

COTE

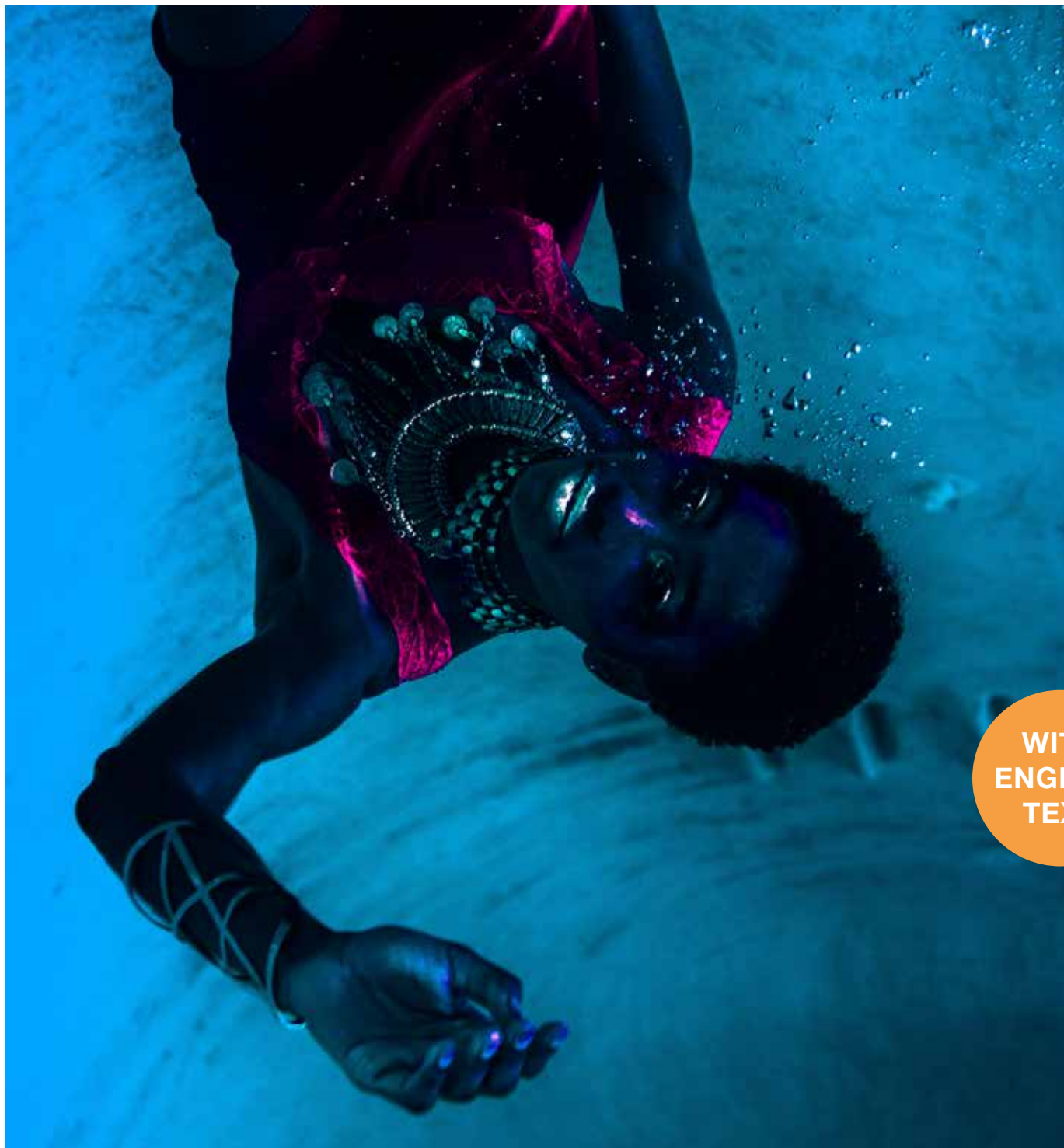
MAGAZINE ZÜRICH

AUSGABE 32

SUMMER 2021

CHF 8.50

PERSONALITIES DAMIEN HIRST – GRAYDON CARTER **PORTFOLIO** BLACK ART
MATTERS **FASHION** HAUTE COUTURE **ESCAPE** BORDEAUX – TOSKANA **UHREN** DIVER



WITH
ENGLISH
TEXT



Extremely Addictive
THE HEAT WAVE ISSUE



TWENTY~4
BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION



MEHR INFORMATIONEN ERHALTEN SIE BEI DEN UNTEN GENANNTEN
PATEK PHILIPPE PARTNERN SOWIE IM AUTORISIERTEN FACHHANDEL.

EINE VOLLSTÄNDIGE LISTE UNSERER PARTNER IN DER SCHWEIZ
FINDEN SIE AUF PATEK.COM

BASEL Gübelin | LUGANO Gübelin | LUZERN Gübelin
ST. MORITZ Gübelin | ZÜRICH Patek Philippe Boutique at Beyer · Gübelin

FGP
SWISS  ALPS

Forbes
GLOBAL PROPERTIES

fgp-swissandalps.com

Escape the ordinary



... and the livin' is easy

Ich hoffe, die meteorologischen Tiefs haben sich verzogen, bis Sie die Sommerausgabe von COTE MAGAZINE in den Händen haben. Wir möchten unser Cover-Versprechen nämlich gern einhalten.

Natürlich können wir das Wettergeschehen nicht beeinflussen, was wir aber bestätigen, ist: Wir haben alles daran gesetzt, dass Sie eine spannende und opulente Zeitschrift in den Händen halten, die Ihnen den Sommer, wo immer Sie ihn verbringen werden, etwas aufregender macht. Auch wenn die grauen Gewitterwolken sich als hartnäckig erweisen sollten.

Lieber als Wetterfee spielen wollen wir Ihr Gemüt aufhellen – nicht dass Sie es nötig hätten, aber die vergangenen Monate haben doch schon an uns allen genagt, irgendwie. Wir empfehlen etwas Kunst, die man sich diesen Sommer endlich mal wieder aus der Nähe anschauen kann. Kunst macht den Kopf frei. In Paris ist die Pinault Collection in ihr neues Zuhause in der ehemaligen Handelsbörse eingezogen und wartet mit spektakulären Platzverhältnissen und Architektur auf. Und wenn Sie schon da sind,

Damien Hirst hat während des Lockdowns ganz viele Kirschblüten gemalt, die er jetzt in seiner ersten Museums-Ausstellung in Frankreich zeigt. Bordeaux könnte ein weiterer naher Abstecher sein oder die Toskana. Einfach, um das mal wieder zu üben. Und wenn es mit all den Zertifikaten, Tests und Bescheinigungen, die man jetzt für so etwas braucht nicht klappen will, dann halten Sie hiermit 196 Seiten in den Händen, mit denen sich auch die Destination Balkonien wie eine lange abwechslungsreiche Reise anfühlt.

*Eine sonnige Zeit wünschen Ihnen
Marianne Eschbach (Chefredaktorin) und das
Team von COTE Zürich, Genf & Lugano.*

... and the livin' is easy

I hope the meteorological lows have passed by the time you have the summer issue of COTE MAGAZINE in your hands. We would like to keep our cover promise. Of course, we can't influence weather patterns, but what we can confirm is this: we have done everything in our power to ensure that you have an intriguing and opulent magazine in your hands that will make your summer, wherever you will spend it, a little more exciting. Even if the grey storm clouds should prove stubborn.

Rather than play weather fairy, we'd like to brighten your mood - not that you need it, but the past few months have gnawed at all of us, somehow. We recommend some art, which you can finally take a close look at this summer. Art clears the mind. In Paris, the Pinault Collection has moved into its new home in the former Mercantile Exchange, and is coming up with some spectacular space and architecture. And while you're there, Damien Hirst painted a lot of cherry blossoms during the lockdown, which he is now showing in his first museum exhibition in France. Bordeaux could be another nearby side trip, or Tuscany. Just to practise this again. And if it doesn't work out with all the certificates, tests and attestations that are now needed for something like this, then here you have 196 pages in your hands that will make even the staycation feel like a long, varied journey.

*Marianne Eschbach (Editor-in-Chief)
and the team from COTE Zürich, Geneva & Lugano
wish you a sunny time.*



GRAFF
TRIBAL



046

Salon:
100 Jahre berühmt.
Wir gratulieren!



Mode: Mystische Haute Couture 060



Kunst: Ein Museum für die Sammlung
von Milliardär François Pinault

RUBRIKEN

Editorial	006
Inhalt	008
Impressum	012
Bonjour de Genève! Tipps unserer Redaktionskollegen	014

UPDATE

Fashion & Accessoires Summer in the City	018
Kunst Kirschblüten von Damien Hirst	020
Design Digitaler Blumen-Sessel	022
Design Lampen für draussen	024
Living Filigrane Terrassen-Möbel	025
Perfume Wald und Wiese	026
Fashionbook Rosen für Dior	028
Beauty Trend Look Preview	029
Travelbooks Toskana und Havanna	030
Lookbook The Goldfinger Files	031
Treasures A Good Romance	032
Kultur Frank Gehry in Arles	034
Escape Iberic Chic	036

SALON

Charlotte Cardin Erfolg in Musik und Mode	040
Marina Superhelden auf dem Plattenteller	044
Graydon Carter über «No 5»	046

FASHION

Utility Chic City Biking & Beach Sport	056
Laufsteg Haute Couture	060
Alber Elbaz Der Designer ist tot, es lebe sein Design!	072
Accessoire Schuhe, Sonnenbrillen, Taschen & Bijoux	074
Modehandwerk Métiers d'Art	078
Emilio Pucci Der Prinz der Prints	080



COVER

Foto: Malike Sidibe. Der Fotograf (23) kommt von der Elfenbeinküste und ging mit 13 nach New York um Modedesign zu studieren. Er fand dann heraus, dass ihm Fotografie mehr zusagt. **Info zum Bild:** Mami wata (Mutter Wasser) ist ein Wassergeist, der in ganz Westafrika gefeiert wird. Obwohl sie ihren Anhängern in Träumen und Visionen als schöne Meerjungfrau erscheinen kann, soll sie auch in den Strassen moderner afrikanischer Städte in der Gestalt einer wunderschönen, aber schwer fassbaren Frau wandeln. Special Thanks: PhotoSCHWEIZ and Black Art Matters.

Fotos: © Patrimoine de Chanel, Paris, © Azzaro Couture, © Vladimir Partalo, Bourse de Commerce – Pinault Collection © Tadao Ando Architect & Associates, Niney et Marca Architects, Agence Pierre-Antoine Gattier, © Malike Sidibe, PhotoSCHWEIZ, Black Art Matters



PIAGET

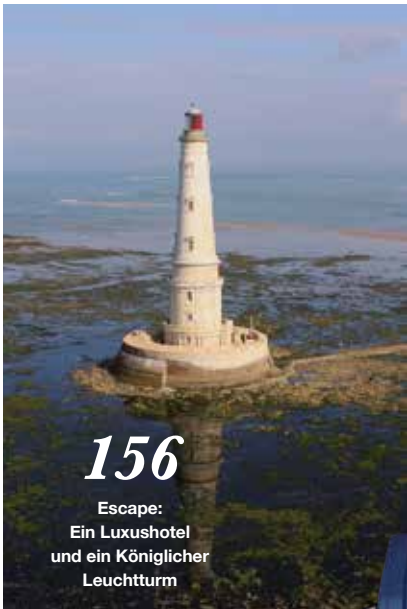
COLLECTION POSSESSION

Boutique Piaget
Rue du Rhône 40 - Genève | Bahnhofstrasse 38 - Zurich | Grendelstrasse 19 - Lucerne



030

Kunst: Damien Hirsts Kirschblüten



156

Escape:
Ein Luxushotel
und ein Königlicher
Leuchtturm



122

Uhren:
Zum Abtauchen und den
Sommer genießen

PORTFOLIO

Pinault Collection Eine Börse für eine Sammlung	094
Hyman Herrero Architektur als Kunstform	104
Photo Schweiz Showcase für Schwarze Fotografie	110

TREASURES

Schmuck Angekettet	122
Uhren zum Abtauchen	128
Uhren für den Sommer	130
Interview Rado CEO Adrian Bosshard	132
News Kleine Kostbarkeiten	136

VANITY

Hände & Nägel Gute Lacke	160
Parfum Das Duo der Meisterparfümeure	146
News Kleine Eitelkeiten	150

ESCAPE

Bordeaux Die schöne Unbekannte	156
Toskana Luxus, Gemüse und Hautpflege	166
Checklist Reisenotizen mit Rockröhre Sharleen Spiteri	172

COTE & THE CITY

Agenda Aktuelles aus Kultur und Kunst	176
Hotels Häuser am Wasser	178
Lifestyle für Küche und Garten	180
Schönheit mit Blumen und Yoga	186
Stores Neues Design, neuer Standort	188

ABO ANGEBOT

First comes, first serves COTE MAGAZINE x Laboratorio Olfattivo

COTE PROMOTION

Clarins Die Domaine als Freilichtlabor	152
Clarins Energie-Boost für inspirierende Frauen	154
Mumm Champagner für Spitzenköche	182
Yon-ka Aromatherapie goes online	187
Beau-Rivage Palace 160 Jahre Luxushotel in Lausanne	189
European Coaching Academy	190

Fotos: Damien Hirst in studio, 2019 © Damien Hirst and Science Ltd. All rights reserved; DACS 2021, © ASA photos, © Omega Seamaster Diver 300M America's Cup Chronograph

HUBLOT




HUBLOT

hublot.com • f • t • i

BIG BANG ONE CLICK

Boîtier en acier serti de diamants.
Mouvement automatique.
Bracelet interchangeable
par un système d'attache unique.

