEMANDS»?

*Amy Macdonald:* Honestly, I don't really know what to expect! But I'm so proud of the album, I hope that my fans love it, and I think with the record we've made we'll pick up some new fans along the way, at least I hope so.

THIS NEW ALBUM, WHICH SOUNDS LIKE ONE OF YOUR FINEST, SEEMS TO CONTINUE TO EXPLORE WHAT YOU DID IN THE PAST. IN WHICH SPIRIT WERE YOU WHILE WORKING ON THIS NEW ALBUM AND DOES THE CHANGE OF YOUR MUSIC LABEL BRING SOMETHING NEW?

Yeah, definitely a large part of this record is my looking back on my life so far and kind of evaluating who and I am right now, and who and where I might have been if things had been different. I'm really happy to have a renewed energy for this album from a new label team. »



» SIE ARBEITEN MIT EINEM NEUEN MUSIKLABEL ZUSAMMEN. WAS HAT DIESER WECHSEL MIT SICH GEBRACHT?

Eine neue Energie für dieses Album. Darüber bin ich wirklich froh. Das Team des neuen Labels fühlt sich grossartig an. Aber der wichtigste neue Einfluss kommt von der Zusammenarbeit mit dem Produzenten Jim Abbiss.

WAS PASSIERTE DA GENAU?

Als ich und das Label über potenzielle Produzenten diskutierten, fiel sein Name. Ich war natürlich sofort interessiert, da er einige meiner Lieblingsplatten anderer Künstler produzierte, zu denen ich als Teenager getanzt habe. Wir trafen uns in London, um uns über alles zu unterhalten. Anschliessend gingen wir nach Edinburgh in ein Studio, um uns einige Songs anzuhören von Musikern, mit denen wir dann das ganze Album aufgenommen haben. Die Jungs waren wie eine Familie zu mir. Jim Abbiss war wirklich daran interessiert, ein sehr authentisches Album für mich zu produzieren. Ich finde, wir haben das Ziel auch wirklich erreicht.

MIT WELCHEN GEFÜHLEN HABEN SIE DIE AUFNAHMEN BEENDET?

Bin so glücklich darüber, wie alles geklappt hat. Wir haben so gut zusammen gearbeitet. Das Beste an der Arbeit mit Jim ist, dass er eine echte Teamleistung fördert. Er ist im Gegensatz zu vielen Produzenten kein Egomane. Das ist sehr erfrischend. Er liebt es, seine Leute in einem Raum zu versammeln und motiviert alle, Ideen einzubringen. Gemeinsam findet man heraus, in welche Richtung es gehen soll und am Ende entsteht etwas Erstaunliches. Ich habe Jim als den Jürgen Klopp der Produktion beschrieben, als wir zusammen im Studio waren. Als grosser Liverpool-Fan hat Jim den Vergleich geliebt! Es ist das erste Mal, dass jemand auf der Produktionsseite so involviert war. Auch deshalb bin ich besonders stolz auf dieses Album.

SIE SIND 33 JAHRE ALT. IHRE LIEDER KLINGEN NACH EINEM VIEL LÄNGEREN LEBEN. HABEN SIE DAS GEFÜHL, MIT EINER SO ERFOLGREICHEN KARRIERE UND ALL DIESEN LIVE-SHOWS UND REISEN MEHRERE LEBEN ZU FÜHREN?

Mit fünf Alben und einer bereits 14 Jahre dauernden Karriere kann ich mich definitiv nicht über die Erfahrungen beschweren, die ich bisher gemacht habe. Ich fühle mich glücklich, wenn ich daran denke, wie viel ich von der Welt gesehen habe und wie viele brillante Menschen ich treffen durfte. Dieses Album reflektiert diese Zeiten und stellt auch mal die Frage, was hätte sein können, wenn das Leben anders gekommen wäre. »

«I feel lucky  
when I think of  
how much I've  
seen of the  
world, all the  
brilliant people  
I've met and  
the experiences  
I've had.»

Amy Macdonald

» that feels great, but the most important new influence on this record comes from working with producer Jim Abbiss.

WHAT HAPPENED EXACTLY?

When me and the label were having discussions about potential producers, as soon his name came up I was interested, as he produced some of my favourite records that I used to go dancing to as a teenager. We met up in London to chat about it all, and then subsequently we went to a studio in Edinburgh to try working on a couple of songs along a few musicians - the guys who ended up doing the whole record with us and became like a recording family to me. Jim was really keen to create a record that sounded authentically me, and I think for the first time this record truly achieves that.

YOUR FEELINGS ONCE THE RECORD WAS FINISHED?

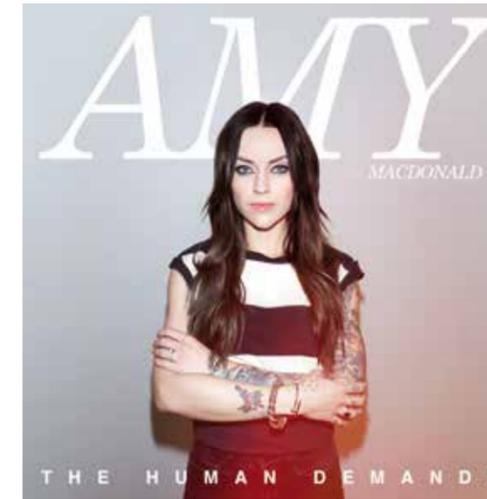
Am so happy with how it worked out - we worked so well together. The best thing about working with Jim is that his way of working is a real team effort, he has zero ego unlike a lot of producers, it's so refreshing. He loves to get a bunch of people together in a room, get everyone to throw ideas about, which direction is best to work it out and make something amazing together. I described him as the Jürgen Klopp of production when we were in the studio together. As a Liverpool fan he loved that! It's the most involved I've ever felt on the production side of things and I'm extra proud of the record as a result.

A FEW SONGS TELL ABOUT THE TIME THAT PASSED BY WHILE YOU ARE ONLY 33 YEARS OLD TODAY. DO YOU FEEL SOMETIMES YOU ALREADY LIVE MANY LIVES WITH SUCH A SUCCESSFUL CAREER AND ALL THOSE LIVE-SHOWS AND TRAVELS?

After five albums and 14 years into my career, I definitely can't complain about the experiences I've had so far. I feel lucky when I think of how much I've seen of the world, all the brilliant people I've met and the experiences I've had. This album is definitely reflective on all those times, and perhaps asking the question «what could have been if life had been different?».

ACCORDING TO ALANIS MORISSETTE, THERE'S RAMPANT ABUSE RUNNING THROUGH THE MUSIC INDUSTRY THAT HASN'T BEEN BROUGHT TO LIGHT YET. WHAT IS YOUR OPINION ON THAT, AFTER 14 YEARS IN THE MUSIC-INDUSTRY?

I'm very lucky that I've never encountered such things personally. The people I work with in my management, »



Amy Macdonald  
«The Human Demands»,  
www.amymacdonald.co.uk,  
Live: 23. April 2021,  
Samsung Hall, Dübendorf.

» LAUT ALANIS MORISSETTE GIBT ES IN DER MUSIKINDUSTRIE GRASSIERENDEN MISSBRAUCH, DER NOCH NICHT ANS LICHT GEBRACHT WURDE. WIE SEHEN SIE DAS?

Ich bin sehr glücklich, dass ich solche Dinge noch nie persönlich erleben musste. Die Leute in meinem Management, bei meinem Label und auf Tour haben immer auf mich aufgepasst. Aber schlimme Dinge passieren leider bis heute in allen Lebensbereichen und Frauen müssen auch im Jahr 2020 noch so viel ertragen.

WÄHREND UNSERES LETZTEN INTERVIEWS IM PARK HYATT HOTEL IN ZÜRICH SAGTEN SIE MIR, DASS SICH DIE PAPAZZI NICHT FÜR SIE INTERESSIEREN, WEIL SIE EIN SO NORMALES LEBEN IN SCHOTTLAND FÜHREN. IST DAS IMMER NOCH SO? Ja, hundertprozentig ja. Ich mache einfach mein eigenes Ding und die Leute lassen mich damit weitermachen.

VOR ZWEI JAHREN HABEN SIE IN LAS VEGAS DEN FUSSBALLER RICHARD FOSTER GEHEIRATET. WAR ES IHR TRAUM, DORT ZU HEIRATEN ODER EINE SPONTANE ENTSCHEIDUNG?

Es war nicht unbedingt ein Traum, aber ich liebe Las Vegas! Es ist einer dieser Orte, die man entweder liebt oder hasst, und ich liebe es. Vielleicht hat die Idee mitgespielt, dass all die Leute, die Sie zu Ihrer Hochzeit einladen müssen, was eine grosse Organisation mit sich bringt, nicht nach Las Vegas kommen würden. Das ging nach hinten los. Alle kamen! Aber im Ernst, es war grossartig, wir waren ungefähr 60 Personen und wir hatten eine tolle Zeit. Anschliessend verbrachten mein Mann und ich unsere Flitterwochen im Yosemite National Park, was eine unglaubliche Erfahrung war.

WO ENTSPANNEN SIE SICH IN SCHOTTLAND?

Zuhause! Die perfekte Entspannung erlebe ich auf meinem Sofa, die Füsse hoch und mit einem guten Set Lautsprecherboxen. Das ist definitiv mein glücklicher Ort! «

» my label and on tour have always looked out for me. But I can believe bad things do happen, as sadly they happen in all walks of life to this day, women still have to put up with so much even in the year 2020.

DURING OUR LAST INTERVIEW AT PARK HYATT HOTEL IN ZÜRICH, YOU SAID THAT PAPAZZI ARE NOT INTERESTED IN YOUR LIFE BECAUSE YOU HAVE SUCH A NORMAL LIFE IN SCOTLAND. IS THAT STILL LIKE THAT ?

Yes, one hundred percent yes. I just do my own thing, and people tend to let me get on with it!

IN THE MEANTIME, YOU GOT MARRIED TO FOOTBALL PLAYER RICHARD FOSTER IN LAS VEGAS. WAS IT A DREAM FOR YOU TO MARRY THERE OR JUST A SPONTANEOUS DECISION?

It wasn't necessarily a dream to get married there, but I do love Las Vegas - it's one of those places that you either love or hate, and I love it. I guess maybe the idea was that by arranging the wedding in Vegas, all those people that you are obliged to invite to your wedding wouldn't bother coming, but that backfired as they all came! But in seriousness it was brilliant, there were about 60 of us out there in Las Vegas and we had such a great time. Then my husband and I went straight on our honeymoon in Yosemite which was an incredible experience.

WHERE DO YOU RELAX IN SCOTLAND?

Home! The perfect way for me to relax is at home, on my sofa, feet up with a good box set, that's definitely my happy place! «

CHOSEN BY THE BEST



© laurentperrierrose Photographe: Iris Velghe

# COTE MAGAZINE FASHION

MUSTS FOR A STYLISH SEASON: IM SCHNEE MIT STIL, ABEND GLAMOUR, FRÜHLINGSBOTEN

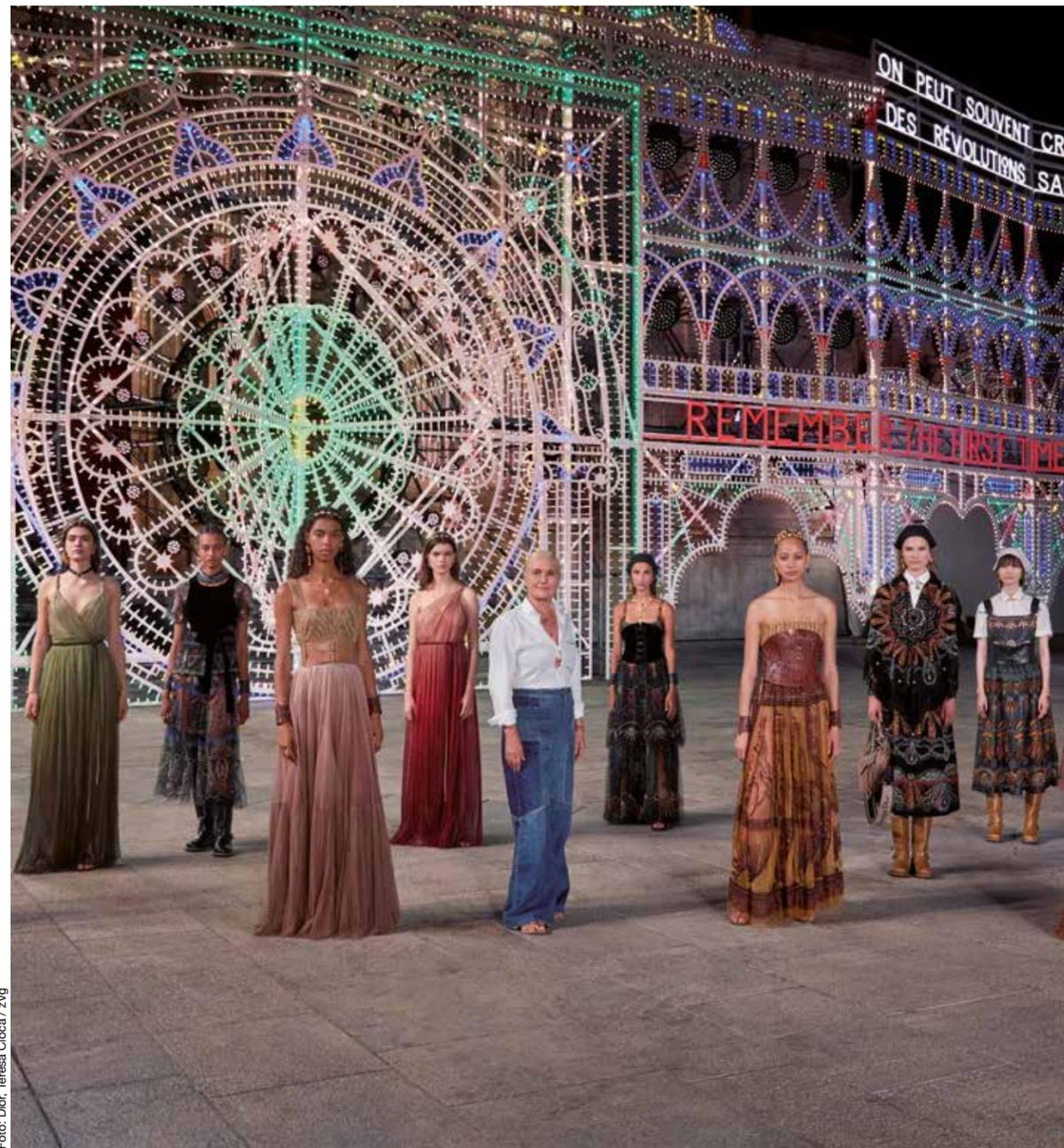


Foto: Dior, Teresa Cicca / zVg

Lichterzauber: Maria Grazia Chiuri mit Models in der «Luminarie»-Kulisse der Dior Cruise Collection in Apulien.

# Winter Wonderland

Ski fahren, Schneewandern oder gemütliche Stunden auf der Couch verbringen:  
Wir haben die Must-Have's für ein Winter-Wochenende in den Bergen.

Skiing, hiking in the snow or spending leisurely hours on the couch:  
we have the must-haves for a winter weekend in the mountains.

Lena Stäheli (redaktion) PD / zVg (fotos)



BELL & ROSS

Robuste Dreizeiger-Uhr «BR 03-92 White Camo» (42 mm) aus matter, schwarzer Keramik, Zifferblatt und Lederarmband mit grau-weißem Camouflage-Muster, Stundenmarkierungen aus schwarzer Super-Luminova® für beste Ablesbarkeit, mechanisches Automatik-Uhrwerk.  
Robust three-hand watch «BR 03-92 White Camo» (42 mm) made of matt black ceramic, dial and leather strap with gray-white camouflage pattern, hour markers made of black Super-Luminova® for best readability, mechanical automatic movement.

Foto: CP, PD / zVg

**DYNASTAR**  
Für ambitionierte Abfahrten und die Köhner auf der Piste: «Speed Course WC GS R22».  
For ambitious descents and experts on the slopes: «Speed Course WC GS R22».

**CP**  
In der Schweiz entwickelt, in Italien von Hand hergestellt: Ski-Schutzhelm «Camurai» mit integriertem Visier – chic in metallic und behandelt gegen das Beschlagen.  
Developed in Switzerland, made by hand in Italy: «Camurai» protective ski helmet with integrated visor.

**CHILLYS**  
Trinkflasche in cooler «Chrom»-Optik. Hält Heisses 12 Stunden warm und Kaltes 24 Stunden kalt.  
Drinking bottle in a cool «Chrome» look. Keeps hot things warm for 12 hours and cold things cold for 24 hours.

**NORQAIN**  
Uhr «Independence 20» (42 mm), aus Edelstahl. Waldgrünes Zifferblatt mit individueller «Scratch»-Optik.  
Die junge Schweizer Marke präsentiert damit auch ihr erstes Manufakturwerk von Kenissi.  
Watch «Independence 20» (42 mm), made of stainless steel. Forest green dial with individually scratched look. The young Swiss brand is also presenting its first manufacture movement from Kenissi.

**MONTBLANC**  
Kopfhörer «MB 01» aus Leder und Metall, für Ruhe sorgt die «active noise cancelling technology».  
«MB 01» headphones made of leather and metal, the «active noise canceling technology» ensures quiet.

**CAPE HORN**  
Reversible, ultraleichte Kapuzen-Daunenjacke «Tropico» mit Teflon-behandelter Oberfläche zum Schutz vor Nässe.  
Reversible, ultra-light hooded down jacket «Tropico» with Teflon-treated surface to protect against wetness.

**BURBERRY**  
Schnürstiefel aus Leder mit wasserfestem Überschuh (inspiriert vom Gummistiefel), Sohle aus Polyurethan, über mytheresa.com.  
Lace-up leather boots with waterproof overshoe (inspired by rubber boots), polyurethane sole, via mytheresa.com.

**LANVIN**  
Pullover «Corto Maltese» aus Wolle, erhältlich über mytheresa.com.  
«Corto Maltese» sweater made of wool, available from mytheresa.com.

**WINTERFREUDEN**  
Traumhafte Bedingungen und die richtigen Accessoires – so geht ein Tag im Schnee.  
Fantastic conditions and the right accessories – that's how a day in the snow goes.

**HERMÈS**  
Breiter Schal aus der Seiden-Kollektion für Männer. Aus einem Kaschmir-und-Seide-Gemisch mit abstrakten Hermès-Motiven.  
Wide scarf from the silk collection for men. Made from a cashmere and silk blend with abstract Hermès motifs.



SCHWEIZ

Physical Distancing in der Winteridylle oberhalb von Grindelwald lässt sich aushalten...  
Physical distancing in the winter idyll above Grindelwald is bearable ...



**LORO PIANA**  
Gemütlich von Kopf bis Fuss: Kaschmir-Look des italienischen Traditionshauses.  
Comfortable from head to toe: cashmere look from the traditional Italian company.



**OAKLEY**  
Durch die rosa Schneebrille: Rundum geschützt, mit metallic Effekt.  
A glance through pink snow goggles: all-round protection, with a metallic effect.



**BONOCLE**  
Sonnenbrille «Lyly», aus umweltverträglichem Acetat mit champagnerfarbenen Front und braunen Bügeln.  
«Lyly» sunglasses made of environmentally friendly acetate with a champagne-colored front and brown temples.



**ETRO**  
Cardigan im rustikalen Chic zum Chillen vor dem Kamin oder für den Winterspaziergang.  
Cardigan in rustic chic to chill in front of the fireplace or for a winter walk.



**CAPRANEA**  
Elegante Daunen-Skijacke «Amestris» mit wasserdicht verarbeiteten Nähte und Reissverschlüssen. Das Schweizer Label stellt nur auf Bestellung her, um Überproduktion zu vermeiden.  
Elegant down ski jacket «Amestris» with waterproof seams and zippers. The Swiss label only produces upon order in order to avoid overproduction. Each piece is numbered.

**ROLEX**  
«Oyster Perpetual 34» (34 mm) aus besonders resistentem Oysterstahl, der u.a. auch in der Raumfahrt eingesetzt wird. Mit Argente-Zifferblatt und neu entwickeltem mechanischem Automatik-Uhrwerk.  
«Oyster Perpetual 34» (34 mm) made of particularly resistant Oyster steel, which, among other things, is also used in space travel. With argenté dial and newly developed mechanical automatic movement.



**DAHU**  
Das Schweizer Label hat den Skischuh neu erfunden: komfortabel und warm, bestehend aus der Schale «Ecorce» und dem Innenschuh «Cambium» zum Ausklinken für den Spaziergang bis zur Bergbahn oder zum Restaurant.  
The Swiss label has reinvented the ski boot: comfortable and warm, consisting of the «Ecorce» shell and the «Cambium» liner to release for a walk to the mountain railway or to the restaurant.



**KÄSTLE**  
Allround-Ski «MX 88 Allmountain», stabil und leistungsstark auf griffiger Piste und im lockeren Gelände.  
All-round ski «MX 88 Allmountain», stable and powerful on grippy slopes and in loose terrain.



**PRADA FOR ADIDAS**  
Das italienische Mega-Label verleiht dem zeitlosen «Originals»-Sneaker von 1969 den silberglänzenden ultimativen «Superstar»-Fashion-Chic.  
The Italian mega label gives the timeless «Originals» sneaker from 1969 the ultimate «Superstar» fashion chic in shiny silver.

Foto: © Martin Maegli, www.myswitzerland.com

# Shine in the House

Die Mode glänzt prächtig in dieser Saison und wir freuen uns – zwar nicht auf Partys – aber trotzdem auf Kleider in Metall-Optik, mit Pailletten, Strass und Co. Auch wenn dieses Jahr keine rauschenden Feste stattfinden, hüllen wir uns erst recht in glamouröse Outfits und zelebrieren das Funkeln stilvoll im kleinen Kreis. Denn der Glanz im eigenen Haus ist doch der schönste.

The fashion rarely shines as splendidly as this season and we look forward - not to parties - but still to in metal optics, with sequins, rhinestones and Co. Even if there are no lavish celebrations this year, we are even more wrapped up in sumptuous outfits and celebrate the sparkle stylishly in a small group. Because the shine in your own house is the most beautiful.

Lena Stäheli (redaktion) PD / zVg (fotos)



## BALENCIAGA Mysterious

Demna Gvasalia zeigte eine Show komplett in schwarz. Vom Setting bis hin zu den Outfits ging es um «all black». Die Models schritten durch Wasser, was eine rätselhafte Stimmung vermittelte und komplette Aufmerksamkeit forderte.

Demna Gvasalia staged a show completely in black. From the setting to the outfits, it was all black. The models walked through water, which conveyed an enigmatic mood and demanded complete attention.



**ALEXANDER  
MCQUEEN**  
*Coolness*

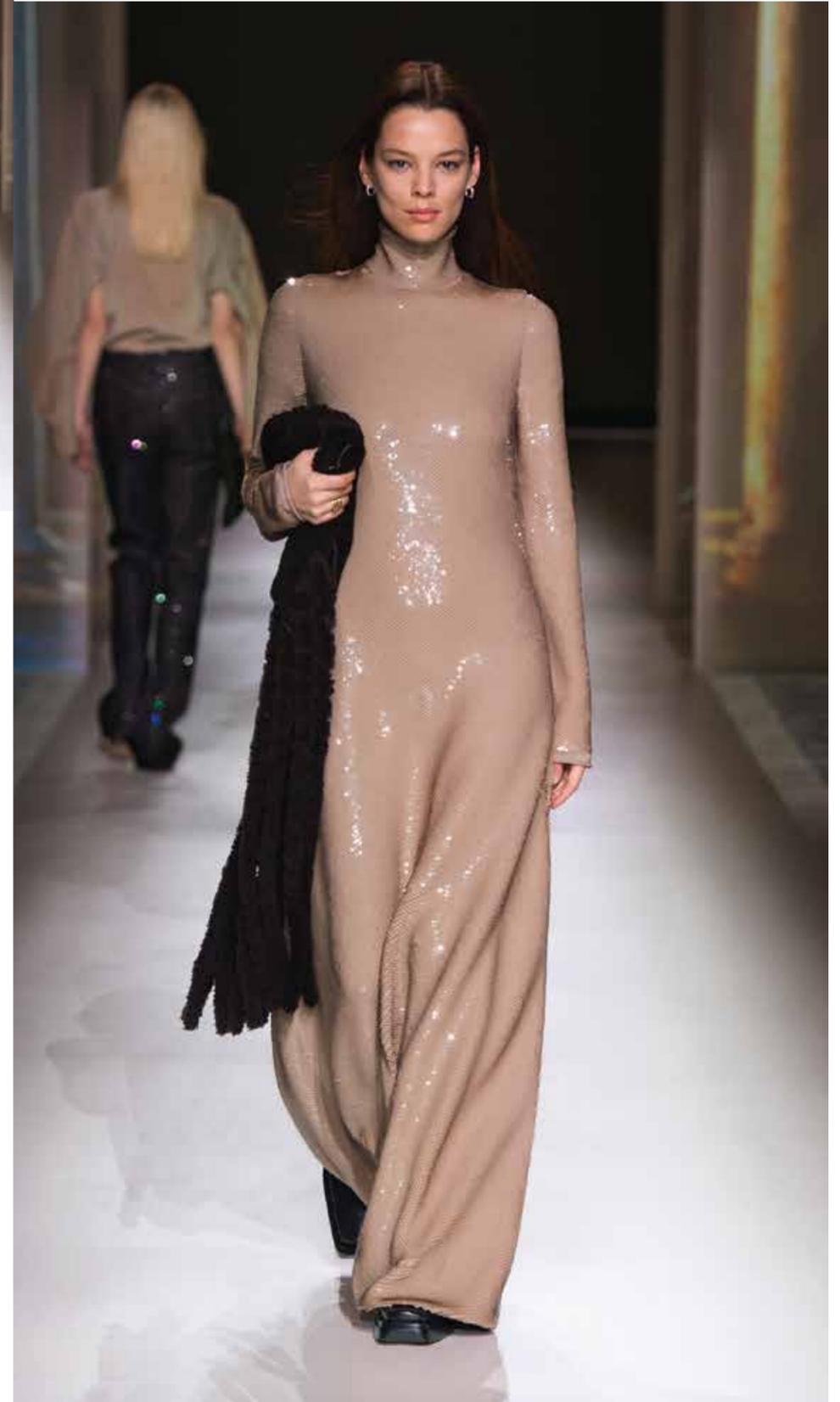
Sarah Burton präsentierte eine heroische Kollektion. Während eines Besuchs in Wales inspirierten Kilts und Anzüge in Karomuster oder viktorianische Details zur aktuellen Kollektion, die sich am Abend weniger von der rustikalen, dafür von der dramatisch eleganten Seite zeigt.

Sarah Burton presented a heroic collection. During a visit to Wales, checked kilts and suits or Victorian details inspired the current collection, which in the evening shows less of the rustic, but rather the dramatically elegant side.



**BOTTEGA  
VENETA**  
*Euphorisch*

Daniel Lee ist der Stern am Modehimmel. Seine Accessoires sind Must-Have's und haben im vergangenen Jahr Rekordverkäufe erzielt. Die Kollektion ist mutig und vereint Streetstyle mit Eleganz. Eye-Catcher sind Fransen und Pailletten all over – aber auch Details in Neonfarben finden sich auf dem Runway. Daniel Lee is the bright star in the fashion sky. His accessories are must-haves and achieved record sales last year. The collection is bold and combines street style with elegance. Eye-catchers are fringes and sequins all over - but details in neon colors can also be found on the runway.



*DRIES VAN NOTEN*  
*Festive*

Hochwertige Stoffe und Stickereien – Ausgehen und das Leben genießen. Dries van Noten, der Künstler der Extraklasse, lässt uns in eine Traumwelt eintauchen und hoffen...

High quality fabrics and embroidery - go out and enjoy life. Dries van Noten, the artist in a class of its own, lets us dive into a dream world and hope ...

*CELINE*  
*Gloomy Glitter*

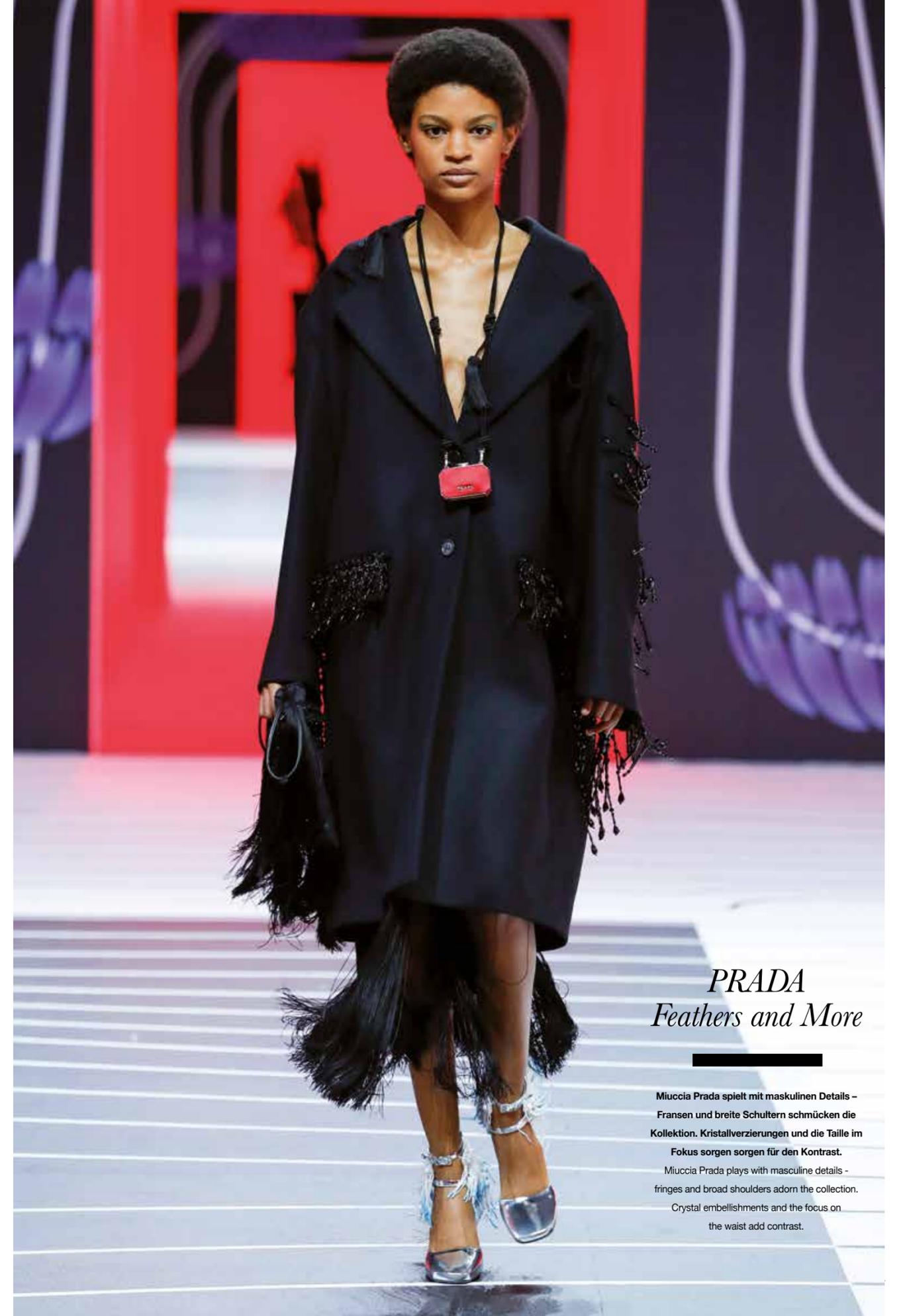
Hedi Slimane und Celine bleiben dem Rockstar-Glamour treu und setzen auf Glitzerkleider und schmale Silhouetten für Männer und Frauen.

Hedi Slimane and Celine stay true to the rock star glamor and rely on glitter dresses and slim silhouettes for men and women.



*MIU MIU*  
*Shine Bright*

Kristallverzierungen, Samt und Empire Kleider – ein Spiel mit der Eleganz. Dazwischen leuchtende Edelsteinfarben für Satin-Kleider. Miuccia Prada's Kulisse war eine Mischung zwischen Casino und Nachtclub. Crystal decorations, velvet and empire dresses - a game with elegance. In between, bright gemstone colours for satin dresses. Miuccia Prada's setting was a mix between a casino and a nightclub.



*PRADA*  
*Feathers and More*

Miuccia Prada spielt mit maskulinen Details – Fransen und breite Schultern schmücken die Kollektion. Kristallverzierungen und die Taille im Fokus sorgen für den Kontrast. Miuccia Prada plays with masculine details - fringes and broad shoulders adorn the collection. Crystal embellishments and the focus on the waist add contrast.



**SAINT LAURENT**  
*Feminine Touch*

Von Fuchsia, pink, violett bis zum klassischen schwarz zeigte Anthony Vaccarello Sexyness und seit langem wieder einmal Farbakzente. Die hochsitzenden Latex-Leggings zogen alle Aufmerksamkeit auf die Beine der Models.

From fuchsia, pink, violet to the classic black, Anthony Vaccarello showed sexiness and, for a long time, again accents of color. The high-fitting latex leggings drew everyone's attention to the models' legs.



**VALENTINO**  
*On the Dark Side*

Eine würdevolle Stimmung zeigte sich in den dunklen Looks bei Valentino in Paris. Pierpaolo Piccioli zeigt uns den Kurs der Mode – auch in Krisenzeiten.

A dignified mood was evident in the dark looks at Valentino in Paris. Pierpaolo Piccioli shows us the course of fashion - even in times of crisis.

**CHANEL**  
*Eine modische Reise  
 ans Mittelmeer im Stil  
 der 60er-Jahre.  
 A fashionable trip  
 to the Mediterranean  
 in the 1960s.*

*SPRING IN WINTER*

Der Sport kennt im Moment Geisterspiele, die Mode dementsprechend Défilées ohne live Zuschauer. Aber «the Show must go on»: Die beiden grossen französischen Häuser inszenierten die sogenannten Cruise oder Resort Collections im Sehnsuchtsland Italien.

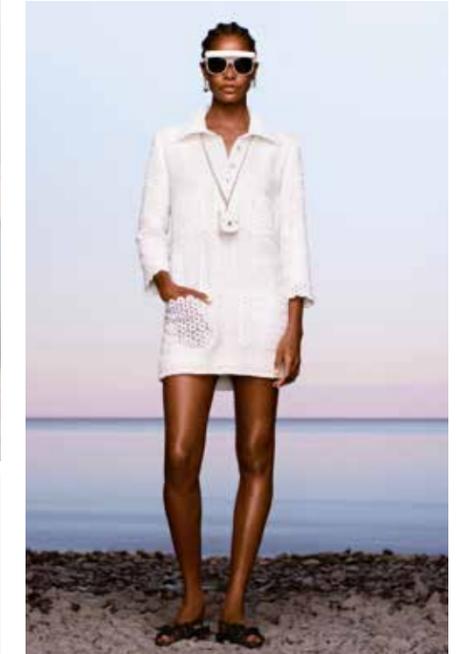
At the moment sport knows ghost games, fashion accordingly défilées without a live audience. But «the show must go on»: The two large French houses staged the so-called cruise or resort collections in Italy, the land of longing.

Marianne Eschbach (redaktion) Chanel, Bea de Giacomo, Julien Martinez Leclerc, Dior, Teresa Cioca, Laura Sciacovelli PD / zVg (fotos)

**FROM CAPRI TO THE RIVIERA**

Ursprünglich hätte die Kollektion auf Capri vor geladenen Gästen gezeigt werden sollen. Da dies wegen des Lockdown nicht möglich war, entwickelte Virginie Viard die Kollektion hin zu einem imaginären modischen Trip ans Mittelmeer – «Balade en Méditerranée».

Originally, the collection should have been shown to invited guests on Capri. Since this was not possible due to the lockdown, Virginie Viard developed the collection into a imaginary fashionable trip to the Mediterranean - «Balade en Méditerranée».



**RELAXED ON THE WAY**

«Travel light» ist das Motto, das die Chanel Designerin hinter die Cruise-Kollektion stellt. Die Feriengarderobe soll dank leicht zu kombinierenden Teilen in einem kleinen Rollkoffer Platz finden.

«Travel light» is the motto that the Chanel designer puts behind the Cruise collection. Thanks to easy-to-combine parts, the holiday wardrobe should fit into a small trolley.

**MORE THAN FASHION**

Im Team Dior der «2021 Cruise Collection» spielten u.a. die Spitzen-Klöpplerei, die traditionellen Weberei, der preisgekrönte Rockmusiker, die folkloristische Tanzgruppe, der Keramik-Meister, die Lichtkünstler, der Architektur-Historiker und der Ethnologe.

In Team Dior of the «2021 Cruise Collection», among others the lace-making, the traditional weaving, the award-winning rock musician, the folkloric dance group, the ceramic master, the light artist, the architectural historian and the ethnologist.



**PLATFORM FOR TALENT**

Situationsbedingt ging auch diese Modeschau ohne internationale Gäste über die Bühne. Umso mehr fokussierte sie auf die Macher\*innen hinter den Kulissen. Selbst die Fotoaufträge wurden an lokale Fotografie-Talente vergeben.

Due to the situation, this fashion show also took place without international guests. So it focused all the more on the makers behind the scenes. Even the photo assignments were given to local talents in photography.



# Night

## at the Museum

Mit sechs Jahren wurde Thylane Blondeau zum «schönsten Mädchen der Welt» gewählt, mit zehn posierte sie für die «Vogue». Die Fotoproduktion mit dem als Erwachsene geschminkten und gekleideten Kind sorgte für einen Skandal.

Mit 16 hatte die Tochter von Ex-Fussballstar Patrick Blondeau und der TV-Moderatorin Véronika Loubry ihr Début auf den Fashion-Weeks in Mailand und New York. Im nächsten Frühling wird Thylane 20 und sie ist auf dem Weg in eine Schauspielerinnen-Karriere. Einen Auftritt auf dem roten Teppich in Cannes hat sie bereits hinter sich. Für COTE MAGAZINE zeigt Thylane cool gestylte Mode zum Ausgehen.

When she was six, Thylane Blondeau was elected the «most beautiful girl in the world» and when she was ten she posed for «Vogue». The photo production with the child, made up and dressed as an adult, caused a scandal. At 16, the daughter of ex-soccer star Patrick Blondeau and TV presenter Véronika Loubry had her debut at the fashion weeks in Milan and New York. Next spring, Thylane turns 20 and she's embarking on an acting career. She has already made an appearance on the red carpet in Cannes. For COTE MAGAZINE, Thylane shows cool fashion for going out.

Thylane Blondeau / IMG, Uno (model) Sandrine Gomez (fotos) Caroline Schwartz (realisation) Adeline Raffin (make-up) Fabien Gamona (hair mit Produkten von Sisley Paris) Special Thanks: MAH Musée d'art et d'histoire Genève

FEMININ UND SELBSTBEWUSST

Ärmelloser Mantel und Fransen-Jupe aus Wolle, Hemd aus Netz und Spitze: alles Christian Dior. Schmuck: Cartier  
Sleeveless coat and fringed jupe made of wool, shirt made of mesh and lace: everything is Christian Dior. Jewellery: Cartier



MODERN UND URBAN

Daunenmantel aus Re-Nylon, Organza-Kleid, Perlen-Pumps, Gürtel mit Etui: alles Prada. Strass-Diadem: Roger Vivier. Schmuck: Cartier  
Down coat made of re-nylon, organza dress, pearl pumps, belt with case: everything is Prada. Rhinestone tiara: Roger Vivier. Jewellery: Cartier



GESTIEFELT

Mantel aus Jersey und Tweed mit Schmuckknöpfen, Ledergürtel, Logo-Strümpfe und Stiefel: alles Chanel. Schmuck: Cartier.  
Coat made of jersey and tweed with decorative buttons, leather belt, logo stockings and boots: everything is Chanel. Jewellery: Cartier.