Impressum



COTE

M A G A Z I N E

HERAUSGEBER

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

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

ART DIRECTION
Aysun Ergez / visuelledesignstudio.com

REDAKTION
Hervé Borne, Jacob Decasa, Claudia Dwek,
Raphaël Klemm, Christelle Cluzeau,
Alison Demierre, Sacha Prost, Caroline Schwartz
laredaction@cote-magazine.ch

MIT BEITRÄGEN VON
Ursula Borer, Beatrice Hirt,
Graydon Carter, Vanessa Friedman,
Olivier Rohrbach, Lena Stäheli

ÜBERSETZUNGEN
COTE Translators

GRAFISCHES KONZEPT
Studio Sturzenegger

COTE ONLINE GENÈVE
Caroline Schwartz (Leitung),
Virginie Vivès

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

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

VERKAUF
Linda Cohen / l.cohen@cote-magazine.ch
Gea Aprile / gea@cote-magazine.ch
Hans Otto, Infoplus AG / hans.otto@i-plus.ch
Francesco De Marinis, fdemarinis@bluewin.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 (20 000 Druckauflage)
Genève
19751 (24 000 Druckauflage)
Lugano
(16 000 Druckauflage)
Schweiz
(60 000 Druckauflage)

Media Analyse Führungskräfte / Top Leaders

RICHARD MILLE



CALIBRE RM 72-01

BOUTIQUE RICHARD MILLE
SUISSE

Rue du Rhône 78
1204 Genève - Tél. +41 22 810 85 73

www.richardmille.com



Bonjour de Genève!

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

Geneva calling!

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



GENEVA SUMMER CITY

Spätestens seit den Biden-Putin Gipfel hat es sich herumgesprochen, dass Genf über einen veritablen Strand verfügt. Der aufgeschüttete «Baby-Plage» befindet sich an schönster Lage direkt vor dem Park und der Villa La Grange im angesagten Eau-Vives-Quartier mit seinen vielen kleinen Restaurants und wird, wenn nicht gerade alles wegen hohen Besuches abgesperrt ist, von den Genfern rege genutzt. Diese freuen sich nach der letztjährigen Annullierung auch auf die Rückkehr des temporären Strand-Clubs «Les Voiles» an der «Genève Plage», ein kurzes Stück weiter Richtung Coligny gelegen. Vive l'été!

Since the Biden-Putin summit at the latest, word has spread that Geneva has a veritable beach. The «Baby-Plage» is in a beautiful location directly in front of the park and the Villa La Grange in the trendy Eau Vives district with its many small restaurants and is used by the people of Geneva when it is not closed off due to distinguished visitors. After last year's cancellation, the Genevan are also looking forward to the return of the temporary beach club «Les Voiles» at the «Genève Plage», a short distance away in the direction of Coligny. Vive l'été!

www.geneve.com/en/attractions/baby-beach
les-voiles.ch, www.geneve-plage.ch

Fotos: Les Voiles, «Bretzel & Gretel», Utinam KB2, Tiffany Hotel PD / z/Vg



LE BRETZEL REVISITÉ

Ok, Brezel sind keine typische Genfer Spezialität. Die Frau, die aus dem gewöhnlichen Knabberzeug eine glamouröse Nascherei macht, ist es sehr wohl: Julie Ordon, Genfer Model und Schauspielerin hat die Salzbrezel aufgebrezelt. Was sie von ihren Reisen in die USA kannte, wollte sie zu Hause nicht missen. Und deshalb gibt es das trockene Laugengebäck bei «Bretzel & Gretel» in Schokolade getaucht und z.B. mit kandierten Rosenblättern besprenkelt. Elegant verpackt ist die Sünde zudem und natürlich nicht neben dem Bierregal erhältlich, sondern fürs Erste bei «Bon Génie Grieder» und in einem Pop-up-Store im «The Alpina» Gstaad.

OK, pretzels are not a typical Geneva speciality. But the woman who turns the ordinary nibble into a glamorous snack is: Julie Ordon, Geneva model and actress, has, well, spruced up the salted pretzel. What she knew from her travels to the USA, she didn't want to miss at home. And that's why at «Bretzel & Gretel» the dry pretzel pastry is dipped in chocolate and sprinkled with candied rose petals, for example. The sin is also elegantly packaged and of course not available next to the beer shelf, but for now at «Bon Génie Grieder» and in a pop-up store at «The Alpina» Gstaad.

bretzelandgretel.com; www.thealpinagstaad.ch;
www.bongeniegrieder.ch

GENEVA IN NUMBERS

Coordinates 46°12'N 6°09'E
Density 12 000/km²
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 Frédérique Perler
Town's landmark Jet d'Eau



COLOURFUL HOURS

Wenn sich der Gründer der Utinam Uhrenmanufaktur in Besançon, Philippe Lebru, und der Uhrendesigner Alain Silberstein zusammen tun, kommt etwas Spektakuläres dabei heraus, nämlich die «KB2 Kontwaz Bauhaus 2» Standuhr mit geometrischen Formen und in Primärfarben. Das Objekt ist in der auf mechanische Extravaganzen spezialisierten M.A.D Gallery von Maximilian Büsser & Friends in Genf ausgestellt und zu kaufen. Das Design von Alain Silberstein gibt's auch fürs Handgelenk bei www.louiserard.com.

When the founder of the Utinam watch manufactory in Besançon, Philippe Lebru, and the watch designer Alain Silberstein join forces, the result is something spectacular, namely the «KB2 Kontwaz Bauhaus 2», a very young grandfather clock with geometric shapes and in primary colours. The object is on display and for sale at the M.A.D Gallery by Maximilian Büsser & Friends in Geneva, which specialises in mechanical extravagances. The watch design by Alain Silberstein is also available for the wrist at www.louiserard.com.

www.madgallery.net; shop.madgallery.ch; www.utinam.fr



LOUIS FAVRE (1826 BIS 1879)

Der Ingenieur aus Genf Chêne-Bourg baute u.a. den Gotthard-Eisenbahntunnel, ein für die damalige Zeit technisches Meisterwerk. The engineer from Geneva Chêne-Bourg built, among other things, the Gotthard railway tunnel, a technical masterpiece for its time.



SEA BREEZE IN THE CITY

Respekt für das Produkt, für die Frische der Zutaten und für eine gesunde Küche sind die Werte im «L'iodé», dem auf Fisch spezialisierten Restaurant im Hotel Tiffany. Das Konzept wäre ohne die Vision seines Chefs, Christophe Pagnot, nicht möglich gewesen. Seine atypische Herangehensweise an die Küche, die auf seiner jahrelangen Erfahrung in den Westindischen Inseln und den zahlreichen Reisen beruht, verleiht seinen Kreationen einen «Hauch von Anderswo». Das Team freut sich, den Gästen neue Geschmackserlebnisse zu bieten.

Respect for the product, freshness of the ingredients and a healthy cuisine for all, such are the values of «L'iodé». Its menu is based on fish dishes, served in an intimate atmosphere. This new concept would not have been possible without the vision of its Chef, Christophe Pagnot. His atypical approach to cooking, based on his years of experience in the West Indies and his numerous trips, adds a «touch of elsewhere» to each of his creations. The team takes great pleasure in providing his guests with new taste experiences.

iode@tiffanhotel.ch;
Hôtel Tiffany,
rue de l'Arquebuse 20, 1204 Genève



▷ BR 03-92 Diver Blue Automatic Ø 42mm • 300m water-resistant bellross.com

DIVER 300M

TIME INSTRUMENTS
FROM THE COCKPIT TO THE WRIST

Bell & Ross

COTE
M A G A Z I N E

UPDATE

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



Foto: © Saint Laurent Men PD / zVg

Looks 23 by Saint Laurent Men Summer 2021

Summer in the City

Dezente Farben und leichte Stoffe – Männer hüllen sich diesen Sommer in neutrale Töne und setzen einen Akzent in Grün.

Subtle colours and light fabrics - men wrap themselves in neutral tones this summer and add an accent in green.

Lena Stäheli (redaktion) Saint Laurent, PD / zVg (fotos)



Look 14 by Saint Lauren Men Summer 2021



KARL LAGERFELD
Schneeweisse Sneakers.
Snow white sneakers.



GUCCI
Markante, eckige Sonnenbrille aus Acetat.
Striking, angular sunglasses made of acetate.



BOTTEGA VENETA
Silbrig glänzende casual Armspange.
Shiny silver casual bangle.



PARFUM DE MARLY
«Greenley» ist ein grüner, knackiger Duft mit Zitrus, grünem Apfel, Zedernholz, Veilchen.
«Greenley» is a green, crisp fragrance with citrus, green apple, cedar, violet.



ARMANI
Tasche aus Leder mit geflochtenem Riemen.
Leather bag with braided strap



LOEWE
«Paula's Ibiza» Fischerhut aus Baumwolle.
«Paula's Ibiza» cotton fisherman's hat



ZENITH
Die Chronograph «Chronomaster Revival A385» ist eine moderne Nachbildung des Originals von 1969.
The «Chronomaster Revival A385» chronograph is a modern replica of the original from 1969.



TOM FORD
Selvege Stretch-Denim Trucker Jacke, erhältlich über misterporter.com
Selvege Stretch Denim Trucker Jacket, available via misterporter.com

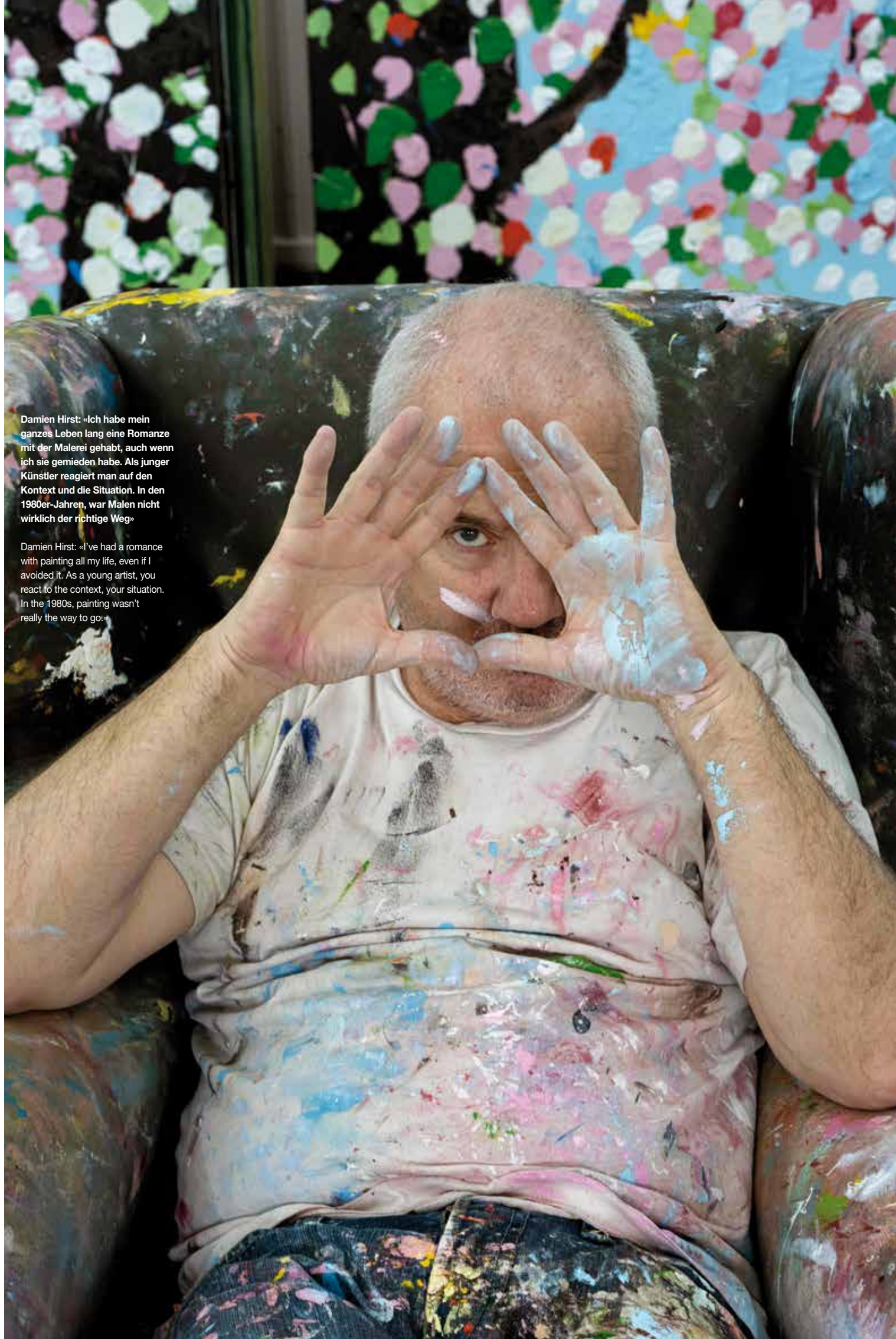


ORIS
Die «Divers Sixty-Five Cotton Candy» mit Zifferblatt in optimistischem «wild green» ist komplett aus Bronze gefertigt.
The «Divers Sixty-Five Cotton Candy» with a dial in optimistic «wild green» is made entirely of bronze.

INUIKII
Sommer Slippers mit Obermaterial aus geflochtenem Raffia.
Summer slippers with braided raffia upper.



KREAFUNK
Tragbarer Speaker, erhältlich bei Jelmoli.
Portable Speaker, available at Jelmoli



Damien Hirst: «Ich habe mein ganzes Leben lang eine Romanze mit der Malerei gehabt, auch wenn ich sie gemieden habe. Als junger Künstler reagiert man auf den Kontext und die Situation. In den 1980er-Jahren, war Malen nicht wirklich der richtige Weg»

Damien Hirst: «I've had a romance with painting all my life, even if I avoided it. As a young artist, you react to the context, your situation. In the 1980s, painting wasn't really the way to go.»

Fotos: Damien Hirst, 2019, View from Damien Hirst's studio. Damien Hirst, Phantasia Blossom, 2018, Damien Hirst in his studio, 2020, Photographed by Prudence Cumming Associates © Damien Hirst and Science Ltd. All rights reserved, DACS 2020, 2021



Wenn der Pointilismus Rock ,n' Roll tanzt... Damien Hirst in Aktion in seinem Studio in London.
When pointilism dances rock ,n' roll... Damien Hirst in action in his London studio.

Ein Fest der Farben im Chaos

Der Star-Künstler interpretiert die Landschaftsmalerei neu: «Cherry Blossoms» ist Damien Hirsts erste Museums Ausstellung in Frankreich.

The star artist reinterprets landscape painting: «Cherry Blossoms» is Damien Hirst's first museum exhibition in France.

COTE editors (redaktion) © Damien Hirst and Science Ltd. All rights reserved. DACS 2021 / zVg (fotos)

Die Malerei hat immer eine wesentliche Rolle in Damien Hirsts Werk gespielt. «Ich habe mein ganzes Leben lang eine Romanze mit der Malerei gehabt, auch wenn ich sie gemieden habe. In den 1980er-Jahren, war Malen nicht wirklich der richtige Weg», erklärt der Künstler, der vor gut 30 Jahren als das Gesicht der «Young British Artists» bekannt geworden war.

Die Serie «Cherry Blossoms» interpretiert die traditionelle Landschaftsmalerei mit spielerischer Ironie neu. Hirst bezieht sich dabei sowohl auf den Impressionismus und den Pointilismus als auch auf das Action Painting.

«Bei den Kirschblüten geht es um Schönheit, Leben und Tod. Sie handeln von der verrückten visuellen Vergänglichkeit der Schönheit», sagt Damien Hirst.

Die komplette Serie umfasst 107 grossformatige Tableaux. Drei Jahre lang arbeitete Damien Hirst gleichzeitig an mehreren Leinwänden. Er beendete die «Cherry Blossoms»-Serie im November 2020. «Die Pandemie hat mir viel mehr Zeit gegeben, mit den Bildern zu leben und sie anzuschauen und absolut sicher zu sein, dass alles fertig ist.»

AUSSTELLUNG
Damien Hirst «Cherry Blossoms», Fondation Cartier pour l'Art contemporain, 261, boulevard Raspail, Paris, (bis 2. Januar 2022), www.fondationcartier.com

BUCH
Damien Hirst, «Cherry Blossoms» Herausgeber: Fondation Cartier pour l'art contemporain, Paris. Gebunden, 26 x 36,5 cm, 330 Seiten, 250 Farbabbildungen.

When he became known as the face of the «Young British Artists» a good 30 years ago, Damien Hirst's preference was for provocative creative experiments. Painting, however, has always played an essential role in his work. «I have had a romance with painting all my life, even though I have avoided it. In the 1980s, painting was not really the way to go,» the artist explains.

The Cherry Blossoms series reinterprets traditional landscape painting with playful irony. Hirst combines Impressionism and Pointillism as well as Action Painting. «Cherry blossoms are about beauty, life and death. They are about the crazy visual transience of beauty,» says Damien Hirst.

The complete series comprises 107 tableaux, all large-format. For three years, Damien Hirst worked on several canvases simultaneously. He finished the Cherry Blossoms series in November 2020. «The pandemic gave me much more time to live with the paintings and look at them and be absolutely sure that everything was finished.»

Digital Enthusiasm Becomes Reality

Der Sessel Hortensia steht für eine neue Art der Designentwicklung, bei der die digitalen Medien eine zentrale Rolle spielen – ebenso wie mutige Produzenten.

The Hortensia armchair represents a new kind of design development in which digital media play a central role – as do bold producers.

Beatrice Hirt (text) © Mattia Gregi / zVg (fotos)



Den Hortensia Chair gibt es in Petal Pink und Petal Grey The Hortensia Chair is available in Petal Pink and Petal Grey.

Die Entwicklung des Hortensia Fauteuils begann als 3D Rendering aus der Hand des argentinischen Designers Andrés Reisinger, der schon Projekte mit Apple, Microsoft und Samsung realisierte. Kurz nachdem er diese 3D Darstellung seines Objektes auf Instagram stellte, löste Hortensia eine digitale Begeisterungswelle aus, die zu mehreren Verkaufsaufträgen führte, obwohl der Sessel noch gar nicht existierte.

DIE SCHÖNHEIT DER NATUR

Als Reaktion darauf zog Reisinger die Textildesignerin Julia Esqué hinzu und setzte sein Konzept in die Praxis um. Es galt, auf innovative Weise die Schönheit der Natur in einen Sessel zu übersetzen, der das Gefühl vermittelt, von weichen und sanften Blütenblättern umarmt zu werden. Im Team konnten sie diesen Design-Traum mit 30'000 lasergeschnittenen Stoffblättchen wahr werden lassen; vorerst aber nur in limitierter Auflage.

DIE FEINE LINIE ZWISCHEN KUNST UND DESIGN

Die anspruchsvolle serielle Produktion übernahm Moooi Design. Gemeinsam vollendeten sie die letzte Evolutionsstufe. «Ich wollte dieses Projekt unbedingt mit Moooi verwirklichen. Ich wusste, dass es für den Hortensia Chair keinen besseren Platz gab, da sich ihre Kollektion auf der feinen Linie zwischen Kunst und Design bewegt», so Andrés Reisinger.

The development of the Hortensia armchair began as a 3D rendering by the Argentinian designer Andrés Reisinger, who lives in Barcelona and has already realised projects with Apple, Microsoft and Samsung. Shortly after he posted this 3D representation of his object on Instagram, Hortensia triggered a wave of digital enthusiasm that led to several sales orders, even though the chair did not yet exist.

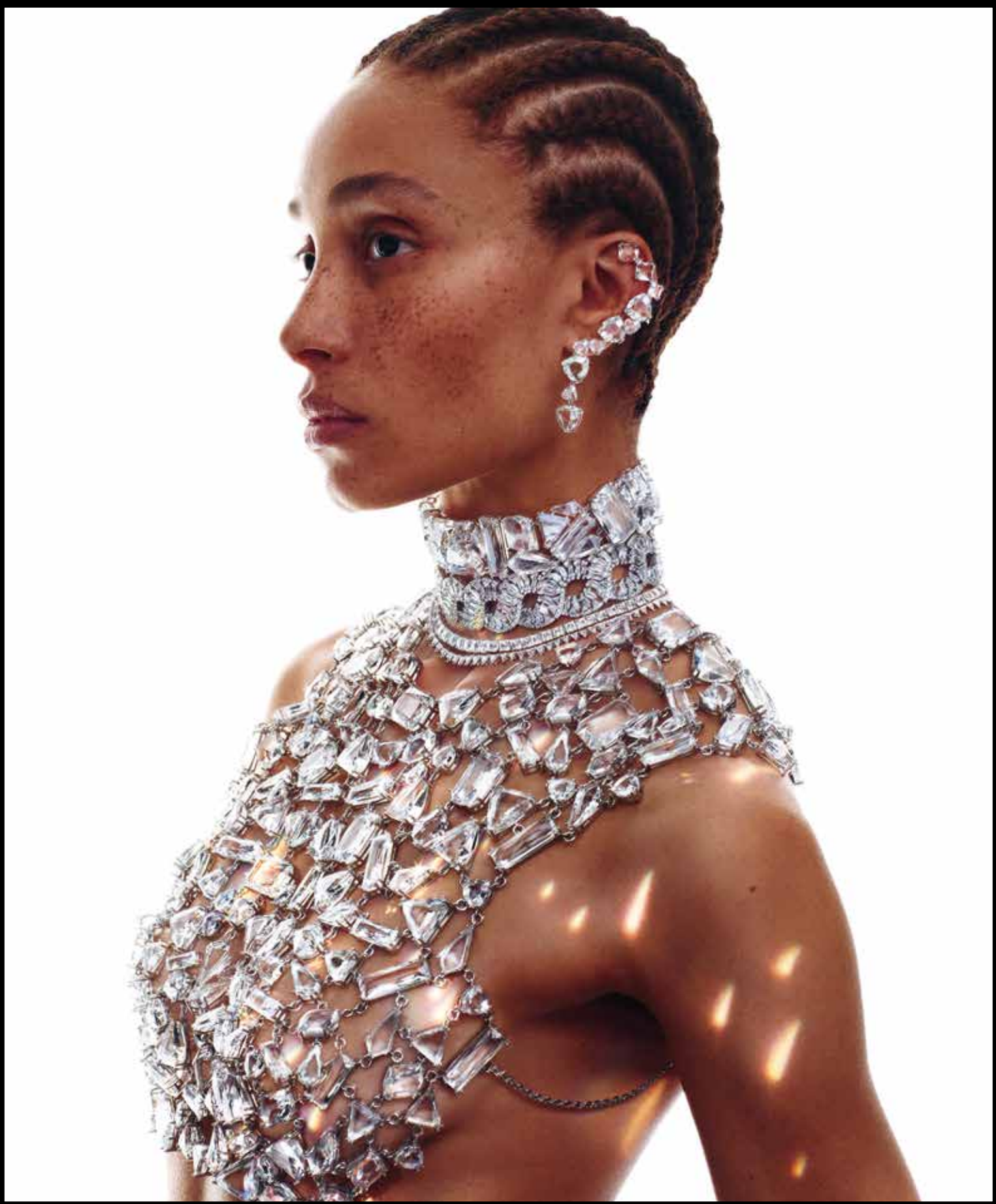
THE BEAUTY OF NATURE

In response, Reisinger brought in textile designer Julia Esqué and put his concept into practice. The task was to translate the beauty of nature in an innovative way into an armchair that gives the feeling of being embraced by soft and gentle petals. As a team, they were able to make this design dream come true with 30'000 laser-cut fabric petals; but only in limited editions for now.