GROSSER AUFTRITT

Abendkleid aus Seiden-Faille: Giambattista Valli. Loafers mit Strass-Schnalle: Roger Vivier. Strümpfe: Fogal. Schmuck: Cartier.  
Evening dress made of silk faille: Giambattista Valli. Loafers with rhinestone buckle: Roger Vivier. Stockings: Fogal. Jewellery: Cartier.



CINDERELLA

Kleid aus Seiden-Mousseline: Valentino. Stiefel aus Kalbsleder: Valentino Garavani. Bustier und Perlenhandschuhe: Moncler x Simone Rocha. Culotte: Eres. Schmuck: Cartier  
Silk mousseline dress: Valentino. Calfskin boots: Valentino Garavani. Bustier and pearl gloves: Moncler x Simone Rocha. Culotte: Eres. Jewellery: Cartier



SEXY UND BEQUEM

Bustier-Kleid mit Perlenstickerei, irisierende Stickjacke: beides Dolce & Gabbana. Schuhe: Hermès. Uhr & Schmuck: Cartier  
Bustier dress with pearl embroidery, iridescent embroidered jacket: both Dolce & Gabbana. Shoes: Hermès. Watch & Jewellery: Cartier

## Saubere Berge

Zum grossen Firmenjubiläum engagiert sich Bally in einem Projekt zum Schutz der Natur und der Bergwelt.

Text: Lena Stäheli, Fotos: Bally PD / zVg

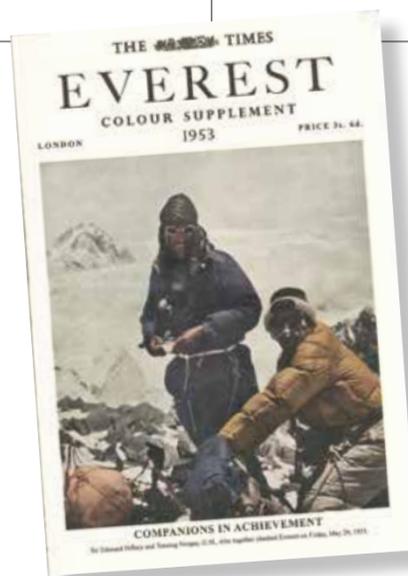
## Clean Mountains

For the big company anniversary, Bally is involved in a project to protect nature and the mountains.

Text: Lena Stäheli, Fotos: Bally PD / zVg

Das Schweizer Modehaus Bally, das 2021 seinen 170. Geburtstag feiern kann, ist tief mit der alpinen Bergwelt verbunden. Um einen Beitrag zu leisten für den Erhalt der Schönheit und Vielseitigkeit der Natur hat Bally unter dem CEO Nicolas Giroto das Projekt «Bally Peak Outlook» ins Leben gerufen. Die Stiftung kümmert sich um diverse Anliegen und wird aus einer Capsule-Kollektion von Outdoor-Teilen alimentiert.

Während den vergangenen Jahren haben die globale Klimaerwärmung sowie der stark ansteigende Tourismus dafür gesorgt, dass das Ökosystem massiv aus dem Gleichgewicht geraten ist. Gletscherschmelze und Hochwasser sind nur zwei der gravierenden Folgen. Diese Erkenntnis hat das Modehaus Bally dazu bewegt, eine Stiftung zum Schutz und Erhalt der Umwelt – im Wesentlichen der Bergwelt – zu lancieren. Bereits im Jahr 2019 hat ein Team den Mount Everest vom angehäuften Müll der letzten Jahrzehnte befreit. Als weiterführendes Ziel werden in den kommenden zwei Jahren die Base Camps von acht Bergen in der Himalaya Gegend gesäubert. Prognostiziert wird, dass bis zum Jahr 2050 die Hälfte der Gletscher geschmolzen sein werden – Grund genug um sich mit Fachleuten zusammenschliessen und Synergien zu nutzen. So setzt «Bally Peak Outlook» auf lokale Experten der ETH Zürich sowie das Amt für Umweltschutz, um gemeinsam nachhaltige Lösungen zu suchen. Aber auch internationale Partner wie die Umweltaktivistin Dawa Steven Sherpa (Eco Everest Expeditions) kooperiert mit dem Projekt «Bally Peak Outlook». Unter dem Brand «Bally Peak Outlook Collection» entstand eine unisex Kollektion, die 37 Produkte umfasst. Als Inspirationsquelle dienen die Umwelt sowie ein Blick ins Archiv von Bally. So waren die Bally-Rentierstiefel, die 1953 von Tenzing Norgay bei der Bezwingung des Mount Everest getragen wurden, Inspiration und schlagen gekonnt den Bogen zu den früheren sportlichen Ambitionen der Traditionsmarke.



The Swiss fashion house Bally, which can celebrate its 170th birthday in 2021, is deeply connected to the alpine mountains. To help preserve the beauty and diversity of nature, Bally launched the «Bally Peak Outlook» project under CEO Nicolas Giroto. The foundation takes care of various issues and is funded from a capsule collection of outdoor parts. The proceeds from the collection go entirely into the development and implementation of the mountain landscape protection project.

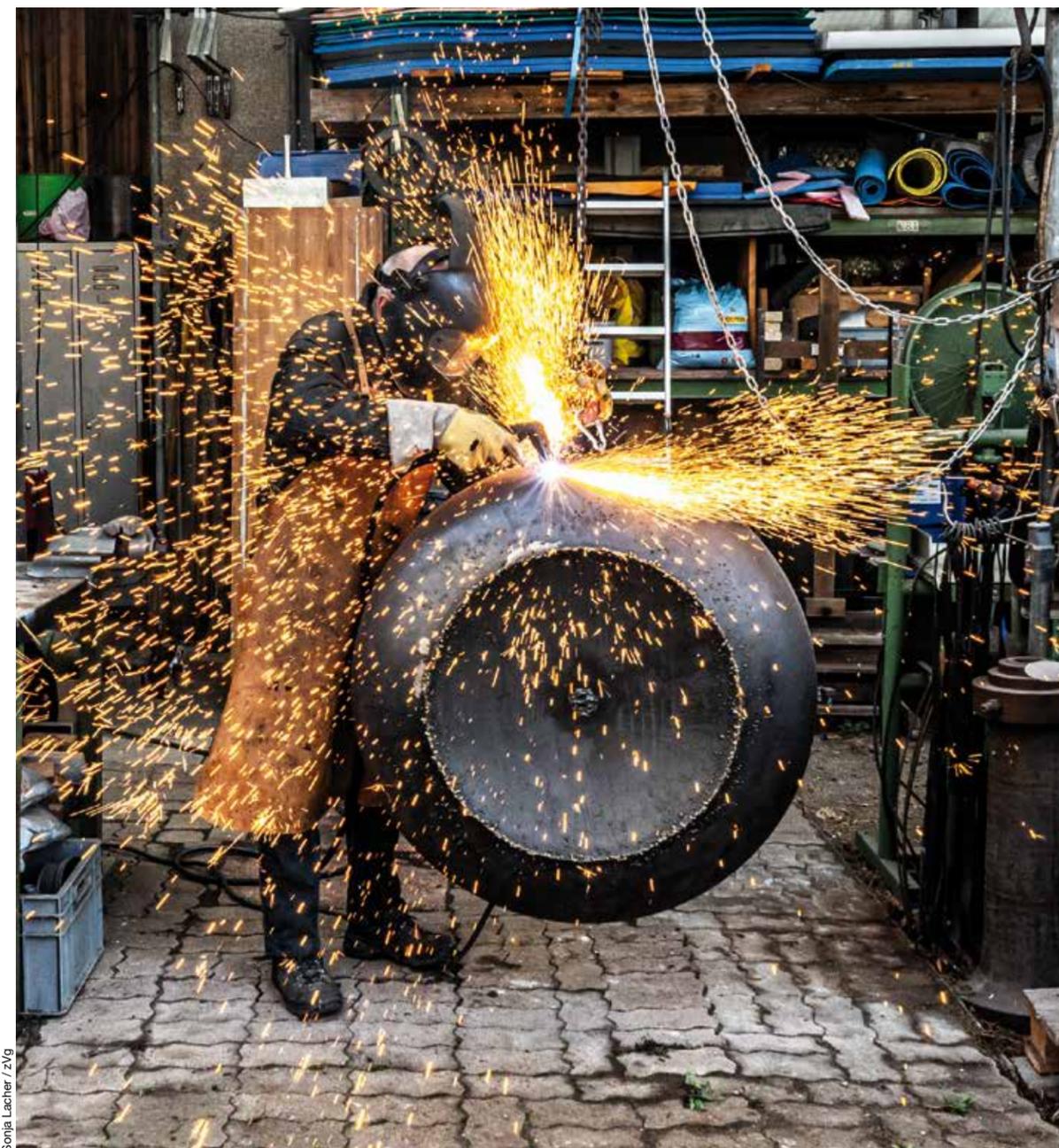
Over the past few years global warming and the surge in tourism have caused the ecosystem to be massively out of whack. Melting glaciers and floods are just two of the serious consequences. This realization led the fashion house Bally to launch a foundation for the protection and preservation of the environment – mainly the mountains. As early as 2019, a team freed Mount Everest from the garbage accumulated over the last few decades. As a further goal, the base camps of eight mountains in the Himalayas will be cleared over the next two years. It is predicted that half of the glaciers will have melted by 2050 – reason enough to join forces with experts and use synergies. For example, «Bally Peak Outlook» relies on local experts from ETH Zurich and the Office for Environmental Protection to work together to find sustainable solutions. But international partners such as the environmental activist Dawa Steven Sherpa (Eco Everest Expeditions) also cooperate with the «Bally Peak Outlook» project. A unisex collection was created under the brand «Bally Peak Outlook Collection», which includes 37 products. The environment and a look at Bally's archive serve as a source of inspiration. The Bally reindeer boots, which were worn by Tenzing Norgay to conquer Mount Everest in 1953, were an inspiration and skillfully link the traditional brand's earlier sporting ambitions.

(von oben) Die Everest-Bezwinger Sherpa Tenzing Norgay und Sir Edmund Hillary, 1953. Müll sammeln am Everest. Mode und Accessoires aus der «Peak Outlook» Capsule Kollektion.

(from above) Everest conquerors Sherpa Tenzing Norgay and Sir Edmund Hillary, 1953. Collecting rubbish on Everest. Fashion and accessories from the «Peak Outlook» capsule collection.

# COTE PORTFOLIO

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



Sonja Lacher / zVg

Funkenregen im Zürcher Kunst- und Skulpturen-Atelier Dati.



(v.l.n.r.) Helmut Newton, Benedikt Taschen und Auktionator Simon de Pury nach der Versteigerung des ersten von 100 Berühmtheiten signierten «SUMO» Kunstbuches in Berlin, im April 2000.  
 (from left to right) Helmut Newton, Benedikt Taschen and auctioneer Simon de Pury after the auction of the first of 100 celebrities signed «SUMO» in Berlin in April 2000.

# Helmut

## The Great

*Helmut Newton, der berühmteste Fotograf der Welt wäre in diesem Jahr 100 Jahre alt geworden. Grund genug, eines der spektakulärsten Fotobuchprojekte, das wiederum seinen 20. Geburtstag feiert in eine neue Auflage zu schicken. Zwei Fotografieexperten und Newton-Kenner erinnern sich darin an den Grossmeister des Lichtbildes.*

*Helmut Newton, the most famous photographer in the world would have turned 100 this year. Reason enough to send one of the most spectacular photo book projects, which in turn is celebrating its 20th birthday, to a new edition. Two photography experts and Newton connoisseurs remember the grand master of photography.*

Philippe Garner, Matthias Harder (texte) © Helmut Newton, TASCHEN / zVg (fotos)

## NACHBETRACHTUNGEN ZU EINEM MEILENSTEIN

Helmut hatte immer eine gesunde Abneigung gegen zu simple oder naheliegende Lösungen. Sumo – dieses kühne und in der Geschichte der Fotografie bis dato beispiellose verlegerische Wagnis – musste ihn daher unwiderstehlich anziehen. Die Idee zu dieser Bildersammlung von spektakulärem Format und exzellenter Qualität hatte in einem steten, produktiven Dialog zwischen Fotograf und Verleger Gestalt angenommen. Helmut liebte es, zu experimentieren, neue Wege zu beschreiten, um den so wichtigen Kontakt zwischen seiner Kunst und seinem Publikum weiterzuentwickeln und zu intensivieren. Lange Zeit war die Magazinseite die Basis und Konstante in seiner Karriere gewesen; von Mitte der 1970er-Jahre an kamen Buchpublikationen und Ausstellungen hinzu, was ihm die Möglichkeit zur Arbeit mit längeren Bildstrecken und wesentlich grösseren Bildformaten eröffnete. In dem schon in seinen Abmessungen imposanten Sumo, der mit Verpackung 35,4 Kilo auf die Waage brachte, schuf Helmut an der Wende zum 21. Jahrhundert ein Buch, das als monumentaler Meilenstein alles in den Schatten stellte, was bis dahin technisch und konzeptuell gewagt worden war. Sumo mit seinem massgeschneiderten Lesetisch definierte einen ganz neuen Standard – ein Buch von der Dimension einer privaten Kunstaussstellung.

## DIALOG ZU EIGENEN BEDINGUNGEN

Sumo lässt sich noch in anderer Hinsicht als Triumph von ganz eigener politischer und kultureller Relevanz begreifen, der das Buch auf sehr persönlicher, emotionaler Ebene zu einem lohnenden Unterfangen machte. Hier konstatiert ein Ausnahmetalent – eher subtil als plakativ, aber darum nicht weniger nachdrücklich – sein Recht und seine Entschlossenheit, den Dialog mit dem Publikum zu seinen Bedingungen zu führen. Kurz gesagt, es ist ein Manifest der Freiheit des künstlerischen Ausdrucks. Helmut zählt zu den bedeutendsten figurativen Künstlern seiner Ära. Als scharfsichtiger Analytiker gesellschaftlicher Entwicklungen hatte er ein ausgeprägtes und vielleicht überraschendes Feingefühl, das idealerweise durch seinen trockenen Humor gemildert wurde. Helmut's künstlerische Arbeit war unlösbar mit seiner Biografie verwoben – er hatte die Gabe, jede Erfahrung, die er machte, kreativ zu nutzen, auch die aufwühlenden und prägenden Jugendjahre, in denen die brutalen und traumatisierenden politischen Verhältnisse in Deutschland alles zerstörten, was ihm sicher und beständig erschienen war. Das Leben als Exilant fiel ihm anfangs nicht leicht, aber es gelang ihm, seinen Status als nun Heimatloser schöpferisch zu nutzen.

## DIE ZEICHENSPRACHE DER VERFÜHRUNG

Helmut entwickelte ein fein justiertes Empfinden für die Atmosphäre eines Ortes und die Dinge, die er beobachtete – vor allem für die subtilen Zeichen sozialer Codes und Rituale, für die Zeichensprache der Verführung »

*«Helmut entwickelte ein fein justiertes Empfinden für die Atmosphäre eines Ortes und die Dinge, die er beobachtete – vor allem für die subtilen Zeichen sozialer Codes und Rituale.»*

*Philippe Garner*

## A LANDMARK REVISITED

Helmut always demonstrated a healthy disdain for easy or predictable solutions. Sumo – a bold and, certainly within the traditions of photography, an unprecedented publishing venture – was an irresistible project. The idea of a spectacular compendium of images, reproduced to exceptional page size and to state-of-the-art origination and printing standards, emerged from an open, exploratory dialogue between photographer and publisher. Helmut liked to probe possibilities, ever eager to rethink the ways in which he could develop and extend the all-important interface between his work and his audience. The magazine page had been the constant on which he had built his career; from the mid-1970s, books and exhibitions offered further opportunities, allowing him to exploit more extended picture sequences and significant changes of print scale. Here, with the physically commanding Sumo, weighing in – boxed and shrink-wrapped – at 35.4 kilos, Helmut created, at the close of the 20th century, a landmark book that would stand head and shoulders above anything that had been attempted conceptually or technically before. Sumo, complete with its bespoke lectern, set an ambitious new standard – a book with the dimension of a private exhibition.

## ENGAGING AN AUDIENCE TO HIS TERMS

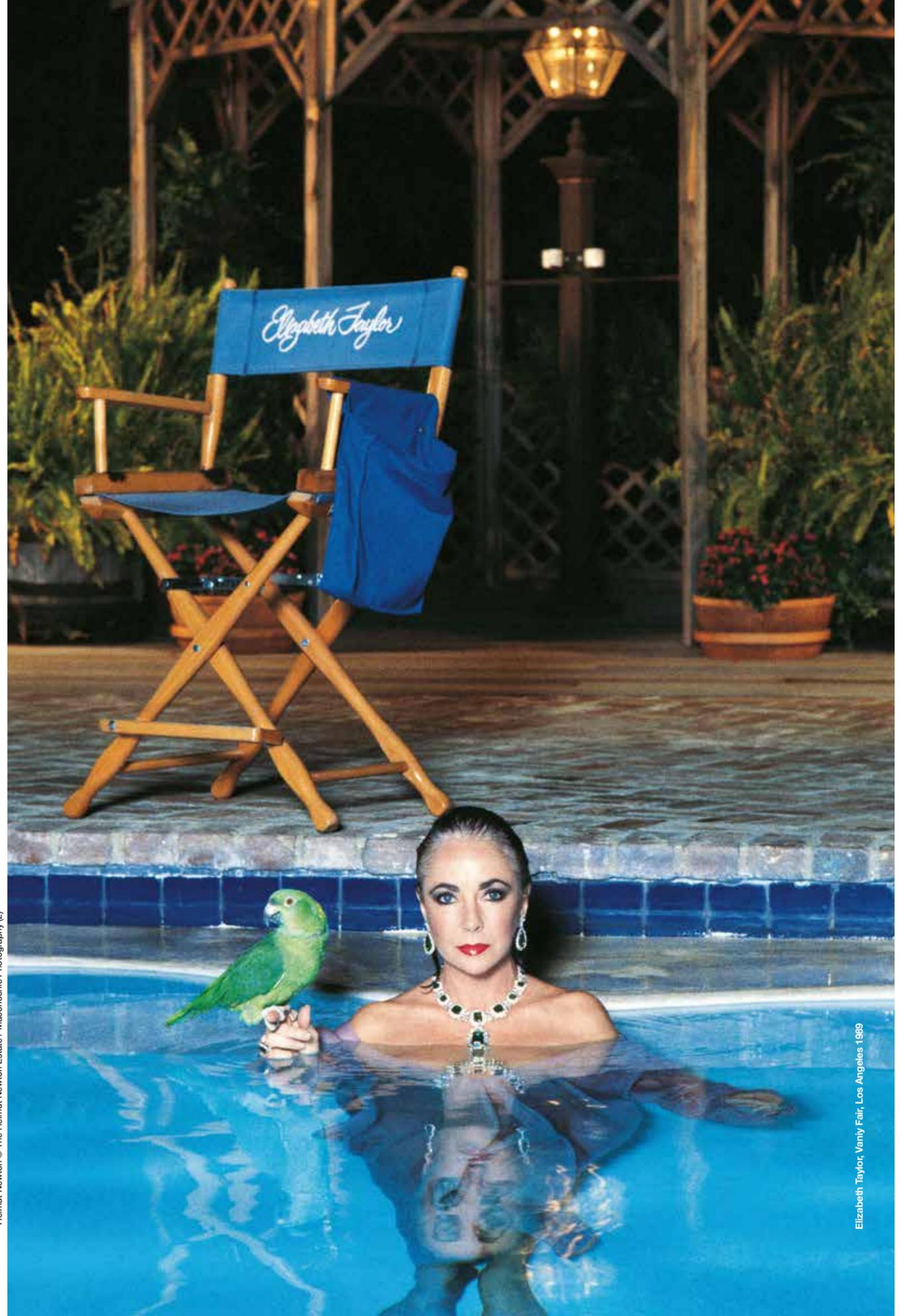
Sumo might also be interpreted as a triumph of another order, with a very particular political and cultural significance that made it a singularly emotive and gratifying achievement. For here was a forceful statement, implicit rather than baldly stated – and all the stronger for that – confirming the authority of an unusually gifted individual's perspective and emphatically marking his determination to engage an audience on his terms – in short, a statement about freedom of expression. Helmut ranks among the foremost figurative artists of his era. A social commentator of exceptional insight, his was a distinct and surprising sensibility – perverse, with a sharp and insistent curiosity, perfectly leavened by wry humour. Helmut's talent was uniquely personal and he had the ability to turn into a valuable creative resource everything that he experienced, including the turmoil of those formative years in which brutal and traumatic political realities disrupted all that had been agreeable and stable in his life. An at-first reluctant exile, he adapted imaginatively to his itinerant destiny.

## THE VISUAL LANGUAGE OF SEDUCTION

Helmut developed a finely calibrated sensitivity to the atmosphere of place and to everything he observed – notably to the subtleties of social codes and rituals and to the visual language of seduction and of style. He took inspiration from his nostalgic fondness for the evocative symbols of old Europe, the Europe of his youth; and he embraced with fascination the vulgar New Babylons of the U.S., particularly Los Angeles. As he matured, he learned to use that matchless eye and twisted perception to create a body of work that is to its age as significant a document as are, for instance, the satirical caricatures of William Hogarth to the excesses of 18th-century Britain, the drawings of Honoré Daumier to the social nuances of French life in the mid-19th century or the savage visual dissections of George Grosz to the »



A scene from Pina Bausch's ballet «Die Keuschheitslegende», Wuppertal, 1983



Helmut Newton © The Helmut Newton Estate / Maconochie Photography (2)

Elizabeth Taylor, Vany Fair, Los Angeles 1989

» und der Mode. Er liess sich von seinem nostalgischen Faible für die sinnträchtigen Symbole des alten Europa inspirieren, das Europa seiner Kindheit, aber er öffnete sich auch fasziniert den vulgären neuen Babylons der USA, vor allem Los Angeles. Er nutzte seinen einzigartigen Scharfsinn und seine eigentümliche Wahrnehmungsgabe, um ein Oeuvre zu schaffen, das für seine Ära ein ähnlich bedeutendes Zeitdokument ist wie etwa William Hogarths Karikaturen für das England des 18. Jahrhunderts, die Bilder Honoré Daumiers für die gesellschaftlichen Nuancen im Frankreich zur Mitte des 19. Jahrhunderts oder George Grosz' grimmige Kommentare zu genau jenem dekadenten Berlin, in das Helmut hineingeboren worden war. Endgültig zu seiner unverwechselbaren Handschrift fand Helmut, als er sich in Paris niederliess. Hier fand er für sich eine kreative Rolle im Jetset und der schicken gehobenen Bohème, einem eng verwobenen Milieu aus Leuten, die alle in der Mode, den Medien oder der Kunstszene tätig waren, ein Milieu, das ihm unerlässliche Stimulanz für seine Arbeit wurde.

#### BILDER MIT FASZINIERENDER AURA

In seinem Studio in der Rue Aubriot lagerte er seine Aufnahmen in den 1970er-Jahren nach «Fashion», «Erotic subjects» und «Portraits mondains» getrennt in verschiedenen Karteischränken, aber natürlich war es seine ausgeprägte Gabe, genau dieses «Schubladendenken» mutwillig zu überschreiten und so ein vielschichtiges Porträt der Gesellschaft zu zeichnen, in dem subtile Andeutungen und vielsagende Subtexte jedem Bild eine faszinierende Aura gaben. Helmut reiste viel, doch bei sich trug er stets die kostbaren und prägenden Erinnerungen an seine alte Heimat Deutschland; Gefühle, die ihn immer häufiger in dieses Land und diese Kultur zurückkehren liessen, die ihn so nachhaltig beeinflusst hatten. Es liegt eine zwingende Logik darin, dass Helmut Newtons Ausgaben von Helmut Newton's Illustrated, die er zwischen 1985 und 1995 produzierte, die Illustrierten zum Vorbild haben, die ihn in den 1930ern so inspiriert hatten.

#### DAS RECHT GRENZEN AUSZUTESTEN

Deutschland kann auf eine lange und stolze verlegerische Tradition seit den Tagen Gutenbergs zurückblicken, doch Helmut hatte selbst miterleben müssen, wie diese unter den Nazis mit ihren Bücherverbrennungen ein tragisches Ende fand. Dabei fällt mir wieder ein, wie besonnen er reagierte, als er einmal darüber informiert wurde, eine Gruppe Studenten plane, einen Vortrag, den er an ihrer Universität halten sollte, zu sabotieren, indem sie den Redner, dessen Werk sie nur durch die Brille ihrer Vorurteile sehen konnten, mit rohem Fleisch bewarfen. Mit bedachten Worten machte Helmut gleich zu Anfang klar, dass er, der nur mit Glück den brutalen Säuberungsaktionen der späten 1930er entgangen war, sich doch wohl das Recht auf künstlerische Freiheit erworben habe – das Recht, als Fotograf Grenzen »

*«Helmut developed a finely calibrated sensitivity to the atmosphere of place and to everything he observed – notably to the subtleties of social codes and rituals.»  
Philippe Garner*

» decadence of that very Berlin into which Helmut was born. Helmut truly found his form once he settled in Paris. There, he defined for himself a creative role within a chic high Bohemia, the milieu of interlinked friends and professional associates in the worlds of fashion, the media and the arts that was the stimulating crucible for his work.

#### INTRIGUE AND REVERBERATION

In his rue Aubriot studio in the 1970s, he stored his Kodachrome transparencies in small cabinets labelled «Fashion», «Erotic subjects» and «Portraits mondains»; but of course his genius was to wilfully blur these distinctions, building a multilayered social portrait in which subtle allusions and telling undercurrents lent every picture intrigue and reverberation. Helmut travelled widely, but always carried with him the precious and poignant memories of his native Germany; and these feelings drew him back with increasing regularity to the country and culture that had shaped him. There was an irresistible logic in the fact that the four issues of Helmut Newton's Illustrated that he produced between 1985 and 1995 should take their inspiration from then-new photo-illustrated journals that had inspired him in the 1930s.

#### THE RIGHT TO CHALLENGE AND TO PROVOKE

Germany could boast a long and significant tradition in the story of publishing, since the flowering of printing in the pioneering era of Johannes Gutenberg; and Helmut had, at first hand, witnessed its tragic corollary with the repression and the book burning of the Nazis. This observation calls to mind Helmut's cool-headed response some years ago to the report that a lecture he had been invited to deliver to a university audience would be disrupted by a group of students planning to throw raw meat at this speaker, whose work they were only prepared to perceive through the prism of their own rigid prejudices. Helmut's judicious opening remarks situated him immediately as one who was lucky to have escaped the increasingly vicious purges of the late 1930s and who had surely earned the right to freedom of artistic expression – and the right, as a working photographer, to challenge and to provoke. The student anger was defused and by the end of his talk all were ready to offer up their resounding applause for an artist with the courage and tenacity to pursue his creative instinct to the full and who, through his witty, sophisticated and confrontational images, was determined to throw down the gauntlet against the mediocre, the safe and the superficial.

Sumo, appropriately published in Germany, has made its memorable statement as a piece of photo-book history. Its size and consequent costliness, however, inevitably limited its diffusion. This new edition is the fulfilment of an ambition conceived some years ago by Helmut. He would surely be pleased that, a decade on from its first publication, Sumo – now in a format that allows for a more democratic distribution – will reach the widest possible audience.

*Philippe Garner, 20th century photography expert, formerly Sotheby's and Christie's »*



Helmut Newton © The Helmut Newton Estate / Maconochie Photography

Willi, Fashion Mansfield, British Vogue, London 1967

» auszutesten und zu provozieren. Der Unmut der Studenten legte sich, und am Ende seines Vortrags applaudierte das Auditorium geschlossen einem Künstler, der stets mit Wagemut und Ausdauer seinen kreativen Instinkten treu geblieben war und durch seine geistreichen und kontroversen Bilder jeder Art von Mittelmässigkeit, Untertänigkeit und Oberflächlichkeit unerschrocken den Kampf ansagte.

Sumo, passenderweise in Deutschland publiziert, ist längst ein Stück Fotobuchgeschichte. Das Format und die daraus resultierende Kostspieligkeit engten die Verbreitung jedoch zwangsläufig ein. Mit dieser neuen Edition wird ein Wunsch umgesetzt, den Helmut vor einigen Jahren äusserte. Er wäre sicherlich hochofret darüber, dass SUMO ein Jahrzehnt nach der Erstveröffentlichung – nun in einem Format, das einen demokratischeren Zugang erlaubt – das grösstmögliche Publikum erreicht.

*Philippe Garner, Experte für Fotografie des 20. Jahrhunderts, ehemals Sotheby's und Christie's* »

Das teuerste Buch des 20. Jahrhunderts. Das Legendaire SUMO-Exemplar Nummer 1, handsigniert von über 100 der in dem Buch abgebildeten berühmten Persönlichkeiten, brach den Rekord für das teuerste Buch des 20. Jahrhunderts: Bei einer Auktion in Berlin am 6. April 2000 kam es für damals 620000 DM unter den Hammer.

*The most expensive book of the 20th century. The legendary SUMO copy number 1, hand-signed by over 100 of the famous personalities depicted in the book, broke the record for the most expensive book of the 20th century: at an auction in Berlin on April 6, 2000, it was sold at Deutsch Mark 620000 at that time.*



Catherine Deneuve, *Nouvel Observateur*, Paris 1983

#### » ELEGANCE, SEDUCTION, FASCINATION AND POLARIZATION

The photographer takes us on a journey through time, starting with his training as an assistant to Yva in Berlin from 1936 to 1938. He takes us to Singapore and Australia in the 1940s after he had fled the Nazis and then on to Paris in the early 1960s, especially to the French edition of *Vogue*, where his incomparable career began. Newton explains that he was inspired by the photographic work of Erich Salomon and Brassai, whose daring photographs of prostitutes in night-time Paris in the 1930s he reinterpreted four decades later, transposing them into unique fashion editorials for French *Vogue*.

#### A SURPRISING SENSE OF HUMOUR

Newton also worked mainly in the streets of Paris, which he skilfully exploited as a stage for his lascivious models, with their air of self-assurance, and as a showcase for the fashion products he photographed. He was often ahead of his time with his innovative fashion arrangements and willingness to transgress boundaries. Leaving a traditional narrative behind, Newton's fashion photography celebrates luxurious elegance and a hint of seductive power, featuring art-historical visual quotations and a surprising sense of humour. In this manner he again and again created the apt picture for many revolutionary fashion designs. From 1980 Newton began to take nude shots and soon started his numerous portraits of the «famous and notorious.» One favoured location was Hollywood, where Helmut and June Newton always spent the first months of the year in the hotel Chateau Marmont. Benedikt Taschen and the Newtons met there several times to discuss preparations for Sumo – and it was there that the photographer died in January 2004, shortly after he had inaugurated the foundation named after him in Berlin, his city of origin. Since then, the foundation has looked after his photographic works, archived them and organised presentations.

#### THE ROLE OF WOMEN IN WESTERN SOCIETY

When looking at Newton's fashion pictures we identify not only that typical slightly modified and always contemporary idiom of the photographer, but, above all, the radically changing role of women in Western society since the 1950s. The extensive work that Newton has passed on to us is an artistic document of the times, thoroughly multi-faceted in content, sophisticated, challenging and trendsetting – also for the next generation. Helmut Newton was perhaps the most published and most talked about photographer ever. Up until his death he was booked by the most prestigious magazines and famous designers; his work fascinated and polarised and is still doing so today. All of this is reflected in the incomparable Sumo and the regularly varying exhibitions organised by the Helmut Newton Foundation. And through his work, presented in international exhibitions and publications, Newton lives on.

*Matthias Harder, Helmut Newton Stiftung, Berlin* «

Helmut Newton © The Helmut Newton Estate / Maconochie Photography  
© Helmut Newton, TASCHEN (2)

#### » ELEGANZ, VERFÜHRUNG, FASZINATION UND POLARISIERUNG

Der Fotograf nimmt auf eine Zeitreise mit, hinein in seine Ausbildung bei Yva in Berlin von 1936 bis 1938, in die Zeit nach seiner Flucht vor den Nationalsozialisten in Singapur und Australien in den 1940er-Jahren sowie nach Paris, wo Anfang der 1960er-Jahre, insbesondere bei der französischen *Vogue*, seine unvergleichliche Karriere begann. Newton nennt als fotografische Vorbilder Erich Salomon und Brassai, dessen gewagte Aufnahmen von Prostituierten im nächtlichen Paris der 1930er-Jahre er vier Jahrzehnte später neu interpretierte und in aussergewöhnliche Mode-Editorials für die französische *Vogue* übersetzte.

#### ÜBERRASCHENDER BILDWITZ

In Paris arbeitete auch Newton meist auf der Strasse, die er geschickt zu einer Bühne für seine lasziv und selbstbewusst auftretenden Modelle und die zu visualisierende Mode umfunktionierte. Häufig war er dem Zeitgeist mit seinen innovativen und grenzüberschreitenden Modearrangements voraus. Newtons Modefotografie zeichnete sich, jenseits einer traditionellen Erzählweise, stets durch luxuriöse Eleganz, kulturhistorische Bildzitate und einen überraschenden Bildwitz aus, und so erschuf er immer wieder kongeniale Bilder manch revolutionärer Modeentwürfe. Ab 1980 kamen Aktaufnahmen und etwas später auch zahlreiche Porträts der «Berühmten und Berühmten» hinzu, unter anderem in Hollywood, wo Helmut und June Newton im Hotel Chateau Marmont stets die ersten Monate des Jahres verbrachten. Dort trafen sich Benedikt Taschen und die Newtons mehrfach, auch um die Entstehung des Sumo zu diskutieren – und dort starb der Fotograf im Januar 2004, kurz nachdem er die nach ihm benannte Stiftung in seiner Heimatstadt Berlin gegründet hatte, die seitdem sein fotografisches Werk bewahrt, erschliesst und präsentiert.

#### DIE ROLLE DER FRAU IN DER WESTLICHEN GESELLSCHAFT

Mit Blick auf seine Modebilder erkennen wir nicht nur die sich leicht verändernde, stets zeitgemässe Bildsprache des Fotografen, sondern vor allem die sich radikal wandelnde Rolle der Frau in der westlichen Gesellschaft seit den 1950er-Jahren. Das umfangreiche Werk, das uns Newton hinterlassen hat, ist ein künstlerisches Zeitdokument, inhaltlich überaus vielschichtig und raffiniert, herausfordernd und stilbildend – auch für die folgende Generation. Helmut Newton ist vermutlich der meistpublizierte und meistdiskutierte Fotograf aller Zeiten, er wurde bis zu seinem Tod von den renommiertesten Zeitschriften und Designern gebucht; sein Werk polarisiert und fasziniert die Menschen bis heute. All dies findet sich auch im unvergleichlichen Sumo und in den regelmässig wechselnden Ausstellungen der Helmut Newton Stiftung wieder. Und durch sein Werk, das weltweit ausgestellt und publiziert wird, lebt er weiter.

*Matthias Harder, Helmut Newton Stiftung, Berlin* «



TASCHEN  
Helmut Newton. Baby SUMO; Helmut Newton, June Newton  
Hardcover, 35,8 x 50 cm, 9,8 kg, 464 Seiten, mit Buchständer und Podest aus Edelstahl (74 cm) von Philippe Starck und Booklet über die Entstehungsgeschichte der Publikation. CHF 1300.–, [www.taschen.com](http://www.taschen.com)



Helmut Newton prüft einen Druckbogen während der Frankfurter Buchmesse 1999.

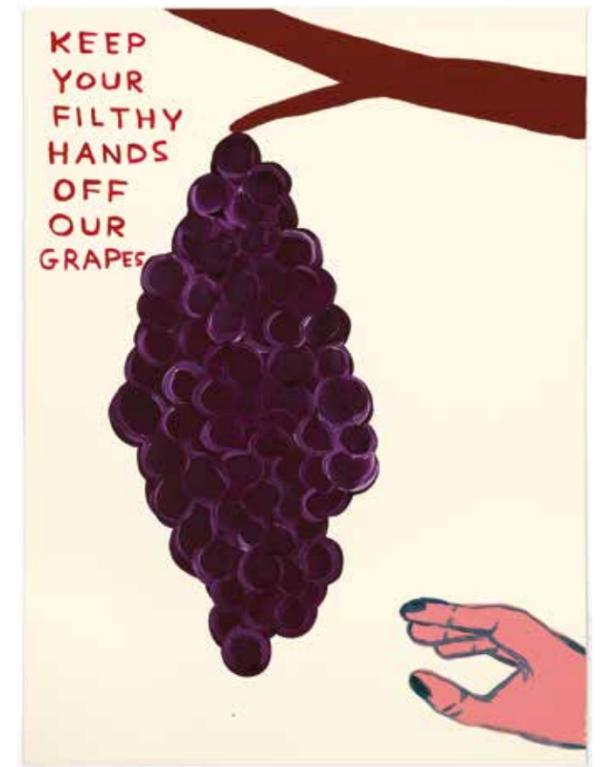
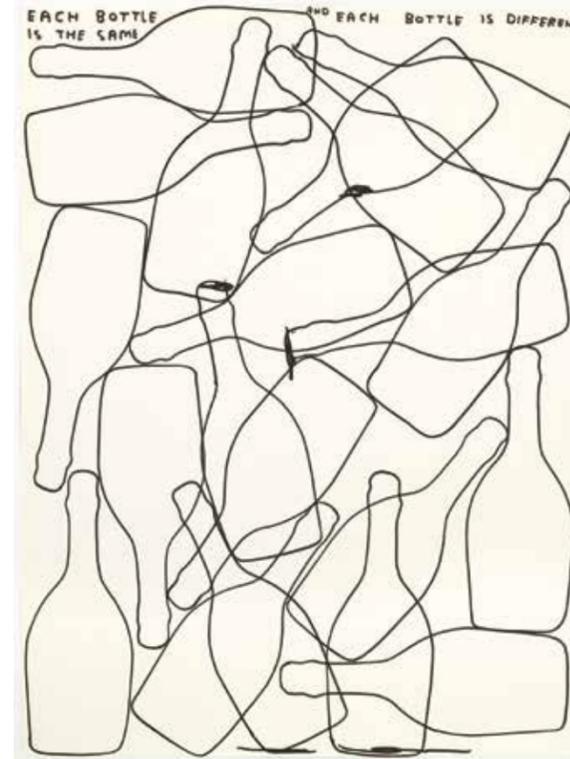
© Luca Rotondo

# Art HOW IT SAVES THE WORLD

Mit unvergleichlicher Ironie schärft der britische Künstler David Shrigley das Bewusstsein für die Herausforderungen, die die Welt an uns heranträgt. Seinerseits sprudelt er vor scharfsinnigen Weisheiten. Sein Sinn für Humor lässt auch die Maison Rudiart in einem neuen Licht erscheinen.

With incomparable irony, the British artist David Shrigley sharpens our awareness of the challenges that the world brings to us. For his part, he is bursting with shrewd wisdom. His sense of humor shows Maison Rudiart in a new light.