THE FINE LINE BETWEEN ART AND DESIGN

Moooi Design took over the demanding serial production. Together they completed the final evolutionary stage of the fauteuil. «I really wanted to realise this project with Moooi. I knew there was no better place for the Hortensia Chair; as their collection walks the fine line between art and design,» says Andrés Reisinger.

www.moooi.com



SWAROVSKI

Let there be Light!

Wenn die Nächte wieder so lau sind, dass man am liebsten gar nicht mehr nach drinnen gehen möchte, kommen die neuesten Outdoor-Leuchten ins Spiel.

When the nights are so balmy again that you would prefer not to go indoors at all, the latest outdoor luminaires come into play.

Beatrice Hirt (text) PD / zVg (fotos)

Vorbei sind die Zeiten, wo sich die Platzierung des Gartentisches nach der fest verankerten Lichtquelle richten musste. Denn mit dem Aufkommen der Gartenmöblierung im Stil eines Wohnzimmers sind flexiblere Lösungen für die Outdoor Beleuchtung gefragt. Auf der Basis der neuesten Technologie entwickelten die Designer daher eine smarte Innovation: die portable Leuchte für draussen. Ihre Batterie lässt sich über einen USB-Anschluss aufladen und spendet dann über viele Stunden ein gedimmtes, wohnliches Licht. Auch formal passen die eleganten LED-Leuchten in die neuen Gestaltungskonzepte, denn ihre wetterfesten Materialien sind edel und stets in der passenden Farbvariationen erhältlich. Das gilt übrigens auch für ihren Indoor-Auftritt.

One are the days when the placement of the garden table had to depend on the firmly anchored light source. With the advent of garden furniture in the style of a living room, more flexible solutions for outdoor lighting are required. Based on the latest technology, the designers therefore developed a smart innovation: the portable outdoor light. Its battery can be charged via a USB connection and then provides a dimmed, homely light for many hours. The elegant LED luminaires also fit formally into the new design concepts, because their weatherproof materials are noble and always available in matching colour variations. By the way, this also applies to their indoor appearance.



1 Lampe «Lucca SC 51»; 2 Lampe «Mouro 29» von Patricia Perez für Casefurniture; 3 Lampe «In Vitro» von Philippe Starck; 4 Lampe «Balad H12 Bamboo»



1 «Kida» Hängesessel von Stephen Burks für Dedon.de
2 «Nest Armchair» von Marcel Wanders Studio für Moooi.com
3 «Tio Easy Chair» von Chris Martin für Massproductions.se
4 «Flower Table» von Alexander Girard für Vitra.com

Das Leben draussen

Die filigranen Leichtgewichte rufen den Designstil der 50er-Jahre in Erinnerung, überstehen aber im Gegensatz zu damals heute locker auch ein Sommergewitter.

The filigree lightweights recall the design style of the 50s, but unlike back then, today they can easily withstand a summer thunderstorm.

Beatrice Hirt (text) PD / zVg (fotos)

Tatsächlich Mitte des letzten Jahrhunderts entstand der rote «Flower Table», damals massgefertigt für das berühmte Miller House, wo er immer noch im Original zu sehen ist. Vitra hat ihn jetzt zu einem Serienprodukt aus pulverbeschichtetem Stahl weiterentwickelt. Eine gewisse Verspieltheit strahlt auch der wiegenartige Hängesessel von Stephen Burks aus, dessen Finish von Flechtmeistern auf den Philippinen in Handarbeit ausgeführt wird. Der «Nest-Chair» ist so einladend designt, dass man ihm kaum widerstehen kann – umsomehr, da er in 611 verschiedenen Stoffvarianten für Indoor oder Outdoor erhältlich ist. Dagegen hält sich der «Tio Easy Chair» dezent zurück und überlässt den grossen Auftritt der Natur.

In fact, the red «Flower Table» was created in the middle of the last century, then custom-made for the famous Miller House, where it can still be seen in the original. Vitra has now developed it into a series product made of powder-coated steel. A certain playfulness also radiates from the cradle-like hanging chair by Stephen Burks, whose finish is handcrafted by master weavers in the Philippines. The «Nest Chair» is so invitingly designed that it is hard to resist – all the more so as it is available in 611 different fabric variations for indoor or outdoor use. In contrast, the «Tio Easy Chair» is discreet and leaves the grand entrance to nature.



CHANEL

Auf den Spuren von Coco Chanel setzt Olivier Polge mit der Parfum-Linie «Les Eaux de Chanel» seit 2018 ein ganz neues Duft-Konzept um. Jetzt geht die Reise mit «Paris- Édimbourg» nach Schottland, eine Gegend die Coco Chanel in den 1920er-Jahren für sich entdeckte. Im neuen Duft wurden Wachholder, Zypresse mit Zedernholz und Vetiver kombiniert.

In the footsteps of Coco Chanel, Olivier Polge has been implementing a completely new fragrance concept with the perfume line «Les Eaux de Chanel» since 2018. Now, with «Paris-Edimbourg», the journey goes to Scotland, an area that Coco Chanel discovered for herself in the 1920s. The new fragrance combines juniper and cypress with cedarwood and vetiver.

ISSEY MIYAKE

Rund 30 Jahre nach dem legendären «L'Eau d'Issey» schreibt Parfumeurin Ane Ayo die Erfolgsgeschichte mit «A Drop d'Issey» weiter. Mit Mandelmilch, Damaszener Rosen, Flieder, Jasmin, Stern-Anis, Orangenblüten, Moschus, Vanille, Ambroxan und Atlas-Zeder schlägt sie eine Brücke zu den Wurzeln der Natur. Some 30 years after the legendary «L'Eau d'Issey», perfumer Ane Ayo continues the success story with «A Drop d'Issey». With almond milk, damask rose, lilac, jasmine, star anise, orange blossom, musk, vanilla, ambroxan and Atlas cedar, she builds a bridge to the roots of nature.



TRUDON 1643

Für diesen Sommer lanciert die französische Wachsmanufaktur erstmals eine Parfum-Linie mit sieben Düften. Einer davon ist «Deux». Er steht für einen Neuanfang mit grünen Blättern, Bitterorange, Kiefern, Pfeffer, Wacholder, Zeder, Weihrauch, Ambroxan und Cashmeran.

For this summer, the French wax manufacturer is launching a perfume line for the first time with seven fragrances. One of them is «Deux». It stands for a new beginning with green leaves, bitter orange, pine, pepper, juniper, cedar, incense, ambroxan and cashmeran.



HERMÈS

Der Herrenduft «H24» spielt mit den Gegensätzen von Natur und Technologie. Im Zentrum steht der Muskatellersalbei. Dazu kombiniert die Hausparfumeurin Christine Nagel Narzisse Absoluée, Rosenholz-Essenz und einem Molekül der Zukunft: Sclarene. Es duftet grün und erdig und erinnert an den Duft von einem warmen Bügeleisen auf Stoffen. The men's fragrance «H24» plays with the contrasts of nature and technology. Clary sage is at the centre. In addition, house perfumer Christine Nagel combines narcissus absolute, rosewood essence and a molecule of the future: Sclarene. It smells green and earthy and is reminiscent of the scent of a warm iron on fabrics.



CARTIER

Als Haus-Parfumeurin kreiert Mathilde Laurent unverkennbare Duft-Kompositionen. Jetzt hat sie mit «Rivières de Cartier» gleich drei Parfums als Hommage an die Natur erschaffen: eines davon ist «Luxuriance». Es spiegelt mit Farn, wilder Pistazie, Eiche, Rosmarin und Wildkräutern einen facettenreich Fluss wieder.

As in-house perfumer, Mathilde Laurent creates distinctive fragrance compositions. Now, with «Rivières de Cartier», she has created three perfumes in homage to nature: one of them is «Luxuriance». It reflects a multi-faceted river with fern, wild pistachio, oak, rosemary and wild herbs.

Es duftet nach Wald und Wiese...

Was wünscht man sich mehr wenn in den Städten der Asphalt glüht? Genau, ein schattiges Plätzchen im Grünen. Oder ersatzweise eine Nase voll von diesen neuen Parfums, mit denen man sich unter ein Blätterdach oder ins kühle Hochland träumen kann.

What more could you want when the asphalt in the cities is red-hot? Exactly, a shady spot in the countryside. Or, alternatively, a nose full of these new perfumes with which you can dream yourself under a canopy of leaves or into the cool highlands.

Ursula Borer (redaktion) PD / zVg (fotos)

Der Modeschöpfer und die Blumenkönigin

Als Symbol für Anmut, Liebe und Weiblichkeit steht die Rose im Mittelpunkt der Inspirationen des Hauses. Dior feiert die Königin der Blumen in einer Ausstellung im eigenen Museum und mit einem Buch.

A symbol of grace, love and femininity, the rose is at the heart of the House's inspirations. On the occasion of an exhibition dedicated to this bloom Dior is celebrating the queen of flowers in a book.

COTE editors (redaktion) PD / zVg (fotos)



AUSSTELLUNG
«Dior und die Rosen» bis zum 31. Oktober 2021, Musée Christian Dior, Granville, Normandie (sofern die Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien dies zulassen).

BUCH
«Dior and Roses», Éric Pujalet-Plaà, Brigitte Richart Vincent Leret. Ganzleinenband / 20,6 x 26,5 cm / 160 Seiten / 120 Farbfotos, www.rizzolibookstore.com, New York

Tableau Final formal gown, Spring-Summer 1951 Haute Couture collection, Naturelle line, Christian Dior. Photograph by Willy Maywald (colorized). © Association Willy Maywald / Adagp, Paris 2021. Headress made of silk wildflowers, adorned with bees, from the Spring-Summer 2017 Haute Couture collection. Christian Dior by Maria Grazia Chiuri, in collaboration with Stephen Jones. Photograph by Tierney Gearon. © Tierney Gearon.

«Zum Glück gibt es Blumen», vertraute Christian Dior in seinen Memoiren an. Die Ursprünge von Christian Diors Leidenschaft liegen im Rosengarten der Familie in der Villa des Rhumbs in Granville in der Normandie. Jahre später, als er Couturier geworden war, liess sich Dior von dieser Muse, ihren Farben und Blütenblättern, Quellen unendlicher Kreativität, inspirieren, um die Kleider seiner ersten Kollektion zu entwerfen - den ikonischen New Look: «Ich entwarf femmes-fleurs, weibliche Blumen mit weichen Schultern, blühenden Büsten, Taillen so schlank wie Lianen und Röcke so weit wie Blumenkronen.»