Andrea Lucia Brun (interview) © David Shrigley, Rudiart PD / zVg (fotos)



Prickelnd wie Champagner: David Shrigleys humorvolle Illustrationen über den Herstellungsprozess des edlen Rebensafts. Sparkling like champagne: David Shrigley's humorous illustrations about the production process of the noble grape juice.



Vom Kellermeister lernen... David Shrigley in den Crayères in Reims.  
Learning from the cellar master ... David Shrigley in the Crayères in Reims.



Der Kellermeister und sein Schüler Shrigley am Champagner Rüttelpult in den Kreidekellern.  
The cellar master and his student Shrigley at the champagne shaker in the chalk cellars.

## «Alle Arbeit ist Arbeit in Bearbeitung.»

«All work is work in progress.»

David Shrigley

**A**ls Ruinart dem Engländer David Shrigley, bekannt für seinen unfehlbaren britischen Sinn für Humor, die diesjährige Carte Blanche anvertraute, hatte die Maison wohl kaum erwartet, wie sehr die künstlerische Kollaboration mit dem Titel «Unconventional Bubbles» (sie war wenige Tage vor dem Lockdown im Frühling in Paris enthüllt worden) auf globale Fragen antworten würde - besonders in diesen sehr unsicheren Zeiten. Die künstlerische Handschrift von David Shrigley ist dabei unverwechselbar: Mit unvergleichlicher Ironie regen die 36 Kunstwerke zum Nachdenken an über alltägliche Herausforderungen wie den Klimawandel und den nachhaltigen Umgang mit der Natur. Es sind zwei Themen, denen das älteste Champagnerhaus der Welt grosse Beachtung schenkt. In Paris erzählte der Künstler, was er bei seinen Besuchen in Reims gelernt hat, warum er sich so für die Umwelt engagiert und wie die Kunst die Welt retten wird.

COTE MAGAZINE: DAVID, VERRATEN SIE UNS,  
WIE SIE ARBEITEN?

*David Shrigley:* Meine Einstellung zur Kunst hat sich in vielerlei Hinsicht nicht verändert seit ich ein kleines Kind war: Ich beginne mit einem leeren Blatt Papier und meine Aufgabe ist es, diesen weissen Raum mit allem zu füllen, was mir in den Sinn kommt. Normalerweise ist zu Beginn nichts in meinem Kopf, deshalb schreibe ich oft eine Liste von Dingen, die ich zeichnen möchte. Ein Elefant. Ein Baumstumpf. Eine Teekanne. Ein Atomkraftwerk. Ich habe ein Motto: Investiert man in die Stunden, macht sich die Arbeit danach von selbst.

KÖNNEN SIE DAS PRÄZISIEREN?

Kunstwerke, oder zumindest meine Kunstwerke, entstehen als Ergebnis eines Prozesses. Dieser Prozess besteht für mich normalerweise darin, alle Begriffe auf meiner Liste auch zu zeichnen. Sobald diese Dinge gezeichnet sind, beginnt die Geschichte. Manchmal erscheinen mehr Wörter, manchmal nur die Wörter auf der Liste. Manchmal zeichne ich mehr Bilder als Wörter da sind, bis schliesslich die Seiten voll sind und das Kunstwerk fertig ist.

SIE HABEN 36 ZEICHNUNGEN ANGEFERTIGT, DIE MITNEHMEN  
AUF EINE REISE DURCH DIE HERSTELLUNG DES CHAMPAG-  
NERS. WELCHE BOTSCHAFT WOLLEN SIE VERMITTELN?

Die Idee war, eine Synthese aus der Botschaft von Ruinart, der Marke selbst und meiner Wahrnehmung der Welt zu schaffen.

HABEN SIE FÜR SICH EINE ERKENNTNIS AUS IHREM  
AUFENTHALT IN REIMS GEWONNEN?

Ja, ich habe vor allem etwas gelernt: Alle Arbeit ist Arbeit in Bearbeitung. Kunst ist nicht die Schaffung von etwas Neuem, sondern die Schaffung von Verbindungen zwischen bereits existierenden Dingen. In diesem Fall ist es die Verbindung zwischen der Champagnerregion, den Crayères (Kreidekellern), den Weinbergen, den Produktionsanlagen und den Menschen, die dort arbeiten, und vor allem den Trauben. Wichtig ist natürlich, dass man auch etwas Champagner trinkt. »

**W**hen Ruinart entrusted this year's Carte Blanche to David Shrigley, known for his infallible British sense of humour, the Maison could hardly have imagined how much the artistic collaboration entitled «Unconventional Bubbles» (It was revealed in Paris a few days before the spring lockdown) would respond to global questions - especially in these very uncertain times. David Shrigley's artistic signature is unmistakable: with incomparable irony, the 36 works of art stimulate reflection on everyday challenges such as climate change and a sustainable approach to nature, to which the world's oldest champagne house pays great attention. In Paris, the artist told us what he learned during his visits to Reims, why he is so committed to the environment and how art will save the world.

COTE MAGAZINE: DAVID, CAN YOU TELL US HOW  
YOU PROCEED IN YOUR WORK?

*David Shrigley:* My attitude towards art has not changed in many ways since I was a little kid: I start with a blank sheet of paper and my job is to fill this white space with whatever comes to mind. Usually there is nothing on my head at the beginning, so I often write a list of things that I want to draw. An elephant. A tree stump. A teapot. A nuclear power plant. I have a motto: If you invest in the hours, the work will do itself afterwards.

CAN YOU SPECIFY?

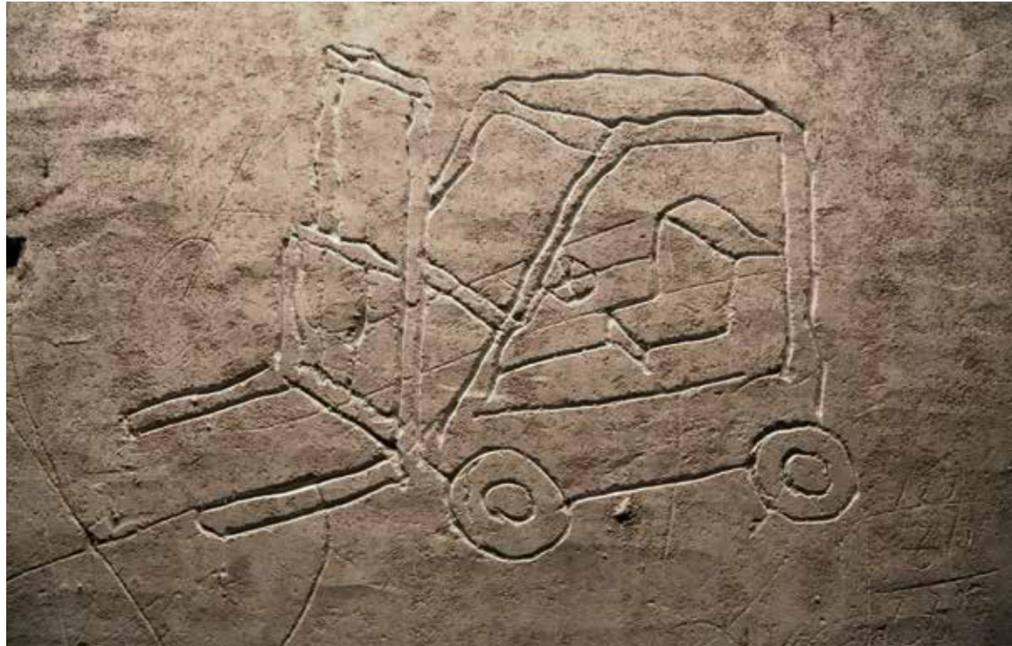
Works of art, or at least my works of art, arise as a result of a process. This process for me usually consists of drawing all the terms on my list as well. Once these things are drawn, the story begins. Sometimes more words appear, sometimes just the words on the list. Sometimes I draw more pictures than there are words until finally the pages are full and the work of art is finished.

FOR MAISON RUINART, YOU CREATED 36  
DRAWINGS. WHAT TOPICS ARE ADDRESSED THROUGH  
THIS COLLABORATION?

The idea was to make a synthesis between the message of Ruinart, of the brand, and also to see it through my eyes.

DID YOU LEARN ANYTHING FROM YOUR STAY IN REIMS?

Yes, I have learned something above all: All work is work in progress. Art is not the creation of something new, but the creation of connections between things that already exist. In this case, it is the link between the Champagne region, the crayères (chalk cellars), the vineyards, the production facilities and the people who work there, and especially the grapes. It is of course important that you also drink some champagne. »



David Shrigleys Artwork verewigt in den Kreidekellern von Ruinart.  
David Shrigley's artwork immortalized in Ruinart's chalk cellars.



Konzentration beim Herausarbeiten der Sgraffitos in den Kellerwänden.  
Concentration while working out the sgraffitos in the cellar walls.

*«Wir haben so wenig  
Kontrolle über die Dinge.»*

*David Shrigley*

» WOLLEN SIE MIT IHREN WERKEN DAS BEWUSSTSEIN FÜR UMWELTPROBLEME SCHÄRFEN?

Als ich hierher kam und mit Kellermeister Frédéric Panaïotis und seinem Team über die Herstellung von Champagner sprach, wurde mir bewusst, wie eine minimale Veränderung in der Natur einen so massiven Einfluss auf den Herstellungsprozess des Champagners haben kann – und wie schwierig es ist, die Natur zu kontrollieren. Wir haben so wenig Kontrolle über die Dinge. Das wird uns gerade in diesen Zeiten bewusst. Letztlich muss man sich mit dem befassen, was man bekommt, und damit arbeiten, anstatt dagegen anzukämpfen. Diese Art von Bewusstsein hat mich wirklich beeindruckt.

WOHER RÜHRT IHRE PERSÖNLICHE VERBINDUNG ZUR NATUR?

Ich bin in den Vororten aufgewachsen und habe praktisch mein ganzes Leben in der Stadt verbracht. Vor ein paar Jahren haben meine Frau und ich ein kleines Haus in Devon auf dem Land gekauft. Plötzlich erfuhr ich ein Leben ausserhalb der Stadt, ein Leben in und mit der Natur. Wir haben einen Hund, also gehen wir viel mit dem Hund am Strand spazieren. Zudem habe ich aufgehört, Fleisch zu essen. Dies alles hatte einen sehr direkten Einfluss auf mein Leben.

SEHEN SIE SICH SELBST ALS EINEN UMWELTBEWUSSTEN KÜNSTLER?

Ja, unbedingt. Wir alle müssen umweltbewusst denken und handeln und Verantwortung übernehmen. Ich denke, die Rolle des Künstlers besteht darin, die Wahrheit über die Dinge zu sagen – über das, was dahinter steckt.

KANN KUNST DIE WELT RETTEN?

Kunst ist eine positive Sache. Es ist die Kunstwelt, die problematisch ist – der Versand der Werke, der Transport, die vielen Reisen. Wer weiss, was sich aufgrund der aktuellen Situation ändern wird. Um ehrlich zu sein bin ich echt froh, muss ich nicht nach Hongkong und Japan fliegen.

UNKONVENTIONELL, WIE DAS THEMA DER KÜNSTLERISCHEN ZUSAMMENARBEIT, IST AUCH UNSERE GEGENWÄRTIGE SITUATION. WAS BEDEUTET FÜR SIE «UNKONVENTIONELL»?

Wenn man darüber nachdenkt, was konventionell und unkonventionell ist, wird einem bewusst, dass wir es vor allem mit Veränderung zu tun haben. Konventionen ändern sich über die Zeit. Als Künstler schlage ich Veränderungen vor, indem ich Dinge anders betrachte und denke. Unkonventionell zu sein bedeutet, einen Moment der Veränderung zu erleben. Wir verändern uns ständig. «

*«We have so little  
control over things.»*

*David Shrigley*

» DO YOU WANT TO RAISE AWARENESS OF ENVIRONMENTAL PROBLEMS WITH YOUR WORKS?

When I came here and spoke to cellar master Frédéric Panaïotis and his team about making champagne, I realized how a minimal change in nature can have such a massive impact on the process of making champagne - and how difficult it is, to control nature. We have so little control over things. We are just becoming aware of this in these times. Ultimately, you have to deal with what you get and work with it rather than fight it. That kind of awareness really impressed me.

WHERE DOES YOUR PERSONAL CONNECTION TO NATURE COME FROM?

I grew up in the suburbs and have lived in the city for most of my life. A few years ago my wife and I bought a small house in the Devon countryside. Suddenly I experienced a life outside the city, a life in and with nature. We have a dog, so we do a lot of walking the dog on the beach. I also stopped eating meat. All of this had a very direct impact on my life.

DO YOU SEE YOURSELF AS AN ENVIRONMENTALLY CONSCIOUS ARTIST?

Yes absolutely. We all have to think and act in an environmentally conscious way and take responsibility. I think the role of the artist is to tell the truth about things - about what's behind them.

CAN ART SAVE THE WORLD?

Art is a positive thing. It is the art world that is problematic - the shipping of the works, the transport, the many trips. Who knows what will change due to the current situation. To be honest, I'm really happy that I don't have to fly to Hong Kong and Japan.

OUR CURRENT SITUATION IS AS UNCONVENTIONAL AS THE SUBJECT OF ARTISTIC COLLABORATION. WHAT DOES «UNCONVENTIONAL» MEAN TO YOU?

When you think about what is conventional and what is unconventional, you realize that what we are dealing with is change. Conventions change over time. As an artist, I propose changes by looking at things and thinking differently. To be unconventional means to experience a moment of change. We are constantly changing. «

[www.davidshrigley.com](http://www.davidshrigley.com)  
[www.ruinart.com](http://www.ruinart.com)

# About Art *and Crafts*

Die Schweizer Künstler Tina Itin, Dario Norelli  
und Didier Eichenberger zeigen gemeinsam in Zürich,  
in der Ausstellung «Till Death tear us apART.»

The Swiss artists Tina Itin, Dario Norelli and  
Didier Eichenberger show together in Zurich, in the  
exhibition «Till Death tear us apART.»

Verónica Cuomo (text) Sonja Lacher / zVg (fotos)

ALMEGO



— DREI KÜNSTLERFREUNDE —

Didier Eichenberger, Tina Itin und Dario Norelli unter einem von insgesamt drei neuen glänzenden halbkugelförmigen Objekten «Glanzstück» von Itin/Norelli. (linke Seite) Einer von Eichenbergers «Mantas».

*Sie sind Designer, die das Konzept entwickeln als auch Handwerker, welche die Arbeit ausführen.*

In der Kunstgeschichte gibt es viele Beispiele für Freundschaften zwischen Künstlern wie diejenige zwischen Salvador Dalí (1904–1989) und Marcel Duchamp (1887–1968) oder zwischen Andy Warhol (1928–1987) und Jean-Michel Basquiat (1960–1988). Sie beeinflusste ihre Werke und ihre Stile. Didier Eichenberger und Tina Itin waren bereits unzertrennliche Freunde, als sich Dario Norelli und Itin 2010 zum ersten Mal trafen. Es gab ein Feuerwerk; es war Liebe auf den ersten Blick. Seitdem arbeiten und leben sie Seite an Seite. Im Laufe der Zeit haben sich eine enge Freundschaft und eine intensive künstlerische Zusammenarbeit zwischen den drei autodidaktischen Künstlern entwickelt, die keine Rivalität kennen.

**VISUELLE RETHORIK AUFS ÄUSSERSTE GETRIEBEN**

Norelli, Itin und Eichenberger beherrschen verschiedene Techniken und Medien mit Leichtigkeit und Anmut. Sie sind sowohl Designer, die das Konzept entwickeln, als auch Handwerker, welche die Arbeit ausführen. Die Ausstellung zeigt hervorragend verarbeitete Skulpturen, Gemälde und Installationen. Die kuratorische Wahl ist mehr als nur eine Darstellung von Geschichten. Sie soll als offener Vorschlag zur Reflexion des Verhältnisses der Künstler zur Kunst, zur Materie und zueinander interpretiert werden. Die Installation «Till Death Tear Us apART», deren Wortspiel der Ausstellung den Namen gibt, bezieht sich auf das bedingungslose Engagement der Bildhauer für ihre künstlerische Mission und ihre Freundschaft. Der vertikale Raum enthüllt eine ungleiche Realität, in der die visuelle Rhetorik auf das Äusserste getrieben wird und die Gleichheit und Andersartigkeit ihres Dreiklangs aufdeckt. In der Akzeptanz ihrer Andersartigkeit wurde der enge Dialog zwischen ihren Kunstwerken möglich. Die Wände der Galerie führen den Betrachter von der kollektiven Interaktion in eine tiefere Auseinandersetzung mit dem Universum jedes Künstlers.

**ÜBERWÄLTIGENDE AUFMERKSAMKEIT FÜR DEN MOMENT**

Die Schweizer Plastikkünstlerin Tina Itin (\*1965) begann als Mädchen im Schreinereiatelier ihres Vaters kleine Holzfiguren herzustellen und hat seitdem nicht aufgehört, Kunst zu produzieren. Was einem in Gegenwart von Itin am meisten auffällt, ist ihre überwältigende Aufmerksamkeit für den gegenwärtigen Moment. Ihre Arbeit ist verspielt, temperamentvoll und voller Abwechslung und Fantasie. Sie experimentiert mit einer endlosen Liste von Materialien und Techniken. In «Geryatrium» (2019) hängen vierundzwanzig kleine nummerierte Köpfe an den Haken einer alten Garderobe. Itin kombiniert die Köpfe ab Stange im Stil Duchamps mit der traditionellen Bronzeskulptur und liefert in diesem unerwarteten Stück etwas Neues. Humorvoll erinnert sie an den Lauf der Zeit und ihre Folgen. In «Friends» (2019), einer Reihe von Skulpturen aus zwei undurchsichtigen Stahlrohren, die anmutig geflochten sind, untersucht sie die Stärke und Unauflöslichkeit von Freundschaften, die durch die Qualität des Materials unterstützt werden. »

The Art history shows many examples of friendships between artists, such as those of Salvador Dalí (1904–1989) and Marcel Duchamp (1887–1968) or Andy Warhol (1928–1987) and Jean-Michel Basquiat (1960–1988), that affected their works and influenced their styles. Eichenberger and Itin were already inseparable friends when, in 2010, Norelli and Itin met for the first time. There were fireworks; it was love at first sight. Ever since, they have been working and living side by side. Over time, a close friendship and an intense artistic collaboration have developed between the three self-made artists who know no rivalry.

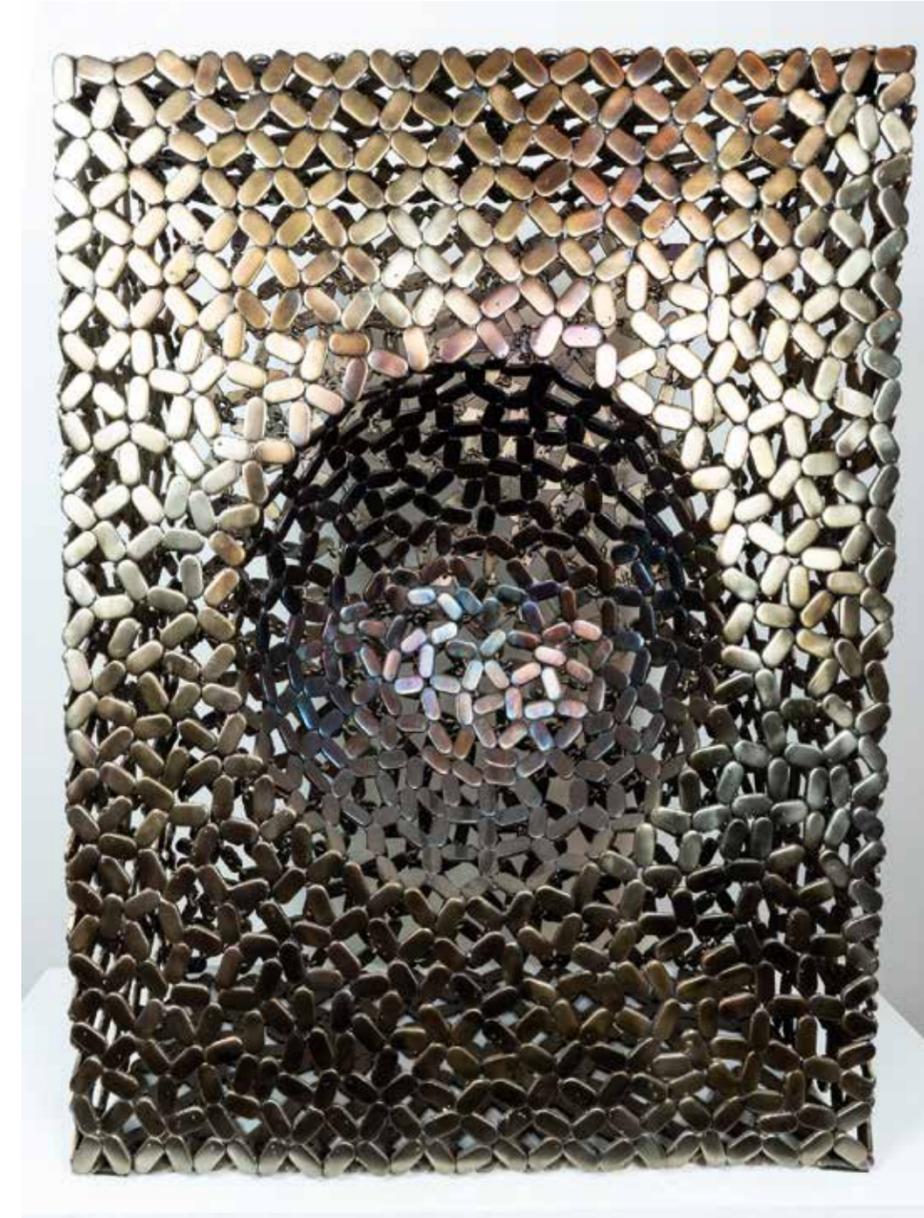
**THE VISUAL RHETORIC IS PUSHED TO THE EXTREME**

Mastering diverse techniques and mediums with ease and grace, Norelli, Itin, and Eichenberger function as designers imagining the concept, and as artisans executing the work. The show features sculptures, paintings, and installations that are ingenious and exquisitely crafted. More than a storytelling-display, the curatorial choice should be interpreted as an open proposal for reflection on the artists' relation to art, the matter, and each other. The installation, Till Death Tear Us apART, whose wordplay gives the name to the show, refers to the sculptors' unconditional commitment to their artistic mission and their friendship. The vertical space unveils a disparate reality where the visual rhetoric is pushed to the extreme, exposing the triad's sameness and otherness. In the acceptance of their alterity, the intimate dialogue between their artworks became possible. The Gallery's walls lead the viewer from the collective interaction into a deeper engagement with each artist's universe.

**OVERWHELMING ATTENDANCE TO THE PRESENT MOMENT**

The Swiss plastic artist Tina Itin (b. 1965) started crafting small figurines in wood as a little girl in her father's carpentry atelier, and she has not stopped producing art since. What strikes one the most in the presence of Itin is her overwhelming attendance to the present moment. Playful and spirited, her work is full of variety and imagination, experimenting with an endless list of materials and techniques. In «Geryatrium» (2019), twenty-four small enumerated heads hang on the hooks of a recovered coat rack. Itin combines the Duchampian ready-mades with traditional bronze sculpture, delivering something novel in this unexpected piece. Humorous, she evokes the passage of time and its consequences. In «Friends» (2019), a series of sculptures made of two opaque steel pipes, gracefully braided, she explores friendship ties' strength and indissolubility supported by the quality of the material. »

*They are designers imagining the concept, and as well artisans executing the work.*



Dario Norelli «Impact», 2017, Skulptur aus Edelstahl.  
Dario Norelli «Impact», 2017, sculpture made of stainless steel.



— SKULPTUREN UND GEMÄLDE —

(oben) «Friends» von Tina Itin, 2019, untersucht die Stärke von Freundschaften. (unten) Dario Norellis «Space», 2019, malen ohne Pinsel mit Acrylfarbe auf Leinwand.  
(above) «Friends» by Tina Itin, 2019, examines the strength of friendships. (below) Dario Norelli's «Space», 2019, painting without a brush with acrylic paint on canvas.

» KUNST, HANDWERK UND INDUSTRIEDESIGN

Itin lötet mit Meisterschaft und schafft Formen bis ins Unendliche. Geschweisster Stahl ist ein Medium, das Kunst, Handwerk und Industriedesign verbindet. Es ist ein relativ unmittelbarer Prozess, der improvisatorische, ausdrucksstarke und skulpturale Offenheit zulässt und perfekt zum Charakter der Künstlerin passt. «Glanzstück» (2020) ist eine Serie von drei glänzenden halbkugelförmigen Formen, die aus unterschiedlich grossen geschweissten Stahlkappen bestehen, die miteinander verbunden und mit 24 Karat Gold, Kupfer und Nickel verzinkt sind. Die reflektierenden konvexen Oberflächen von Itin erinnern an Anish Kapoor's (\*1954) konkaven «Sky Mirror» (2018) aus rostfreiem Stahl und seine schimmernde Ästhetik. Itins visuelle Erzählung verwandelt ihre abstrakte Skulptur in facettenreiche Spiegel, die an der Wand der Galerie hängen. Mit einem endlosen visuellen Lexikon zaubert Tina Itin die Essenz von Materialien und Formen und drückt sich mit der gleichen Geschmeidigkeit in den Lichtern wie in den Schatten der Materie aus.

SINNlichkeit DURCH EINFACHE LINIEN

Dario Norelli (\*1958) ist ein authentischer Avantgarde-Künstler, der in der Gegenwart unter uns lebt. Als Sohn italienischer Einwanderer widmet Norelli sich seit frühen Jahren der Kunst was auch immer geschieht. Norelli ist ein Mann weniger Worte dafür von verblüffender Wahrheit. Er kennt keine Banalität – weder in seinen existenziellen Nachforschungen noch in seiner Kunst. Wie ein moderner Bildhauer stellt er Design, Form und Volumen über die Darstellung bestimmter Themen. Norelli erinnert an die Beherrschung des klaren Stils von Constantin Brancusi (1876–1957) und legt grossen Wert darauf, durch die Einfachheit der Linien Sinnlichkeit zu konstruieren. Seine Arbeiten beschäftigen sich unter anderem mit dem Lebensgefühl und unserer Beziehung zur Ewigkeit.

FARBE WIRD MATERIE

In «Moving Colors» (2018) konzipierte der Künstler eine Kugel aus Edelstahlblechen, die mit Industriemaschinen hergestellt wurden. Norelli zeichnet sich durch Oberflächenveredelung aus. Nach dem Polieren schuf er mit einem Schweissbrenner farbenfrohe Designs, die dem Metall grafische Details und Leuchtkraft verleihen. Der Kunsthistoriker Professor Friedrich Teja Bach bemerkte unter Bezugnahme auf Brancusi, dass sich das Material in seinen polierten Oberflächen anders umwandelt und das Licht ausstrahlt, und er erkannte eine Art Metamorphose im Spiel der Helligkeit an, welche über die konturdefinierten Grenzen des Objekts hinaus geht. Diese Bemerkung gilt auch für Norellis Skulptur: Er bringt Licht und Farbe in die Materie ein. Der Künstler malt nicht, er verwandelt die Oberfläche in Farbe und die Farbe wird Materie in seinen Händen. Norelli kreiert eine kinetische Dimension, indem er sich den traditionellen skulpturalen Parametern der Unveränderlichkeit und der Unbeweglichkeit widersetzt. Durch taktile Interaktion mit dem Betrachter dreht sich «Moving Colors» um sich selbst. Die Bewegung wird zu einem integralen Bestandteil des Entwurfs und fügt dem Oeuvre die vierte Dimension der Zeit hinzu. Norellis Farbexplosion wandert auf die Leinwand und zeigt den Bildhauer als Maler ohne Pinsel. «Space» (2019), Acryl auf Leinwand, realisiert mit einer Airbrush-Technik, umschliesst eine 3D-Illusion, in dem sie die Farbe aus dem Bild heraus projiziert an den Ursprung des Lebens erinnert. »

» ART, CRAFT AND INDUSTRIAL DESIGN

Soldering with mastery, Itin creates forms to the infinite. Welded steel is a medium that connects art, craft, and industrial design. It is a relatively immediate process, allowing for improvisatory, expressive, and sculptural openness, perfectly fitting the artist's character. «Glanzstück» (2020) is a series of three gleaming semi-circular shapes, composed of different-sized welded steel caps bonded together and galvanized in 24-karat gold, copper, and nickel. Itin's reflective convex surfaces recall Anish Kapoor's (b. 1954) concave stainless-steel «Sky Mirror» (2018) and its shimmering aesthetics. Itin's visual narrative transforms her abstract sculpture into multi-faceted mirrors hanging on the wall of the Gallery. With an endless visual lexicon, Tina Itin conjures the essence of materials and forms, expressing herself with the same ductility in the lights as in the shadows of the matter.

VOLUPTUOSITY THROUGH THE SIMPLICITY OF LINES

Dario Norelli (b. 1958) is an authentic avant-garde artist living among us during contemporary times. Son of Italian immigrants, Norelli assumed his commitment to art for better or worse in his early years. A man of few words of striking truth, Norelli knows no banality – not in his existential inquiries nor in his art. Like modern sculptors, he emphasizes design, form, and volume over the representation of specific subjects. Recalling the mastery of Constantin Brancusi's (1876–1957) clean style, Norelli focuses significant attention on constructing voluptuousness through the simplicity of lines. His works explore a sense of life and our relation to eternity, among other themes.

COLOUR BECOMES MATTER

In «Moving Colors» (2018), the artist conceived a sphere made of stainless-steel sheets manufactured with industrial machinery. Norelli excels at surface finishing. After polishing, he created vibrant colorful designs with a welding torch, conferring graphic detail and luminosity to the metal. Art historian Professor Friedrich Teja Bach noticed, referring to Brancusi, that in his polished surfaces, the material transmutes itself differently, radiating the light, and he acknowledged a kind of metamorphosis in the play of brightness that transcends the contour-defined boundaries of the object. This remark also applies to Norelli's sculpture; he incorporates light and colour into the matter. The artist does not paint; he transforms the surface in colour, and the colour becomes matter in his hands. Norelli grants a kinetic dimension by defying the traditional sculptural parameters of immutability and immobility. Through tactile interaction with the observer, «Moving Colors» rotates on itself. The movement turn into an integral part of the design, adding the fourth dimension of time to the oeuvre. Norelli's color explosion migrate to the canvas, showing the sculptor as a painter without brushes. «Space» (2019), acrylic on canvas, realized with an airbrush technique, encloses a 3D illusion, projecting the colour out of the picture, recalling the origin of life.

Sharing Itin's passion for welding, the sculptor creates a translucent space through the union of small components of steel. Not predisposed to a close wholeness, «Impact» (2017) from the «Transparent Room» series maintains the distinctness of its parts by holding them in dynamic suspension. »



– BÄRENSTARK –

Eine von Didier Eichenbergers «Bears» Skulpturen. Holz mit Blattgold.  
One of Didier Eichenberger's «Bears» sculptures. Wood with gold leaf.

» Der Bildhauer teilt Itins Leidenschaft für das Schweißen und schafft durch die Vereinigung kleiner Stahlteile einen durchscheinenden Raum. «Impact» (2017) aus der «Transparent Room»-Reihe ist nicht für eine enge Ganzheit bestimmt und behält die Unterscheidbarkeit seiner Teile bei.

#### VERTRAUTE DINGE UNERWARTET KOMBINIERT

Didier Eichenberger (\*1968) ist ein erfolgreicher Unternehmer und Innenarchitekt. Unruhig und akribisch hat er es geschafft, einen künstlerischen Stil zu entwickeln, der für sich selbst spricht. Der aus der Schweiz stammende Künstler greift auf unzählige kulturelle Referenzen zurück und erinnert an seine Kindheit in Afrika.

Die «Bears»-Serie, aufwendig zusammengestellte Skulpturen, bilden Berns legendäres Symbol ab, geschmückt mit mittelalterlichen Blattgoldtechniken, exotischen Federverzierungen und Schlittenglocken. Die unbekümmerten Charaktere drehen unwahrscheinliche Zirkuspirouetten auf Holzbühnen («Circus», 2019) mit einem Hauch von Nostalgie. Eines der Markenzeichen von Eichenberger ist sein genialer Gebrauch von Nägeln, der ihnen die primäre Funktion entzieht, Dinge zu verbinden. Als dekorative Hilfsmittel eingesetzt, werden sie in die Materialien gedrückt, um eine kompakte und ebene Oberfläche zu erhalten («Bärenstark», 2019). In «Trapped» (2019) und «360 Degrees» (2019) legt Eichenberger bewusst die scharfen Spitzen der Nägel frei, stört die naive Ästhetik der Bären und erzeugt bedrohliche dunkle Nagelkreise, welche die Tiere belagern. Der Bildhauer verleiht diesen Werken eine unheimliche Qualität und erinnert an die verstörende Skulptur von Man Ray (1890–1976) «Gift» (1921), in der Ray ein Bügeleisen in ein unbenennbares Objekt verwandelte, indem er eine Reihe von vierzehn Nägeln auf die Sohle klebte.

#### UNERWARTETE UND ERGREIFENDE BEDEUTUNG

In der «Mantas»-Reihe untersucht Eichenberger die kulturelle Zugehörigkeit und entwurzelte Gefühle, die sich auf seine frühen Erinnerungen an das Exil beziehen, als er mit seiner Familie aufgrund des Bürgerkriegs von Kinshasa nach Basel zog. Mit einer gemischten Technik auf Leinwand malt der Künstler mit Kartonmuster und texturiert den Bildraum mit Gips. Das grösstenteils monochrome «Mantas White» (2020) stellt die riesigen Mantas dar, die elegant und nirgends verwurzelt – frei, aber einsam – durch die tropischen Meere schwimmen. In «Black Wave» (2020) erinnert das Wiederauftauchen der Nägel an die biblische Ikonographie der Kreuzigung Christi. Das Ungesagte wirft einen Blick auf Eichenbergers Werk und erinnert an den dichten Mutismus und die Dunkelheit in Loïc Le Groumellecs (\*1957) «Mégali» (1988). Im Gegensatz zu Le Groumellec, dessen bedrückende, düstere Komposition auf einvernehmliche Schönheit verzichtet, erreicht Eichenberger diesen Anflug von Unbeholfenheit mit raffinierter Ästhetik. Das ahnungslose Auge könnte Didier Eichenbergers Arbeiten mit frivolen Designobjekten verwechseln. Das sind sie nicht. Es sind Kunstwerke, die eine unerwartete und dennoch ergreifende Bedeutung aus dem Unbewussten des Künstlers heraus haben – sie sind entzückende konzeptuelle Überzeugungen, die es zu entdecken gilt.

Diese drei Künstler führen uns zurück zum Adel des Handwerks. Sie sind in der Lage, originelle Konzepte mit ihren eigenen Händen zu verwirklichen – immer der Quintessenz der Materie gewidmet. Norelli, Itin und Eichenberger, die eng zusammenarbeiten, können nicht anders, als Künstler zu sein. Sie haben Kunst geheiratet, zum Guten oder zum Schlechten, bis der Tod sie scheidet. «

#### » COMBINING FAMILIAR THINGS IN UNEXPECTED WAYS

Didier Eichenberger (b. 1968) is a successful entrepreneur and interior designer. Restless and meticulous, he has managed to develop an artistic style representative of himself. Originally from Switzerland, the artist draws upon myriad cultural references, echoing reminiscences of his childhood in Africa.

The «Bears» series, lavish assembled sculptures, picture Bern's legendary symbol, ornamented with medieval gold leaf techniques, exotic feather embellishments, and sleighbells. The happy-go-lucky characters perform improbable circus pirouettes on wood stages («Circus», 2019) with a hint of nostalgia. One of Eichenberger's work hallmarks is his ingenious use of nails, depriving them of their primary function of joining things. Employed as decorative adjuncts, they are pushed into the materials to obtain a compact and even surface («Bärenstark», 2019). In «Trapped» (2019) and «360 Degrees» (2019), Eichenberger deliberately exposes the nails' sharp points, disrupting the bears' naïve aesthetic and creating menacing dark nail circles besieging the animals. There is something surrealist about combining familiar things in unexpected ways. The sculptor confers an uncanny quality to these oeuvres, recalling the disturbing Man Ray's (1890–1976) «Gift» (1921) sculpture, where Ray transformed a flat iron into an unnamable object by gluing a row of fourteen nails to it.

#### UNEXPECTED AND YET POIGNANT MEANING

In the «Mantas» series, Eichenberger explores cultural belonging and rootless feelings reminiscent of his early exile memories when he went, with his family, from Kinshasa to Basel, due to the civil war. With a mixed technique on canvas, the artist paints with carton muster, texturizing the pictorial space with plaster. The mostly monochrome «Mantas White» (2020) represents the giant manta rays swimming elegantly through the tropical seas, rootless – free but lonely. In «Black Wave» (2020), the nails reappearance may evokes the biblical iconography of Christ's crucifixion. The unsaid peeks out from Eichenberger's work, recalling the dense mutism and darkness present in Loïc Le Groumellec's (b. 1957) «Mégali» (1988). In contrast to Le Groumellec, whose oppressive, somber composition renounces any consensual beauty, Eichenberger achieves this glimpse of awkwardness with refined aesthetics. The unaware eye may mistake Didier Eichenberger's works for frivolous design objects. They are not. They are art pieces holding unexpected and yet poignant meaning from the artist's unconscious mind – delightful conceptual persuasions to uncover.

These three artists bring us back to the nobility of the craftwork. They are capable of materializing original concepts with their own hands – devoted to the quintessence of matter. Working in close collaboration, Norelli, Itin, and Eichenberger could not help being artists. They have married art, for better or for worse, till death tears them apart. «

«Till Death Tear Us ApART» (bis 30. Januar 2021),  
www.galerieamlindenhof.ch  
www.atelierdati.ch  
www.didie.ch



The courage of conviction  
in serving your wealth

**Prime  
Partners**  
DEPUIS 1998

Asset Management and  
Investment Consulting

15, rue des Alpes  
1201 Genève  
Suisse

Tel. +41 22 787 06 80  
[www.prime-partners.com](http://www.prime-partners.com)

# COTE MAGAZINE TREASURES

WATCHES & JEWELLERY: UHREN GANZ IN SCHWARZ. SCHMUCKE GLANZSTÜCKE



Foto: Boucheron / zVg

In den Ateliers von Boucheron wird das Collier «Plume de Paon» aus der neuen «Signature» Haute Joaillerie mit Perlen besetzt.



# Showpieces

Ausserhalb der Norm sind sie zuweilen eine Herausforderung fürs Auge: Die neue Haute Joaillerie zeigt Harmonie in der Disharmonie

Outside of the norm, they are sometimes a challenge for the eye: The new Haute Joaillerie shows harmony in disharmony.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)



*Cartier*

Abstrakte Raubkatze: Ring «Panthère Tropicale», Gelbgold mit Aquamarin, Turmalin, Koralle, Onyx und Diamanten, «Surnaturel Haute Joaillerie».

Abstract big cat: «Panthère Tropicale» ring, yellow gold with aquamarine, tourmaline, coral, onyx and diamonds, «Surnaturel Haute Joaillerie».



*Chanel*

Hohe Schule der Asymmetrie: Ohrhinge «Tweed Contraste Asy» aus Gelbgold und Platin mit Onyx, Diamanten und Kulturperlen, «Tweed de Chanel Haute Joaillerie».

High school of asymmetry: «Tweed Contraste Asy» earrings made of yellow gold and platinum with onyx, diamonds and cultured pearls, «Tweed de Chanel Haute Joaillerie».



*Bulgari*

Kontrastreich: Ohrhinge «Hypnotic Pearls», Weissgold mit Diamanten, Onyx und Akoya-Kulturperlen, «Barocko Luce Haute Joaillerie».

Rich in contrast: Earrings «Hypnotic Pearls», white gold with diamonds, onyx and Akoya cultured pearls, «Barocko Luce Haute Joaillerie».



*Chaumet*

Umwandelbar: Ring «Skyline» aus Gelbgold mit Diamanten, kann in zwei kleinere Ringe zerlegt werden, «Perspectives Haute Joaillerie».

Convertible: «Skyline» ring made of yellow gold with diamonds, can be split into two smaller rings, «Perspectives Haute Joaillerie».



*Boucheron*

Kristallklar: Ring «Ciel de Jour», Weissgold mit Bergkristall und Diamanten aus der «Contemplation Haute Joaillerie».  
Crystal clear: «Ciel de Jour» ring, white gold with rock crystal and diamonds from the «Contemplation Haute Joaillerie».



*Graff*

La Vie en Rose: Ring «Unique Solitaire» aus Weissgold und Roségold mit pinkfarbenem Diamant im Smaragdschliff.  
La Vie en Rose: «Unique Solitaire» ring made of white gold and rose gold with a pink, emerald-cut diamond.



*Chaumet*

Hypnotisierend: Brosche «Labyrinth» aus Weissgold und Onyx mit rosa und grünen Turmalinen, Diamanten, Jade und einem ovalen Rubellit, «Perspectives Haute Joaillerie».  
Hypnotizing: «Labyrinth» brooch made of white gold and onyx with pink and green tourmalines, diamonds, jade and an oval rubellite, «Perspectives Haute Joaillerie».



*Dior*

Geheimnisvoll: Uhr «Dior Grand Bal Masqué 2» aus Weissgold mit Diamanten, Zifferblatt mit Maskenmotiv aus Gelbgold, Platin, Diamanten, rosa Quarz, Smaragd, rosa und gelbe Saphire, Granat und Federn, Automatikuhrwerk, «Bal à Paris» Kollektion.  
Mysterious: «Dior Grand Bal Masqué 2» watch made of white gold with diamonds, dial with mask motif made of yellow gold, platinum, diamonds, pink quartz, emerald, pink and yellow sapphires, garnet and feathers, automatic movement, «Bal à Paris» collection.



*Piaget*

Pop Art: Armmanschette «Rainbow Lights» aus Roségold mit Marketerie aus Holz, Leder und Perlmutt, besetzt mit Diamanten und einem Rubellit, «Wings of Light Haute Joaillerie».  
Pop Art: «Rainbow Lights» arm cuff made of rose gold with marquetry made of wood, leather and mother-of-pearl, set with diamonds and a rubellite, «Wings of Light Haute Joaillerie».



*Boucheron*

Ein glitzerndes Fragezeichen. Collier «Point d'Interrogation Plume de Paon XL», Weissgold mit Diamant-Pavé aus der «Signature Haute Joaillerie».  
A glittering question mark. «Point d'Interrogation Plume de Paon XL» necklace, white gold with diamond pavé from the «Signature Haute Joaillerie».



*Gübelin*

Charmant: Ohrringe «Chandelier» aus Weissgold mit Diamanten und Rubinen aus Mozambique, «Blushing Beauty» Kollektion.  
Charming: «Chandelier» earrings made of white gold with diamonds and rubies from Mozambique, «Blushing Beauty» collection.



*Louis Vuitton*

Strahlend: Collier «Soleil» aus Gelbgold und Platin mit gelben Saphiren, Spessartite und Diamanten, «Stellar Times Haute Joaillerie».  
Radiant: «Soleil» necklace made of yellow gold and platinum with yellow sapphires, Spessartite and diamonds, «Stellar Times Haute Joaillerie».



*Harry Winston*

Farbenfeuerwerk: Uhr «Premier Kaleidoscope» aus Roségold mit Diamanten, Zifferblatt aus Gold mit Durchbruchmuster aus Perlmutt und farbigen Perlmuttercabochons, Automatikuhrwerk.  
Fireworks of colors: «Premier Kaleidoscope» watch made of rose gold with diamonds, gold dial with breakthrough pattern made of mother-of-pearl and colored mother-of-pearl cabochons, automatic movement.



*Van Cleef & Arpels*

Spektakulär: Armband «Rubis en Scène» aus Platin, Weissgold und Roségold mit Diamanten und Burma-Rubinen, «Nouvelles Pièces Haute Joaillerie».  
Spectacular: «Rubis en Scène» bracelet made of platinum, white gold and rose gold with diamonds and Burma rubies, «Nouvelles Pièces Haute Joaillerie».

# Night Shift

Schwarz wie die Nacht und für die Nacht:  
Uhren in elegantem Schwarz passen immer, besonders zum Ausgehen.  
Die Zeit dafür wird wieder kommen.

Black as the night and for the night:  
Watches in elegant black are always a good fit, especially when going out.  
The time will come again.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)

## BACK TO BLACK

### ZENITH

«Chronomaster Revival Shadow» (37 mm) aus mikrogestrahltem Titan, «El Primero» Schaltrad-chronograph mit Automatikaufzug.  
Die Legende lebt, sie war bloss 50 Jahre auf dem Dachboden verschollen. Den Prototypen von 1970 gibt's jetzt mit modernster Technologie.

«Chronomaster Revival Shadow» (37 mm) made of micro-blasted titanium, «El Primero» column wheel chronograph with automatic winding.  
The legend lives on, it was only lost in the attic for 50 years. The prototype from 1970 is now available with the latest technology.



### OFFICINE PANERAI

«Luminor Marina DMLS» (44 mm) aus sandgestrahltem DMLS-Titan, mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug.  
Das Uhrgehäuse wird in einem Hightech-Verfahren, mit sogenannter Direct Metal Laser Sintering Technologie im 3D-Drucker erzeugt.

«Luminor Marina DMLS» (44 mm) made of sandblasted DMLS titanium, mechanical movement with automatic winding.  
The watch case is produced in a high-tech process using so-called Direct Metal Laser Sintering technology in a 3D printer.



### BULGARI

«Aluminium Black Dial» (40 mm) aus Aluminium und Kautschuk, mechanisches Uhrwerk mit Automatikaufzug.

Die Uhr, die am Ende des letzten Jahrtausends eine Stilrevolution im Casual-Bereich ausrief, ist nach 22 Jahren in bester Form zurück.

«Aluminum Black Dial» (40 mm) made of aluminum and rubber, mechanical movement with automatic winding.  
The watch that triggered a style revolution in the field of casual watches at the end of the last millennium is back in top shape after 22 years.

## BACK TO BLACK

### H. MOSER & CIE.

«Endeavour Tourbillon Concept Vantablack®» (42 mm) aus Weissgold, Manufakturkaliber mit automatischem Aufzug, handgenähtes Alligatorband.

Das Material Vantablack® aus Kohlenstoff-Nanoröhrchen wurde 2012 entwickelt. Die dunkelste Substanz überhaupt absorbiert das Licht fast vollständig und wird als Abwesenheit von Materie wahrgenommen.

«Endeavour Tourbillon Concept Vantablack®» (42 mm) made of white gold, in-house caliber with automatic winding, hand-sewn alligator strap.

The material Vantablack® made of carbon nanotubes was developed in 2012. The darkest substance at all absorbs the light almost completely and is perceived as the absence of matter.



### HUBLOT

«Classic Fusion 40 Years Anniversary» (45 mm) aus schwarzer Keramik mit selbstaufziehendem Uhrwerk, Kautschukarmband.

Eine Referenz an die Anfänge: Die Marke feiert ihren 40. Geburtstag mit minimalistischen Sondermodellen der «Classic Original» von 1980.

«Classic Fusion 40 Years Anniversary» (45 mm) made of black ceramic with self-winding movement, rubber strap.  
A reference to the beginning: The brand is celebrating its 40th birthday with minimalist special models of the «Classic Original» from 1980.



### JAQUET DROZ

«Grande Seconde Off-Centered Chronograph» (43 mm) aus Edelstahl, Monodrücker-Chronograph mit mechanischem Uhrwerk und Automatikaufzug. Handgenähtes Alligatorlederband.  
Die Sportuhr in einer sehr edlen Ausführung mit Onyx-Zifferblatt sowie Stundenkreis und Appliken aus Weissgold.

«Grande Seconde Off-Centered Chronograph» (43 mm) made of stainless steel, mono-pusher chronograph with mechanical movement and automatic winding. Hand-sewn alligator leather strap.  
The sports watch in a very noble design with onyx dial and hour circle and appliqués made of white gold.

## TUXEDO TIME



## LONGINES

«The Longines Heritage Classic – Tuxedo» (38.5 mm) aus Edelstahl, mechanisches ETA-Uhrwerk mit automatischem Aufzug. Lederarmband. Der Schwarz-Weiss-Kontrast des Zifferblattes erinnert an die Anzüge, die zu Soirées in den 1940er-Jahren getragen wurden. Um der Epoche treu zu bleiben wurde auf das Datumfenster verzichtet.

«The Longines Heritage Classic – Tuxedo» (38.5 mm) made of stainless steel, mechanical ETA movement with automatic winding. Leather bracelet. The black and white contrast of the dial is reminiscent of the suits that were worn for soirées in the 1940s. In order to stay true to the era, the date window was omitted.



## BAUME &amp; MERCIER

«Hampton Small Seconds» (48 x 31 mm) aus Edelstahl, automatisches ETA-Uhrwerk, grau abgestepptes Alligatorlederarmband. Das neue Modell feiert den emblematischen Art-Déco-Stil der 20er-Jahre mit der geraden Linienführung auf moderne Art.

«Hampton Small Seconds» (48 x 31 mm) made of stainless steel, automatic ETA movement, gray quilted alligator leather strap. The new model celebrates the emblematic Art Deco style of the 1920s with straight lines in a modern way.

## GIRARD PERREGAUX

«Vintage Infinity 1945» (36.10 x 35.25 mm) aus poliertem Edelstahl, mechanisches Uhrwerk mit Selbstaufzug Schwungmasse aus Roségold, Alligatorlederarmband. Das Zifferblatt aus poliertem Onyx und die Indexe aus Roségold sorgen für die diesem Zeitmesser für die glamouröse Allüre.

«Vintage Infinity 1945» (36.10 x 35.25 mm) made of polished stainless steel, mechanical movement with self-winding oscillating weight made of rose gold, alligator leather strap. The dial made of polished onyx and the indexes made of rose gold give this timepiece a glamorous allure.

## CHANEL

«Boy Friend Skeleton Diamond» (37 x 28.6 x 8.4 mm) aus Weissgold mit Diamanten im Baguetteschliff, in-house Manufakturkaliber mit Handaufzug.

Der Zeitmesser, der eine Referenz an Coco Chans große Liebe Boy Capel ist, interpretiert männliche Designcodes auf feminine Art.

«Boy Friend Skeleton Diamond» (37 x 28.6 x 8.4 mm) made of white gold with baguette-cut diamonds, in-house manufacture caliber with manual winding.

The timepiece, which is a reference to Coco Chanel's great love Boy Capel, interprets male design codes in a feminine way.



## HERMÈS

«Cape Code martelée» (23 x 23 mm) aus Edelstahl, mit Schweizer Quarzuhrwerk, Barenia-Kalbslederarmband.

Der Designer Henri d'Origny erfand 1991 die Uhrenform des Quadrats im Rechteck. Bei der neuen Version sind das Gehäuse und das lackierte Zifferblatt gehämmert.

«Cape Code martelée» (23 x 23 mm) made of stainless steel, with Swiss quartz clockwork, Barenia calfskin strap.

The designer Henri d'Origny invented the watch shape of the square in the rectangle in 1991. With the new version, the case and the lacquered dial are hammered.

## TUXEDO TIME

## BLANCPAIN

«Villeret Ultraplate» (38 mm) aus Edelstahl mit Diamanten, mechanischem Automatikwerk, Alligatorlederarmband. Eine neue Interpretation des Klassikers aus den 1980er-Jahren, die wiederum auf den Elementen der grossen Uhrmachertradition basiert.

«Villeret Ultraplate» (38 mm) made of stainless steel with diamonds, mechanical automatic movement, alligator leather strap. New interpretation of the classic from the 1980s, which in turn is based on the elements of the great watchmaking tradition.



## «MAN MUSS SICH NEU ERFINDEN.»

**Das Jahr 2020 beschert der Uhrenindustrie zwischen 30 und 50 Prozent Rückgang in den Verkäufen. Eine Marke aber will das Corona-Jahr mit nur zehn Prozent weniger verabschieden. Wie geht das? COTE MAGAZINE hat beim CEO von Audemars Piguet in Le Brassus nachgefragt.**

The year 2020 brings the watch industry between 30 and 50 percent decline in sales. But one brand wants to say goodbye to the Corona year with only ten percent less. How does it work? COTE MAGAZINE asked the CEO of Audemars Piguet in Le Brassus.

Marianne Eschbach (interview) AP / zVg (fotos)

**COTE MAGAZINE: WIE WERDEN SIE DAS GESCHÄFTSJAHR 2020 IN ERINNERUNG BEHALTEN?**

*François-Henry Bennaïmias:* Es wäre vermessen, bereits Schlüsse zu ziehen. Das Jahr ist noch nicht zu Ende während wir uns heute, Ende Oktober, unterhalten. Es können nochmal Dinge passieren, deren Auswirkungen man noch nicht kennt. Für Audemars Piguet kann ich sagen, dass wir gut aus dem Jahr 2020 herauskommen sollten, mit nur zehn bis elf Prozent weniger Umsatz als im Jahr davor. Und 2019 war ein Rekordjahr.

**DARF MAN IN DEM FALL HOFFEN FÜR DIE UHRENBRANCHE, DASS DIE GUTEN ZAHLEN VOM VORJAHR MILDERND WIRKEN?**

Die Uhrenbranche ist sehr betroffen von der Situation. Auf die Frage, ob 2020 ein leichtes Jahr war, lautet die Antwort: sicher nicht. Es gab keine Salons und Messen und wir hatten keine Möglichkeit, viele Leute zu versammeln. Wir mussten uns diesbezüglich neu erfinden. Man muss im Moment sehr beweglich sein und schnell reagieren. Es wird noch eine Weile so bleiben.

**WAS HAT SICH VERÄNDERT IN DER CORONA-ZEIT?**

Covid-19 verändert ganz viele Dinge. Als Marke hat die Situation uns noch mehr zusammengeschweisst. Jeder engagiert sich im Moment auf unglaubliche Art und Weise. Bei Audemars Piguet haben wir heute etwa 2000 Mitarbeiter. Wir blicken voller Zuversicht voraus. Unsere Mitarbeiter können versichert sein, dass es weitergeht.

**WIE LEBEN SIE DIE NEUE REALITÄT ALS UNTERNEHMEN?**

Wir spüren schon, dass wir gegen Ende des Jahres alle etwas müde sind. Müde von der vielen Bildschirmarbeit, müde von den Videokonferenzen. Wir sind uns aber alle bewusst, dass es noch eine Weile so weitergehen wird. In den monatlichen Videokonferenzen mit unseren Teams auf der ganzen Welt sehe ich, dass die Motivation da ist und das es trotzdem läuft. Die Umstände bringen die Leute näher zusammen. Der Zusammenhalt unter den Mitarbeitern ist wichtig. Wir sind gut vorbereitet für die nächsten drei Jahre. Wir schauen jetzt in Richtung 2021 und darüber »



Audemars Piguet lancierte das neue Uhrenmodell «Code 11.59» vor knapp zwei Jahren gleich zu Beginn mit 13 Referenzen und sechs neuen Kalibern. Einzig in der Branche. Der Automatik-Chronograph «Code 11.59 Colours» mit Weissgoldgehäuse ist ein Neuzugang von 2020. Dunkelroter Nagellack hat AP CEO François-Henry Bennaïmias zum rauchigen burgunderroten Farbton auf dem abgebildeten Modell inspiriert. Audemars Piguet launched the new «Code 11.59» watch model almost two years ago with 13 references and six new calibers. Unique in the industry. The automatic chronograph «Code 11.59 Colours» with a white gold case is a new addition for 2020. Dark red nail polish inspired AP CEO François-Henry Bennaïmias to create the smoky, burgundy shade on the pictured model.

**COTE MAGAZINE: HOW WILL YOU REMEMBER THE 2020 FINANCIAL YEAR?**

*François-Henry Bennaïmias:* It would be presumptuous to already draw conclusions. The year is not over as we talk today, at the end of October. Things can happen again, the effects of which are not yet known. For Audemars Piguet, I can say that we are coming out of 2020 well or even very well, with only ten to eleven percent less sales than the year before. And 2019 was a record year.

**IN THAT CASE, CAN ONE HOPE FOR THE WATCH INDUSTRY THAT THE GOOD FIGURES FROM THE PREVIOUS YEAR WILL HAVE A MITIGATING EFFECT?**

The watch industry is very affected by the situation. When asked if 2020 was an easy year, the answer is: certainly not. There were no salons or fairs, and we couldn't gather many people. We had to reinvent ourselves in this regard. You have to be very agile at the moment and react quickly. It will stay that way for a while.

**WHAT HAS CHANGED IN THE CORONA PERIOD?**

Covid-19 changes a lot of things. As a brand, the situation welded us together even more. Everyone is engaging in incredible ways right now. At Audemars Piguet we have around 2000 employees today. We look forward with great confidence. Our staff can rest assured that things will continue.

**HOW DO YOU LIVE THE NEW REALITY AS A COMPANY?**

We can already feel that we are all a bit tired towards the end of the year. Tired of all the screen work, tired of the video conferences. But we are all aware that this will continue for a while. In the monthly video conferences with our teams around the world, I see that the motivation is there and that things are still going well. Such circumstances bring people closer together. Cohesion among employees is important. We are well prepared for the next three years. We are looking ahead to 2021 and beyond now. In 2022 we will celebrate 50 years of the «Royal Oak». We already know exactly what we're going to do then and we're pretty excited. »



## SPEKTAKULÄRE ARCHITEKTUR

Le Brassus im Vallé de Joux soll dank dem neuen AP Musée Atelier zum Architektur-Hotspot werden. Der Bau von Bjarke Ingels Group in Form einer Doppelspirale kommt ganz ohne Mauern aus; Das 470 Tonnen schwere Stahldach ist im Sommer begrünt und wird von 108 mindestens 12 Zentimeter dicken gebogenen Glasplatten getragen. Die Herstellungszeit pro Glasplatte betrug drei Wochen. Das Museum ist auch das Atelier der auf die Haute-Horlogerie spezialisierten Uhrmacher.

Le Brassus in the Vallé de Joux is set to become an architectural hotspot thanks to new AP Musée Atelier. Bjarke Ingels Group's construction in the form of a double spiral does not need any walls; The 470 ton steel roof is covered with greenery in summer and is supported by 108 curved glass plates that are at least 12 centimeters thick. The production time per glass plate was three weeks. The museum is also the workshop of the watchmakers who specialize in haute horlogerie.

» hinaus. 2022 feiern wir 50 Jahre «Royal Oak». Wir wissen schon ganz genau, was wir dann machen werden und sind schon ziemlich aufgeregt.

ANALYSTEN SAGEN EINEN RÜCKGANG VON 30 PROZENT IM UHREXPORT VORAUSS UND MINUS 50 PROZENT BEI DEN VERKÄUFEN IN DER SCHWEIZ. FINDET SICH AUDEMARS PIGUET IN DIESEN ZAHLEN?

Wir sind bei Audemars Piguet in einer besseren Lage mit minus zehn bis minus elf Prozent. Im Vergleich zur Industrie haben wir uns gut geschlagen.

WAS MACHEN SIE BESSER?

Wir arbeiten seit acht Jahren daran, besser zu werden. Wir beginnen jetzt, die Resultate dieser langfristigen Bemühungen zu sehen. Am 21. Januar 2020 hatten wir alle Mitarbeiter im Swiss Tech Convention Center in Lausanne versammelt. 1400 physisch im Saal und 600 im Multiplex. An diesem Tag haben wir im Direktionskomitee mit Jasmine Audemars erklärt, wie unsere Strategie für die Zukunft aussieht, wie wir sie implementieren werden und warum. Vor allem wollen wir diese Marke unzerstörbar machen.

WAS IST DAS ZIEL DER STRATEGIE?

Es geht um den Erhalt. Wir haben den grossen Vorteil, dass unsere Eigentümer nach wie vor die Gründerfamilien von Audemars Piguet sind. Unser Verwaltungsrat ist sehr ruhig in der aktuellen Situation. Die erste und wichtigste Entscheidung, die wir getroffen haben als Covid kam, war niemanden zu entlassen, was auch immer kommt. Dieser Entscheid hat uns zehn Minuten gekostet.

SIND SIE OPTIMISTISCH FÜR DIE ZUKUNFT?

Na ja, im Moment ist es etwas kompliziert, optimistisch zu sein. Mittelfristig über zwei, drei Jahre bin ich optimistisch. Bis dahin hoffen wir, dass sich die Situation entspannt. Aber keiner weiss, wie wir alle dem Covid-Winter herauskommen. Dauert es noch drei Monate, sechs Monate, ein Jahr bis eine gute Impfung da ist? Wir wissen es einfach nicht.

HABEN SIE LEKTIONEN GELERNT DURCH CORONA?

Ja, absolut. Es ist wichtig, sich Auszeiten zu gönnen. Das fehlt uns doch allen am meisten. Wenn man die Leute fünf Minuten vor ihrem Tod fragt, was ihnen gefehlt hat im Leben, werden sie nicht sagen das Geld, das sie nicht verdient haben, oder die Ferien, die sie nicht nehmen konnten. Die Antwort wird lauten die Auszeit, die sie nicht hatten oder die sie sich nicht nehmen konnten, sei es für sich oder zusammen mit ihren Nächsten. Ich war viel kreativer in den ersten Wochen »

» ANALYSTS PREDICT A 30 PERCENT DECLINE IN WATCH EXPORTS AND A 50 PERCENT DECLINE IN SALES IN SWITZERLAND. DOES AUDEMARS PIGUET FIND HIMSELF IN THESE NUMBERS?

We are in a better position at Audemars Piguet, with minus ten to minus eleven percent. We did well compared to the industry.

WHAT ARE YOU DOING BETTER?

We have been working to become better for eight years. We are starting to see the results of this long-term hard work. On January 21, 2020, we gathered all employees in the Swiss Tech Convention Center in Lausanne. 1400 physically in the hall and 600 in multiplex. On this day, we explained together with Jasmine Audemars and the management committee what our strategy was for the future, how we will implement it and why. Above all, we want this brand to be indestructible.

WHAT IS THE GOAL OF THE STRATEGY?

It's about preservation. We have the great advantage that our owners are still the founding families of Audemars Piguet, who think ahead in long-term. Our board of directors is very calm in the current situation. The first and most important decision we made when Covid came was to keep our staff, whatever comes. This decision was made in ten minutes.

ARE YOU OPTIMISTIC ABOUT THE FUTURE?

Well, at this moment, being optimistic is a little tricky. I am more optimistic about the next two to three years. In the meantime, we hope every day that the situation will ease. But nobody knows how we will all get out of the Covid winter. Does it take another three months, six months, a year to get a good vaccine? We just don't know.

DID YOU LEARN LESSONS FROM CORONA?

Yes, absolutely. It is important to allow yourself quality time. That's what we all miss most. Now if you ask people five minutes before they die what they've been missing in life, they won't say the money they didn't earn or the vacation they couldn't take. The answer will be the quality time that they did not have or that they could not take, be it for themselves or with their loved ones. I was a lot more creative in the first few weeks of Covid-19 than I was usually at work. I was able to sit back and come up with two or three interesting ideas that I would otherwise probably not have had.

WHEN WILL WE SEE THE RESULTS OF YOUR DELIBERATIONS?

Some already right now. Other ideas will be visible in three to five years. Every weekend during the shutdown I made a video for the employees to tell them a little bit »



Zur Eröffnung des Musée Ateliers hat Audemars Piguet einen seltenen Chronographen von 1943 überarbeitet. «Re-Master 01» Flyback-Chronograph aus Edelstahl mit Lünette und Drückern aus Roségold, mit Automatikuhwerk.

To mark the opening of the Musée Atelier, Audemars Piguet redesigned a rare chronograph from 1943. «Re-Master 01» flyback chronograph made of stainless steel with bezel and pushers made of rose gold, with automatic movement.



«Code 11.59 Flying Tourbillon» (41 mm) aus Weissgold mit rauchblauem Zifferblatt aus Grand-Feu-Émaille und Aventuringlas mit Sternenhimmel-Effekt, handgenähtes Alligatorlederband, Manufakturkaliber mit Automatikaufzug. «Code 11.59 Flying Tourbillon» (41 mm) made of white gold with a smoky blue dial made of Grand Feu enamel and aventurine glass with starry sky effect, hand-sewn alligator leather strap, in-house caliber with automatic winding.



«Royal Oak Flying Tourbillon» (41 mm) aus Titan mit sandgestrahltem schiefergrauem Zifferblatt, Titan-Armband, Manufakturkaliber mit Automatikaufzug. «Royal Oak Flying Tourbillon» (41 mm) made of titanium with a sand-blasted slate-gray dial, titanium bracelet, in-house caliber with automatic winding.



#### KONZENTRATION UND KONTEMPLATION

Auch Besucher können im neuen AP Museum und Atelier das Zusammenbauen eines Uhrwerks versuchen. Der Blick in die Natur hilft den Uhrmachern bei der konzentrierten Arbeit. Visitors can also try assembling a clockwork in the new AP Museum and Atelier. The view into nature helps watchmakers with their concentrated work.



«Royal Oak» (34 mm) aus Edelstahl mit blaugrauem Grande-Tapisserie-Zifferblatt und Diamant-Lunette, neues Automatikkaliber mit speziell entwickelter Schwungmasse. «Royal Oak» (34 mm) made of stainless steel with a blue-gray Grande Tapisserie dial and diamond bezel, new automatic caliber with a specially developed oscillating weight.

» von Covid-19 als sonst während der Arbeit. Ich konnte mich zurücklehnen und zwei drei interessante Ideen entwickeln, die ich sonst vermutlich nicht gehabt hätte.

#### WANN WERDEN WIR DIE RESULTATE IHRER ÜBERLEGUNGEN SEHEN?

Die einen schon jetzt. Andere Ideen werden in drei bis fünf Jahren sichtbar sein. Ich habe jedes Wochenende während des Shutdown ein Video gemacht für die Mitarbeiter, um ihnen ein wenig zu erzählen was gerade läuft, um sie auf dem Laufenden zu halten. Nach drei Wochen habe ich sie gebeten ihre Kinder zu fragen, egal ob diese fünf oder 25 Jahre alt sind, wie sie die Zeit nach Covid-19 sehen und was sie sich für dann am meisten wünschen.

#### UND, WAS HABEN SIE ERFAHREN?

Alle sprachen von der Liebe. Davon, dass sie gerne wieder ihre Grosseltern und Freunde in die Arme schliessen wollten. Der enge Kreis ist wichtig. Es ist ein authentisches, uneigennütziges Bekenntnis zu den Leuten die man braucht und liebt. Die zweite Botschaft richtete sich an die Eltern selbst, betreffend des Zustands der Erde. Kinder forderten von ihren Eltern, dem Planeten auf dem wir leben, besser Sorge zu tragen. Es war ein Aufruf zur Verantwortung.

#### WAS HAT DAS BEI IHNEN AUSGELÖST?

Es war klar, dass wir etwas unternehmen müssen. Im Geschäftsleben gibt es die Modelle Business to Business, Business to Consumer und hier kam mir die Idee von Business to Love, was die Jungen im Unternehmen gleich in People to People umgetauft haben.

#### WAS BEDEUTET DAS?

Wir arbeiten mit Menschen, wir sind eine Marke für Menschen. Wir haben Gefühle. Alle bezeichnen Online Shopping als das ‚new normal‘. Raten Sie mal was Sache ist? Alle Online-Verkaufsplattformen verlieren Geld. Selbst die Grössten. Ihr Geld machen sie mit Cloud-Speicher-Raum, nicht mit e-Commerce. Ich fragte unsere jungen Mitarbeiter, wie viele von den online bestellten Paketen sie zurückschicken würden. Die Antworten waren: mindestens 50 bis 80 Prozent. Das verursacht enorme Kosten. Werden wir also auch online gehen? Eventuell ein wenig, eines Tages... Doch zunächst arbeiten wir mit unseren Leuten daran, engere Beziehungen zu unseren Kunden aufzubauen, um diesen einen noch besseren Service bieten zu können.

#### WAS SIND ALSO DIE SÄULEN IHRES PEOPLE-TO-PEOPLE-VERKAUFSMODELLES?

Während Jahren hat die Uhrenbranche den grossen Teil der Uhren via Händler verkauft. Audemars Piguet stellt 40000 Uhren im Jahr her (Anm. d. Red. 37000 im »

*«Man muss im Moment sehr beweglich sein und schnell reagieren. Und das wird noch eine Weile so bleiben.»*

*François-Henry Bennaïmias*

*«You have to be very agile at the moment and react quickly. And it will stay that way for a while.»*

*François-Henry Bennaïmias*

» about what was going on in order to keep them updated. After three weeks I asked them to ask their children, whether they are five or 25 years old, how they see the time after Covid-19 and what they look forward to the most.

#### SO WHAT DID YOU LEARN?

Everyone spoke about love. About the fact that they wanted to hug their grandparents and friends again. The close circle is important. It is an authentic, selfless commitment to the people you need and love. The second message was destined to the parents themselves, regarding the state of planet Earth. Kids were asking their parents to take better care of the planet we live on. It was a call to responsibility.

#### WHAT DID THAT TRIGGER IN YOU?

It was clear that we had to do something. In business there are different models of Business to Business, Business to Consumer and it gave me the idea of Business to Love, which the youngsters in the company immediately renamed People to People.

#### WHAT DOES THAT MEAN?

We work with people, we are a brand for people. We have feelings. Everyone talks about online shopping as the new normal. Guess what? Most online selling platforms are losing money. Even the biggest ones. They make their money with cloud storage space, not e-commerce. I asked our young staff how many of the packages they ordered online they would send back. The answers were: at least 50 to 80 percent. That causes enormous costs. So will we go online, too? Maybe a little, one day... But first, we need to work with our people on how to build stronger relationships in order to better serve our clients. »

» Corona-Jahr 2020) Unser Geschäft heisst heute 40000 mal eine Uhr zu verkaufen, bzw. eine Uhr aufs Mal und ein Kunde aufs Mal. Wenn wir jemanden überzeugen, Teil der Audemars Piguet Familie zu werden, sind die Chancen gross, dass er oder sie uns einen zweiten Kunden bringen wird.

DEN TREND ZU EIGENEN BOUTIQUEN STATT HÄNDLERN VERFOLGEN EINIGE UHRENMARKEN. WOMIT UNTERSCHIEDEN SIE SICH ZUSÄTZLICH? Brauchen wir noch mehr Boutiquen auf den teuersten Strassen der Welt und müssen ein Vermögen an Miete dafür bezahlen? Wir werden nicht nur unsere Apartments, die sogenannten «AP Houses», in denen wir die Kunden empfangen, weiter entwickeln, sondern auch die Flexibilität unserer Kundenberater erhöhen, um unsere Kunden dort zu treffen, wo sie sind.

IST ES ALSO NICHT MEHR OPPORTUN, MIT DER GEBRANDETEN SHOPPINGTASCHE EINES LUXUS-LABELS UND DER NEUERWERBUNG DARIN DIE TEURE EINKAUFMEILE ENTLANG ZU FLANIEREN? Ich glaube wirklich daran, dass der Luxus diskreter wird. Dies passt auch sehr gut zur Strategie der AP Houses. Covid-19 wird da ganz klar Spuren hinterlassen. Es geht nicht um den Luxus als Show. Stattdessen sehen wir eine immer grössere Nachfrage nach nachhaltigem und gehaltvollem Luxus. Es wird immer aussergewöhnliche Sachen geben. Im Handwerk in der Kulinariik, in der Kunst. Man muss sich wirklich hinterfragen, wer man morgen sein will.

WIE DEFINIEREN SIE LUXUS?

Luxus fängt beginnt mit dem Handwerk. Es ist etwas, das Zeit braucht und gut gemacht sein muss. Es gibt wenig davon, es ist exklusiv und nicht überall erhältlich. Luxus bedeutet, im Handwerk bis zum Äussersten zu gehen. Knappheit ist eine direkte Konsequenz von Handwerk mit aussergewöhnlichem Sinn fürs Detail. Man muss bei den Kunden Emotionen wecken.

A PROPOS EMOTIONEN: SIE HABEN IN LE BRASSUS EIN NEUES MUSEUM BAUEN LASSEN UND EIN HOTEL BEFINDET SICH IN DER FERTIGSTELLUNG. WAS BEZWECKEN SIE DAMIT?

Wir brauchten hier eine Vitrine für die vielen historischen Audemars-Piguet-Uhren, von denen wir über 1500 Stück haben. Daher der Bedarf für das Museum. Die Bautenrepräsentieren die DNA unserer Manufaktur. Bjarke Ingels hat, wenn Sie so wollen, das architektonische Vokabular gefunden, um unsere DNA in den beiden Gebäuden zu beschreiben.

SIE DIVERSIFIZIEREN IN DEN TOURISMUS ?

Wir bleiben bei Uhren. Aber ernsthaft, es ist wunderbar »

*«Wir blicken bildlich gesprochen nicht in ein Schwarzes Loch, sondern auf einen hellen Stern.»*

*François-Henry Bennaïmias*

*«Figuratively speaking, we are not looking into a black hole, but rather at a bright star.»*

*François-Henry Bennaïmias*

» SO WHAT ARE THE PILLARS OF YOUR PEOPLE-TO-PEOPLE SALES MODEL?

For years, the watch industry has sold most of its watches through dealers. Audemars Piguet manufactures 40000 watches a year (editor's note 37000 in Corona year 2020) Our business today is to sell 40000 times one watch, or one watch at a time and one customer at a time. If we convince someone to become part of the Audemars Piguet family, the chance is good that they will bring us a second customer. It's like in nature. If I sow and care for a seed, a beautiful plant will grow from it.

SOME WATCH BRANDS ARE FOLLOWING THE TREND TOWARDS THEIR OWN BOUTIQUES INSTEAD OF RETAILERS. HOW DO YOU ADDITIONALLY DIFFER?

Will we need oversized boutiques tomorrow on the most expensive streets in the world and pay a fortune in rent for it? Maybe not. As far as Audemars Piguet is concerned we will not only keep developing our apartments, called "AP Houses", around the world, we will also reinforce the flexibility of our sales staff in order for them to be able to attend to the clients wherever they are.

SO IS IT NO LONGER OPPORTUNE TO STROLL ALONG THE EXPENSIVE SHOPPING MILE WITH THE BRANDED SHOPPING BAG OF A LUXURY LABEL AND THE NEW ACQUISITION IN IT?

I really believe in luxury becoming more discreet. This also corresponds to our strategy around the AP Houses. Covid-19 will clearly leave its mark. It's not about the luxury as a show. Instead we see more and more demand for meaningful and sustainable luxury. There will always be extraordinary things. In craft, in culinary art, in art. You really have to ask yourself who you want to be tomorrow.

HOW DO YOU DEFINE LUXURY?

Luxury begins with craft. It's something that takes time and needs to be done well. There is little of it, it is exclusive and not available everywhere. Luxury means going to the utmost in craftsmanship. Scarcity is a direct consequence of manufacturing with extraordinary attention to detail. You have to trigger emotions in customers.

SPEAKING OF EMOTIONS: YOU HAVE HAD A NEW MUSEUM BUILT IN LE BRASSUS AND A HOTEL IS BEING COMPLETED. WHAT ARE YOU AIMING FOR?

We needed a display for the many historic Audemars Piguet pieces, as we have around 1'500 of them, hence the need for our new Musée Atelier. In terms of buildings, both, the new Hotel des Horlogers and the Musée Atelier showcase the DNA of our manufacture. Bjarke Ingels found the perfect architectural 'vocabulary' to express our DNA with both buildings, if you will. »

» im Vallée de Joux. Man kann viel unternehmen.

Baden im See, Velofahren, Wandern, Pilze suchen, Langlauf, es gibt sogar zwei Skilifte. Ich hoffe, dass das Museum die Leute anzieht und sie dann im neuen Hotel übernachten und die Gegend erkunden.

SIE KAMEN VOR 26 JAHREN AUS DEM PROFIGOLFSPOURT UND AUS DER MODE IN DIE UHRENBRANCHE. WAS AUS IHREN FRÜHEREN KARRIEREN KÖNNEN SIE HEUTE ANWENDEN?

Einiges. Ich ziehe heute immer noch viele Analogien aus dem Sport. Interviews mit Athleten und mit Trainern helfen mir heute noch, zu verstehen wie man etwas erreicht. Oder wie man Teams zusammenstellt. Wie man eine gemeinsame Kultur schafft und die Leute an Bord holt. Beim Sport habe ich wirklich viel gelernt. Die Mode ist generell schneller und vergänglicher als die Uhrmacherei. Man kann etwas von ihr lernen in Bezug auf Digitales, Merchandising, und die Gestaltung der Schaufenster und Boutiquen.

AUDEMARS PIGUET STEHT FÜR DIE «ROYAL OAK», EINE DER BERÜHMTESTEN UHREN DER WELT. VOR ZWEI JAHREN, HABEN SIE MIT DER «CODE 11.59» EIN NEUES UHRENMODELL LANCIERT, DAS VIELE LEUTE ZIEMLICH SCHOCKIERT HAT. ES GAB EINEN SHITSTORM IN DEN SOZIALEN MEDIEN. WIE HABEN SIE DIESE FLUT AN NEGATIVEN KOMMENTAREN AUSGEHALTEN?

Wir wussten, dass es keine einfache Lancierung werden würde. Man muss wissen, dass jede Marke mit jeder neuen Lancierung 50 bis 60 Prozent der Fans zufrieden stellt. Das heisst dass der Rest mehrheitlich neutral zum Produkt steht, sowie einige wenige mit negativer Haltung. Ich habe in diesem Fall wieder auf den Sport geschaut. Boxer zum Beispiel machen sich schon vor dem Kampf gegenseitig verbal herunter. Das gehört zum Spiel. Ich sagte zu meinem Team, dass die Antwort bei den Kunden liegt. Warten wir also einfach ab.

WURDEN SIE BELOHNT?

Wir haben mit der «Code 11.59» eine neue Uhrenlinie mit 13 Referenzen und sechs neuen Kalibern lanciert. Es gibt keine Uhrenmarke, die das in ihrer Geschichte schon einmal gemacht hat. Keine einzige. Es war eine phänomenale Zusammenarbeit aller unserer Abteilungen. Die Verkäufe belehrten die Kritik schon bald eines besseren. Die «Code 11.59» entwickelt sich gut und gewinnt immer mehr Fans. Man muss Stürme akzeptieren ohne zurückzuweichen und wissen, dass dies eine Etappe auf dem Weg in Richtung eines erfolgreichen Modelles ist. «



«Royal Oak Offshore» (44 mm) aus schwarzer und grüner Keramik mit Mega-Tapisserie-Zifferblatt, Drücker mit Titan, strukturiertes Kautschukarmband, handgefertigtes Chronographen-Kaliber mit Automatikaufzug. «Royal Oak Offshore» (44 mm) made of black and green ceramic with Mega Tapisserie dial, pushers with titanium, structured rubber strap, handcrafted chronograph caliber with automatic winding.