Von der Haute Couture zu olfaktorischen Kreationen: Der erste Duft, «Miss Dior», nimmt einen Ehrenplatz ein. Eine wunderbare Saga, die nicht ohne eine Hommage an Diors Schwester auskommen kann, nach der sie benannt wurde. Als diskrete Heldin machte Catherine Dior Blumen zu ihrem Beruf. Noch heute veredelt ihr Feld mit Centifolia-Rosen in der Region von Grasse die Duftpfade des Hauses. Diese florale Tradition wird mehr denn je in der Normandie fortgesetzt, wo im Jahr 2020 Tausende von Granville-Rosen gepflanzt wurden, um Dior-Pflegeprodukte zu veredeln.

«Fortunately, there are flowers,» Christian Dior confided in his memoirs. The origins of Christian Dior's passion took root in the family rose garden at the Villa des Rhumbs in Granville, Normandy. Years later, once he'd become a couturier, Dior took inspiration from that muse, its color and petals, sources of infinite creativity, to dream up the dresses in his first collection – the iconic New Look: «I designed femmes-fleurs, women flowers with soft shoulders, blossoming busts, waists as slender as lianas and skirts as wide as corollas.»

Moving from haute couture to olfactory creations: the first fragrance, «Miss Dior», holds a place of honor. A marvelous saga that can't go without an homage to Dior's sister, for whom it was named. A discreet heroine Catherine Dior made flowers her profession. Today, her field of Centifolia roses, located in the Grasse region, still ennobles the House's fragrance trails. This floral tradition continues more than ever in Normandy, where in 2020 thousands of Granville roses were planted to enhance Dior skincare products.

Look Preview: Hello to Dark

Die «Métiers d'Art»-Kollektion von Chanel verblüfft mit dem kreativen Dialog, den Virginie Viard mit den Maisons d'Art führt, zu denen die Couture-Zulieferer Lesage, Montex, Lemarié, Lognon, Goossens, Maison Michel und Massaro zählen.

Chanel's «Métiers d'Art» collection stuns with the creative dialogue Virginie Viard has with the Maisons d'Art, which include couture suppliers Lesage, Montex, Lemarié, Lognon, Goossens, Maison Michel and Massaro.

Ursula Borer (redaktion) © Chanel PD / zVg (fotos)



CHANEL

Normalerweise entführt Chanel für die «Métiers d'Art»-Shows das Publikum an Locations verteilt rund um den Globus. Wegen des zweiten Lockdowns in Frankreich inszenierte Virginie Viard die Kollektion im Château de Chenonceau im Loire-Tal, bekannt als «Le Château des Dames» ohne die selbigen, sprich einmal mehr ohne Zuschauerinnen.

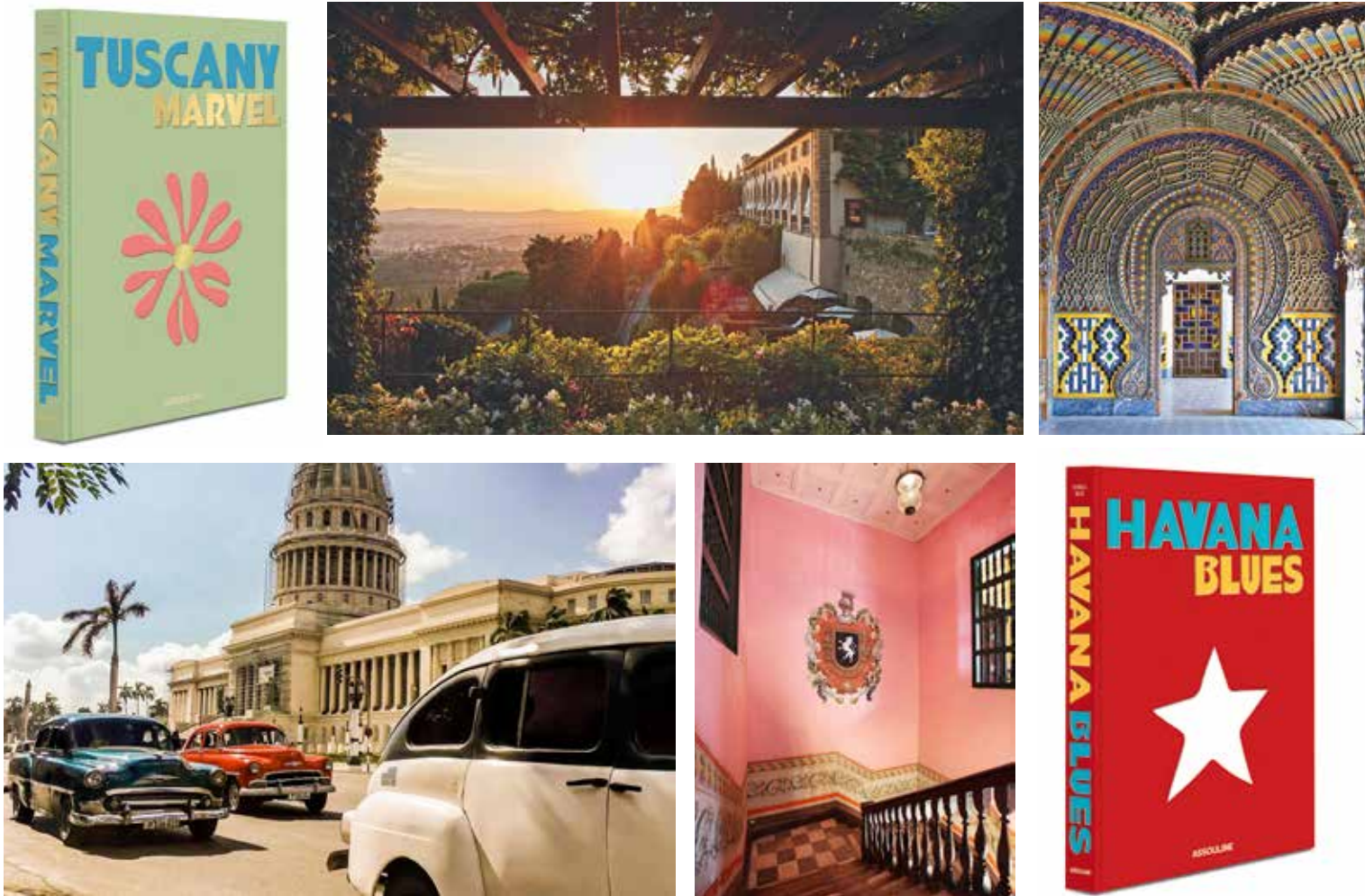
Normally, Chanel takes the public to locations all over the world for its «Métiers d'Art» shows. Due to the second lockdown in France, Virginie Viard staged the collection at the Château de Chenonceau in the Loire Valley, known as «Le Château des Dames», without the ladies, i.e. once again without an audience.

Gegen das Fernweh

Auch wenn die Massnahmen gelockert werden, ist Reisen nicht ohne Einschränkungen möglich. Gegen den Inland-Koller helfen Bildbände, welche die Ferne ins Wohnzimmer holen.

Even if the measures are released, travel is not possible without restrictions. Coffee-table books that bring the distant world into the living room help to counteract the domestic paddy.

Ursula Borer (text) Assouline, PD / zVg (fotos)



Wer es gerne klassisch hat, taucht in das Buch «Tuscany Marvel» von Cesare Cunaccia ein. Der Schreiber, Lektor, Kurator und Journalist fängt den zeitlosen Charme der italienischen Region gekonnt ein – seien es die Städte Pisa oder Florenz, die sanften Hügel, die Küche oder die lange Modetradition. Liebhaber von mehr Exotik freuen sich über «Havana Blues» von Pamela Ruiz. Sie kam in den 90er-Jahren nach Kuba und verliebte sich in das Land und in ihren Ehemann. Der Bildband fängt die gegensätzlichen Einflüsse ein, die Havanna bis heute prägen: von den spanischen Siedlern des 16. Jahrhunderts, den Mobstern der 30er-Jahre und den glamourösen 50er-Jahre, über die kubanische Revolution, bis zur kulturellen Renaissance. Der eklektische Mix aus afrikanischen, französischen, spanischen und nordamerikanischen Einflüssen macht die Stadt legendär und einzigartig.

If you like things classic, dive into the book «Tuscany Marvel» by Cesare Cunaccia. The writer, editor, curator and journalist skilfully captures the timeless charm of the Italian region - be it the cities of Pisa or Florence, the rolling hills, the cuisine or the long fashion tradition. Lovers of more exoticism will enjoy «Havana Blues» by Pamela Ruiz. She came to Cuba in the 90s and fell in love with the country and her husband. The illustrated book captures the contrasting influences that have shaped Havana to this day: from the Spanish settlers of the 16th century, the mobsters of the 1930s and the glamorous 1950s, to the Cuban Revolution, to the cultural renaissance. The eclectic mix of African, French, Spanish and North American influences makes the city legendary and unique.

«Tuscany Marvel» by Cesare Cunaccia, 312 p., over 200 illustration
«Havana Blues» by Pamela Ruiz, 312 p., over 200 illustrations, www.assouline.com

© Milos Krivokapic/Alamy Stock Photo Vintage cars line the street in front of Havana's Capitol Building. © Brent Winebrenner colonial-style home with a colorful marble staircase, a hand-carved mahogany railing and original frescoes. © Tyson Sadio/Beimond Villa San Michele, in Florence is set among lush woodland and terraced gardens. © Massimo Listri Castle of Sammezzano, in the province of Florence, was transformed in 1853 into a Moorish fairy-tale palace with decoration inspired by the Alhambra. Photographed by Massimo Listri.

Passfahrt mit 007

Er war James Bond schlechthin. Letztes Jahr verstarb der schottische Schauspieler Sean Connery im Alter von 90 Jahren. Sein Vermächtnis wird ewig leben. Dafür sorgt auch das Buch «The Goldfinger Files».

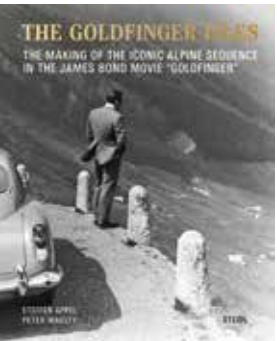
He was James Bond par excellence. Last year, Scottish actor Sean Connery passed away at the age of 90. His legacy will live forever. The book «The Goldfinger Files» makes sure of that.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)



Bond-Girl Tilly Masterson alias Tania Mallet kehrte nach ihrer ersten und letzten Rolle dem Film den Rücken; als Model verdiente sie mehr. Der legendäre Aston Martin in den Serpentinaugen oberhalb von Realp. Wegen einer defekten Kupplung musste der Gadgetcar als Ersatzfahrzeug aus London eingeflogen werden

Der dritte Teil der Bond-Filmreihe, «Goldfinger», war 1964 nicht weniger als ein Paradigmenwechsel und löste ein weltweites Fieber aus. Vom 5. bis zum 12. Juli 1964 wurde im Schweizer Urseren-Tal gedreht. Die Dreharbeiten fanden praktisch in aller Öffentlichkeit statt. Journalisten konnten nach Belieben dokumentieren, die Hotelmitarbeiter und Anwohner wurden Teil der Filmcrew und Touristen mischten sich spontan unter das Produktionsteam. Die Schweizer Fotografen Hans Gerber, von der Comet-Photo AG Zürich, und Josef Ritler, vom Boulevardblatt Blick, sowie der deutsche Filmjournalist Erich Kocian hielten damals während sieben Tagen mehr oder weniger die gesamten Dreharbeiten mit ihren Kameras fest. Dazu kommen private Fotografien von Hotelmitarbeitern in den Unterkünften der Filmcrew, die sie als Souvenirs geschossen hatten. Das Resultat blättert sich wie ein Daumenkino zum Dreh der Alpensequenz von «Goldfinger» in der Schweiz – einmalig.



The third part of the Bond film series, «Goldfinger», was nothing less than a paradigm shift in 1964 and triggered a worldwide fever. From 5 to 12 July 1964, filming took place in the Urseren Valley in Switzerland. They filmed practically in public. Journalists could document at will, hotel staff and local residents became part of the film crew and tourists spontaneously mingled with the production team. The Swiss photographers Hans Gerber, from Comet-Photo AG Zurich, and Josef Ritler, from the tabloid Blick, as well as the German film journalist Erich Kocian recorded more or less the entire filming with their cameras for seven days. In addition, there are private photographs of hotel employees in the film crew's accommodation, which they had taken as souvenirs. The result flips through like a flip book to the filming of the Alpine sequence of «Goldfinger» in Switzerland - unique.