» ARE YOU DIVERSIFYING INTO TOURISM?

We'll stick to watches, but seriously, it's wonderful in the Vallée de Joux. You can do a lot. Swimming in the lake, cycling, hiking, mushroom picking, cross-country skiing, there are even two ski lifts. I hope that the museum attracts people who will then stay in the new hotel and explore the area.

YOU CAME FROM PROFESSIONAL GOLF AND FASHION TO THE WATCH INDUSTRY 26 YEARS AGO. WHAT FROM YOUR PREVIOUS CAREERS CAN YOU APPLY TODAY?

A lot. I still use analogies from sports today. Interviews with athletes and coaches still help me to understand how things are achieved. Or how to bring teams together. How to create a common culture and get people on board. I learned a lot while doing sports. As far as fashion is concerned, it has a faster pace and is more ephemeral than watchmaking, however there is a lot to learn from fashion when it comes to digital, merchandising, and boutique design.

AUDEMARS PIGUET ALSO STANDS FOR THE «ROYAL OAK», ONE OF THE MOST FAMOUS WATCHES IN THE WORLD. ALMOST TWO YEARS AGO, YOU LAUNCHED THE «CODE 11.59», A NEW WATCH MODEL THAT APPARENTLY QUITE SHOCKED MANY PEOPLE. THERE WAS A LOT OF NEGATIVE FEEDBACK ON SOCIAL MEDIA. HOW DID YOU COPE WITH THIS FLOOD OF NEGATIVE COMMENTS?

We knew it wasn't going to be an easy launch. You have to know that every brand satisfies 50 to 60 percent of fans with each new launch. Which means the rest of them will mostly feel neutral while a few will make negative comments. In this case, it reminded me of boxers, for example, verbally putting each other down before the fight. It's part of the game. I told my team that the answer lies with the clients. So let's just wait.

HAVE YOU BEEN REWARDED?

Yes! With «Code 11.59», we have launched a new line of watches with 13 references and six new calibers. There is no watch brand that has done this before in its history. Not a single. It was a phenomenal collaboration between all of our departments. The sales soon proved the criticism wrong. «Code 11.59» is developing well and is gaining more and more fans. If there had been social media in 1972, the same would have happened to the «Royal Oak». You have to accept storms without flinching and know that this is a step towards the success of a model. «

[www.audemarspiguet.com](http://www.audemarspiguet.com)  
[www.museeatelier-audemarspiguet.com](http://www.museeatelier-audemarspiguet.com)  
(Eintrittskarten ins Museum müssen online reserviert werden)  
[www.hotel-horlogers.ch](http://www.hotel-horlogers.ch) (Eröffnung 2022)

HYDRO-PHASE

LIPID-PHASE

The one and only

# Double Serum

Vollständiges Anti-Aging Konzentrat.

2 Seren in 1, um sichtbar auf die Zeichen der Hautalterung einzuwirken.

21 leistungsstarke Pflanzenextrakte konzentriert in einer einzigartigen Zwei-Phasen-Formel stimulieren die 5 Vitalfunktionen der Haut: Regeneration, Sauerstoff, Nährstoffe, Feuchtigkeit und Schutz.



Bewährt und perfektioniert seit 35 Jahren.

WELTWEITER BESTSELLER<sup>2</sup>

**NACH 7 TAGEN:**

- Sofort schönere Ausstrahlung.
- Feuchtigkeit.
- Sichtbar geglättete Falten.

# CLARINS

CLARINS.CH

<sup>1</sup> Zufriedenheitstest - 362 Frauen aus verschiedenen Nationen.

<sup>2</sup> Im Clarins-Katalog aus internen Daten. Entspricht dem Umsatz der Double Serum-Franchise im Jahr 2019.

# COTE VANITY

LET'S FEEL GOOD: DUFTKERZEN-SPECIAL, CHANELS MONDFAHRT, LITTLE VANITIES

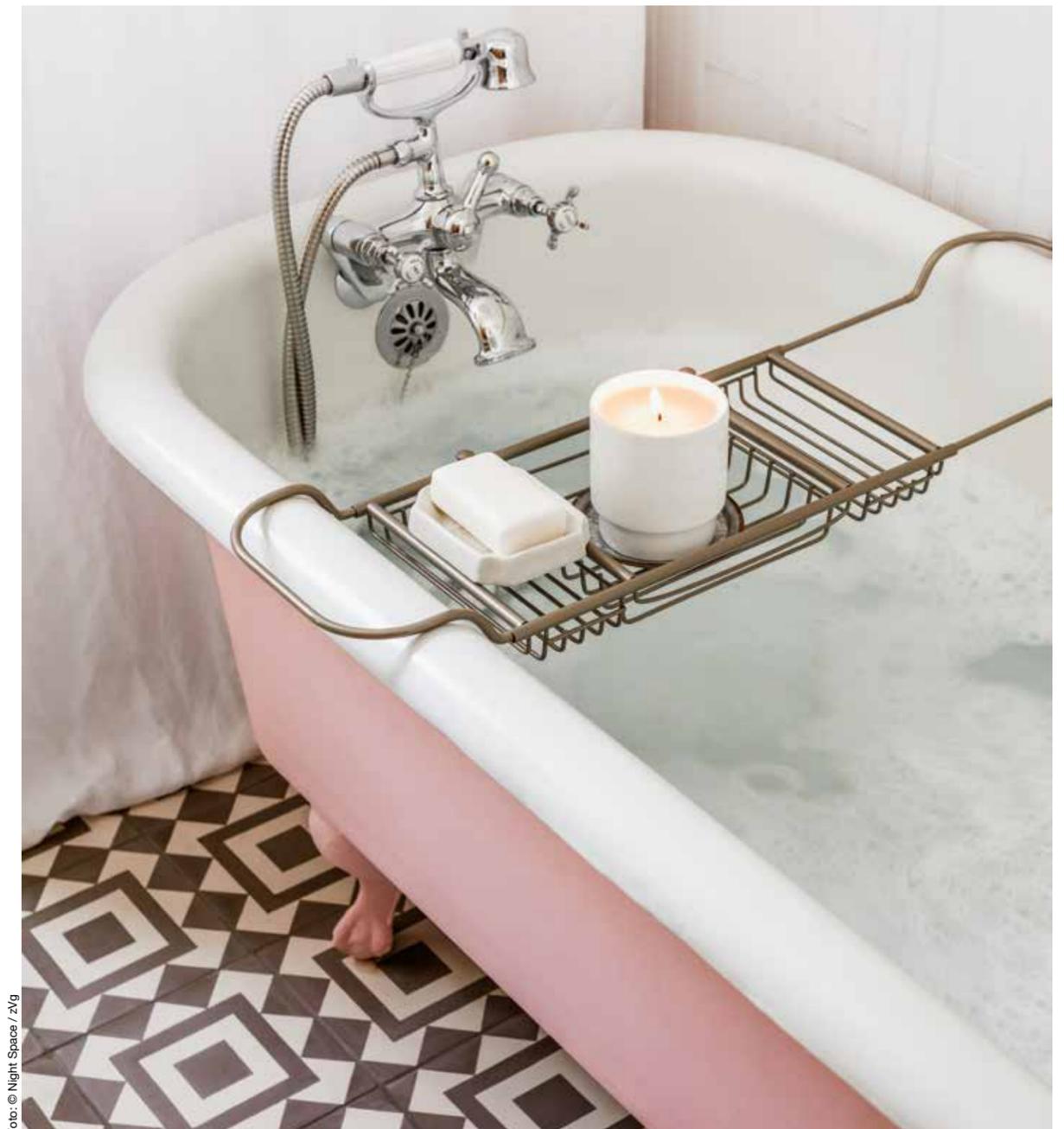


Foto: © Night Space / zVg

Der Winter kann kommen, uns geht es gut...

## Der Kerzenzieher von Versailles

Ob prächtige Schlösser, imposante Kirchen, geschäftige Kaufmanns-Kontore, wohlstuierte Bürgerhäuser oder bescheidene Dachkammern, seit fast 400 Jahren verbreitet die Manufaktur Trudon Licht und Wärme. Die Traditionelle Marke ist zum Kultlabel mutiert und hat diese Saison einen glamourösen Auftritt in der Modewelt.

Whether magnificent castles, imposing churches, busy merchant offices, well-to-do town houses or modest attics, the Trudon manufactory has been spreading light and warmth for almost 400 years. Since the candles began to smell, the traditional brand has mutated into a cult label and is making a glamorous appearance in the fashion world this season.

Ursula Borer (interview) PD / zVg (fotos)



Julien Pruvost ist seit zehn Jahren für den Look und die Düfte von Cire Trudon verantwortlich. Julien Pruvost has been responsible for the look and fragrances of Cire Trudon for ten years.



**MODEKERZE**  
Die limitierte Edition «Balmain x Trudon» überzeugt Fashionistas mit ihrem Style. Für den Duft würde der Liebling von Olivier Rousteing «Ernesto» mit einem femininen Twist versehen: Leder, Tabak, Zedernholz aus dem Atlas, Schießpulver und schwarze Rose. [www.trudon.com](http://www.trudon.com), 2,8 kg, CHF 679.–

The limited edition «Balmain x Trudon» convinces fashionistas with its style. For the fragrance, Olivier Rousteing's favorite «Ernesto» would be given a feminine twist: leather, tobacco, cedar wood from the Atlas, gunpowder and black rose. [www.trudon.com](http://www.trudon.com), 2.8 kg, CHF 679.–

Als der Kaufmann Claude Trudon 1643 nach Paris kam, eröffnete er ein Geschäft in der Rue Saint-Honoré. Neben Lebensmittel hatte er auch Kerzen im Sortiment und betätigte sich als Wachszieher. Bald darauf gründet Maître Trudon eine kleine Familienmanufaktur. Sein Sohn Jacques folgt seinem Beispiel und wurde Wachszieher und Drogist. Als Apotheker und Brantweinbrenner für Königin Marie-Thérèse kam er 1687 an den Hof von Versailles. In jener Zeit wurde Wachs mit grösster Sorgfalt bearbeitet. Zuerst wurde es vorsichtig aus den Bienenstöcken geborgen, gereinigt und schliesslich in einer Reihe von Bädern weiss gebleicht. In lange Streifen zerschnitten und anschliessend im Freien getrocknet. Dabei halfen nicht zuletzt die Sonnenstrahlen dabei, das Wachs aufzuhellen. Das so erhaltene, äusserst reine Wachs liess die Kerzen von Trudon in besonders schönem Schein erleuchten.

### DER TRADITION VERPFLICHTET

Im Jahr 1737 übernahm Jérôme Trudon die königliche Wachsmanufaktur, bei der mittlerweile mehr als einhundert Arbeiter tätig waren. Noch heute lässt sich das Werk im südlich von Paris gelegenen Antony besichtigen. Durch wiederholte Modernisierungen und unentwegtes Anpassen hat die Manufaktur die Jahrhunderte überdauert. Für ihre Innovationen und fachliche Expertise wurde der Firma an der Weltausstellung 1889 eine Goldmedaille verliehen. Seit 1989 ist Trudon im Besitz des Unternehmers Olivier Blondeau. Auch heute noch ist die Maison Trudon der Kerzenlieferant zahlreicher Kirchen. Im Werk in der Normandie werden zudem seit mehreren Jahrzehnten Duftkerzen für zahlreiche namhafte Anbieter von Luxusgütern entwickelt. Eine limitierten Edition mit dem Modehaus Balmain und der Kerzenduft «Gloria» sind die neusten Kreationen. COTE MAGAZINE hat Julien Pruvost, den Creative Director von Trudon interviewt. »

When the merchant Claude Trudon came to Paris in 1643, he opened a shop on Rue Saint-Honoré. In addition to groceries, he also had candles in his range and worked as a wax puller. Soon afterwards, Maître Trudon founded a small family manufacture. His son Jacques followed his example and became a wax maker and druggist. He came to the court of Versailles in 1687 as a pharmacist and brandy distiller for Queen Marie-Thérèse. At that time, wax was processed with the greatest care. First it was carefully retrieved from the beehives, cleaned and finally bleached white in a series of baths. Cut into long strips and then dried in the open air. Last but not least, the rays of the sun helped to lighten the wax. The extremely pure wax obtained in this way made the Trudon candles glow in a particularly beautiful light.

### COMMITTED TO TRADITION

In 1737, Jérôme Trudon took over the royal wax manufactory, which then had more than a hundred workers. The factory can still be visited in Antony, south of Paris. Thanks to repeated modernizations and constant adjustments, the manufacture has outlasted the centuries. The company was awarded a gold medal at the World Exhibition in 1889 for its innovations and technical expertise. Trudon has been owned by the entrepreneur Olivier Blondeau since 1989. The Maison Trudon is still the candle supplier to numerous churches today. The plant in Normandy has also been developing scented candles for numerous well-known suppliers of luxury goods for several decades. The latest creations are a limited edition with the Balmain fashion house and the «Gloria» candle scent. COTE MAGAZINE interviewed Julien Pruvost, Trudon's Creative Director. »

» COTE MAGAZINE: HERR PRUVOST, TRUDON HAT EIN BEEINDRUCKENDES ERBE. WAS SIND DIE WICHTIGSTEN TUGENDEN DER MARKE?

*Julien Pruvost:* Seit fast 400 Jahren werden alle Kerzen in unserer Fabrik hergestellt. Trudon hat es geschafft, die Zeit zu überdauern und durch seine Produkte und sein Image die glorreichsten Momente seiner Vergangenheit wiederherzustellen.

WAS MACHT EINE TRUDON-KERZE SO BESONDERS?

Wir bemühen uns, in unseren Kerzen das Beste aus jeder Komponente zu vereinen, vom Docht bis hin zu den Etiketten. Die ikonischen Glasgefäße zum Beispiel werden in Italien von Hand gefertigt. Unsere Düfte bestehen aus sehr hochwertigen Naturessenzen. Wir verwenden die gleichen Öle oder Moleküle, die in feinen Parfums enthalten sind. Alle unsere Kerzen werden in Frankreich in unseren Ateliers in der Normandie hergestellt. Die königliche Wachsherstellung verwendete früher ausschliesslich Bienenwachs. Heute ist es eher umgekehrt, wir haben Bienenwachs aus unseren Formeln verdrängt. Wir ziehen es vor, die Bienen zu schützen, anstatt sie auszubeuten. Die moderne Bienenindustrie passt nicht mehr zu unseren Werten hinsichtlich der Erhaltung der biologischen Vielfalt. Während des 17. und 18. Jahrhunderts wurde Wachs geerntet, um den Lebensunterhalt der Bienen zu sichern. Zumindest auf industrieller Ebene ist dies heute nicht mehr der Fall.

WIE WERDEN DIE KERZEN HERGESTELLT?

Das Wachs wird in grossen Bottichen geschmolzen und dann mit Parfüm kombiniert. Die Gefässe werden automatisch über ein Förderband mit der Mischung gefüllt. Die Dochte werden mindestens viermal von Hand begradigt. Die Gläser werden bei Bedarf gereinigt, die Etiketten aufgeklebt und die fertigen Kerzen in ihre Kisten eingelegt. Die Herstellung einer Trudon-Kerze besteht aus ungefähr 16 Komponenten und Schritten.

WIE KREIEREN SIE NEUE DÜFTE?

Es gibt keine in Stein gemeisselte Methode. Da wir ein historisches Unternehmen sind, dessen wichtigste Momente im 18. Jahrhundert liegen, beziehen sich viele der Themen auf diese Zeit sowie auf ihre historische Figuren und Orte. Die Kerze «Solis Rex» zum Beispiel stellt einen Duft von Versailles während der Regierungszeit von Ludwig XIV. dar. In einigen Fällen haben wir auch ikonische natürliche Inhaltsstoffe und ihre Herkunft und Geschichte untersucht. Die «Belles Matières»-Kollektion ist eine Hommage an einige der berühmtesten Ingredienzien aus der Welt der Parfumerie. Die Duftnamen stammen aus den Gebieten, in denen die Inhaltsstoffe geerntet werden. »

«Wir sind ein historisches Unternehmen, dessen wichtigste Momente im 18. Jahrhundert liegen.»

*Julien Pruvost*

«We are a historical company whose most important moments lie in the 18th century.»

*Julien Pruvost*

» COTE MAGAZINE: MR. PRUVOST, TRUDON HAS AN IMPRESSIVE LEGACY. WHAT ARE THE BRAND'S MAIN VIRTUES?

*Julien Pruvost:* All candles have been made in our factory for almost 400 years. Trudon has managed to stand the test of time and restore the most glorious moments of its past through its products and its image.

WHAT MAKES A TRUDON CANDLE SO SPECIAL?

We strive to combine the best of every component in our candles, from the wick to the labels. The iconic glass vessels, for example, are made by hand in Italy. Our fragrances consist of very high quality natural essences. We use the same oils or molecules found in fine perfumes. All of our candles are made in France in our workshops in Normandy. In the past, royal wax production only used beeswax. Today it is rather the other way round, we have eliminated beeswax from our formulas. We prefer to protect the bees rather than exploit them. The modern bee industry no longer fits in with our values regarding the conservation of biodiversity. During the 17th and 18th centuries, wax was harvested to ensure the livelihood of the bees. At least at the industrial level, this is no longer the case today.

HOW ARE THE CANDLES MADE?

The wax is melted in large vats and then combined with perfume. The vessels are automatically filled with the mixture via a conveyor belt. The wicks are straightened by hand at least four times. The glasses are cleaned if necessary, the labels are stuck on and the finished candles are placed in their boxes. The manufacture of a Trudon candle consists of around 16 components and steps.

HOW DO YOU CREATE NEW FRAGRANCES?

There is no such thing as a method set in stone. Since we are a historical company whose most important moments lie in the 18th century, many of the topics relate to that time as well as to its historical characters and locations. The «Solis Rex» candle, for example, represents a fragrance from Versailles during the reign of Louis XIV. In some cases, we also examined iconic natural ingredients and their origins and history. The «Belles Matières» collection pays homage to some of the most famous ingredients from the world of perfumery. The fragrance names come from the areas where the ingredients are harvested.

DO YOU ALSO WORK WITH PERFUMERS?

Yes, Trudon wouldn't be Trudon without the creative collaboration with perfumers. These include Emilie Bouge (Brécourt fragrances, Esteban «Belle au Parfum de Oud») and Antoine Lie (Comme des Garçons «Wonderwood», Burberry «Burberry Brit Gold»). »



Impressionen aus der Geschichte des Hauses Trudon... Modischer Glamour in Schwarz und Gold: Balmain-Designer Olivier Rousteing mit seiner Trudon-Kerze. Impressions from the history of the House of Trudon ... Fashionable glamour in black and gold: Balmain designer Olivier Rousteing with his Trudon candle.

» ARBEITEN SIE AUCH MIT PARFUMEUREN ZUSAMMEN?

Ja, Trudon wäre nicht Trudon, ohne die kreative Zusammenarbeit mit Parfumeuren. Dazu gehören unter anderem Emilie Bouge (Brécourt-Düfte, Esteban «Belle au Parfum de Oud») und Antoine Lie (Comme des Garçons «Wonderwood», Burberry «Burberry Brit Gold»).

WAS SIND IHRE INSPIRATIONSQUELLEN FÜR NEUE DESIGNS?

Verschiedene Formen der Handwerkskunst, Kunstformen aus verschiedenen Epochen, Parfumeure mit denen wir arbeiten, bestimmte Lesungen und Ausstellungen.

WELCHER IST IHR PERSÖNLICHER LIEBLINGSDUFT?

Ich habe in letzter Zeit oft «Tandine» aus der «Belle Matière»-Kollektion verwendet. Die Basis dieses zarten und dennoch intensiven Duftes ist Sandelholz. Zurzeit ist «Cire» mein Favorit, weil es nach Bienenstock duftet.

WELCHES IST DAS BELIEBTESTE PRODUKT?

Unsere klassische Kerze (270 g) mit den Düften «Ernesto» (inspiriert von Havanna während der Revolution), «Abd El Kader» (marokkanischer Minze-Tee) und «Cyrnos» (mediterrane Aromen).

FÜR WELCHE PERSÖNLICHKEIT WÜRDEN SIE GERNE EINE KERZE KREIEREN?

Ich würde gerne eine Kerze zum Gedenken an Victor Hugo machen.

HABEN SIE NOCH EINEN TIPP, DAMIT DIE KERZEN SO LANGE WIE MÖGLICH BRENNEN?

Löschen Sie Ihre Kerze, sobald die gesamte Oberfläche geschmolzen ist und kürzen Sie den Docht auf 5 mm. «



**CIRE TRUDON**  
Die neue Kerze «Gloria» wärmt die Sinne mit dem Aroma von Feuerholz und duftet nach indonesischem Patchouli, Vetiver aus Haiti und Zedernholz. [www.trudon.com](http://www.trudon.com), 270 g, CHF 89.90

The new «Gloria» candle warms the senses with the aroma of firewood and smells of Indonesian patchouli, vetiver from Haiti and cedarwood. [www.trudon.com](http://www.trudon.com), 270 g, CHF 89.90



» WHAT ARE YOUR SOURCES OF INSPIRATION FOR NEW DESIGNS?

Different forms of craftsmanship, art forms from different eras, perfumers with whom we work, certain readings and exhibitions.

WHICH IS YOUR PERSONAL FAVORITE FRAGRANCE?

I have used «Tandine» from the «Belle Matière» collection a lot lately. The basis of this delicate yet intense fragrance is sandalwood. At the moment, however, «Cire» is my favorite because it smells like a beehive.

WHICH IS THE MOST POPULAR PRODUCT?

Our classic candle (270 g) with the scents «Ernesto» (inspired by Havana during the revolution), «Abd El Kader» (Moroccan mint tea) and «Cyrnos» (Mediterranean aromas).

WHICH PERSONALITY WOULD YOU LIKE TO CREATE A CANDLE FOR?

I would like to make a candle in memory of Victor Hugo.

DO YOU HAVE ANOTHER TIP TO KEEP THE CANDLES BURNING FOR AS LONG AS POSSIBLE?

Extinguish your candle as soon as the entire surface has melted and shorten the wick to 5 mm. «

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



**NIGHT SPACE**  
Die Duftkerzen sind ein Projekt der beiden Freundinnen Kat Hammill und Danielle Armstrong. Die «Color Series» werden in den USA von Hand und mit Soja-Wachs hergestellt. Die schönen Keramik-Töpfe werden nach Entwürfen von Kat Hammill in Portugal von Hand gefertigt. Die originelle Duftpalette reicht von «Neutral/Sky» über «Metallic/Sun» und «Cool/Sea» bis «Warm/Earth». [www.shopnightspace.com](http://www.shopnightspace.com), 400g, CHF 70.–

## Stimmungsmacher

Um dem Frost und der Dunkelheit zu trotzen, erhellen jetzt Kerzen unser zu Hause. Umso besser, wenn sie auch noch olfaktorisch bezaubern. Wir haben, die spannendsten Duftkerzen für zusammengestellt – für sich selbst oder als Geschenk.

In order to defy the frost and the darkness, candles now light up our home. All the better if they also have an olfactory charm. We have put together the most exciting scented candles for - for yourself or as a gift.

Ursula Borer (redaktion) PD / zVg (fotos)



**DIPTYQUE**  
2021 feiert die französische Marke ihr 60-jähriges Jubiläum. Zu diesem Anlass wurde die Kollektion «Dancing Ovals» in einem speziellen graphischen Design entwickelt. Die Düfte wie «Baies», «Figuier», «Rose» und «Tuberose» gehören zu den Bestsellern des Traditionshauses und sind perfekte Geschenke. [www.diptyque.com](http://www.diptyque.com), 190g, CHF 70.–



**CALMING PARK**  
Die Duftkerzen des Schweizer Lounge-Musik- und -Duftkerzen-Produzenten Olivier Rohrbach haben bereits viele Fans. Seine neuste Kreation ist «Holiday Dream». Die Mischung aus fruchtigen Noten wie Feige, Zimt und Orangenschale, Amber, kandierten Datteln und Rose und holzigen Noten wie Sandelholz, Patchouli und weisser Moschus ist inspiriert von opulenten Abendessen in der Provence – und versetzt einem im Nu in Feierlaune. [www.calmingpark.com](http://www.calmingpark.com), 180 g, CHF 59.–



**JO MALONE**  
The English label is known for its special fragrances. From its townhouse at 52 Gloucester Place in London, the Jo Malone studio orchestrates a world of individual luxury. Modern British culture is always used as inspiration. The collections are created by world-famous master perfumers together with the leading, creative minds of London. The latest coup: the festive mixture «Orange Bitter» as a home candle. [www.jomalone.com](http://www.jomalone.com), 200g, CHF 86.–



**PAIA COPENHAGEN**  
This new player in the candle business is a Danish brand founded by mother and daughter in 2017. The scented candles are made from 100 percent organic soybeans and an organic cotton wick for clean, even combustion. The glass is hand-blown and reusable. «Blackberry & Vetiver» goes particularly well with Christmas. [www.paiacopenhagen.com](http://www.paiacopenhagen.com), 300g, CHF 65.–



**BONGÉNIE GRIEDER X LIBERTY**  
Bongénie Grieder hat mit der Londoner Marke Liberty zusammengespannt. Herausgekommen sind tolle Geschenke mit kultigen Prints. Dazu gehört auch zwei Duftkerzen der Genfer Manufaktur Mizensir: «Bois d'Or» mit Zedernholz, Lakritze, Patchouli, Sandelholz, Leder und Weihrauch, sowie «Edelweiss des Alpes», das nach frischer Alpenluft duftet. [www.mizensir.com](http://www.mizensir.com), 230g, CHF 70.–



**AESOP**  
The three new scented candles «Ptolemy», «Aganice» and «Callippus» were created in collaboration with the perfumer Barnabé Fillion. «Ptolemy», whose name is inspired by the Roman scholar Ptolemy, who cataloged the stars, is characterized by smoky, deep green notes of cypress, cedar and vetiver. «Aganice», named after Aglaonike, the first female astronomer in ancient Greece, captivates with a mixture of light, floral accords of mimosa and warm, spicy notes of cardamom and tobacco. «Callippus» invigorates the senses with resinous incense and earthy vetiver. The candle owes its name to the Greek astronomer and mathematician Kallippos, who studied the movements of the planets. [www.aesop.com](http://www.aesop.com), 300g, CHF 100.–



**SPREKENHUS**  
Alexander Sprekenhus founded his company in Oslo in 2010. He originally developed hair products based on argan oil for himself. His friends loved the products so much that he wanted to pass them on from now on. The brand is now growing worldwide. The products are 95 percent made from natural raw materials and are vegan. «Balley Oud» made of white wax is filled into handmade glass containers and smells of woody, spicy aromas from cedar and sandalwood, cardamom and amber. [www.nishes.ch](http://www.nishes.ch), 300g, CHF 58.–

## Moonstruck

Jedes Jahr wenn der Winter kommt, erwacht das berühmteste Parfum der Welt zu neuem Leben. Dieses Mal entführt der Kurzfilm nach Paris und auf den Mond. Marion Cotillard erzählt über lunare Tanzszenen und ihre durchaus irdische Bewunderung für das Haus Chanel.

Every year when winter arrives, the world's most famous perfume comes to life. This time the short film takes you to Paris and the moon. Leading actress Marion Cotillard tells about the making.

COTE editors (redaktion) Chanel PD / zVg (fotos)

### COTE MAGAZINE: KÖNNEN SIE UNS DIE GESCHICHTE DES FILMS ERZÄHLEN?

**Marion Cotillard:** Es ist Winter in Paris. In der Nähe der Seine. Es ist dunkel und eine Frau in einem grossen schwarzen Umhang geht allein und selbstbewusst in einer sehr rätselhaften Atmosphäre über eine schneebedeckte Brücke. Sie bleibt stehen und blickt auf den hell leuchtenden Vollmond. Plötzlich befindet sie sich auf dem Mond, wo ein Mann auf sie wartet. Sie tanzen zusammen und animieren sich gegenseitig zu Bewegung, die sowohl skurril als auch lustig und leidenschaftlich sind. Dann ist die Frau wieder auf dieser Brücke in Paris. Sie dreht sich um und sieht den Mann, mit dem sie getanzt hat. Sie lächeln sich an.

### WIE HABEN SIE IHN ZURÜCK AUF DIE ERDE GEBRACHT?

Über dieses Mysterium schweigen wir.

### WAS HAT SIE AN DIESEM SZENARIO GEREIZT?

Es ist eine Liebesgeschichte, eine ziemlich glückliche Liebesgeschichte. Es gibt sowohl Leichtigkeit als auch Tiefe, sie ist luftig und irdisch zugleich. Wenn die beiden Charaktere zu tanzen beginnen, treffen zwei menschliche Kräfte aufeinander. Es ist ein hübsches Bild davon, wie es sich anfühlen kann, sehr verliebt zu sein. Ich finde es sehr schön, «No 5» in dieses Universum zu transportieren.

### WELCHEN CHARAKTER VERKÖRPERN SIE?

Als wir anfangen, den Film mit dem Regisseur zu besprechen, stellten wir uns eine weibliche Figur vor, die gerne in der Gegenwart lebt. Während der Dreharbeiten spürte ich diese fröhliche Frau wirklich, die ganz frei ausdrückt, was sie fühlt. Es war wichtig, diese Energie zu finden für die Tanzszenen zwischen den beiden Charakteren. Es ist ein Tanz, der seinesgleichen sucht. Dazu musste man eine Frau skizzieren, die sich gerne lebendig fühlt und die offen für das Unvorhergesehene ist.

### STEHEN SIE DIESER FIKTIVEN FRAU NAHE?

Sie ist eine Figur, die den Moment voll und ganz lebt. Und danach sehne ich mich. Die Frau im Film nutzt »



Eine wilde lunare Tanzszenen mit Marion Cotillard und Jérémie Bélingard.  
A wild lunar dance scene with Marion Cotillard and Jérémie Bélingard.

### COTE MAGAZINE :CAN YOU TELL US THE STORY OF THE FILM?

**Marion Cotillard:** It's winter in Paris. Near the Seine. It is dark and a woman, dressed in a large black cape, walks over a snowy bridge, alone and confident, in a very enigmatic atmosphere. She stops and gazes at the full moon shining brightly. Suddenly, she finds herself on the Moon where a man is waiting for her. They will dance together, training each other in a movement that is both whimsical, funny and passionate. Then the woman is back on this bridge in Paris. She turns around and sees the man she was dancing with. They smile at each other.

### HOW DID SHE GET HIM BACK TO EARTH?

We dwell on this mystery.

### WHAT APPEALED TO YOU ABOUT THIS SCENARIO?

It's a love story, a pretty happy love story. There is both lightness and depth, air and earth. When the two characters start to dance, two human forces come together. It's a pretty picture of what it can feel like to be very much in love. I find it very beautiful to bring «No 5» into this universe.

### WHICH CHARACTER DO YOU PLAY?

When we started discussing the film with the director, we imagined a female character who liked to live in the present moment. As it was filmed, I truly felt this joyful woman, with great freedom in the way she expresses what she feels. It was important to find that energy. Because there is this dance that arises between the two characters. A dance that is unlike any other. To do this, you had to draw a woman who likes to feel alive and open to the unexpected.

### IS THIS A WOMAN YOU FEEL CLOSE TO?

She is a character who lives the moment, fully. And that's something I yearn for. The woman in the film seizes the moment - without nostalgia for the past, nor fantasy of the future. I seek to forge a joyful, positive and free path. I don't know if I'm doing it, but I'm doing it. The character of this woman seems to tell us that anything is possible to make our dreams come true. »

Die Schauspielerin und Oscar-Preisträgerin Marion Cotillard verkörpert neu den Duft «Chanel No 5».



den Moment - ohne Nostalgie für die Vergangenheit oder Träumerei über die Zukunft. Ich versuche einen freudigen, positiven und freien Weg zu finden. Ich weiss nicht, ob es mir gelingt, aber ich mache es. Der Charakter dieser Frau scheint uns zu sagen, dass alles möglich ist und Träume wahr werden können.

**WÄREN SIE AUCH BEREIT, DEN MOND VOM HIMMEL ZU HOLEN?**

Den Mond herunter holen, nein! Dort, wo er ist, ist er sehr gut aufgehoben. (lacht) Aber würde ich alles tun, um eine Träume zu verwirklichen? Ja! Als ich ein Kind war, sagte mir meine Mutter immer «alles ist ein Geschenk». Heute sage ich zu meinen Kindern: «Träume gross, weil deine Träume wahr werden können». Im Film führt der Charakter der Frau beim Tanz. Die Tatsache, dass der Mann am Ende des Films auf der Brücke anwesend ist symbolisiert die Stärke der «No 5»-Frauen. In der Tat führt die Frau beim Tanz. Aber um zu tanzen, braucht man zwei. Wir helfen uns gegenseitig, wir trainieren, wir führen und dann lassen wir uns führen. Tanzen ist eine Teamleistung. Diese Idee stimmt übrigens mit dem Lied aus dem Film überein, es heisst «Team» und ist von Lorde gesungen. Ich mag die Idee einer Verbindungsschaltung zwischen zwei Personen. In unserer kleinen Geschichte ist dies der Tanz, der seinesgleichen sucht. Er ist überraschend, engagiert, sinnlich und macht Spass. Er drückt Leidenschaft aus. Dank der Leidenschaft kann alles im Leben passieren.

**WAS BEDEUTET TANZ IN IHREM LEBEN? TANZEN SIE GERN?**

Ich habe es mir zur Lebensregel gemacht mindestens einmal am Tag zu singen, zu tanzen und zu lachen! (lacht) Ich tanze viel mit meinen Kindern. In solchen Zeiten spüre ich, wie alle Zellen in meinem Körper vibrieren. Ich singe auch viel. Singen und Tanzen sind zwei Übungen, die es mir ermöglichen, mich wieder mit meinem Körper und mit äusseren Energien zu verbinden. Ich fühle mich frei dabei. Ich glaube, die Leute tanzen gerne, weil man sich dann lebendig fühlt.

**HATTEN SIE ANGST VOR DEM CHOREO-GRAPHISCHEN TEIL DES SHOOTINGS?**

Oh ja! (lacht) Ich bin keine Tänzerin. Ich war besorgt. Wir haben einige Tage vor dem Dreh geprobt. Und ich hatte das Glück mit Jérémie Bélingard einen grossartigen Star des Tanzes als Partner zu haben. Ich war sehr beeindruckt, weil er eine brillante Karriere gemacht hat. Sofort hat er mich in der Choreografie willkommen geheissen. Es war ein wunderbares Treffen. Der Gedanke, mit einem Star-Tänzer zu tanzen, hat mich sowohl eingeschüchtert als auch beruhigt. Ich wusste, dass er mich nicht im Stich lassen würde. Sowohl wörtlich als auch im übertragenen Sinne. Er ist ein sehr grosszügiges Wesen, das immense Energie ausstrahlt.

**IN WELCHER BEZIEHUNG STEHEN SIE ZUM CHANEL-PARFUM «NO 5»? »**

**WOULD YOU ALSO BE READY TO TAKE DOWN THE MOON?**

Take down the moon, no! It is very good where it is. (Laughs) But would I do everything to achieve my dreams? Yes! When I was a child, my mother always told me «everything is a gift». Today, I say to my children: «Dream big, because your dreams can come true». In the film, the character of the woman leads the dance. The fact that the man is present on the bridge at the end of the film symbolizes the strong idea of the «No 5» women. Indeed, the woman leads the dance. But to dance, you need two. We help each other, we train, we lead and then we let ourselves be led, all in motion. It's a team effort. By the way, this idea resonates with the song from the movie, Lorde's «Team». I like the idea of a relay between two people. Here, it's a dance that is unlike any other. It is surprising, engaged, sensual and fun. It expresses passion. Anything can happen in life, thanks to passion.

**WHAT DOES DANCE REPRESENT IN YOUR LIFE? DO YOU LIKE TO DANCE?**

I have made it a rule of life to sing, dance and laugh at least once a day! (Laughs) I dance a lot with my kids. At such times, I feel all the cells in my body vibrating. I sing a lot too. Singing and dancing are two practices that allow me to reconnect with my body and with external energies. To feel free. I believe people like to dance because it is a moment when you feel alive.

**WERE YOU AFRAID OF THE CHOREOGRAPHIC PART OF THE SHOOT?**

Oh yes! (Laughs) I'm not a dancer. I was anxious. We rehearsed several days before the shoot. And I was lucky to have Jérémie Bélingard, who is a great star dancer, as a partner. I was very impressed because he has a brilliant career. Right away, he welcomed me into the choreography. It was a wonderful meeting. I was both intimidated and reassured at the thought of dancing with a star of the dance. I knew he wouldn't let me down. Both literally and figuratively. He is a being of great generosity, who radiates immense energy.

**WHAT IS YOUR RELATIONSHIP WITH CHANEL PERFUME «NO 5»?**

I felt an immediate connection with «No 5». It's more than a perfume, it's a work of art. Its composition is full of mysteries. And its bottle is designed like a modernist painting. «No 5» is now a classic, which has retained its uniqueness. It is the hallmark of an icon, to cross time. So I feel very lucky to continue to bring the story of this iconic fragrance to life.

**WHAT DOES THE STORY OF ITS CREATION INSPIRE YOU?**

«No 5» is the first perfume created by a woman seamstress. Her creation tells the story of an avant-garde woman, breaking with her time. Gabrielle Chanel has succeeded in creating an olfactory revolution. It established itself in the world of perfumery, at a time when women had to fight to exist, in a world ruled by men. This is what touches me deeply.

**WHAT DO YOU THINK OF GABRIELLE CHANEL «PERFUMER»? »**



(oben) Der schwedische Musiker und Filmemacher Johan Renck kam via einen Dreh für Karl Lagerfelds H&M-Kollektion vor 15 Jahren zum ersten Mal in Kontakt mit Chanel. Er arbeitet seither regelmässig für das Haus. (unten) Der Grammy-nominierte amerikanische Choreograph Ryan Heffington liebt es, mit Amateuren zu arbeiten und war begeistert von Marion Cotillards Entschlossenheit, die komplizierte Choreographie zu lernen sowie von ihrer Konzentration und ihrem Tanztalent.

Marion Cotillard und ihr Filmpartner, der preisgekrönte Tänzer Jérémie Bélingard üben einen verrückten Tanz auf der Mondkulisse, die im Studio im Pariser Vorort Saint-Denis aufgebaut wurde. Cotillards goldenes Kleid ist eine Chanel-Haut-Couture-Kreation, die in den Lesage-Ateliers von Hand bestickt wurde.



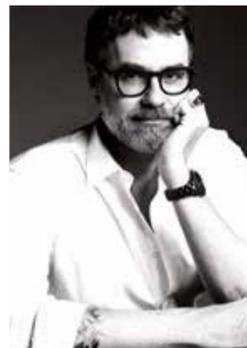
Fly me to the moon... Chanel liess 500 km<sup>2</sup> goldschimmernde Mondoberfläche für die Dreharbeiten herstellen. Die Musik lieferte nicht Frank Sinatra, sondern die Sängerin Lorde mit «Team».

» Ich fühlte mich sofort mit «No 5» verbunden. Es ist mehr als ein Parfüm, es ist ein Kunstwerk. Seine Komposition ist voller Geheimnisse. Und seine Flasche ist wie ein modernistisches Gemälde gestaltet. «No 5» ist ein Klassiker, der seine Einzigartigkeit bewahrt hat. Es gehört zu einer Ikone, die Zeit zu überdauern. Ich fühle mich sehr glücklich, die Geschichte dieses ikonischen Duftes weiterhin lebendig zu bewahren.

**INSPIRIERT SIE SEINE ENTSTEHUNGSGESCHICHTE?**  
«No 5» ist das erste Parfüm, das von einer Modemacherin kreiert wurde. Seine Kreation erzählt die Geschichte einer Frau, die ihrer Zeit weit voraus war und die mit den Konventionen brach. Gabrielle Chanel ist es gelungen, eine olfaktorische Revolution zu schaffen. Sie etablierte sich erfolgreich in der Welt der Parfümerie zu einer Zeit, als Frauen kämpfen mussten, um in einer Welt, die von Männern regiert wurde zu existieren. Das berührt mich zutiefst.

**WAS HALTEN SIE VON GABRIELLE CHANEL ALS PARFÜMEURIN?**

Ich mag ihre Herangehensweise. Sie hatte beschlossen, ein Parfüm für sich selbst zu kreieren. Ganz einfach, weil sie bei den Parfümeuren der damaligen Zeit keinen Duft finden konnte, der dem entsprach, was sie tragen wollte. Also hat sie ihn erfunden. Bei der Herstellung von «No 5» liess sie sich von ihrer Intuition leiten. Und nach ihrem



Thomas du Pré de Saint Maur ist Generaldirektor von Chanel's Parfum- und Beauty-Kreationen. Er wacht u.a. über die legendären jährlichen Erzählungen, die das Haus für seine Duft-Ikone «Chanel No 5» mit viel Aufwand inszeniert.

» I like her approach. She had decided to create a perfume for herself. Quite simply because she could not find in the perfumers of the time a perfume that corresponded to what she wanted to wear. So she made it up. In crafting «No 5», she let herself be guided by her intuition. And by his own desire. She thus created a perfume that was unlike any other. It's very daring, I believe that there is an authenticity, a truth in this creative process, which touches people. By allowing herself to be herself, she was able to touch others.

**ARE YOU, LIKE GABRIELLE CHANEL, AN «OLFACTORY» PERSON?**

Yes, my sense of smell is very well developed. At the start of my career, when I was working on approaching a character, I started by finding a scent that suited him. It was a way to understand my character's personality, to get in touch with him. As an actress, I work a lot on emotions.

**WHAT FEMALE PERSONALITY TRAITS DO YOU ASSOCIATE WITH «NO 5»?**

I would say that «No 5» contains the idea of a feminine essence. Associated with a great challenge, that of pleasing yourself above all. But it could just as easily be worn by a man! Basically, when I think of «No 5», I see a being who seeks to be free.

**WHAT ARE YOUR EARLIEST MEMORIES OF CHANEL PERFUMES?**

My first «woman's» perfume was given to me by my maternal

» eigenen Verlangen. So schuf sie ein Parfüm, das seinesgleichen sucht. Es ist sehr gewagt. Ich glaube, dass es in diesem kreativen Prozess eine Authentizität gibt, eine Wahrheit, welche die Menschen berührt. Indem sie sich erlaubte, sie selbst zu sein, konnte sie andere berühren.

**SIND SIE WIE GABRIELLE CHANEL EINE «OLFAKTORISCHE» PERSON?**

Ja, mein Geruchssinn ist sehr gut entwickelt. Zu Beginn meiner Karriere, als ich an der Entwicklung eines Filmcharakters arbeitete, suchte ich zuerst nach einem Duft, der dem Charakter entsprach. Es war eine Möglichkeit, die Persönlichkeit meines Charakters zu verstehen und mit ihm in Kontakt zu treten. Als Schauspielerin arbeite ich viel mit Emotionen.

**WELCHE WEIBLICHEN PERSÖNLICHKEITSMERKMALE VERBINDEN SIE MIT «NO 5»?**

Ich würde sagen, dass «No 5» die Idee einer weiblichen Essenz enthält. Verbunden mit der grossen Herausforderung, sich vor allem selbst zu gefallen. Aber ein Mann könnte es genau so gut tragen! Wenn ich an «No 5» denke, sehe ich im Grunde ein Wesen, das frei sein will.

**WAS SIND IHRE FRÜHESTEN ERINNERUNGEN AN CHANEL-PARFUMS?**

Mein erstes Frauenparfüm bekam ich von meiner Grossmutter mütterlicherseits. Es war ein Chanel-Duft. Ich erinnere mich an eine Flasche, die so elegant war, dass ich sie gerne in meinem Schlafzimmer betrachtete. Ich war ein Teenager und es erinnerte mich an eine Welt voll Raffinesse, die mich träumen liess.

**WELCHE FRAUEN HABEN SIE GEPRÄGT?**

Meine Mutter und meine Grossmutter sind zwei der wichtigsten weiblichen Figuren in meinem Leben. Aber ich bewundere alle Frauen, die sich gegen Konventionen und etablierte Mächte aussprechen. Viele Frauen in der Geschichte haben uns gezeigt, dass wir niemals aufgeben sollten.

**KÖNNEN SIE UNS ETWAS ÜBER IHRE BEZIEHUNG ZU MAISON CHANEL ERZÄHLEN?**

Ziemlich früh in meiner Karriere als Schauspielerin unterstützte mich Chanel bereits in sehr starken und wichtigen Momenten. Es ist ein Haus, das mich immer fasziniert hat. Ob in der Boutique an der Rue Cambon, in Gabrielle Chanel's Wohnung oder im Chanel Parfümcreations- und Entwicklungslabor begeistert mich alles. Als Thomas du Pré de Saint Maur, der Generaldirektor von Chanel's Parfum- und Beauty-Kreationen, mich bat, am neuen Film für «No 5» mitzuarbeiten, war ich sehr berührt. Es war für mich ein Wiedersehen. Es ist schwer zu beschreiben, weil es etwas Magisches gibt, das nur in diesem Haus existiert. Chanel besitzt eine Gabe für Wunder und bezaubert mich daher immer wieder. Es ist ein wahr gewordener Traum, den ich mir nicht vorzustellen wagte.



Sonst leuchtet er weiss oder silbern, aber auf das Parfüm, das Gold wert ist scheint selbst der Mond golden.

» grandmother. It was a Chanel fragrance. I remember a bottle so elegant that I loved looking at it in my bedroom. I was a teenager and it reminded me of a world of sophistication, which made me dream. Today you are the new face of perfume «No 5».

**WHICH WOMEN HAVE SHAPED YOU?**

My mother and my grandmother are some of the important female figures in my life. But I admire all women who speak out against convention and established powers. Many women in history have shown us that we should never give up.

**CAN YOU TELL US ABOUT YOUR RELATIONSHIP WITH MAISON CHANEL?**

Fairly early in my career as an actress, Maison CHANEL supported me in very strong and important moments. It is a House that has always fascinated me. Whether in the rue Cambon boutique, in Gabrielle Chanel's apartment or in the Chanel Perfume Creation and Development Laboratory, I am amazed. When Thomas du Pré de Saint Maur - Director of Creative Resources Chanel Parfums Beauté - asked me to collaborate on «No 5», I was very touched. I experienced it as a reunion.

## Eine schöne Wertanlage

Gerade in einer Krise steigen Luxus-Rohstoffe wie Gold, Perlen und Edelsteine im Kurs. Auch in der Kosmetik liegen sie gerade wieder sehr im Trend.

Luxury commodities such as gold, pearls and precious stones increase in price, especially in times of crisis. They are also very trendy again in cosmetics.

Ursula Borer (text) PD / zVg (fotos)



LYDIA COURTEILLE PARIS

«Samorodor» Sternzeichen-Ring aus Titan, Gold, fancy Saphiren und dem seltenen Mineral Sugilith. Edelsteine lieber am Finger oder in der Hautpflege, das ist hier die Frage...  
«Samorodor» zodiac ring made of titanium, gold, fancy sapphires and the rare mineral sugilite. A preference for gemstones on the finger or in skin care, that is the question ...

LA PRAIRIE  
«Platinum Rare Haute Rejuvenation  
Elixir», 30 ml, CHF 1429.–



ESTÉE LAUDER  
«Re-Nutriv Ultimate  
Diamond Transformative  
Eye Serum»,  
30 ml, CHF 204.–

NAZAN SCHNAPP  
«Luminous Youth  
Diamond Essence»,  
40 ml, CHF 138.–

**D**ie einen kaufen Aktien, Autos, Immobilien oder Schmuck. Andere legen ihr Geld in knappen Luxus-Rohstoffen wie Gold, Diamanten, Edelsteinen oder Perlen an. Die Kosmetikindustrie setzt auf diese kostbaren Inhaltsstoffe, massgeblich in der Anti-Aging-Pflege für reife und anspruchsvolle Haut. Auch wenn die Wirksamkeit nicht überall wissenschaftlich schlüssig belegt ist, haben Studien ergeben, dass der Kauf von Luxusgütern Menschen glücklich macht. Und schön ist, wer glücklich ist.

### PERLEN, GOLD UND PLATIN

In gemahlener Form wurden Perlen bereits in der Antike als Kosmetik verwendet. Der natürliche Komplex aus Meeresmineralien enthält Spurenelemente wie Zink, Selen, Lithium, Phosphor, Jod, Eisen, Magnesium und 20 Aminosäuren. Diese sollen den Stoffwechsel beschleunigen, zudem Unreinheiten reduzieren, als Radikalfänger agieren und die Feuchtigkeit regulieren. Wegen der nachgesagten entzündungshemmenden und antibakteriellen Wirkung wird auch Gold seit Jahrtausenden in der traditionellen chinesischen Heilkunst als begehrtes Heilmittel genutzt. Als Inhaltsstoff in Crèmes und Seren schätzt man besonders die antioxidativen und entgiftenden Eigenschaften, die der Zellalterung entgegenwirken können. Der Schweizer Edelkosmetik-Brand La Prairie geht noch eine Stufe höher und verwendet in seiner luxuriösesten Produktkategorie Platin um den Zeichen der Zeit entgegenzuwirken. Das Edelmetall, das vor dreieinhalb Milliarden Jahren in einem Meteorschauer auf die Erde kam soll die Schutzbarriere der Haut stärken und ihren Feuchtigkeitshaushalt verbessern. Als Träger für verschiedene Peptide soll es zudem helfen, einen Verjüngungsprozess in der Haut auszulösen.

**EDELSTEINKOSMETIK VON DER ANTIKE BIS HOLLYWOOD**  
Diamanten sind nicht nur am Finger oder am Hals «A Girl's Best Friend»: Der gepresste Kohlenstoff agiert in der Pflege-Kosmetik als luxuriöses Peeling, als abrasive Zahnpflege mit Whitening-Effekt, oder er schenkt der Haut mittels lichtreflektierender Partikel einen tollen Glow. In Hollywood geben gerade Edelsteine den Ton an. Edelsteinkosmetik ist keine Neuheit und wird seit den Ägyptern verwendet. In westlichen Ländern wurde sie mit der New Age-Welle populär. Ihre Wirksamkeit ist wissenschaftlich nicht bewiesen und es scheiden sich die Geister daran. Trotzdem schwören Stars wie Katy Perry, Victoria Beckham, Emma Watson und Kate Hudson darauf. In ihrer neuen Pflegelinie «Kora» setzt auch das Model Miranda Kerr auf die Kraft von Rosenquarz. Und dank 3,3 Millionen Followern verbreitet sich der Trend in Windeseile um den Globus. Kein Wunder verwenden immer mehr Firmen Edelsteine in ihren Produkten. Auch die Zürcherin Nazan Schnapp, deren Pflegelinien in so manchem Hollywood-Badezimmer stehen, setzt auf die Heilkräfte von Steinen für ihre nachhaltige Luxus-Kosmetik. »

**S**ome buy stocks, cars, real estate or jewellery. Others invest their money in scarce luxury raw materials such as gold, diamonds, precious stones or pearls. The cosmetics industry relies on these precious ingredients, which are essential in anti-aging care for mature and demanding skin. Even if the effectiveness is not scientifically proven everywhere, studies have shown that buying luxury goods makes people happy. And who is happy is beautiful.

### PEARLS, GOLD AND PLATINUM

In their ground form, pearls were already used as cosmetics in ancient times. The natural complex of marine minerals contains trace elements such as zinc, selenium, lithium, phosphorus, iodine, iron, magnesium and 20 amino acids. These are supposed to accelerate the metabolism, reduce impurities, act as free radical scavengers and regulate moisture. Because of its alleged anti-inflammatory and antibacterial effects, gold has also been used as a sought-after medicine in traditional Chinese medicine for thousands of years. The antioxidant and detoxifying properties that can counteract cell aging are particularly valued as an ingredient in creams and serums. The Swiss luxury cosmetics brand La Prairie goes one step higher and uses platinum in its most luxurious product category to counter the signs of the times. The precious metal, which came to earth in a meteor shower three and a half billion years ago, is said to strengthen the skin's protective barrier and improve its moisture balance. As a carrier for various peptides, it should also help to trigger a rejuvenation process in the skin.

**GEMSTONE COSMETICS FROM ANTIQUITY TO HOLLYWOOD**  
Diamonds are not only «A Girl's Best Friend» on the finger or on the neck: The pressed carbon acts as a luxurious peeling in skin care cosmetics, as abrasive dental care with a whitening effect, or it gives the skin a great glow with light-reflecting particles. In Hollywood, gemstones set the tone. Gemstone cosmetics are not new and have been used since the Egyptians. It became popular in western countries with the New Age wave. Their effectiveness has not been scientifically proven and opinions differ about it. Still, stars like Katy Perry, Victoria Beckham, Emma Watson and Kate Hudson swear by it. Model Miranda Kerr also relies on the power of rose quartz in her new care line «Kora». And thanks to 3.3 million followers, the trend is spreading around the world at lightning speed. No wonder more and more companies are »

*Heilsteine wurden schon  
im 12. Jahrhundert beschrieben.  
Healing stones were described as  
early as the 12th century.*



#### WHITELOTUS

Massage-Kamm «Gua Sha» aus Amethyst-Kristall. Eine Gesichtsmassage mit dem Mineral, dem man nachsagt es sorgt für spirituelle Klarheit soll Toxine abbauen. Geeignet für normale, trockene und sensible Haut. [www.nishes.ch](http://www.nishes.ch)  
Massage comb «Gua Sha» made of amethyst crystal. A facial massage with the mineral that is said to provide spiritual clarity is said to break down toxins. Suitable for normal, dry and sensitive skin. [www.nishes.ch](http://www.nishes.ch)

#### » HEILEN MIT JADE

Im TCM hat Jade eine grosse Bedeutung und wird bei der Heilmethode «Gua Sha» mit Massagetechniken angewendet. Dabei handelt es sich um eine Reiztherapie, bei der die Haut mithilfe eines Schabers besonders beansprucht und gereizt wird. Durch dieses Verfahren werden die Meridiane mit den Akupunkturpunkten behandelt. Grundsätzlich kann man «Gua Sha» am ganzen Körper anwenden. In Zürich bietet Cornelia Fäh in ihrem Studio «Skintherapist» eine gemilderte Form von «Gua Sha» an. Dabei setzt die Therapeutin auf massgeschneiderte und ganzheitliche Beauty-Behandlungen und ist auch auf Beratungen spezialisiert. Sie hat das Verfahren angepasst und daraus ein hautverjüngendes Facial entwickelt. Durch die Massage mit Jadesteinen können tiefere Hautschichten massiert und angeregt werden. Dabei werden auch die Meridiane mit den Akupunkturpunkten behandelt. Jade ist bekannt für seine entgiftende, heilende und stärkende Wirkung. «

» using gemstones in their products. Nazan Schnapp from Zurich, whose care lines can be found in many a Hollywood bathroom, also relies on the healing powers of stones for her sustainable luxury cosmetics.

#### HEALING WITH JADE

Jade is of great importance in TCM and is used in the «Gua Sha» healing method with massage techniques. This is an irritation therapy in which the skin is particularly stressed and irritated with the help of a scraper. This procedure treats the meridians with the acupuncture points. In principle, «Gua Sha» can be used on the whole body. In Zurich, Cornelia Fäh offers a milder form of «Gua Sha» in her «Skintherapist» studio. The therapist relies on tailor-made and holistic beauty treatments and is also specialized in consultations. She adapted the procedure and developed a skin-rejuvenating facial from it. The massage with jade stones can stimulate deeper layers of the skin. The meridians are also treated with the acupuncture points. Jade is known for its detoxifying, healing and strengthening effects. «



RODIAL  
«Pink Diamond Instant Lifting Serum», 30 ml, CHF 330.–

#### STEINE UND IHRE HEILENDE WIRKUNG STONES AND THEIR HEALING PROPERTIES

Bereits die Benediktinerin Hildegard von Bingen (1098 - 1179) hat 24 Heilsteine erfasst und ihre Wirksamkeit beschrieben. Die christliche Mystikerin hat das damalige Wissen über Krankheiten und Heilmittel aus Kräutern, Bäumen, Edelsteinen, Tieren und Metallen studiert und in zwei Werken gesammelt. Gerade mit der Rückbesinnung auf altes Wissen, ist sie Inspiration für viele, die sich mit dem Thema Naturkosmetik auseinandersetzen wollen.

The Benedictine nun Hildegard von Bingen (1098 - 1179) recorded 24 healing stones and described their effectiveness. The Christian mystic studied the knowledge of diseases and remedies made from herbs, trees, precious stones, animals and metals and collected it in two works. Especially with the return to old knowledge, it is inspiration for many who want to deal with the topic of natural cosmetics.

DER GRANAT ist ein Silikat und als Heilstein für die Kräftigung des Herzens bekannt und mobilisiert den Stoffwechsel. Nach Hildegard von Bingen kann er bei Gicht, Fieber, starken Kopfschmerzen, Abszessen, Entzündungen und Hautkrankheiten eingesetzt werden.

THE GARNET is an silicate and is known as a healing stone for strengthening the heart and mobilizing the metabolism. According to Hildegard von Bingen, it can be used for gout, fever, severe headaches, abscesses, inflammations and skin diseases.

DER MALACHIT ist ein mineralisches Carbon und gilt als Stein der Hoffnung. Er wirkt sich positiv auf das Herz-Kreislaufsystem aus und kurbelt die Sauerstoffversorgung an. Er hat eine entkrampfende, beruhigende, aber auch entschlackende und entgiftende Wirkung. Er wird gerne bei Erkrankungen von Knochen, Wirbelsäule, Rheuma, Gelenkentzündungen oder Bandscheibenproblemen eingesetzt und erweist sich als hilfreich bei chronischen Erkrankungen von Atemwegen und Asthma.

MALACHITE is a mineral carbon and is considered the stone of hope. It has a positive effect on the cardiovascular system and stimulates the oxygen supply. It has a relaxing, calming, but also a purifying and detoxifying effect. It is often used for diseases of the bones, spine, rheumatism, joint inflammation or intervertebral disc problems and has proven to be helpful in chronic diseases of the respiratory tract and asthma.

DER TURMALIN gehört zu den wichtigsten Heilsteinen und wirkt positiv auf das Nervensystem. Der Stein hat einen günstigen Einfluss bei Nervenentzündungen wie Gürtelrose oder Trigeminusneuralgie. Auch zur Kräftigung der Muskulatur findet er Anwendung.

TOURMALINE is one of the most important healing stones and has a positive effect on the nervous system. The stone has a beneficial effect on nerve inflammation such as shingles or trigeminal neuralgia. It is also used to strengthen the muscles.

DER BERGKRISTALL ist ein reiner Quarz und wird dem Immunsystem und den Gelenken zugeordnet. Er soll Abwehrkräfte stärken und dem Körper neue Energie verleihen. Nach Hildegard von Bingen kann er auch bei Beschwerden an der Schilddrüse, Herzleiden und Bauchschmerzen eingesetzt werden.

THE ROCK CRYSTAL is a pure quartz and is assigned to the immune system and the joints. It should strengthen the immune system and give the body new energy. According to Hildegard von Bingen, it can also be used for symptoms of the thyroid gland, heart problems and abdominal pain.

DER AMETHYST ist ein violetter Quarz und soll für Harmonie, innere Ruhe und Zufriedenheit sorgen. Er soll der Haut helfen, Feuchtigkeit besser zu speichern, stabilisiert den Blutdruck, regt den Stoffwechsel an und schützt die Haut. Nach Hildegard von Bingen wirkt er gegen Schwellungen und Flecken auf der Haut, Insektenstiche und als Edelsteinwasser wirkt er gegen Läuse.

THE AMETHYST is a violet quartz and is said to provide harmony, inner peace and satisfaction. It should help the skin to store moisture better, stabilize the blood pressure, stimulate the metabolism and protect the skin. According to Hildegard von Bingen, it works against swellings and spots on the skin, insect bites and, as gemstone water, it works against lice.

DER ROSENQUARZ ist ein rosarotes Quarzoxid, das für Selbstannahme, Liebe und Einfühlungsvermögen steht und wird darum auch Stein der Liebe genannt. Als Heilstein soll er positiv auf das Nervensystem, Herz- und Blutkreislauf, die Verdauung, das Knochengerüst und die Geschlechtsorgane wirken. Er soll auch Computerstrahlen und elektromagnetische Wellen entkräften und unterstützt die Hauterneuerung.

ROSE QUARTZ is a pink-red quartz oxide that stands for self-acceptance, love and empathy and is therefore also called the stone of love. As a healing stone, it is said to have a positive effect on the nervous system, heart and blood circulation, digestion, the skeleton and the sexual organs. It is also said to weaken computer rays and electromagnetic waves and supports skin renewal.

In Asien gehört JADE zu den wertvollsten Steinen. Es ist ein Mineral-Gemenge und besteht aus Jadeit und Nephrit. Es steht für Harmonie und Gleichgewicht und soll dem Träger Lebenslust und Freude schenken.

In Asia, JADE is one of the most valuable stones. It is a mixture of minerals and consists of jadeite and nephrite. It stands for harmony and balance and should give the wearer a zest for life and joy.

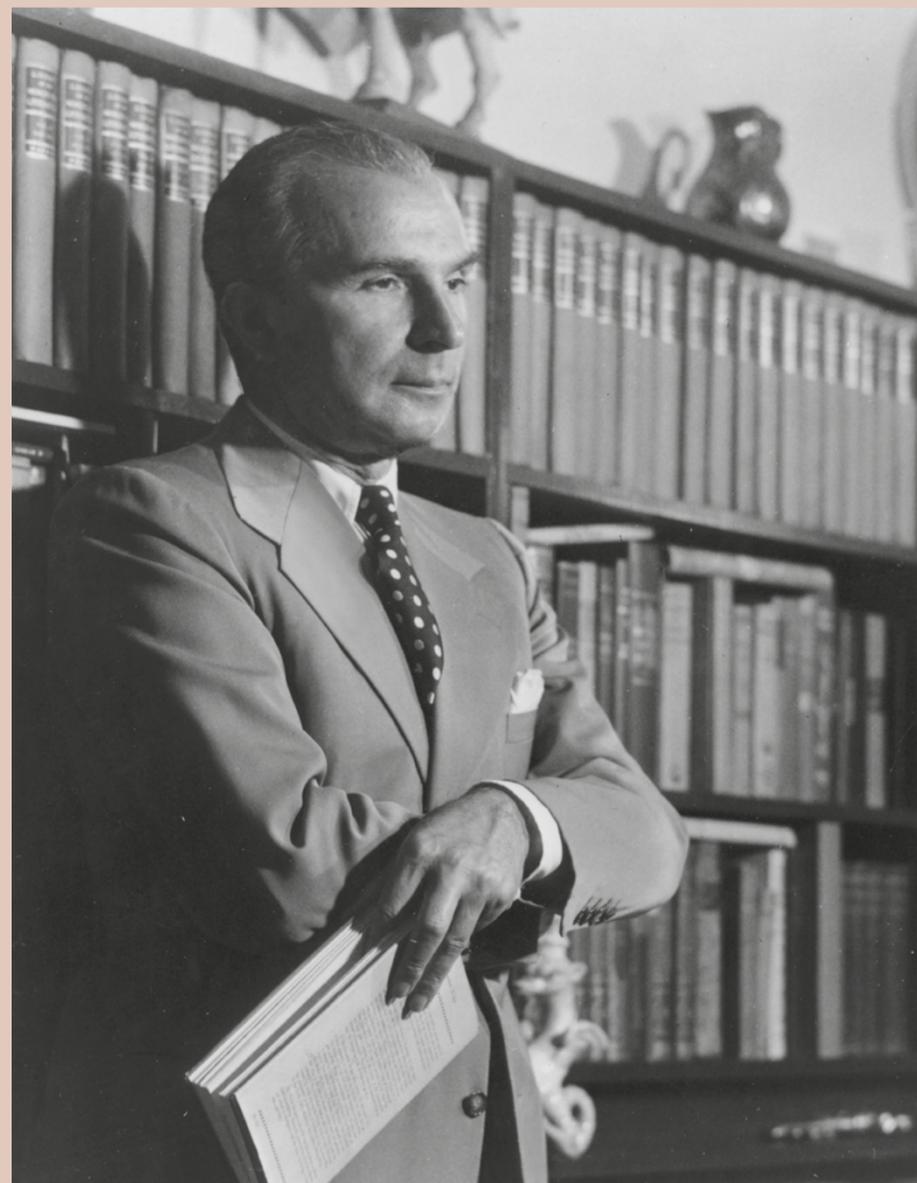


## Kleine Eitelkeiten

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



### AUFERSTEHUNG EINER LEGENDE

Der Ungar Dr. Erno Laszlo steht seit 1927 synonym für gesunde Haut und überzeugte auch Hollywoodstars wie Marilyn Monroe. Zum Vermächtnis des «Vaters der modernen Dermatologie» gehört die doppelte Reinigung mit Öl und Seife. Jetzt erlebt der Brand ein Revival mit neuen Besitzern. Die neue Tagespflege «Firmarine Firming Cream» basiert auf rein pflanzlichen Inhaltsstoffen und enthält Sheabutter, Chiasamen- und Olivenöl, Bakuchiol (eine natürliche Alternative zu Retinol) und Auszüge aus Spirulina Maxima-Alge.

### RESURRECTION OF A LEGEND

The Hungarian Dr. Erno Laszlo has been synonymous with healthy skin since 1927 and has also won over Hollywood stars like Marilyn Monroe. The legacy of the «father of modern dermatology» includes the double cleaning with oil and soap. Now the brand is experiencing a revival with new owners. The new day care «Firmarine Firming Cream» is based on purely herbal ingredients and contains shea butter, chia seed and olive oil, bakuchiol (a natural alternative to retinol) and extracts from Spirulina Maxima algae.



Erno Laszlo «Firmarine Firming Cream», ca. CHF 135.- (50 ml), [www.nishes.ch](http://www.nishes.ch)



### LUXUS-KUR

Die neue 4-Wochen-Kur von Sisley belebt die Lebensenergie der Haut nachhaltig. Ideal, um nach den Festtagen zu regenerieren. In der ersten Woche werden Impulse gesendet und Ermüdungserscheinungen reduziert. Die zweite Woche steht unter dem Motto Erneuerung und verbessert das Hautbild. In Woche drei steht Konsolidierung auf dem Plan, spricht die Minderung von Alterserscheinungen. In Woche vier wird Falten den Kampf angesagt.

### LUXURY CURE

The new 4-week cure from Sisley sustainably invigorates the skin's vital energy. Ideal to regenerate after the holidays. In the first week, pulses are sent and symptoms of fatigue are reduced. The motto of the second week is renewal and improve the complexion. In week three, the plan is to consolidate, that is, to reduce the signs of aging. In week four, wrinkles will be declared.

Sisley «Sisleÿa L'Intégral Anti-Âge La Cure», ca. CHF 1079.- (4 Flakons), [www.sisley.fr](http://www.sisley.fr)



Nuggela & Sulé «Premium Shampoo Nr. 1», angereichert mit Zwiebel aber frei von deren Geruch, ca. CHF 24.90 (250 ml), [www.marionnaud.ch](http://www.marionnaud.ch)

### HAUSREZEPT

Zwiebeln sind in der Küche ein potentes Mittel, aber auch in der Beauty, das wussten bereits die alten Griechen. Besonders gut tun sie den Haaren: Sie beschleunigen das Haarwachstum, gleichen den Talgüberschuss aus, wirken gegen Haarausfall und zögern das Grauerwerden hinaus.

### HOUSE RECIPE

Onions are a potent ingredient in the kitchen, but also in beauty, as the ancient Greeks already knew. They are especially good for the hair: They accelerate hair growth, balance excess sebum, counteract hair loss and delay graying out.



### NOBELPREIS BEAUTY

Die Marke Noble Panacea basiert auf der Grundlage der Forschungsarbeit von Sir James Fraser Stoddart. Der britische Wissenschaftler erhielt 2016 den Nobelpreis für Chemie. Aufbauend auf seine preisgekrönte Forschung wurde die Organic Molecular Vessel TM-Technologie (OMVTM) entdeckt, die unter der Leitung von Sir Fraser Stoddart direkt in die Entwicklung der Gesichtspflege miteinflusst. Das Ergebnis dieser wissenschaftlichen Arbeit sind die zwei Kollektionen «Absolute» und «Brilliant». Sie sind frei von Inhaltsstoffen, die man sich nicht auf die Haut auftragen möchte.

The Noble Panacea brand is based on the research work of Sir James Fraser Stoddart. The British scientist received the 2016 Nobel Prize in Chemistry. Building on his award-winning research, the Organic Molecular Vessel TM (OMVTM) technology was discovered, which was directly incorporated into the development of facial care under the direction of Sir Fraser Stoddart. The result of this scientific work are the two collections «Absolute» and «Brilliant». They are free from ingredients that you don't want to apply to your skin.



### AKTIVISTIN

Juristin und Feministin Gemma Chan gehört zur neuen Generation Hollywoodschauspielerinnen. Sie wurde nun zur Markenbotschafterin von L'Oréal Paris. Die lawyer and feminist Gemma Chan belongs to the new generation of Hollywood actresses. She has now become the brand ambassador for L'Oréal Paris. [lorealparis.ch](http://lorealparis.ch)



### LA BOUCHE EN ROSE

Die saisonal limitierte Lippenstift-Kollektion wurde inspiriert von den kontrastreichen Perspektiven von Charles Sheeler, den ruhigen Stilleben von John Register und Arduino Cantàfora, ebenso wie von den abstrakten Kompositionen Jean Hélions. Ob in seidig glänzendem «Rose Ombré», leuchtendem «Rose Pommette» oder samtigen «Rose Nuit» – diese «Rouge Hermès»-Lippenstifte sind ein Muss für die Handtasche.

### LA BOUCHE EN ROSE

The seasonally limited lipstick collection was inspired by the contrasting perspectives of Charles Sheeler, the quiet still lifes of John Register and Arduino Cantàfora, as well as the abstract compositions of Jean Hélion. Whether in a silky, shiny «Rose Ombré», a bright «Rose Pommette» or a velvety «Rose Nuit» - these «Rouge Hermès» lipsticks are a must-have for the handbag.

Hermès «Limited Edition Rouge Hermès», je ca. CHF 70.-, [www.hermes.com](http://www.hermes.com)

# ROMANTIC GETAWAY IN LAUSANNE



SIT BACK AND ENJOY A ROMANTIC BREAK WITH YOUR CHOSEN ONE



Royal Savoy Hotel & Spa Lausanne  
Avenue d'Ouchy 40, 1006 Lausanne  
T. + 41 21 614 88 32 - spa@royalsavoy.ch  
www.royalsavoy.ch



ROYAL SAVOY  
HOTEL & SPA  
LAUSANNE

# COTE ESCAPE

DIE WELT ERLEBEN: HOTELS, KÜCHE UND REISE-LUXUS NEU DEFINIERT



Foto: Thomas Gloor

Mit dem Expeditionsschiff und Schlauchbooten unterwegs in der Antarktis ...

# *In the Icy South*

Ganz so rau wie bei den ersten Antarktis-Expeditionen vor hundert Jahren geht es zwar heute nicht mehr zu auf den abenteuerlichen Schiffsreisen im Südlichen Eismeer, doch noch immer hat die Natur das Sagen.

Although they are no longer as rough as the first Antarctic explorers experienced it a hundred years ago, the adventurous ship journeys in the Southern Arctic Ocean still make it clear: Here nature is in charge.

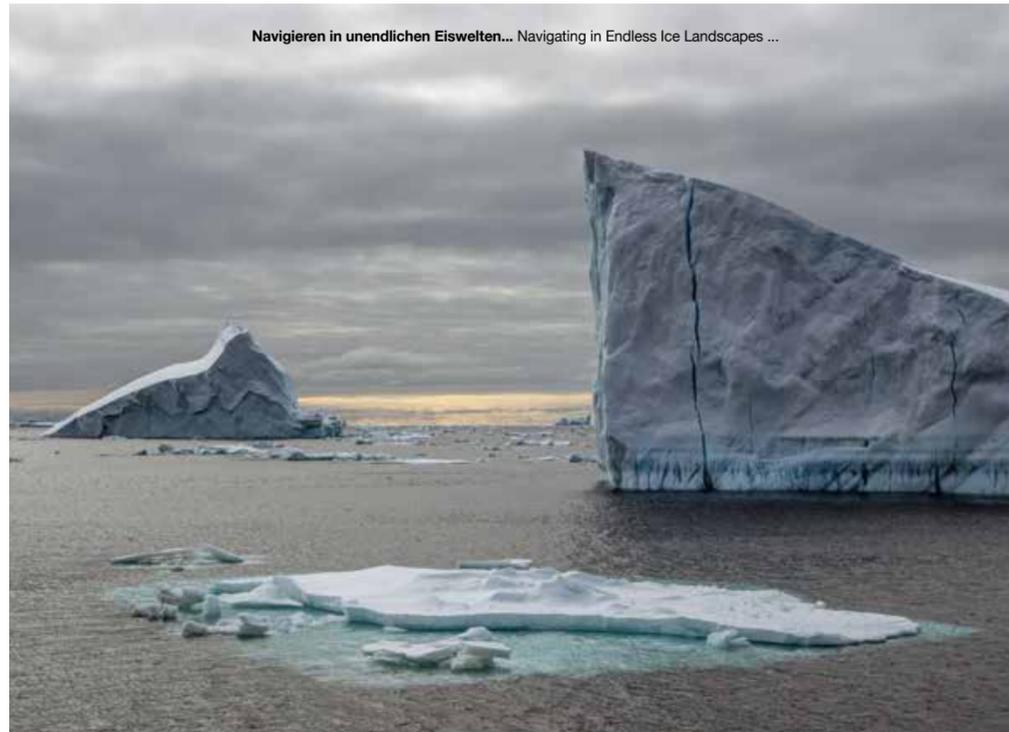


Keine Bling-Bling-Kreuzfahrt, dafür mit Wissenschaftlern unterwegs auf dem Expeditionsschiff «MS Plancius». Königspinguine heißen die Schlauchboot-Passagiere willkommen.  
No bling-bling cruise, but traveling with scientists on the expedition ship «Plancius». King penguins welcome the passengers on their rubber boat.



Eisberg voraus... Auf stürmischer See von Ushuaia Richtung Antarktis.  
Iceberg ahead ... On stormy seas from Ushuaia towards Antarctica.





Navigieren in unendlichen Eiswelten... Navigating in Endless Ice Landscapes ...

**M**änner für gefährliche Fahrt gesucht. Geringe Heuer. Bittere Kälte. Lange Monate der absoluten Dunkelheit. Ständige Gefahr. Sichere Rückkehr zweifelhaft. Ehre und Anerkennung im Erfolgsfall». Mit diesen Worten warb der berühmte britische Polarforscher Sir Ernest Shackleton 1914 für seine Antarktis-Expedition. Unterdessen sind die Gefahren etwas geringer geworden, weil die besser ausgerüsteten Schiffe von zahlreichen Experten begleitet werden; doch etwas Mut und vor allem viel Flexibilität sind immer noch Grundvoraussetzung für Reisen mit Expeditions-Charakter, denn die Wetterbedingungen können eine grosse Herausforderung darstellen und werden die definitive Route weitgehend bestimmen.

#### DIE SÜDLICHSTE STADT DES PLANETEN

Vorgesehen ist, in Ushuaia, gut vier Flugstunden südlich von Buenos Aires, als Passagiere der «MS Plancius» zu starten, um die entlegenen Naturschönheiten mit ihrer einzigartigen Tierwelt zu erkunden. Das eher kleine, dafür umso wendigere Schiff steuert zuerst die nordöstlich gelegenen Falkland Inseln an und fährt die gut hundert Reisenden aus den USA, England, Holland und der Schweiz dann über Süd-Georgien zu den südlichen Orkney-Inseln, auf der ein Besuch der argentinischen Forschungsstation «Orcadass» geplant ist. Nach zahlreichen weiteren Anlandungen auf der Antarktischen Halbinsel geht es zurück in den Hafen der «südlichsten Stadt des Planeten», wie Ushuaia auch genannt wird. Diese letzte Etappe führt durch die berühmt-berüchtigte Drake Passage, in welcher zehn Meter hohe Wellen keine Seltenheit sind. Ihre Lage zwischen dem Kap Hoorn und den Südshetland Inseln, zwischen dem 56. und 60. südlichen Breitengrad ist sicherlich der Ursprung für die Seemannsweisheit: «Unterhalb von 40 Grad gibt es kein Gesetz mehr. Unterhalb von 50 Grad gibt es keinen Gott mehr.» »

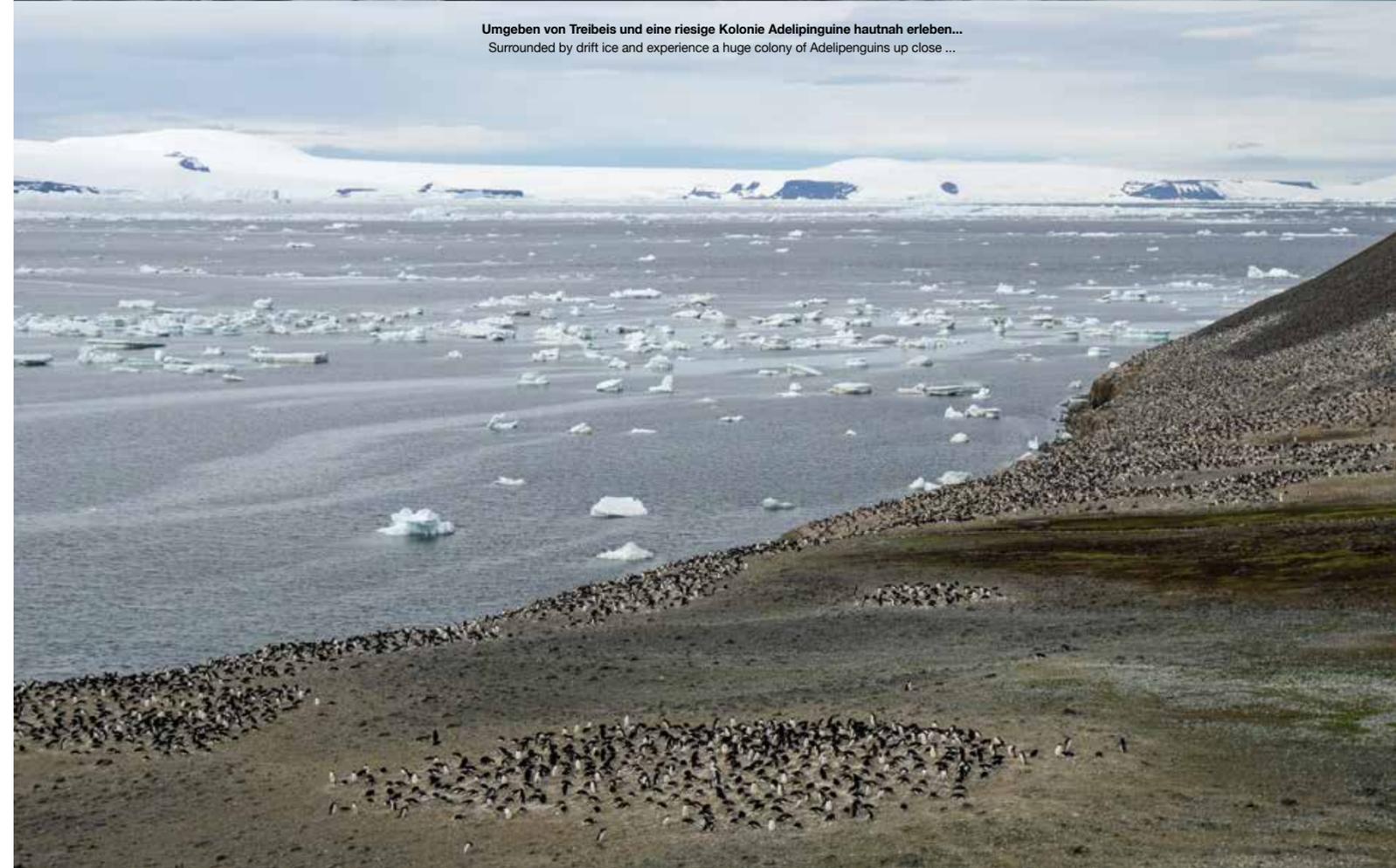
**M**en wanted for dangerous journeys. Low wages. Bitter cold. Long months of absolute darkness. Constant danger. Safe return doubtful. Honour and recognition in the case of success». With these words the famous British polar explorer Sir Ernest Shackleton advertised his Antarctic expedition in 1914. In the meantime, the dangers have decreased somewhat because the better equipped ships are accompanied by numerous experts; But a little courage and, above all, a lot of flexibility are still a basic requirement for trips with an expedition character, because the weather conditions can be a great challenge and will largely determine the definitive route.