«The Goldfinger Files» by Steffen Appel and Peter Wälty, published by Steidl, ISBN 978-3-95829-746-3, 192 p., 346 photographs, www.steidl.de

Fotos: © EON Productions, promotional shot by Arthur Evans. 292_Goldfinger.tif Monday, 6 July 1964, Ice Grotto at Hotel Belvedere. 293_Goldfinger.tif, Thursday, 9 July 1964, Serpentine curves above Realp



CHANEL

Arnaud Chastaingt, der Direktor des Uhrmacher Kreativ-Studios im Unternehmen, bediente sich für die neueste Interpretation der Chanel-Uhrenmodelle aus dem exzentrischen visuellen Universum der Elektro-Musik-Bewegung der 1990er-Jahre. Die Manschetten-Uhr «Code Coco» bekam ein gestepptes Lederarmband in Neonpink mit schwarzer Flechtung. Auf dem Uhrgehäuse aus geschwärztem Stahl glitzert ein Diamant im Princess-Schliff, darin tickt ein hochpräzises Quarzwerk. Limitiert auf 255 Stück.

Arnaud Chastaingt, the director of the watchmaker's creative studio at the company, drew on the eccentric visual universe of the 1990s electro-music movement for the latest interpretation of Chanel watch models. The «Code Coco» cuff watch was given a quilted leather strap in neon pink with black braiding. A princess-cut diamond glitters on the blackened steel watch case, inside which ticks a high-precision quartz movement. Limited to 255 pieces.



GRAFF
Brosche aus der «Tilda's Bow»-Kollektion aus Weissgold mit Diamanten. Die Linie interpretiert Seidenbänder, -maschen und -schleifen auf äusserst kostbare Art und Weise. Verstärkt durch das Glitzern der Edelsteine scheinen die Schmuck gewordenen Stoffbänder sich tatsächlich zu bewegen.

Brooch from the «Tilda's Bow» collection in white gold with diamonds. The line interprets silk ribbons, meshes and bows in an extremely precious way. Enhanced by the glitter of the gemstones, the fabric ribbons that have become jewellery actually seem to move.



OMEGA
Uhr «Seamaster Aqua Terra» (34 mm) in bicolor aus Edelstahl und Sedna-Gold. Blassrosa Zifferblatt mit geprägter Wellenoptik und Stundenmarkierungen aus Rubinen, Lünette mit Diamant-Besatz. Co-Axial Master Chronometer Kaliber mit Automatik-Aufzug.

«Seamaster Aqua Terra» watch (34 mm) in bicolour stainless steel and Sedna™ gold. Pale pink dial with embossed wave optics and hour markers made of rubies, bezel set with diamonds. Co-Axial Master Chrono-meter calibre with automatic winding.



APPLE WATCH X HERMÈS
Smartwatch trifft auf Leder-Tradition. Das neuste Modell aus der «Series 6» (40 mm) aus Stahl kombiniert das smarte Tool mit einem «Attelage»-Double-Tour-Bracelet aus «Swift»-Kalbsleder in der Farbe «Rose Mexico».

Smartwatch meets leather tradition. The latest model from the «Series 6» (40 mm) in steel combines the smarttool with an «Attelage» double touring strap made of «Swift» calfskin in the colour «Rose Mexico».



GÜBELIN
Ein Blütenbouquet an der Hand. Farbsteinring «Lily Dew» aus Weiss- und Rotgold mit zwei blauen Tanzanit-Cabochons, einem Saphir-Cabochon, diversen farbigen Saphiren sowie Diamanten.

A bouquet of flowers on the hand. Coloured stone ring «Lily Dew» in white and red gold with two blue tanzanite cabochons, one sapphire cabochon, various coloured sapphires as well as diamonds.

A Good Romance

Egal, ob sweet sixteen oder etwas reifer, so ein Lieblingsstück mit romantischer Note steht jeder gut. Und an Rosatönen in diversen Ausprägungen und Intensitäten führt aktuell kein Weg vorbei. Ob vor dem Traualtar oder auf dem Dancefloor, das Leben mags jetzt rosé.

Whether you're a sweet sixteen or a little more mature, a favourite piece with a romantic touch looks good on everyone. And there's no getting around the various shades and intensities of pink at the moment. Whether at the altar or on the dance floor, life likes it rosé now.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)

Das dekonstruktivistische Gebäude mit 11000 reflektierenden Edelstahlplatten wird weit über Arles hinaus strahlen.
The deconstructivist building with 11000 reflective stainless steel panels will radiate far beyond Arles.



Ein Ort, wo alles geordnet und doch alles möglich ist. Detail der schimmernden Fassade.
A place where everything is ordered and yet everything is possible. Detail of the shimmering façade.



Fotos: © Amie Leibovitz, © Adrian Deewerdt Tour Luma (2)



Maja Hoffmann im Gespräch mit Frank Gehry. Maja Hoffmann talking to Frank Gehry.

Stroke of Genius

Das neue, architektonische Glanzstück von Frank Gehry rückt Arles in ein neues Licht. Mal silbrig, mal golden glänzend macht es dem Kreativ-Campus LUMA alle Ehre.

The new architectural showpiece by Frank Gehry puts Arles in a new light. Sometimes shining silvery, sometimes golden, it does credit to the LUMA creative campus.

Beatrice Hirt (text) PD / zVg (fotos)

Der spektakuläre Bau ist das Herzstück des neuen Kulturzentrums LUMA, das in Arles auf einem ehemaligen Industriegelände der französischen Eisenbahn liegt. Das Projekt ist das Brainchild der Schweizerin Maja Hoffmann und Teil ihrer 2004 gegründeten Stiftung, die Künstler und Innovatoren aus der ganzen Welt in ihrem forschenden Schaffen unterstützt. Auf dem immensen Gelände mit seinen renovierten Fabrikhallen, umgeben von neu angelegten Gärten, können sie mit anderen Künstlern, Kuratoren und Vordenkern neue Arbeiten entwickeln. Im Zentrum stehen zukunftsorientierte Fragen zu Ökologie, Kultur und Menschenrecht. «Es geht darum, eine vielstimmige Partitur zu komponieren, in der alles geordnet und doch alles möglich ist», erklärt Hoffmann ihren Ideenpool.

In der Bauphase des Campus sind bereits mehr als hundert Werke entstanden und gezeigt worden; seit Ende Juni nun auch im 15000 Quadratmeter grossen Turm des Stararchitekten Franck Gehry, des gefeierten «Picasso der Architektur». Das dekonstruktivistische Gebäude mit 11000 reflektierenden Edelstahlplatten wird weit über Arles hinaus strahlen und vermutlich, wie sein berühmter Museumsbau in Bilbao, als Teil des LUMA jährlich gegen eine halbe Million Besucher anziehen.

The spectacular building is the centrepiece of the new LUMA cultural centre, located in Arles on a former French railway industrial site. The project is the brainchild of Swiss Maja Hoffmann and part of her foundation, established in 2004, which supports artists and innovators from all over the world in their exploratory work. On the immense site with its renovated factory buildings, surrounded by newly planted gardens, they can develop new work with other artists, curators and thought leaders. The focus is on future-oriented questions about ecology, culture and human rights. «It's about composing a polyphonic score in which everything is ordered and yet everything is possible,» says Hoffmann, explaining her pool of ideas.

More than a hundred works have already been created and shown during the construction phase of the campus; since the end of June, now also in the 15000 square metre tower of star architect Franck Gehry, the celebrated «Picasso of architecture». The deconstructivist building with 11000 reflective stainless steel panels will radiate far beyond Arles and, like his famous museum building in Bilbao, will presumably be used as part of the LUMA to attract around half a million visitors a year as part of LUMA.

LUMA Arles, Parc des Ateliers, 33 avenue Victor Hugo, 13200 Arles, www.luma-arles.org



Die palmengesäumte Vorfahrt zum «Castell Son Claret», ausserhalb von Palma.
The palm-lined driveway to «Castell Son Claret», outside Palma.

Iberic Chic

Madrid, Mallorca oder Ibiza? Stadt oder Playa? Spanien bleibt in der sachte aufblühenden neuen Zeit des Reisens eines der beliebtesten Ziele in Europa. Exquisite und neue Hotels sind ein Grund die Koffer zu packen.

Madrid, Mallorca or Ibiza? City or beach? Spain remains one of the most popular destinations in Europe in the burgeoning new era of travel. Exquisite and new hotels are a reason to pack your bags.

Olivier Rohrbach (text) Castell Son Claret, Four Seasons, Mandrin Oriental, Six Senses PD / zVg (fotos)

Ein Seit der Aufhebung der Quarantäne für Reisen nach Spanien und Portugal im März verzeichnet die Fluggesellschaft Swiss einen 150-prozentigen Anstieg der Buchungen für diese Destinationen. Während Ende Februar viele Hotels auf der iberischen Halbinsel noch ein trübes Bild boten, sind jetzt einige bis weit ins Jahr hinein ausgebucht.

Eine halbe Stunde von Palma entfernt, im Herzen einer grünen UNESCO-Welterbestätte, finden Liebhaber*innen abgeschiedener Rückzugsorte eine Oase mit mittelalterlichem Charme. Ein deutscher Milliardär verliebte sich in ein verfallenes Anwesen in einen Teil der Insel Mallorca, der der Provence gleicht. Es war im Jahr 2010 und das Hauptgebäude auf dem Gelände war eine Ruine aus dem Jahr 1450. Nach drei Jahren der Renovierung öffnete das Hotel «Castell Son Claret» seine Türen. Es liegt am Fusse des Tramuntana-Gebirges und des gut 1000 Meter hohen Puig de Galatzó im Herzen eines UNESCO-Weltkulturerbes. »

Since the quarantine for travel to Spain and Portugal was lifted in March, the airline Swiss has recorded a 150 percent increase in bookings for these destinations. While at the end of February many hotels on the Iberian peninsula still presented a bleak picture, some are now fully booked well into the year.

Half an hour from Palma de Mallorca, in the heart of a verdant UNESCO World Heritage Site, lovers of secluded retreats will find an oasis of medieval charm. A German billionaire fell in love with a dilapidated property in a part of the island of Mallorca that resembles Provence. It was 2010 and the main building on the site was a ruin dating back to 1450. After some years of renovation, the hotel «Castell Son Claret» opened its doors. It is located at the foot of the Tramuntana mountains and the Puig de Galatzó, a good 1000 metres high, in the heart of a UNESCO World Heritage Site. »



Eingebettet in einen imposanten Palast: Das «Four Seasons Madrid».
Nestled in an imposing palace: the «Four Seasons Madrid».

» WUNDERBAR ZURÜCKGEZOGEN

«Unsere Gäste kommen nicht hierher, um zu protzen, denn dafür gibt es hier kein Publikum», meint der Sprecher des ruhigen und exklusiven Hotels, zu dessen königlichem Eingang eine ziemlich spektakuläre Palmenallee führt. Mit nur 41 Zimmern, auf einem 126 Hektar grossen Gelände, ist hier niemand eingeengt. Die Gestaltung der erst kürzlich eingeweihten grosszügigen neuen «Garden Suites» grenzt an Perfektion. Sie verfügen sogar über einen privaten Fitnessraum im Untergeschoss und die Badezimmer sind mit Produkten des schwedischen Kultlabels «Ren» bestückt. In kulinarischer Hinsicht haben wir einzig beim Frühstück noch etwas Luft nach oben festgestellt. Und das SPA in dem mit der Bio-Marke «Clé des Champs» gearbeitet wird, ist eher schlicht für ein «Leading Hotel of the World».

Zwanzig Kilometer vom Schloss-Hotel entfernt bietet der Fischerhafen von Port D'Andratx ein bisschen Authentizität, während Porto Adriano, das von Philippe Stark geschaffen wurde, voller eleganter Geschäfte und Restaurants ist, die seit der Gesundheitskrise aber etwas verlassen wirken. Zurück im «Castell Son Claret», bietet sich die Gelegenheit für sportliche Aktivitäten wie Trekking, Jogging, Radfahren, Yoga..., Und es ist natürlich nicht verboten, einfach am Swimmingpool zu faulenzen. Um die Gäste musikalisch zu verwöhnen, ist das Castell diesen Sommer Gastgeber von Aufführungen der Salzburger Festspiele und der Staatsoper Hamburg.