#### THE SOUTHERNMOST CITY ON THE PLANET

The plan is to take off as passengers on the MS Plancius in Ushuaia, a good four hours south of Buenos Aires, to explore the most remote natural beauties with their unique fauna. The rather small, but all the more manoeuvrable ship first heads for the Falkland Islands in the northeast and then takes a good hundred travelers from the USA, England, Holland and Switzerland via South Georgia to the southern Orkney Islands, on which a visit to the Argentine Islands Research station «Orcadass» is planned. After numerous other landings on the Antarctic Peninsula, it goes back to the port of the «southernmost city on the planet», as Ushuaia is also called. This last stage leads through the infamous Drake Passage, in which ten meter high waves are not uncommon. Its location between Cape Horn and the South Shetland Islands, between the 56th and 60th degrees of southern latitude, is certainly the origin of the seaman's wisdom: «There is no »



Umgeben von Treibeis und eine riesige Kolonie Adelipinguine hautnah erleben...  
Surrounded by drift ice and experience a huge colony of Adelipenguins up close ...





Für einmal ist es grün statt weiss... Besuch bei den Seelöwen und Zeugen der Vergangenheit...  
For once it's Green Instead of White ... A Visit to the Sea Lions and Witnesses of the Past ...

» LANDGANG MIT SCHLAUCHBOOTEN

Beim Einschiffen ist die Witterung noch optimal, sonnig und mit zehn Grad Celsius ganz angenehm – was beim ersten Landgang auf Carcass Island, eine der grünen Falkland-Inseln, als überraschend warm empfunden wird. Oder ist man in Erwartung des bevorstehenden, frostigen Klimas einfach zu warm eingepackt? Wohl kaum, denn wer diese Landschaft mit seiner reichen Fauna aus der Nähe erleben will, kann dies nur bei einem geführten Landgang in Gruppen tun. Dieser erfolgt mit sogenannten «Zodiacs», den kleinen Schlauchbooten, weil nur sie in den naturbelassenen Buchten anlegen dürfen. Spätestens bei dieser kurzen Fahrt wird jedem Teilnehmenden durch die unmittelbare Nähe des eisigen Wassers bewusst, wie wichtig wasserdichte Kleidung und Stiefel sind – unabhängig von Klima und persönlichem Komfort.

WISSENSCHAFTLER AN BORD VERMITTELN FACHWISSEN

Auch das Schiff ist nicht auf eine edle Ausstattung ausgerichtet, sondern – nebst exzellenter Küche – ganz auf Sicherheit und Funktionalität. Der luxuriöse Charakter dieser Erkundungsreise liegt überdies im grossen Reichtum an Fachwissen und Erfahrung, das ein zehnköpfiges Team von Wissenschaftlern auf den Gebieten der Geografie, Geologie, Glaziologie, Meeresbiologie oder Atmosphären-Physik den Passagieren an Bord und auf Landgängen vermittelt. Zu dem erfahrenen «Oceanwide Expeditions»-Team, dem Organisator dieser Reise, gehören aber auch Spezialisten mit spezifischen Interessen wie dem Polartauchen. Als Forscher und Filmemacher verfügen sie über genaueste Kenntnisse dieser Gegend und führen ihre Gäste zu den geheimnisvollsten Orten. Ein einmaliges Erlebnis, das auch eine kleine Gruppe geübter amerikanischer Taucher auf der «MS Plancius» wahrnimmt, um in Begleitung dreier Profis die eisige Unterwasserwelt zu erforschen.

EIN SEELEOPARD GREIFT AN

Kurz vor der Süd-Georgischen Inselgruppe spielt das Wetter erstmals nicht mehr mit: Dichter Nebel zieht auf und Wellen bis zu drei Metern sorgen für eine gewisse »

*Forscher und Filmemacher verfügen über genaueste Kenntnisse dieser Gegend und führen ihre Gäste zu den geheimnisvollsten Orten.*

*Researchers and filmmakers have an in-depth knowledge of this area and guide their guests to the most mysterious places.*

» longer any law below 40 degrees. There is no god below 50 degrees.»

SHORE EXCURSION WITH RUBBER DINGHIES

When embarking, the weather is still optimal, sunny and very pleasant at ten degrees Celsius - which is surprisingly warm on the first shore leave on Carcass Island, one of the green Falkland Islands. Or are we just wrapped up too warm in anticipation of the upcoming frosty climate? Hardly, because anyone who wants to experience this landscape with its rich fauna up close can only do so with a guided shore excursion in groups. This is done with so-called «Zodiacs», the small inflatable boats, because only they are allowed to moor in the natural bays. At the latest during this short trip, the immediate proximity of the icy water will make every participant aware of the importance of waterproof clothing and boots - regardless of the climate and personal comfort.

SCIENTISTS ON BOARD IMPART SPECIALIST KNOWLEDGE

Even the ship is not geared towards elegant furnishings, but - in addition to excellent cuisine - entirely towards safety and functionality. The luxurious character of this exploration trip lies in the wealth of specialist knowledge and experience that a team of ten scientists in the fields of geography, geology, glaciology, marine biology or atmospheric physics impart to passengers on board and on shore leave. The experienced «Oceanwide Expeditions» team, who organized this trip, also includes specialists with specific interests such as polar diving. As researchers and filmmakers, they have an in-depth knowledge of this area and guide their guests to the most mysterious places. A unique experience that a small group of experienced American divers can enjoy on the «MS Plancius» is to explore the icy underwater world in the company of three professionals.

A LEOPARD SEAL ATTACKS

Shortly before the South Georgian archipelago, the weather no longer cooperates for the first time: thick fog and waves of up to three meters cause a certain unrest on the deck. Good to know that the Russian captain has many years of experience in dealing with such forces of nature and has already maneuvered the ship through ten meter high waves in »



Das unendliche Blau des Antarktischen Eises... Forschungsstation am unteren Ende der Welt...  
The Infinite Blue of the Antarctic ice ... Research Station at the Bottom of the World ...





Ushuaia, die südlichste Stadt der Welt als Ausgangspunkt für Reisen in die Antarktis...  
Ushuaia, the southernmost city in the world as a starting point for trips to Antarctica ...



» Unruhe auf dem Deck. Gut zu wissen, dass der russische Kapitän über jahrelange Erfahrung im Umgang mit solchen Naturgewalten verfügt und das Schiff in diesen Breitengraden auch schon durch zehn Meter hohe Wellen manövriert hat, wie er uns erstaunlicherweise verrät. Denn dem sonst eher wortkargen «Seebär» war bislang bei unseren Besuchen auf der Kommandobrücke noch kein Wort zuviel über die Lippen gekommen. Jedenfalls nicht freiwillig. Wenn er hingegen einen Landgang aus Sicherheitsgründen untersagt, kann er mit dem Expeditionsleiter schon mal sehr engagiert diskutieren. Ein Profi eben. Ernsthafte Gefahren drohen aber auch aus dem Tierreich: Am 13. Tag der Reise wird ein «Zodiac» bei der Fahrt zur Elephant Island nördlich der Antarktischen Halbinsel von einem Seeleoparden angegriffen: Mit einem kräftigen Biss in den massiven Gummi des kleinen Schlauchbootes zerstört er eine Luftkammer und sorgt dafür, dass drei der sportlichsten Teilnehmer auf offener See in ein anderes Boot umsteigen müssen, was wegen den Wellen und dem rutschigen, nassen Boden nicht ganz einfach ist. Ein Abenteuer, das diesmal glimpflich ausgeht, aber den Passagieren eindrücklich ins Bewusstsein ruft, dass in diesen Gewässern, rund 1000 km entfernt von einer grösseren Ortschaft im Notfall nicht mit einer schnellen Rettung per Helikopter oder Flugzeug zu rechnen ist.

#### IN DER KOLONIE DER KÖNIGSPINGUINE

Zu den bezauberndsten Geheimnissen dieses Kontinents gehören die Bewohner dieser unendlichen Eiswelten und kargen Täler, die Robben, Wale, seltenen Seevögel und natürlich die Pinguine. Auf Salisbury Plain in Süd-Georgien etwa steht man überwältigt inmitten der grössten Königspinguin-Kolonie der Welt – bedacht darauf, den gebotenen Abstand zu den Tieren einzuhalten. Diese jedoch kennen keine Regeln und suchen neugierig die Nähe zu den Menschen. Weniger willkommen fühlt man sich von den See-Elefanten und antarktischen Seebären, die während der Brutsaison auch auf der Insel leben. Das Gebaren der verschiedenen Tierarten zu beobachten ist sehr aufschlussreich und zuweilen so amüsant, dass man sich abends gerne nach dem Diner mit andern Tierliebhabern austauscht. Die Küche auf der «MS »

*«Männer für gefährliche Fahrt gesucht. Geringe Heuer. Bittere Kälte. Lange Monate der absoluten Dunkelheit. Ständige Gefahr. Sichere Rückkehr zweifelhaft. Ehre und Anerkennung im Erfolgsfall».*

*Sir Ernest Shackleton  
(1874 – 1922)*

» these latitudes, as he surprisingly reveals to us. Because the otherwise taciturn «sea dog» had not yet spoken too much during our visits to the command bridge. At least not voluntarily. If, on the other hand, he forbids going ashore for safety reasons, he can engage in discussions with the expedition leader. He is just a real professional. Serious dangers also threaten from the animal kingdom: On the 13th day of the trip, a «Zodiac» is attacked by a leopard seal on its way to Elephant Island north of the Antarctic Peninsula: With a strong bite into the massive rubber of the small inflatable boat, the animal destroys an air chamber and ensures that three of the sportiest participants have to change to another boat on the open sea, which is not easy because of the waves and the slippery, wet ground. An adventure that ends lightly this time, but impressively reminds passengers that in these waters, around 1000 km away from a larger town, a quick rescue by helicopter or plane is not to be expected in an emergency.

#### IN THE KING PENGUIN COLONY

The most enchanting secrets of this continent include the inhabitants of these endless ice worlds and barren valleys, the seals, whales, rare sea birds and of course the penguins. On Salisbury Plain in South Georgia, for example, you stand overwhelmed in the middle of the largest king penguin colony in the world - careful to keep the necessary distance to the animals. However, they do not know any rules and are curious to seek closeness to people. The elephant seals and Antarctic fur seals that live on the island during the breeding season make you feel less welcome. Observing the behavior of the different animal species is very informative and sometimes so amusing that in the evenings after dinner one likes to chat with other animal lovers among the travellers. The kitchen on the «MS Plancius» can easily compete with any first-class restaurant. This is particularly appreciated after greater exertion and in bad weather. But on the way to the South Pole, which is about 3700 kilometers away, the sun mostly spoils us and creates the best conditions for numerous shore excursions. The highlight is certainly the glistening white panorama of the Antarctic Peninsula, which casts a spell on us standing on the deck. »



Noch etwas Sonne tanken in Buenos Aires bevor es ganz nach Süden ins Eis geht...  
Soak up some sun in Buenos Aires before heading south into the ice ...

» Plancius» kann es übrigens spielend mit jedem erstklassigen Restaurant aufnehmen. Das wird nach grösseren Strapazen und bei schlechtem Wetter besonders geschätzt. Doch auf dem Weg Richtung Südpol, der etwa 3700 Kilometer weit entfernt liegt, verwöhnt uns weiterhin meist die Sonne und schafft beste Bedingungen für zahlreiche Landgänge. Den Höhepunkt bildet aber sicher das glitzernd weisse Panorama der Antarktischen Halbinsel, das uns auf dem Deck stehend in den Bann zieht.

#### MAXIMAL HUNDERT GÄSTE AN LAND

Riesige Eisblöcke, die unser Schiff nach der Einfahrt in die Weddell-See in der Nähe des südlichen Polarkreises passiert, unterstreichen diese unglaublichen Dimensionen, besonders aber der Anblick des Eisberges A-68a, der 2017 vom Larsen-Schelfeis abgebrochenen war (Länge 170km, Breite 50km, Dicke 200m und Fläche 5800 km<sup>2</sup>). Überwältigende Naturwunder, die daran erinnern, wie wichtig es ist, diese ökologisch sensible Gegend zu schützen, auch vor Massentourismus. Die Antarktische Halbinsel, die grösser ist als Europa, empfängt jährlich 40000 Besucher\*innen. Diese Zahl wird noch als realtiv gering eingeschätzt. Damit dies so bleibt, ist der Zugang zu vielen Gebieten von besonderem wissenschaftlichem Interesse, den «Specially Protected Areas», untersagt. Bei allen anderen sorgen die Reiseveranstalter seit Beginn des Tourismus in der Antarktis vor fast vierzig Jahren für die strenge Einhaltung von gemeinsam vereinbarten Wildtier-Konventionen. Denn einer der Hauptgründe für den Besuch dieser Gegend ist die einzigartige Fauna, die hier noch in ihrem natürlichen Lebensraum beobachtet werden kann. Um dieses Privileg zu erhalten, gilt etwa die Bestimmung, dass nie mehr als hundert Gäste gleichzeitig an Land der geschützten Inselgruppen gehen dürfen oder dass für jeweils fünfzehn bis zwanzig Passagiere ein begleitender Lektor verantwortlich ist. Denn gut informierte und vom Naturschauspiel begeisterte Reisende sind immer noch die besten Botschafter, wenn es darum geht, für den Schutz der Polargebiete einzutreten. «

» A MAXIMUM OF ONE HUNDRED GUESTS ON LAND

Huge blocks of ice that our ship passes after entering the Weddell Sea near the Arctic Circle underline these unbelievable dimensions, but especially the sight of the A-68a iceberg, which broke off the Larsen Ice Shelf in 2017 (length 170 km, width 50km, thickness 200m and area 5800 km<sup>2</sup>). Overwhelming natural wonders that remind us of how important it is to protect this ecologically sensitive area, also from mass tourism. The Antarctic Peninsula, which is larger than Europe, receives 40000 visitors a year. This number is still estimated to be relatively low. To ensure that it stays that way, access to many areas of particular scientific interest, the «Specially Protected Areas», is prohibited. For all the others, the tour operators have been ensuring strict compliance with mutually agreed wildlife conventions since tourism began in the Antarctic almost forty years ago. Because one of the main reasons for visiting this area is the unique fauna that can still be observed here in its natural habitat. In order to maintain this privilege, there is a stipulation that never more than a hundred guests may go ashore on the protected archipelago at the same time or that an accompanying lecturer is responsible for every fifteen to twenty passengers. Well-informed travelers who are enthusiastic about the natural spectacle are still the best ambassadors when it comes to standing up for the protection of the polar regions. «

*«Men wanted for dangerous journeys. Low wages. Bitter cold. Long months of absolute darkness. Constant danger. Safe return doubtful. Honour and recognition in the case of success».*

*Sir Ernest Shackleton  
(1874 - 1922)*



Inès de la Fressange mit Gherardo Felloni, Designer des Hauses Roger Vivier.  
Inès de la Fressange with Gherardo Felloni, designer at Roger Vivier.

## TRAVEL NOTES WITH INÈS DE LA FRESSANGE

**Die Pariserin lebt den Lifestyle, über den sie zusammen mit ihrer Co-Autorin Sophie Gachet in den Stil-Bestsellern «Pariser Chic» schreibt. Sie hat ihr eigenes Modelabel, ist Botschafterin der edlen Schuhmarke Roger Vivier und arbeitet als Gastdesignerin für diverse Marken, diesen Winter für Uniqlo.**

The Parisian lives the lifestyle that she and her co-author Sophie Gachet write about in the best-sellers «Parisian Chic». She has her own fashion label, is an ambassador for the noble shoe brand Roger Vivier and works as a guest designer for various brands, this winter for Uniqlo.

Olivier Rohrbach (interview) Roger Vivier PD / zVg (fotos)

### COTE MAGAZINE: WAS BEFINDET SICH IN IHREM HANDGEPÄCK?

*Inès de la Fressange:* Das hängt ganz vom Ort ab, an den ich reise. Immer und überall dabei habe ich ein Parfum und eine Duftkerze. Man kann ins Paradies reisen, aber wenn es dort nicht gut riecht ist es nicht das Paradies...

### WAS LESEN ODER HÖREN SIE AUF REISEN?

Ich nehme immer Bücher mit, die zur Reise passen, wie «Der Gott der kleinen Dinge» von Arundhati Roy wenn ich nach Indien fahre oder etwas von Emily Brontë für Trips nach England. Aber am wichtigsten ist ein gedruckter Reiseführer. Darin lese ich schon vor der Abreise.

### WIE ENTSPANNEN SIE AN BORD?

Oh, ich bin eine total langweilige Person! (lacht) Ich ziehe Kaschmir-Socken über und einen grossen Schal. Ich esse nichts und trinke nur Wasser und schlafe während des ganzen Fluges. Das hilft mir gegen Jetlag und ich fühle mich danach besser auf dem Rest der Reise.

### IHRE BEVORZUGTE FLUGGESELLSCHAFT?

Ich liebe Air France. Die sind sehr freundlich und tun ihr Bestes, um einem zu helfen. Aber ich denke jeder liebt die Airline seines eigenen Landes, nicht wahr? (lacht)

### WELCHE SIND DIE SURREALSTEN ORTE, DIE SIE BISHER BESUCHT HABEN?

Ich war einmal in einem Palast mitten in der Wüste in Indien. Es war wie in einem Traum. Ich kam nachts an und es war sehr mysteriös und mit fantastischen Möbeln aus den 1930er-Jahren und eleganten Menschen. Die beste Entdeckung war als ich am nächsten Morgen aufwachte und diesen riesigen See mit wunderschönen Vögeln direkt vor dem Palast sah. Surreal war auch, als ich einmal an einem Tanz-Festival auf den Neuen Hebriden war. Das war total schräg.

### WELCHE HOTELS EMPFEHLEN SIE IN PARIS?

Was ich sehr liebe, sind diese vielen kleinen und charmanten Hotels in Paris. Dazu gehören das Hotel «De L'Abbaye» ([www.hotelabbayeparis.com](http://www.hotelabbayeparis.com)), das «L'Hôtel» ([www.l-hotel.com](http://www.l-hotel.com)) ist mythisch weil Oscar Wilde darin gewohnt hat und das «L'Hôtel Particulier» ([www.hotel-particulier.com](http://www.hotel-particulier.com)) ist sehr speziell und wie ein privates Wohnhaus im Montmartre.

### WIE BEHÄLT DAS REISEN DEN GLAMOUR IN ZEITEN DER PANDEMIE?

Ich denke, indem man am besten zu Hause bleibt!

### WO HABEN SIE ZULETZT FERIEN VERBRACHT?

Während der letzten Ferien war ich zu Hause in meinem Haus in der Provence. Das tue ich am allerliebsten, vor allem wenn alle meine Freunde und meine beiden Töchter auch dort in sind. Märchenhaft sind meine Reisen zu Weihnachten in die Schweiz. Dann fahre ich jeweils mit der MOB Montreux Oberland Bahn nach Rossinière, wo ich gute Freunde habe. «

«*Märchenhaft sind meine Reisen zu Weihnachten in die Schweiz.*»

*Inès de la Fressange*

«*I love my trips to Switzerland for Christmas.*»

*Inès de la Fressange*



Inès de la Fressanges Lieblingsschuh mit Strass-Schnalle von [www.rogervivier.com](http://www.rogervivier.com). Mehr von Inès de la Fressange auf [www.lalettedines.fr](http://www.lalettedines.fr)

### COTE MAGAZINE: WHAT IS IN YOUR HAND LUGGAGE?

*Inès de la Fressange:* It all depends on the place I'm going to. I always have a perfume and a scented candle with me, however. You can travel to paradise, but if it doesn't smell good there it is not paradise...

### WHAT DO YOU READ OR LISTEN TO WHEN YOU TRAVEL?

I always take books with me that go with the trip, like «The God of Little Things» by Arundhati Roy when I go to India or something by Emily Brontë for trips to England. But the most important thing for me is a printed travel guide. I read it before I leave.

### HOW DO YOU RELAX ON BOARD?

Oh, I'm a totally boring person! (laughs) I put on cashmere socks and a big scarf. I don't eat anything and only drink water and sleep during the whole flight. That helps me out against jet lag.

### YOUR PREFERRED AIRLINE?

I love Air France. They are always very friendly and do their best to help you. But I think everyone loves their own country's airline, don't they? (laughs)

### WHAT ARE THE MOST SURREAL PLACES YOU HAVE VISITED SO FAR?

I was in a palace in the middle of the desert in India. It was like a dream. I arrived at night and it was very mysterious and with fantastic 1930s furniture and elegant people. The best discovery was when I woke up the next morning and saw this huge lake with beautiful birds right in front of the palace. It was also surreal when I went to a dance festival in the New Hebrides. That was totally weird.

### WHICH THREE HOTELS DO YOU RECOMMEND IN YOUR CITY?

Most of my Paris tips are in my books. What I love very much are these many small and charming hotels in Paris. These include the «De L'Abbaye» ([www.hotelabbayeparis.com](http://www.hotelabbayeparis.com)), the «L'Hôtel» ([www.l-hotel.com](http://www.l-hotel.com)) is mythical because Oscar Wilde lived in it and the «L'Hôtel Particulier» ([www.hotelparticulier.com](http://www.hotelparticulier.com)) is very special and like a private residence in Montmartre.

### HOW DOES TRAVEL KEEP THE GLAMOUR IN TIMES OF PANDEMIE?

I think the best way is by staying home!

### WHERE DID YOU SPEND YOUR LAST VACATION?

During the last vacation I was at home in my house in Provence. That's what I love to do most, especially when all of my friends and my two daughters are in there too. I also love my trips to Switzerland for Christmas. They are like a fairy tale. Then I take the MOB Montreux Oberland Bahn to Rossinière, where I have good friends. «

ÉVIAN • LAC LÉMAN • TOUT PRÈS DE CHEZ VOUS

HOTEL  ROYAL  
★★★★★  
*(parenthèse enchantée)*



UN PALACE EVIAN RESORT [WWW.HOTEL-ROYAL-EVIAN.COM](http://WWW.HOTEL-ROYAL-EVIAN.COM)

PALACE

# COTE & THE CITY

CULTURE, SHOPS, FOOD, SPECIAL PROMOTIONS: DAS IST IN DER STADT LOS



Foto: Joggli Stoecklin, © 2020 / 2021 Museum Tinguely, Basel / zlg

Jean Tinguely und Claude Lalande in der Impasse Ronsin in Paris, ca. 1960, gegenwärtig im Museum Tinguely in Basel.

# Agenda

## malerei



**OTTILIE ROEDERSTEIN – EINE SCHWEIZER KÜNSTLERIN WIEDERENTDECKT**  
Ottilie Wilhelmine Roederstein (1859–1937) war zu ihren Lebzeiten die wichtigste Schweizer Malerin. Nicht nur in ihrem Heimatland, auch in Deutschland und Frankreich fand sie grosse Anerkennung für ihre Porträts und Stillleben und stellte ab 1883 ihre Gemälde erfolgreich in Paris, London, Frankfurt am Main und Chicago aus. Als einzige Künstlerin vertrat sie 1912 die Schweiz bei der epochalen «Internationalen Kunstausstellung des Sonderbundes» in Köln – neben männlichen Kollegen wie Ferdinand Hodler, Giovanni Giacometti und Cuno Amiet. Trotz ihrer einst internationalen Wertschätzung ist Roederstein fast unmittelbar nach ihrem Tod in Vergessenheit geraten. Nach über 80 Jahren ist die Ausstellung im Kunsthaus Zürich mit rund 70 Werken die erste monografische Werkschau in der Schweiz, die das stilistisch vielfältige Œuvre der Künstlerin wieder einem breiten Publikum zugänglich macht.

Bis 5. April 2021  
Kunsthaus, Heimplatz 1, 8001 Zürich; [www.kunsthau.ch](http://www.kunsthau.ch)

Ottilie Wilhelmine Roederstein (1859–1937) was the most important Swiss painter during her lifetime. Also in Germany and France, she found great recognition for her portraits and still lifes and from 1883 she exhibited her paintings in Paris, London, Frankfurt am Main and Chicago. In 1912 she was the only female artist to represent Switzerland at the epoch-making «International Art Exhibition of the Sonderbund» in Cologne - alongside male colleagues such as Ferdinand Hodler, Giovanni Giacometti and Cuno Amiet. After more than 80 years, the exhibition at the Kunsthaus Zürich with around 70 works is the first monographic retrospective in Switzerland to make the artist's stylistically diverse oeuvre accessible again to a wide audience.

## skulpturen



### RODIN / ARP

Erstmals in einer Museumsausstellung trifft im Dialog zwischen Auguste Rodin (1840–1917) und Hans Arp (1886–1966) das bahnbrechende Schaffen des grossen Erneuerers der Bildhauerei des späten 19. Jahrhunderts auf das einflussreiche Werk eines Protagonisten der abstrakten Skulptur des 20. Jahrhunderts. Beide Künstler schufen Werke, die ihre Zeit stark geprägt haben und bis heute aktuell geblieben sind. Es ist die bislang umfangreichsten Skulpturenausstellungen der Fondation Beyeler.

Bis 16. Mai 2021  
Fondation Beyeler, Baselstrasse 7, 4125 Riehen; [www.fondationbeyeler.ch](http://www.fondationbeyeler.ch)

For the first time in a museum exhibition and in a dialogue between Auguste Rodin (1840–1917) and Hans Arp (1886–1966), the pioneering work of the great innovator of sculpture of the late 19th century meets the influential work of a protagonist of abstract sculpture of the 20th century. Both artists created works that had a strong impact on their time and are still relevant today. It is the Fondation Beyeler's most extensive sculpture exhibition to date.

## kunst



### IMPASSE RONSIN. MORD, LIEBE UND KUNST IM HERZEN VON PARIS

Die Impasse Ronsin mitten im Pariser Quartier Montparnasse war eine einzigartige Künstlersiedlung und über hundert Jahre bekannt als Ort des Austausches, der Feier und der Destruktion. Die Ausstellung präsentiert fünfzig Künstler\*innen. Dazu gehören Constantin Brâncusi, Max Ernst, Eva Aeppli, Niki de Saint Phalle. In dieser Oase hatte auch Jean Tinguely ab 1955 einen wahren Schaffensrausch.

Bis 5. April 2021  
Museum Tinguely, Paul Sacher-Anlage 1, 4002 Basel; [www.tinguely.ch](http://www.tinguely.ch)

The Impasse Ronsin in the heart of the Montparnasse district in Paris was a unique artists' settlement and has been known for over a hundred years as a place of art, exchange, celebration and destruction. The exhibition is dedicated to this unique sociotope. These include Constantin Brâncusi, Max Ernst, Eva Aeppli, Niki de Saint Phalle. From 1955, Jean Tinguely also had a real creative frenzy in this oasis. The exhibition course is arranged like the original settlement and brings the melting pot to life again.

Redaktion: Ursula Borer, Ottilie W. Roederstein, Selbstbildnis mit Pinsel, 1917, Tempera auf Leinwand, 48 x 39 cm, Kunsthaus Zürich, Vereinigung Zürcher Kunstfreunde, 1917, Auguste Rodin, Der Denker, Originalgrösse, 1880/1882, Bronze (Auguste Girifouly, 1887), 72 x 34 x 53 cm, MAH Musée d'art et d'histoire, Genf, Foto: © MAH, Genève, Photo Flora Bevilacqua, Hans Arp, Ploemäus III, 1961, Bronze (1/3, Susse, 1963), 201 x 113 x 76.5 cm, Kunstmuseum Basel, Ankauf 1963 © 2020, ProLitteris, Zürich, Foto: Kunstmuseum Basel, Martin P. Bühler, Claude Lalanne, La Main de Jean, ca. 1957, galvanisiertes Kupfer, 6 x 2 x 15 cm, Museum Tinguely, Basel, Schmückung Cristoh Aeppli © 2020/2021 ProLitteris, Zürich, ©

Douglas Mandry, from the series «Still wonder», «Klontalereese», 2020, Archival pigment print, Edition 5 & 2 AP, 112.5 x 150 cm (print), Courtesy of Bildhalle, Tra le Labbra (Ribuhez le Kick, Almanegreata 4/4) 2013, Mischtechnik auf Leinwand 228 x 370 cm, Foto © Maurizio Der Marchi, Vitrine, Jacques de Bascher, curated by Kevin Blinderman, Pierre-Alexandre Mateos, Charles Ieysson, Exhibition View, No Dandy, No Fun, Kunsthalle Bern, 2020, Foto: Stefan Burger, Vision Winter 21/22 © S. Füllmann, Textilmuseum St. Gallen.

## fotografie



### DOUGLAS MANDRY – A BRIEF CRACK OF LIGHT

Der Schriftsteller Vladimir Nabokov beschrieb die menschliche Existenz als «ein kurzer Lichtspalt zwischen zwei Ewigkeiten aus Dunkelheit». Der Schweizer Fotograf Douglas Mandry befasst sich in seinem Werk mit einer längeren Zeitspanne – einer Zeitspanne, die von der geologischen Vergangenheit der Erde über die Gegenwart bis zu ihrer möglichen Zukunft reicht. Obwohl er mit Fotografie arbeitet, bildet der Künstler nicht ab. Seine abstrakten Photogramme sind die Suche nach physischen Spuren von Prozessen wie dem Klimawandel.

Bis 30. Januar 2021  
Bildhalle, Stauffacherquai 56, 8004 Zürich; [www.bildhalle.ch](http://www.bildhalle.ch)

The writer Vladimir Nabokov described human existence as «a short slit of light between two eternities of darkness». In his work, the Swiss photographer Douglas Mandry deals with a longer period of time - a period of time that extends from the geological past of the earth through the present to its possible future. Although he works with photography, the artist does not depict.

## kultur



### NO DANDY, NO FUN – AUF DER SUCHE NACH DEM ABWESENEN

Ein Dandy – wer soll das heute sein und gibt es ihn überhaupt noch? Dandys sind der gelebte Widerspruch, sie hadern mit dem, was sie verlassen und jenem, was sie zu werden versuchen. Die Ausstellung, kuratiert von Hans-Christian Dary und Valérie Knoll, folgt den Wandlungen dieses Modellcharakters aus dem 19. Jahrhundert bis in die Gegenwart und zeigt Facetten dieser multiplen Biografie. Die Schau ist auch eine künstlerische Auslegeordnung, die auf intelligente Weise mehr Fragen denn Antworten generiert.

Bis 17. Januar 2021  
Kunsthalle Bern, Helvetiaplatz 1, 3005 Bern; [www.kunsthalle-bern.ch](http://www.kunsthalle-bern.ch)

A dandy – who should he be today and does he even still exist? Dandies are the lived contradiction, they quarrel with what they leave and what they are trying to become. The exhibition, curated by Hans-Christian Dary and Valérie Knoll, follows the changes of this model character from the 19th century to the present and shows facets of this multiple biography - an artistic exposition that intelligently generates more questions than answers.

## malerei



### PAOLO MAZZUCHELLI – TRA LE CIGLIA

Der in den 1950er Jahren geborene Paolo Mazzuchelli gehört zu den bedeutendsten Tessiner Künstlern seiner Generation. Das Museo d'arte della Svizzera italiana (MASI) widmet ihm nun eine Werkschau mit dem Titel «Tra le ciglia». Auf Deutsch: «Zwischen den Wimpern». Die in enger Zusammenarbeit mit dem Künstler entstandene Ausstellung präsentiert rund 150 Werke aus allen Phasen seines Schaffens, darunter den monumentalen Zyklus «Lettere dall'Europa», für den Mazzuchelli das Eidgenössische Kunststipendium erhielt.

Bis 28. März 2021  
MASI, Piazza Bernardino Luini 6, 6901 Lugano; [www.masilugano.ch](http://www.masilugano.ch)

Paolo Mazzuchelli, born in the 1950s, is one of the most important Ticino artists of his generation. The Museo d'arte della Svizzera italiana (MASI) is now dedicating a retrospective to him with the title «Tra le ciglia». In English: «Between the Eyelashes». The exhibition, which was created in close collaboration with the artist, presents around 150 works from all phases of his career.

## textilkunst



### VISION HERBST/WINTER 2021/22

In der Lounge des Textilmuseums ist ab sofort eine Auswahl von Stoffen der aktuellen Herbst-Winter-Kollektionen der Schweizer Textilhersteller zu sehen und zu fühlen. Die Ausführungen reichen von unterschiedlichen Stickerei-Techniken über eine Vielfalt an raffinierten Geweben bis hin zur Verwendung von recycelten Materialien. Ergänzend zur Präsentation der aktuellen Kollektionen informiert der Branchenverband Swiss Textiles über die Entwicklung technischer Textilien. Ein Fokus liegt auf den Themen Medizintechnik und Nachhaltigkeit.

Bis 18. April 2021  
Textilmuseum, Vadianstrasse 2, 9000 St.Gallen; [www.textilmuseum.ch](http://www.textilmuseum.ch)

A selection of fabrics from the current autumn-winter collections of the Swiss textile manufacturers can now be seen and felt in the lounge of the textile museum. The designs range from different embroidery techniques to a variety of refined fabrics and the use of recycled materials. In addition to the presentation, the Swiss Textiles industry association provides information on the development of technical textiles. One focus is on the topics of medical technology and sustainability.



## Say Cheese!

Schweizer Käsespezialitäten lässt man sich jetzt direkt nach Hause liefern.

Swiss cheese specialties can now be delivered directly to your home.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Das Start-Up liefert jetzt auch Fondue- und Raclette-Spezialitäten nach Hause. So funktioniert's: Der Kunde bestellt die Box, die er am liebsten probieren möchte. Bio, klassisch oder ausgefallen? Jedes Angebot beinhaltet eine Auswahl verschiedener Käsesorten. Wer sich nicht entscheiden kann, für den sind die Überraschungsboxen der Käseprofis die richtige Wahl: Die milde Überraschungsbox z. B. besteht aus cremigen und aromatischen Käsesorten, die zu einer Tour durch die Schweizer Käselandschaft einladen.

[www.cheezy.ch](http://www.cheezy.ch)

The start-up now also delivers fondue and raclette specialties to your home. This is how it works: The customer orders the box that he would most like to try. Organic, classic or unusual? Each offer includes a selection of different types of cheese. For those who cannot decide, the surprise boxes from the cheese professionals are the right choice: the mild surprise box e.g. consists of creamy and aromatic cheeses that invite you to take a tour through the Swiss cheese universe.



## Erfinderischer Shutdown

Wie selbst gekocht, nur möglicherweise eine Spur besser und stressfrei: Food Delivery machts möglich.

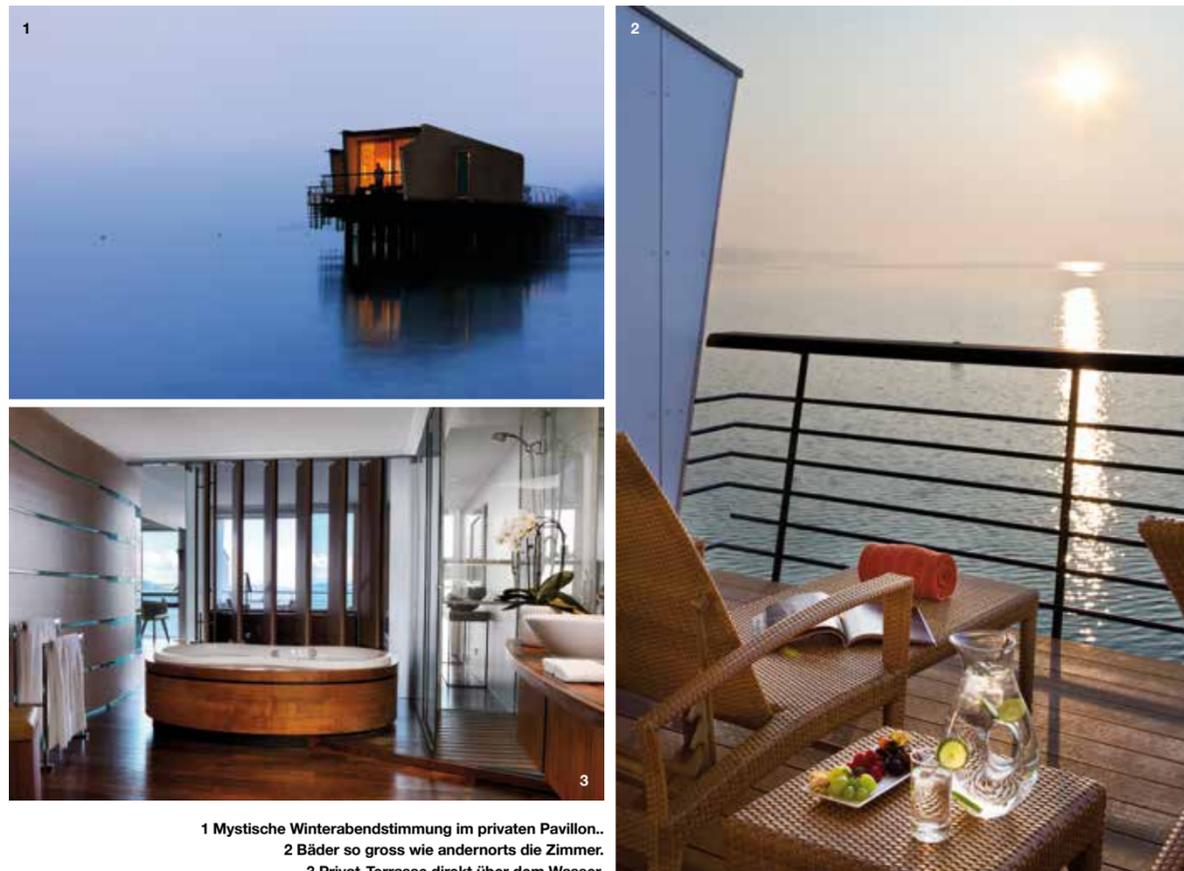
Like home-cooked, only possibly a tad better. And guaranteed stress-free: food delivery makes it possible.

Marianne Eschbach (text) PD / zVg (foto)

Seit zwölf Jahren bewirbt Marco Pfeleiderer mit seinem Catering-Unternehmen die Gäste eleganter Anlässe. Bis der Shutdown das Business auf Null zurück warf und eine neue Geschäftsidee her musste. Seither beliefert der Kulinarik-Unternehmer Privathaushalte mit erstklassigen Menüs. Ausgeliefert wird zweimal in der Woche, das meiste «sous vide» in Beuteln, die in wenigen Minuten im heissen Wasserbad aufgewärmt sind. Die Speisen halten sich zudem fünf Tage lang frisch. Bestseller sind Kalbfleisch-Hacktätschli an scharfer Tomatensauce und Tarte Tatin.

[www.marcofleiderer-delivery.com](http://www.marcofleiderer-delivery.com)

For twelve years Marco Pfeleiderer has been entertaining guests on elegant occasions with his small, fine catering company. Until the shutdown threw the business back to zero and a new business idea was needed. Since then, the culinary entrepreneur has been supplying private households with first-class menus. It is delivered twice a week, most of it «sous vide» in bags that can be warmed up in a hot water bath in a few minutes. The food also stays fresh for five days. The current bestsellers are veal meatloaf with hot tomato sauce and tarte tatin. We already know pizza delivery, right?



1 Mystische Winterabendstimmung im privaten Pavillon.  
2 Bäder so gross wie andernorts die Zimmer.  
3 Privat-Terrasse direkt über dem Wasser.

## Cocooning at the Lake

Der Winter im Hotel «Palafitte» in Neuchâtel hat seinen besonderen Charme. Geniessen Sie die behagliche Atmosphäre in einer der atemberaubendsten Hotellagen der Schweiz.

Winter in the Hotel «Palafitte» in Neuchâtel has its special charm. Enjoy the cozy atmosphere in one of the most breathtaking hotel locations in Switzerland.

Palafitte PD / zVg (fotos)

Das Hotel Palafitte liegt inmitten einer idyllischen Seeufer-Landschaft und ist ein Geheimtipp für alle, die Raffinesse und Einfachheit suchen und dabei Luxus und Wohlbefinden in absoluter Privatsphäre geniessen wollen. Das atypische Fünf-Sterne-Hotel mit 38 Pavillons und Blick auf die Ufer des Neuenburger Sees wird im Winter zum idealen Kokon für eine Auszeit. Diese beginnt idealerweise mit dem Frühstück, das auf Wunsch im eigenen privaten Pavillon über dem Wasser serviert wird genauso wie der Nachmittagstee. Auch eine Wellness-Massage kann neu auf dem Zimmer gebucht werden. Das Programm heisst «Cocooning am Wasser» und ist inklusive Dinner und Gym-Eintritt für zwei Personen ab CHF 532.– buchbar.

Palafitte, Route des Gouttes d'Or 2, Neuchâtel, [www.palafitte.ch](http://www.palafitte.ch)  
(Spezial-Angebote gültig bis 30. April 2021)

The Hotel Palafitte is located in the middle of an idyllic lakeshore landscape and is an insider tip for everyone who is looking for sophistication and simplicity and wants to enjoy luxury and well-being in absolute privacy. The atypical five-star hotel with 38 pavilions and a view of the shores of Lake Neuchâtel is the ideal cocoon for a break in winter. This ideally begins with breakfast, which can be served in your own private pavilion over the water, as well as the afternoon tea. A wellness massage can now also be booked in the room. The program is called «Cocooning on the Water» and is available for two people from CHF 532.– including dinner and gym entry.



## Bündner Food Highlight

Nach dem Shopping gönnt man sich Signature Dishes auf Sterne-Niveau im Restaurant Sopra.

After shopping, treat yourself to signature dishes at star level in the Sopra restaurant.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Andreas Caminada verwöhnt die Gäste des Restaurants Sopra im Jelmoli Zürich mit Köstlichkeiten aus seiner Heimat. Der preisgekrönte Koch serviert seine Spezialitäten aus dem Bündnerland, wie die Weissweinschaumsuppe, einen Gemüsesalat, die Winzerwurst, das Hirsch-Carpaccio oder die in Zucker und Zimt gewendeten Beignets mit Vanilleglace und die Truffles-Schnitte mit Doppelrahm. Ideal, um das Shopping-Vergnügen perfekt abzurunden (bis 31. Januar 2021).

Casa Caminada @ Restaurant Sopra, Seidengasse 1, 8001 Zürich, [www.jelmoli.ch](http://www.jelmoli.ch)

Andreas Caminada spoils the guests of the Sopra restaurant in Jelmoli Zurich with delicacies from his homeland. The award-winning chef serves his specialties from the Graubünden region, such as white wine soup, a vegetable salad, vintner's sausage, venison carpaccio or beignets with vanilla ice cream wrapped in sugar and cinnamon and the truffle slices with double cream. Ideal to round off the shopping pleasure perfectly (until January 31 2021).



## Anniversary Comeback

Die Brasserie «Baur's» wird wieder zum Hotspot der Zürcher Gastro-Szene.

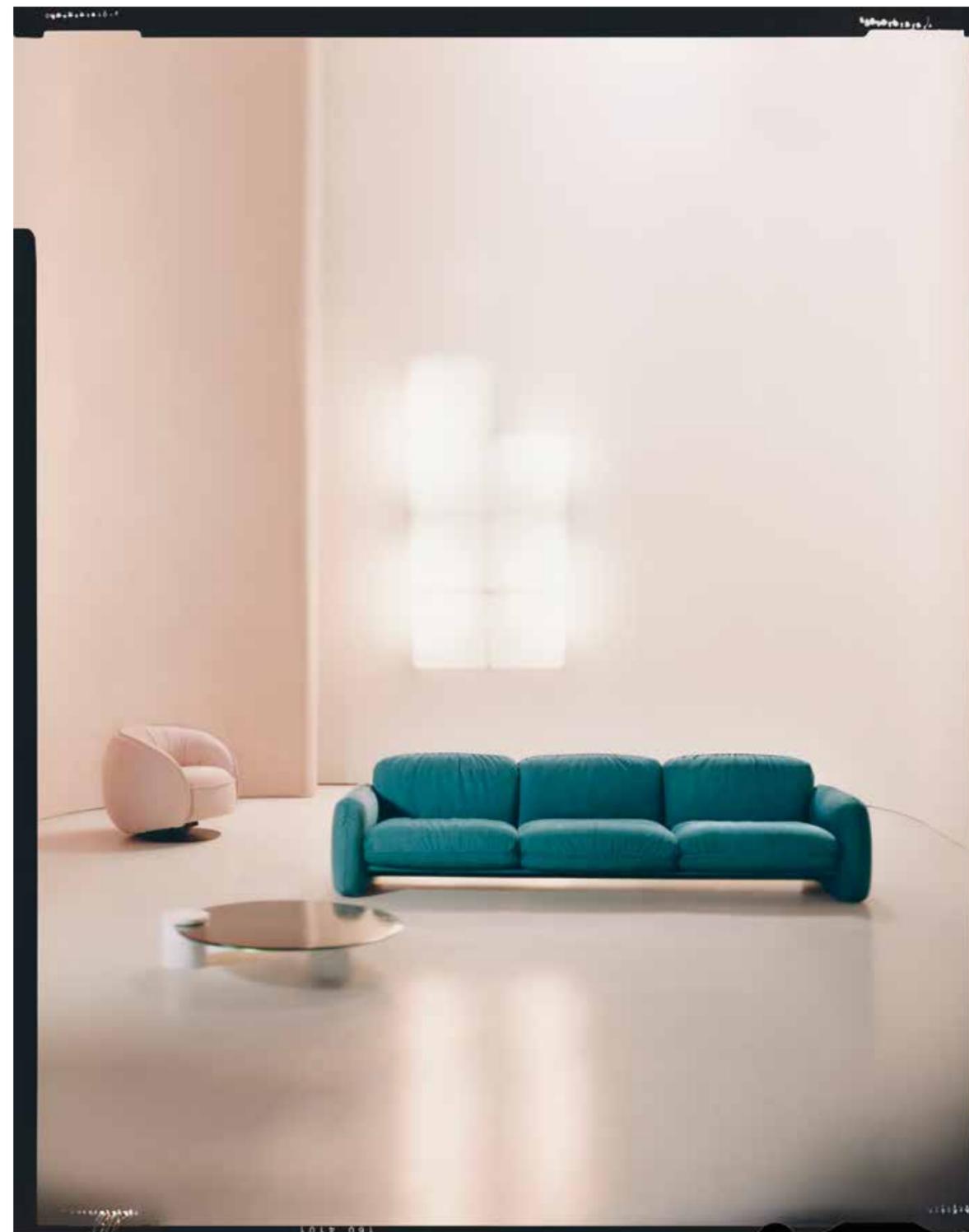
The «Baur's» brasserie is once again becoming the hotspot of the Zurich gastronomy scene.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Nach einem fantastischen Auftakt wurde es durch den Corona-bedingten Shutdown erst einmal still im Baur's. Um seinen Gästen weiterhin die liebgewonnenen Klassiker aus der Küche von Chefkoch Oliver Rais anzubieten, etablierte das Baur's-Team in Kooperation mit smood.ch den «Baur's @Home» Lieferservice, der sich rasch grosser Beliebtheit erfreute. Daher hat man beschlossen, diese Dienstleistung fortzuführen. Ein neuer Gaumen- und Augenschmaus sind die Jahrgangs-Sardinen in der Künstler-Dose.

«Baur's» @ Baur au Lac, Talstrasse 1, 8001 Zürich, [www.bauraulac.ch](http://www.bauraulac.ch)

After a fantastic start, it quickly got silent at «Baur's» related to the corona shutdown. In order to continue to offer its guests the cherished classics from chef Oliver Rais' kitchen, the «Baur's» team established the «Baur's @Home» delivery service in cooperation with smood.ch, which quickly enjoyed great popularity. It was therefore decided to continue this service after the shutdown. For its one-year anniversary, the «Baur's» has reopened its doors and is celebrating classics of the European cuisine. The vintage sardines in the artist tin are a new treat for the palate and the eyes.



[www.baxter.it](http://www.baxter.it)

**baxter**  
MADE IN ITALY



*Domaine de Châteauevieux  
Restaurant & Hotel*



*Café  
des Négociants*



*Le Patio  
Beef & Lobster*



*Chez Philippe  
Steak House*



*Denise's  
Art of Burger*



*Monsieur Bouillon  
Chicken & Eggs*

*Philippe Chevrier*  
**The taste of Geneva**

WWW.PHILIPPE-CHEVRIER.COM

**PHILIPPE CHEVRIER AND HIS FORMIDABLE LOCATIONS IN GENEVA**

It is in the Domaine de Châteauevieux, the one and only Two-Michelin-starred restaurant in Geneva, that Philippe Chevrier built up his reputation. Since 30 years, he developed his cuisine showcasing the excellence of some of the best produce, without compromising quality and upholding the greatest respect for each ingredient.

Food lovers can now, enjoy the signature of Philippe Chevrier through all his restaurants in Geneva.

«Cooking is not only a job, but also a way of life, creativity and a link between people.»

Stay tuned, a new restaurant will open in September!



Die «Chesa Planta» in Samaden; das Juwel alpiner Architektur aus dem 16. Jahrhundert.  
Designmöbel von angelaweber.ch

## Contemporary Design on Tour

**Im Rahmen des «Nomad»-Showcases inszenieren führende Designgalerien ihre Raritäten erneut in der geschichtsträchtigen «Chesa Planta» im Engadin.**

As part of the «Nomad» showcase, leading design galleries are once again staging their rarities in the historic «Chesa Planta» in the Engadin.

Beatrice Hirt (text) | Filippo Bamberghi PD / zVg (fotos)

Das architektonische Juwel aus dem 16. Jh. war für die «Nomad»-Gründer der ideale Ort, um sogenanntes «Collectible Design» und zeitgenössische Kunst in einem intimen und radikal neuen Kontext zu zeigen. Damit reiht sich das Haus in die verschiedenen Ziele von bauhistorischer Bedeutung ein, welche die «Nomad» nach dem erfolgreichen Debüt 2017 in Monaco bereiste und wo der Showcase nun für seine Winter-Edition zum vierten Mal stoppt. Ende Februar erwartet man wieder Designbegeisterte, einflussreiche Sammler, hochkarätige Kunst- und Design-Insider sowie Architekten, die sich hier, wie auch bei den inspirierenden Side-Events, mit den internationalen Galeristen austauschen. Auch mit Persönlichkeiten des illustren Advisory Committees wie Lady Elena Foster und Rolf Sachs wird gerechnet. Die komplette Liste aller Aussteller wird Mitte Januar auf der Website erscheinen.

The architectural jewel from the 16th century was the ideal place for the «Nomad» founders to show so-called «Collectible Design» and contemporary art in an intimate and radically new context. The house thus joins the various goals of architectural historical importance that the «Nomad» toured after its successful debut in Monaco in 2017 and where the showcase for its winter edition is now stopping for the fourth time. At the end of February, one expects again design enthusiasts, influential collectors, top-class art and design insiders as well as architects, who, exchange ideas with the international gallery owners. Personalities from the illustrious Advisory Committee such as Lady Elena Foster and Rolf Sachs are also expected. The complete list of all exhibitors will appear on the website in mid-January.

«Nomad St. Moritz 2021», Chesa Planta, Mulins 2, 7503 Samedan, (18. bis 21. Februar 2021), [www.nomad-circle.com](http://www.nomad-circle.com)

## SILENCE IS NOW GOLDEN

Make this Christmas nothing less than unforgettable with the Beoplay H95 - Golden Collection.

CRAFTING MEMORIES SINCE 1925



## Mode & Schweiz – passt!

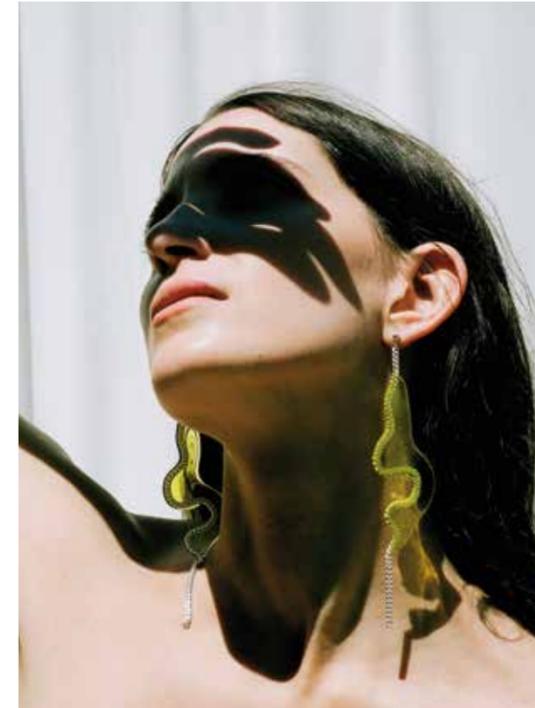
Das Museum für Gestaltung zeigt, wie vielfältig und erfindungsreich die Schweizer Modelandschaft ist.

The Museum of Design shows how diverse and inventive the Swiss fashion landscape is.

Ursula Borer (copy) PD / zVg (fotos)



Fotos: Florian Spring, © NCCFN, Vanessa Schindler © Chaumont- Zaerpoir, Kazu © Christian Schmur, Petrovsk&Ramone, © Calida



(linke Seite) NCCFN, Nothing can come from nothing / Ex nihilo nihil fit, 2020.

(oben links) Vanessa Schindler, Jewellery, 2019

(oben rechts) Kazu, Tsukuyomi (Mondgott), 2019

(rechts) Calida / Viktor&Rolf, Capsule Collection We want a better World 2020



Die Schweiz ist für einiges bekannt: Für Banken, Pharma, Uhren, Schokolade und Käse – Mode gehört nicht dazu. Oder wieviele Stücke von Schweizer Designer\*innen hängen in Ihrem Schrank? Das sollte sich ändern. Hierzulande gibt es zwar wenig grosse, dafür umso mehr kleine Labels. Schweizer Mode ist wild und vielfältig. Viele unterschiedliche Haltungen und Herangehensweisen prägen sie. Vom Upcycling von Textilien bis zu Streetstyle-Codes: Schweizer Labels haben eine eigenständige Sprache und Erfindergeist. Sie entwickeln clevere Business-Systeme, positionieren sich auf eigene Faust in Berlin oder jonglieren im Modezirkus in Paris mit. Der Anschluss ans internationale Modegeschäft ist dabei weder garantiert noch ausgeschlossen. Von A wie After Work Studio bis Z wie Zigerli gibt die Ausstellung Einblick in die facettenreiche Welt der Schweizer Mode. In Videos und Filmen kommen wichtige Akteurinnen und Experten aus der Modewelt zu Wort. Zudem wird die Ausbildung für Modedesign in der Schweiz thematisiert und ein exklusiver Blick hinter die Kulissen der Mode Suisse geworfen, der bedeutendsten Plattform für Schweizer Modeschaffende.

Switzerland is known for a number of things: for banks, pharmaceuticals, watches, chocolate and cheese - fashion is not one of them. Or how many pieces by Swiss designers are there in your closet? That should change. In this country there are few big labels, but all the more small ones. Swiss fashion is wild and diverse. Many different attitudes and approaches shape them. From the upcycling of textiles to street style codes: Swiss labels have their own language and inventive spirit. They develop clever business systems, position themselves in Berlin on their own or juggle with the fashion circus in Paris. The connection to the international fashion business is neither guaranteed nor excluded. From A for After Work Studio to Z for Zigerli, the exhibition gives an insight into the multifaceted world of Swiss fashion. Important protagonists from the fashion world have their say in videos and films. In addition, the training for fashion design in Switzerland will be discussed and visitors can throw a glance behind the scenes at Mode Suisse, the most important platform for Swiss fashion designers.

«Wild Thing – Modeszene Schweiz» (bis 11. April 2021), Museum für Gestaltung, Ausstellungsstrasse 60, 8005 Zürich; [www.museum-gestaltung.ch](http://www.museum-gestaltung.ch)



## Cruise in St. Moritz

**Dior eröffnet über die Wintermonate einen Pop-up-Store im noblen Engadiner Skiort.**

Dior is opening a pop-up store in the posh Engadine ski resort over the winter months.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Auf zwei Etagen werden neben saisonalen Kleidungsstücken, eine Auswahl aus der Cruise-Kollektion 2021 und einige der ikonischen Taschen, wie zum Beispiel die «Lady Dior» und die «Dior Book Tote», angeboten. Herren können sich für die Piste ausrüsten, da Diors erste Ski-Capsule-Kollektion hier erhältlich ist. Zusammen mit den Skisport-Labels «Descente», «AK SKI» und «POC» hat Kim Jones, der Kreativdirektor für die Herrenmode, Skis, Snowboards, Kleidung und Accessoires entworfen.

Dior Pop-up-Store, Via Serlas 27, 7500 St. Moritz, [www.dior.com](http://www.dior.com) (bis Mitte April 2021)

In addition to seasonal items of clothing, a selection from the Cruise 2021 collection and some of the iconic bags, such as the «Lady Dior» and the «Dior Book Tote», are offered on two floors. Men can equip themselves for the slopes as Dior's first ski capsule collection is available here. Together with the skiing labels «Descente», «AK SKI» and «POC», Kim Jones, the creative director for men's fashion, designed skis, snowboards, clothing and accessories.



## Mehr Platz

**Die Zürcher Hublot-Boutique ist um das Doppelte gewachsen.**

The Zurich Hublot boutique has doubled in size.

Marianne Eschbach (text) PD / zVg (foto)

Der Umzug des alteingesessenen «Brunos Chemisier & Chapelier» um die Ecke an die St. Peterstrasse hat es dem Uhrengeschäft von Hublot ermöglicht, die Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> zu verdoppeln. Gleichzeitig bietet die ums Zweifache vergrösserte Schaufensterfläche eine bessere Sichtbarkeit von Aussen auf die Uhren und mehr Licht im Inneren der Boutique. Und dort, designmässig umgeben vom «Art of Fusion» Markenkonzept, tickt als neuester Zugang u.a. die «Big Bang Unico Berluti Cold Brown», die zusammen mit dem edlen italienischen Herrenausstatter kreiert wurde.

Hublot, Bahnhofstrasse 44, 8001 Zürich, [www.hublot.com](http://www.hublot.com)

The move of the long-established «Brunos Chemisier & Chapelier» around the corner to St. Peterstrasse has enabled Hublot's watch store to double its sales area to 100 m<sup>2</sup>. At the same time, the shop window area, which is now as well twice as big, offers better visibility of the watches from the outside and more light inside the boutique. And there, surrounded by the «Art of Fusion» brand concept in terms of design, the latest addition to the offer is, among others, the «Big Bang Unico Berluti Cold Brown», which was created together with the noble Italian men's outfitter.



## Faking Beautiful

**Froilein Blume setzt auf Nachhaltigkeit und kreiert traumhafte Seidenblumen.**

Froilein Blume focuses on sustainability and creates dreamlike silk flowers.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

In Paris und London haben Kunstblumen ihr verstaubtes Image längst abgelegt. Das Atelier «Froilein Blume» aus Zürich hat sich nichts anderes vorgenommen, als auch den Schweizer Kunstblumenmarkt aus dem Dornröschenschlaf zu wecken und die Seidenblumenfloristik wieder salonfähig zu machen. Der kreative Kopf dahinter ist Nicole Kunz. Mit viel Liebe zum Detail inszeniert sie kleine Kunstwerke. Genauso wichtig wie die Blumen, sind die Vasen. Die Seidenblumen werden deshalb meistens gleich zusammen mit der passenden Vase vermietet oder verkauft.

Froilein Blume, Dolderstrasse 15, 8032 Zürich, [www.froileinblume.ch](http://www.froileinblume.ch)

In Paris and London, artificial flowers have long since shed their dusty image. The «Froilein Blume» studio from Zurich has set itself nothing else but to wake the Swiss artificial flower market from its slumber and make silk flower floristry socially acceptable again. The creative mind behind it is Nicole Kunz. With great attention to detail, she stages small works of art, which always represent a bow to nature. Just as important as the flowers are the vases. The silk flowers are therefore usually rented or sold together with the matching vase.



## Temporary Interior

**Im neuen Pop-up Store steht eine Auswahl an Möbel- und Dekostücken auf 220 m<sup>2</sup> bereit.**

In the new pop-up store a selection of furniture and decorative items is available on 220 m<sup>2</sup>.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Das neue Ladenlokal des französischen E-Commerce Unternehmens im Zürcher Niederdorf bietet eine grosse Auswahl an Möbel- und Dekostücken wie Vasen, Steingut, Sofas, Tischen oder Plaids von Brands wie «Simple Lines», «The Barn», «Modern Organic» und «Medina Craft» an. Über QR-Codes können alle wichtigen Informationen des jeweiligen Produkts gescannt und der Store auf einem virtuellen Rundgang entdeckt werden. Eine kostenlose Dekorationsberatung und ein gratis Lieferservice runden das Angebot ab.

La Redoute Pop-up Store, Schiffplänke 5, 8001 Zürich, [www.laredoute.ch](http://www.laredoute.ch) (bis Frühling 2021)

The new shop of the French e-commerce company in Zurich's Niederdorf offers a large selection of furniture and decorative items like vases, earthenware, sofas, tables or plaids from brands such as «Simple Lines», «The Barn», «Modern Organic» and «Medina Craft». All important information on the respective product can be scanned using QR codes and the store can be discovered on a virtual tour. A free decoration advice and a free delivery service complete the offer.



## Fondue with a View

**Im luxuriösen Carnotzet geniesst man Käsespezialität auf höchstem Niveau.**

In a luxurious Carnotzet you can enjoy cheese specialties of the highest quality.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Heiko Nieder, Chef Fine Dining im The Dolder Grand, serviert seinen Gästen die besten Käsesorten ausgewählt vom Schweizer Maître Fromager Rolf Beeler. Zudem wird eine Auswahl an drei Fleischspezialitäten aufgetischt: Morcon de Chorizo, Pata Negra und Salami mit Trüffel. Neben Brot und Kartoffeln kommen in Peperoncini macinati eingelegte Wachteileer, grüne Oliven und Anchovis hinzu. Jeder Gast geniesst ausserdem eine halbe Flasche «Krug Grande Cuvée». Die atemberaubende Aussicht auf Zürich und die Alpen gibt es kostenlos dazu.

The Dolder Grand, [www.thedoldergrand.com](http://www.thedoldergrand.com), (bis Ende Februar 2021)

Heiko Nieder, Chef Fine Dining at The Dolder Grand, serves his guests the best cheeses selected by the Swiss Maître Fromager Rolf Beeler. A selection of three meat specialties is also served: Morcon de Chorizo, Pata Negra and salami with truffle. In addition to bread and potatoes, pickled quail eggs, green olives and anchovies are served in peperoncini macinati. Each guest also enjoys half a bottle of «Krug Grande Cuvée» as well as mineral water and coffee or tea. The breathtaking view of Zurich and the Alps is free on top.



## Brioche statt Brötchen

**Im «Hôtel Bourbon» diniert man in mittelalterlichen Mauern zeitgenössisch modern.**

In the «Hôtel Bourbon» you dine in a contemporary, modern style within medieval walls.

Ursula Borer (text) PD / zVg (foto)

Was passiert, wenn französische Kulinarik auf den New Yorker Lifestyle trifft? Dann entsteht im Zunfthaus zur Letzi im Niederdorf das «Hôtel Bourbon» Contemporary Dining & Bar. Das Konzept wurde von Thomas, Stephan und Kirtanya von Matt kreiert, die im Jahr 2013 mit dem «The Bite» erstmals die Zürcher Gastronomieszene aufgemischt haben. Nun eröffnet das erfolgreiche Trio mit dem «Hôtel Bourbon» (im ehemaligen «Turm») bereits ihr fünftes Gasthaus, wo der Hotdog nicht in einem Brötchen, sondern in einer Brioche serviert wird.

Hôtel Bourbon, Obere Zäune 19, 8001 Zürich, [www.hotelbourbon.ch](http://www.hotelbourbon.ch)

What happens when French cuisine meets the New York lifestyle? Then the «Hôtel Bourbon» Contemporary Dining & Bar will be created in the Zunfthaus zur Letzi in Niederdorf. The concept was created by Thomas, Stephan and Kirtanya von Matt, who first shook up the Zurich gastronomy scene in 2013 with «The Bite». In the meantime, three more restaurants have been added and the successful trio is now opening their fifth inn with the «Hôtel Bourbon» (in the former «Turm»), where the hot dog is not served in a bun but in a brioche.



## Einzigartige Trainingserfahrungen



Zuhause unvergleichliche Indoorcycling-Kurse live und auf Abruf erleben: Das bietet Ihnen nur das neue **Technogym Bike**.

Rufen Sie an unter 032 387 05 05 oder besuchen Sie [technogym.ch](http://technogym.ch)

FIMEX DISTRIBUTION AG | Werkstrasse 36 | 3250 Lyss | 032 387 05 05 | [info@fimex.ch](mailto:info@fimex.ch)  
 TECHNOGYM BOUTIQUE ZÜRICH | Pelikanstrasse 5 | 8001 Zürich | 032 387 05 30

## Auch ohne Tanz eine positive Bilanz

Das Kinderspital Zürich erhält trotz Absage des traditionellen «Kispiballs» einen Spendenerlös von CHF 255 000 zu Gunsten des NeuroMate® Operationsroboters.

Foto: PD / zVg

## Even without dance, a positive result

Despite the cancellation of the traditional «Kispiball», the Children's Hospital Zurich received a donation of CHF 255000 in favor of the NeuroMate® surgical robot.

Foto: PD / zVg



Wilhelm Luxem (r.), Direktor des Baur au Lac und Präsident des «Kispiball» Organisationskomitees, durfte den Check an den 8-jährigen Max überreichen. Er war dieses Jahr am Kinderspital Zürich mithilfe des NeuroMate® erfolgreich an einem Hirntumor operiert worden.

Der NeuroMate® ist seit Anfang 2019 im Kinderspital Zürich im Einsatz. Der Erlös des diesjährigen «Kispiballs» ist für den Betrieb des Operationsroboters bestimmt. Die Sponsoren der geplanten 16. Ausgabe des Balls, die Walter Haefner Stiftung, die Stiftung «Perspektiven» von Swiss Life, die René & Susanne Braginsky Stiftung, die MZR Gedenkstiftung und Clariant Int. Ltd., entschieden sich dafür, dem Kinderspital ihren Sponsorenbeitrag direkt zu spenden. Auch potenzielle Ballgäste leisteten ihren Beitrag, so dass sich das Kinderspital über einen Gesamterlös in der Höhe von CHF 255000 Franken freuen darf.

Vom NeuroMate® profitieren Kinder, die an seltenen Hirntumoren leiden oder an Epilepsie: Mit dem Operationsroboter können Medizinerinnen und Mediziner Areale im Gehirn präzise ansteuern und dort Gewebeproben entnehmen. Das eröffnet neue Möglichkeiten in der Diagnose und Therapie dieser Krankheiten. Mithilfe des NeuroMate® lassen sich zudem Katheter ins Gehirn einsetzen und somit Medikamente direkt in Tumore injizieren. Oder Elektroden implantieren, mit denen Epilepsien abgeklärt und behandelt werden. Die symbolische Übergabe des Spendenschecks fand traditionsgemäss, diesmal im kleinen Kreis, im Baur au Lac statt.

The NeuroMate® has been in use in the Children's Hospital Zurich since the beginning of 2019. The proceeds from this year's «Kispiball» are intended for the operation of the surgical robot. The sponsors of the planned 16th edition of the ball, the Walter Haefner Foundation, the «Perspektiven» foundation of Swiss Life, the René & Susanne Braginsky Foundation, the MZR Memorial Foundation and Clariant Int. Ltd., decided to donate their sponsorship contribution directly to the children's hospital. Potential ball guests also made their contribution, so that the children's hospital can look forward to total proceeds of CHF 255000.

Children who suffer from rare brain tumors or epilepsy benefit from the NeuroMate®: With the surgical robot, doctors can precisely control areas in the brain and take tissue samples there. This opens up new possibilities in the diagnosis and treatment of these diseases. With the help of the NeuroMate®, catheters can be inserted into the brain and thus drugs can be injected directly into tumors. Or electrodes can be implanted to clarify and treat epilepsy. The symbolic handover of the donation check traditionally took place, this time in a small group, in the Baur au Lac.

[www.kispi.uzh.ch](http://www.kispi.uzh.ch)  
[www.kispi-spenden.ch](http://www.kispi-spenden.ch)  
[www.bauraulac.ch](http://www.bauraulac.ch)

# COTE MAGAZINE RSVVP

PEOPLE & EVENTS: EINE BILDERGALERIE DER SCHÖNSTEN FESTABENDE



Foto: Bulgari / zVg

Die Topmodels Jon Kortajarena und Naomi Campbell am Bulgari «Barocko» Event in Rom.



# #BulgariBarocko

Der Römer Juwelier feierte die Lancierung der neuen «Barocko» Haute Joaillerie in Rom. Es war einer der ganz wenigen glamourösen Events in diesem Jahr. Mit Schutzkonzept, naturalmente!

The Roman jeweler celebrated the launch of the new «Barocko» Haute Joaillerie in Rome. It was one of the very few glamorous events this year. With Covid protection concept, of course!

Marianne Eschbach (redaktion) Getty Images, David Atlan / zVg (fotos)

- 14 Jon Kortajarena
- 15 Anna Foglietta
- 16 Anna Cleveland, Poppy Delevingne
- 17 Model mit Collier «Luce Exotic Paradise»
- 18 Tischdekoration
- 19 Ester Expósito
- 20 Naomi Campbell
- 21 Lilly zu Sayn Wittgenstein Berleburg
- 22 Model mit Collier «Meraviglia Blue Divas' Dream»
- 23 Matt Dillon
- 24 Lucia Silvestri, Jewellery CD Bulgari
- 25 Isabella Ferrari
- 26 Francesca DeGo
- 27 Alessandro Borghi
- 28 Nataly Osman
- 29 Model mit kostbarem Kragen

- 1 Kitty Spencer
- 2 Barocke Pracht in der Galleria Colonna
- 3 Tina Kunakey
- 4 Emma Marrone
- 5 Tamu McPherson
- 6 Model mit Collier «Meraviglia Emerald Star»
- 7 Jean-Christophe Babin, CEO Bulgari
- 8 Juwelen-Modenschau im Garten des Palazzo Colonna
- 9 Tanja La Croix
- 10 Model mit Collier «Colore Festa»
- 11 Nieves Alvarez
- 12 Alessio Lapice
- 13 Francesca DeGo & Accademia die Santa Cecilia



- 1 Andreas Caminada
- 2 Anita Tillmann
- 3 Der Rum mit eigener Tasche aus Lederresten von «Meindl»
- 4 Daniel Grieder
- 5 Flaschen-Design vom Creative Director Alex Wiederin
- 6 Daniel Zeindlhofer, Küchenchef «Igniv»
- 7 Louise Camuto
- 8 Sandra Bauknecht
- 9 Jörg Arntz
- 10 «Igniv»-Köstlichkeiten und «4x50»-Rum
- 11 Giusep Biert, Jacky Donatz
- 12 Im österreichischen Axberg gereift...
- 13 Hans Reisetbauer, Master Distiller
- 14 Tom Wallmann, «4x50»-Rum

## #4x50

Das «Igniv» im Zürcher «Marktgasse»-Hotel bot Gastrecht, Andreas Caminada und sein Team kochten und ein bayrisch-österreichisches Quartett präsentierte seinen neuen Rum-Brand.

The «Igniv» in Zurich's «Marktgasse» hotel offered hospitality, Andreas Caminada and his team cooked and a Bavarian-Austrian quartet of friends presented their new rum brand. Cheers!

Marianne Eschbach (redaktion) Oliver Helbig / zVg (photos)



## #OfficinePanerai

CEO Jean-Marc Pontroué lud Kunden und Sammler der Marke, die lokalen «Paneristi», zum Herbst-Apéro all'italiana in die Weinhandlung Casa Vergani in Zürich-Wiedikon.

CEO Jean-Marc Pontroué invited customers, collectors, friends of the brand, in short, the local «Paneristi» to an autumn aperitif all'italiana in the Casa Vergani wine shop in Zurich-Wiedikon.

Marianne Eschbach (redaktion) Jelmoli / zVg (fotos)

- 1. Mauro Carlucci, Fernando Catalano
- 2. Armando Stadelmann, Jean-Marc Pontroué (CEO Officine Panerai)
- 3. Benvenuto a Casa Vergani!
- 4. Roberto Lazzari, Natalia Ortiz
- 5. Giuseppe Vonella
- 6. Cin cin!
- 7. Roberto Lazzari, Doris Bertold
- 8. Mauro Carlucci
- 9. Mohammed Nassif
- 10. Die neusten Uhrenmodelle
- 11. Salute! Bei Casa Vergani sass niemand auf dem Trockenen.
- 12. Jean-Marc Meyer, (Geschäftsführer Boutique Officine Panerai Zürich)
- 13. Jean-Marc Pontroué (CEO Officine Panerai), Johan Jervoe, Florian Offerhaus (Brand Manager Officine Panerai)



## #HotelVivier

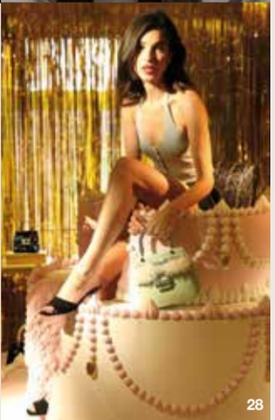
Die witzigste Inszenierung der Pariser Modewoche war die Schuhpräsentation von Roger Vivier in einem imaginären Hotel, mit dem Designer Gherardo Felloni unter dem Motto «Sensorama».

One of the funniest stagings of the Paris Fashion Week is the shoe presentation by Roger Vivier in an imaginary crazy hotel, this time with the new designer Gherardo Felloni and under the motto «Sensorama».

Marianne Eschbach (redaktion) Roger Vivier / zVg (fotos)



15 Der im Oktober verstorbene Kenzo Takada, Inès de la Fressange  
 16 Anne Sophie Mignaux  
 17 Suzy Menkes, James Goldstein  
 18 Sveva Alviti  
 19 Isabeli Fontana  
 20 Sarah Andelman  
 21 Hello, Conciergel?  
 22 Pierpaolo Piccioli  
 23 Inszenierung mit Fluo-Farben  
 24 Rabea Schif  
 25 Rossy de Palma  
 26 Alysson Paradis  
 27 Madeline Brewer  
 28 Rainey Qualley  
 29 Mariacarla Boscono  
 30 Sophia Hadjipanteli  
 31 Gain Casalegno  
 32 Jourdan Dunn



1 Amanda Lear  
 2 Gherardo Felloni, Creative Director Roger Vivier, Larsen Thompson  
 3 Anna Pahlavi  
 4 Inszenierung mit Fluo-Farben  
 5 Ada Kokosar  
 6 Karidja Touré  
 7 Cindy Bruna  
 8 Christina Ricci  
 9 Geisterstunde im «Hotel Vivier»  
 10 Eye Haidara  
 11 Isabelle Adjani  
 12 Olivia Palermo  
 13 Veronika Heilbrunner  
 14 Lolly Wish





## Zeigen Sie Ihre strahlende Seite mit COTE! Show your Radiant Side 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 Set mit «Volume Shape  
Up – The Superstar Serum» und  
«Alpine Rose Glow Illuminating  
Treatment – The Cult Creme»  
der gefeierten Marke «Skin  
Design London», offeriert  
von [www.nishes.ch](http://www.nishes.ch), der  
Schweizer Online-Boutique für  
luxuriöse Nischenprodukte in den  
Bereichen Kosmetik, Parfum  
und Home- & Living. Das britische  
Skincare Label wurde bereits  
mehrfach ausgezeichnet für  
seine besonders wirksamen  
Designer Cosmeceuticals  
mit ihren Haute-Couture-  
Formulierungen. Schnellsein  
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 a set with  
«Volume Shape Up - The Superstar  
Serum» and «Alpine Rose Glow  
Illuminating Treatment - The Cult  
Crème» from the celebrated brand  
«Skin Design London», offered by  
[www.nishes.ch](http://www.nishes.ch), the Swiss online  
boutique for luxury niche products  
in the areas of cosmetics, perfume  
and home & living. The British  
skincare label has already received  
several awards for its particularly  
effective designer cosmeceuticals  
with their haute couture  
formulations. It pays to be quick!\*

Sandrine Gomez (1), Skin Design London (2) / zVg (fotos)

\* 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

\* Über das Prämien-Angebot wird keine Korrespondenz geführt

*Cartier*