MADRID ALS NEUES ELDORADO DER LUXUS-HOTELLERIE

Die Sehnsucht der Europäer nach der iberischen Sonne konnte das Corona-Virus nicht brechen. Dies ist eine willkommene Entwicklung für touristische Städte wie »

» SPLENDID ISOLATION

«Our guests don't come here to splurge, because there's no audience for that here,» says the spokesman for the quiet and exclusive hotel, whose regal entrance is approached by a rather spectacular avenue of palm trees. With only 41 rooms, on a 126-hectare site, no one is cramped here. The design of the recently inaugurated spacious new «Garden Suites» borders on perfection. They even have a private fitness room in the basement and the bathrooms are stocked with products from the Swedish cult label «Ren». From a culinary point of view, we only noticed some room for improvement in the breakfast. The SPA, which uses the organic brand «Clé des Champs», is rather simple for a «Leading Hotel of the World».

Twenty kilometres from the Castell Hotel, the fishing port of Port D'Andratx offers a bit of authenticity, while Porto Adriano, created by Philippe Stark, is full of elegant shops and restaurants, but a bit deserted since the health crisis. Back at the «Castell Son Claret», there is the opportunity for sporting activities such as trekking, jogging, cycling and yoga. And of course, there is no prohibition to simply laze around the swimming pool. To spoil the guests musically, the Castell is hosting performances of the Salzburg Festival and the Hamburg State Opera this summer.

MADRID AS THE NEW ELDORADO OF LUXURY HOTELS

The Corona virus could not break the Europeans' longing for the Iberian sun. This is a welcome development for tourist cities like Barcelona and especially for the capital Madrid, which has been hit hard by the health crisis. Nestled in the super central Centro Canalejas district and in the most beautiful palace in the cityscape is the new «Four Seasons Madrid». The hotel is a true luxury hub. It took more than eight years for the Canadian luxury chain to find the ideal location and then invest in the historic building, which also »

«Unsere Gäste kommen nicht hierher, um zu protzen, denn dafür gibt es hier kein Publikum.»



Das neu gestaltete «Ritz by Mandarin Oriental» in Madrid, und das neue «Six Senses Resort» auf Ibiza.
The newly designed «Ritz by Mandarin Oriental» in Madrid, and the new «Six Senses Resort» on Ibiza.

» Barcelona und insbesondere für die Hauptstadt Madrid, die von der Gesundheitskrise stark betroffen ist. Eingebettet in den super zentral gelegenen Stadtteil Centro Canalejas und in den schönsten Palast in der Stadtlandschaft ist das neue «Four Seasons Madrid». Das Hotel ist ein wahrer Luxus-Hub. Mehr als acht Jahre hat es gedauert, bis die kanadische Luxuskette den idealen Standort gefunden und dann in das historische Gebäude investiert hat, in dem sich auch eine 230 m² grosse Hermès-Boutique befindet. Während die Dachterrasse zu einem luxuriösen Abendessen in der «Dani Brasserie» von Sternekoch Dani Garcia einlädt, bietet das «Isa» asiatische Genüsse. Schliesslich verfügt das Hotel auch über das grösste Spa der Stadt. Die Wellness-Oase erstreckt sich über vier Stockwerke.

Madrid scheint plötzlich das neue Eldorado der Luxusketten zu sein, nach der Neugestaltung des mythischen «Ritz by Mandarin Oriental». Dieser jahrhundertealte Palast, der den Pioniergeist von Cäsar Ritz und der Belle Epoque widerspiegelt, ist eines der schönsten Hotels der Welt und liegt majestätisch nur wenige Schritte vom berühmten Retiro-Park entfernt. Die Version 2021 des «Ritz» ist das Ergebnis von drei Jahren Arbeit und der Zusammenarbeit zwischen dem spanischen Architekturbüro Rafael de La-Hoz und den Franzosen Gilles & Boissier, die auch das «Baccarat Hotel» New York und die Boutiquen der Marke Moncler gestaltet haben.

Es ist noch nicht bekannt, ob man diesen Sommer einen Gesundheitspass vorweisen muss, um sich auf den Balearen zu sonnen, aber es ist klar, dass die Vorfreude gross ist. Während «Four Seasons» gerade bekannt gegeben hat, dass sie 2023 auf Mallorca investieren und einen Palast im ehemaligen «Formmentor Hotel» mit einer der schönsten Lagen der Insel eröffnen werden, geht es beim «Six Senses Resort» schneller: Das Haus öffnet diesen Sommer auf Ibiza seine Türen für Gäste. Zweifellos wird man in den 116 prächtigen Zimmern bestens entspannen können. «

«New splendour for old palace hotels and the Balearics on the upswing.»

» houses a 230 m² Hermès boutique. While the roof terrace invites you to a luxurious dinner in the «Dani Brasserie» by star chef Dani Garcia, the «Isa» offers Asian delights. Finally, the hotel also has the largest spa in the city. The wellness oasis extends over four floors. Madrid suddenly seems to be the new El Dorado of luxury chains, following the redesign by «Mandrarin Oriental» of the mythical «Ritz». This centuries-old palace, which reflects the pioneering spirit of Caesar Ritz and the Belle Epoque, is one of the most beautiful hotels in the world and is majestically located just a few steps from the famous Retiro Park. The 2021 version of the «Ritz» is the result of three years of work and collaboration between the Spanish architectural firm Rafael de La-Hoz and the Frenchmen Gilles & Boissier, who also designed the «Baccarat Hotel» New York and the boutiques of the Moncler brand.

It is not yet known whether you will need to show a health passport to sunbathe in the Balearics this summer, but it is clear that anticipation is high. While «Four Seasons» has just announced that it will invest in Mallorca in 2023 and open a palace in the former «Formmentor Hotel» with one of the most beautiful locations on the island, things are moving faster at the «Six Senses Resort»: The house will open its doors to guests this summer in Ibiza. There is no doubt that one will be able to relax in the best possible way in the 116 magnificent rooms. «

[Fourseasons.com/madrid](https://fourseasons.com/madrid)

[Mandarinoriental.com](https://mandarinoriental.com)

[Sixsenses.com](https://sixsenses.com)

[Castellonclaret.com](https://castellonclaret.com)

COTE
MAGAZINE

SALON

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



Foto: PD / zVg

Senkrechstarterin in der Musikszene: Charlotte Cardin.

In the Eye of the PHOENIX

Charlotte Cardin ist Gewinnerin von «The Voice» in Québec, Kanada, und Chanel-Botschafterin für Nordamerika. Nachdem ihre ersten beiden Eps auf digitalen Plattformen millionenfach gestreamt wurden, veröffentlichte sie dieses Frühjahr ihr erstes Album.

Charlotte Cardin is the winner of «The Voice» in Québec, Canada and Chanel ambassador for North America. After her first two eps were streamed millions of times on digital platforms, she released her first album this spring.

Olivier Rohrbach (interview) © Gaëlle Leroyer, Kristof Brandl, Pegah Farahmand / zVg (fotos)



Charlotte Cardin: Hin- und hergerissen zwischen dem Sein und den Erwartungen...
Charlotte Cardin: Torn between being and expecting...

Charlotte Carding: «Ich versuche positive Dinge im durchgemachten Wahnsinn sehen...»
Charlotte Cardin: «I try to see positive things in the madness gone through...»



COTE MAGAZINE: IN IHREM DEBÜT-ALBUM «PHOENIX» ERKUNDEN SIE EINE GANZE REIHE VON STILEN...
Charlotte Cardin: Es stimmt, dass dieses Album viele verschiedene Stile berührt. Es hat uns grossen Spass gemacht, damit diverse Territorien zu erkunden. Ich bin mit einer sehr vielfältigen Musikkultur aufgewachsen und höre Musik, die von Hip-Hop über Soul bis hin zu Jazz oder Pop reicht. Für mich ist diese Platte super-symbolisch. Ich weiss, dass die Leute auf digitalen Plattformen Musik Stück für Stück konsumieren, einen Song nach dem anderen, aber es ist trotzdem eine Leistung für mich, eine komplette LP zu machen.

WORUM GEHT ES IN IHREM NEUEN MUSIKALISCHEN WERK?
Das grosse Thema, das sich durch das ganze Album zieht, sind Beziehungen. Das ist die Konstante, ansonsten haben wir uns musikalisch keine Grenzen gesetzt. Wir haben uns in alle Richtungen bewegt und haben alles ausprobiert. Mir ist klar, dass ich mein ganzes Leben lang, seit ich ein Kind war, immer hin- und hergerissen war zwischen dem, was ich im Grunde genommen bin, und dem, was ich dachte, was die Leute von mir wollten. Das ist gefährlich, denn wenn man das lange macht, verliert man sich selbst. Das ist die Hauptsache, von der ich mich bei diesem Album befreit habe. Ich erforschte viele Dinge, die ich beiseite geschoben hatte, aus Angst, Wunden aufzureissen, die nie wirklich geheilt waren.

SIE SIND EINE FRANZÖSISCHSPRACHIGE KÜNSTLERIN, DIE IN EINER ZWEISPRACHIGEN STADT AUF DEM NORDAMERIKANISCHEN KONTINENT LEBT. SCHREIBEN SIE IHRE SONGS AUF FRANZÖSISCH ODER AUF ENGLISCH?
Ich bin zweisprachig inspiriert. Französisch ist meine eigentliche Muttersprache, aber ich kann in beiden Sprachen schreiben. Es fällt mir mittlerweile sogar etwas leichter, Songs auf Englisch zu schreiben. Ich bin schneller auf französisch als auf englisch. Ich arbeite gerne im Sitzen im Studio, auch wenn meine Gesangslehrerin dann immer zusammenzuckt. Ich finde es intimer, auf einem Sofa sitzend zu singen als stehend.

ICH HATTE DIE CHANCE, SIE 2018 BEIM «FESTIVAL D'ÉTÉ DE QUÉBEC» LIVE SPIELEN ZU SEHEN. ICH VERMUTE, SIE VERMISSEN DIE BÜHNE, SEIT DAS TOUREN AUFGEHÖRT HAT?
Ich vermisse es wirklich, live zu spielen, und »

«Ich bin mit einer sehr vielfältigen Musikkultur aufgewachsen und höre Musik, die von Hip-Hop über Soul bis hin zu Jazz oder Pop reicht.»

Charlotte Cardin

COTE MAGAZINE: IN YOUR DEBUT ALBUM «PHOENIX» YOU EXPLORE A WHOLE RANGE OF STYLES...
Charlotte Cardin: It's true that this album touches on many different styles. We had a lot of fun exploring different territories with it. I grew up with a very diverse music culture and listen to music ranging from hip-hop to soul to jazz or pop. For me, this record is super-symbolic. I know that people on digital platforms consume music piece by piece, one song at a time, but it's still an achievement for me to make a complete LP.

WHAT IS YOUR NEW MUSICAL WORK ABOUT?
The big theme that runs through the whole album is relationships. That's the constant, otherwise we didn't set ourselves any limits musically. We moved in all directions and tried everything. I realise that all my life, since I was a kid, I've always been torn between who I am at heart and what I thought people wanted me to be. That's dangerous, because if you do that for a long time, you lose yourself. That's the main thing I broke free from with this album. I explored a lot of things that I had put aside for fear of opening up wounds that had never really healed.

YOU ARE A FRENCH-SPEAKING ARTIST LIVING IN A BILINGUAL CITY ON THE NORTH AMERICAN CONTINENT. DO YOU WRITE YOUR SONGS IN FRENCH OR IN ENGLISH?
I am bilingually inspired. French is my real mother tongue, but I can write in both languages. I even find it a bit easier to write songs in English now. I'm faster in French than in English. I like to work sitting down in the studio, even if my singing teacher always flinches. I find it more intimate to sing sitting on a sofa than standing.

I HAD THE CHANCE TO SEE YOU PLAY LIVE AT THE «FESTIVAL D'ÉTÉ DE QUÉBEC» IN 2018. I GUESS YOU MISS THE STAGE SINCE TOURING STOPPED?
I really miss playing live and memories like this festival or other big open air events like «Paléo» in Switzerland, where I also played, really make me want to go on stage again. The plan with this album was to play gigs everywhere and we don't know when we will be able to do that. Of course we had more time to tune the instruments and rehearse at home, but it's not the same. »

«I grew up
with a very
diverse music
culture and listen
to music ranging
from hip-hop
to soul to jazz
or pop.»

Charlotte Cardin

» Erinnerungen wie dieses Festival oder andere grosse Open-Air-Events wie «Paléo» in der Schweiz, wo ich auch gespielt habe, machen mir richtig Lust, wieder auf die Bühne zu gehen. Der Plan mit diesem Album war, überall Gigs zu spielen und wir wissen nicht, wann wir dazu in der Lage sein werden. Natürlich hatten wir mehr Zeit, um die Instrumente zu stimmen und zu Hause zu proben, aber das ist nicht dasselbe.

WIE HABEN SIE DEN LOCKDOWN VERBRACHT?
Ich habe viel Zeit zu Hause in Montreal verbracht. Für mich, die viel reist und nicht lange an einem Ort bleibt, war es sehr anders. Aber ich war auch in der Lage, Dinge zu tun, die ich liebe, wie z.B. Kochen, was mich sehr entspannt. Ich versuchte, in all dem Wahnsinn, den wir gerade durchmachten und durchmachen positive Dinge zu sehen!

SIE HABEN ALS MODEL GEARBEITET, BEVOR SIE IHRE MUSIKKARRIERE STARTETEN. WIE SEHEN SIE DIE MODEWELT HEUTE?
Die Musikwelt ist sehr kollaborativ, während die Modewelt eher geschlossen ist. Ich liebe Mode als Kunstform, aber ich denke nicht nostalgisch an meine Jahre als Model. Damals ging es mir darum, etwas Geld zu verdienen, damit ich ein paar Instrumente kaufen und mit meinen Freunden feiern konnte.

SIE SIND CHANEL-BOTSCHAFTERIN, WIE FUNKTIONIERT DIESE ZUSAMMENARBEIT?
Ich bin jetzt seit zwei Jahren Markenbotschafterin, aber wir kannten uns zum Teil bereits eine Weile im Chanel-Team. Ich liebe die Werte von Chanel und den sehr avantgardistischen Ansatz von Gabrielle Chanel, deren Kreationen im Laufe der Jahre eine Form der Emanzipation für Frauen umgesetzt haben. Es ist auch eine Marke, die viel mit Kunsthandwerkern arbeitet und manuelle Arbeit schätzt. Ich bin sehr stolz auf diese Zusammenarbeit.

SIE SIND 26 JAHRE ALT UND TEIL DER GENERATION, DIE FLIESENDE GESCHLECHTER UND CANCEL CULTURE FÜR SICH BEANSPRUCHT. WÄREN SIE BEREIT, SO WEIT ZU GEHEN WIE DIE KÜNSTLER SAM SMITH ODER HALSEY, DIE WIR HEUTE IN DER WEIBLICHEN FORM ANSPRECHEN?
Für mich gibt es keinen Grund, etwas zu ändern, ich identifiziere mich zu 100 Prozent mit dem weiblichen Geschlecht. Jeder Mensch ist anders, deshalb ist es gut, dass jeder das macht, was er mag. Wenn man eine öffentliche Person wie ich ist, wird man oft gebeten, seine Meinung zu allem und jedem zu sagen. Es ist also normal, dass wir manchmal Dinge sagen, die nicht jedem gefallen, obwohl wir uns auch schlecht ausdrücken können. Ich denke, dass die Cancel Culture heute zu dominant geworden ist, wir müssen wachsam bleiben. «



Charlotte Cardin
«Phoenix» (Parlophone/Warner)
Charlottecardin.com

» HOW DID YOU SPEND THE LOCKDOWN?
I spent a lot of time at home in Montreal. For me, who travels a lot and doesn't stay in one place for long, it was very different. But I was also able to do things I love, like cooking, which relaxes me a lot. I tried to see positive things in all the madness we were going through and are still going through!

YOU WORKED AS A MODEL BEFORE YOU STARTED YOUR MUSIC CAREER. HOW DO YOU SEE THE FASHION WORLD TODAY?
The music world is very collaborative, while the fashion world is more closed. I love fashion as an art form, but I don't think nostalgically about my years as a model. Back then, it was about earning some money so I could buy some instruments and party with my friends.

YOU ARE A CHANEL AMBASSADOR, HOW DOES THIS COLLABORATION WORK?
I have been a brand ambassador for two years now, but we knew each other for a while in the Chanel team. I love Chanel's values and the very avant-garde approach of Gabrielle Chanel, whose creations over the years have implemented a form of emancipation for women. It is also a brand that works a lot with artisans and values manual labour. I am very proud of this collaboration.

YOU ARE 26 YEARS OLD AND PART OF THE GENERATION THAT CLAIMS FLUID GENDER AND CANCEL CULTURE. WOULD YOU BE WILLING TO GO AS FAR AS THE ARTISTS SAM SMITH OR HALSEY, WHOM WE ADDRESS IN THE FEMALE FORM TODAY?
For me there is no reason to change anything. I identify 100 per cent with the female gender. Everyone is different, so it's good that everyone does what they like. When you are a public person like me, you are often asked to give your opinion on anything and everything. So it's normal that sometimes we say things that not everyone likes, although we can also express ourselves badly. I think that the Cancel Culture has become too dominant today, we have to stay vigilant. «

Am Karrierebeginn modelte Charlotte Cardin, um etwas Geld zu verdienen, Instrumente zu kaufen und mit Freunden zu feiern...
At the beginning of her career, Charlotte Cardin modelled to earn some money, to buy instruments and to party with friends...





POP MODEL

Pop und Psychologie sind Marinas zwei Lieblingsthemen, und sie ist diesen Sommer mit einem neuen Album zurück, das von alten Superhelden inspiriert ist.

Pop and psychology are Marina's two favourite subjects, and she's back this summer with a new album inspired by old superheroes.

Olivier Rohrbach (interview) PD / zVg (fotos)

Ich bin kein Star. Stars sind Menschen aus der Celebrity-Kultur. Ich fühle mich da überhaupt nicht zugehörig.» Marina steckt den Rahmen gleich selbst ab. Im Jahr 2005 gründete Marina Diamandis «Marina and the Diamonds», zusammengesetzt aus ihrem Vornamen und der englischen Übersetzung ihres Nachnamens, der auf Griechisch «Diamanten» bedeutet. Obwohl der Teil «the Diamonds» oft fälschlicherweise als Hinweis auf die sie begleitenden Musiker verstanden wird, ist er eigentlich ihren Fans gewidmet, wie sie selbst erklärt: «Ich bin Marina. Ihr seid die Diamanten!»

PSYCHOLOGIE STATT MUSIK

In den Jahren 2011 und 2012, nach dem internationalen Erfolg ihres zweiten Albums «Electra Heart», eröffnete sie Katy Perrys Amerika-Tournee mit Robyn und in Europa die Gigs von Coldplay. Aber erst 2015 und mit dem Album «Froot» wurde ihr Erfolg gefestigt. Erschöpft nach einer langen Tournee wandte sich die Sängerin plötzlich von der Musik ab und schrieb sich an der Birbeck University of London ein, um Psychologie zu studieren. Neuen musikalische Ambitionen führten dazu, dass sie ein Haus in Los Angeles kaufte und ihre Zeit nun zwischen London und Kalifornien teilt. Inzwischen nennt sie sich einfach Marina.

MEHR FRAUEN IN DER MUSIKPRODUKTION

Hollywood, eine Faszination für Sci-Fi, «Wonder Woman» und alte Superhelden sind Teil des Universums von «Ancient Dreams In A Modern Land». Vorweggenommen durch die Single «Man's World», deren Bildsprache eine Anspielung auf den Maler John William Godward ist. Die Vorbereitungen für dieses neue Album begannen mit einer Beobachtung, die Marina nicht gefiel: «Ich startete vor einem Jahr, nachdem ich erfahren hatte, dass Frauen nur zwei Prozent der Produzenten und drei Prozent der Ingenieure in der populären Musik ausmachen. Diese Geschichte kann nur von Frauen erzählt werden.»

FARBE BEKENNEN MIT GRAU

«Ich bekam schon mir 15 silberne und graue Haare. Ab 22 färbte ich meine Haare, weil ich dachte, ich hätte keine andere Wahl. Grau war für mich gleichbedeutend mit alt. Den Anstoß zu dieser Entscheidung gaben die Kopfschmerzen und das Gefühl der Übelkeit, das ich von den Färbemitteln bekam. Ich benutzte Bio-Farbstoff und fand heraus, dass er immer noch krebserregende Chemikalien enthält. Das will ich meinem Körper nicht zumuten.» Heute versteckt Marina ihre grauen Haare nicht mehr. Rockiger und vielleicht authentischer, zeigt Marinas Version von 2021, dass auch Pop-Heldinnen – auf der Spotify-Liste der meistgehörten Künstlerinnen belegt sie den 4000. Platz – zerbrechlich sein und graue Haare haben können mit... 35!

DIE ESSENZ DES STILS

Für ihre über 20 Millionen Follower in den sozialen Netzwerken schlägt Marina mit ihrer fünften LP eine rockige Richtung ein. Wie bei jedem Album erkundet sie einen neuen Look und diesmal auch eine neue musikalische Palette. Die Essenz ihres Stils ist immer noch da. Das beweisen Powerhouse-Hits wie «Venus Fly Trap» und das sentimentale «I Love You But I Love You More». Während Marina alle Tracks auf dem Album schrieb, wurde sie von James Flanigan (Dua Lipa, Carly Rae Jepsen) für sechs Tracks und Jennifer Decilveo (Demi Lovato, Mylee Cyrus...), die das süchtig machende «Purge The Poison» schrieb.

THE ESSENCE OF STYLE

For her more than 20 million followers on social media, Marina is taking a rocking direction with her fifth LP. As with every album, she explores a new look and this time a new musical palette. The essence of her style is still there. Powerhouse hits like «Venus Fly Trap» and the sentimental «I Love You But I Love You More» prove that. While Marina wrote all the tracks on the album, she was joined by James Flanigan (Dua Lipa, Carly Rae Jepsen) for six tracks and Jennifer Decilveo (Demi Lovato, Mylee Cyrus...) who wrote the addictive «Purge The Poison».

I am not a star. Stars are people from the celebrity culture. I don't feel like I belong there at all.» Marina sets the scene herself... In 2005, Marina Diamandis founded «Marina and the Diamonds», composed of her first name and the English translation of her last name, which means «diamonds» in Greek. Although the «the Diamonds» part is often mistakenly understood as a reference to the musicians accompanying her, it is actually dedicated to her fans, as she herself explains: «I am Marina. You are the diamonds!»

PSYCHOLOGY INSTEAD OF MUSIC

In 2011 and 2012, after the international success of her second album «Electra Heart», she opened Katy Perry's American tour with Robyn and Coldplay's gigs in Europe. But it wasn't until 2015 and the album «Froot» that her success was consolidated. Exhausted after a long tour, the singer suddenly turned her back on music and enrolled at Birbeck University of London to study psychology. New musical ambitions led her to buy a house in Los Angeles and she now divides her time between London and California. In the meantime, she simply goes by Marina.

MORE WOMEN IN MUSIC PRODUCTION

Hollywood, a fascination with sci-fi, «Wonder Woman» and ancient superheroes are part of the universe of «Ancient Dreams In A Modern Land». Anticipated by the single «Man's World», whose imagery is a reference to the painter John William Godward. Preparations for this new album began with an observation Marina didn't like: «I started a year ago after learning that women make up only two percent of producers and three percent of engineers in popular music. This story can only be told by women.»

SHOW YOUR COLOURS WITH GREY

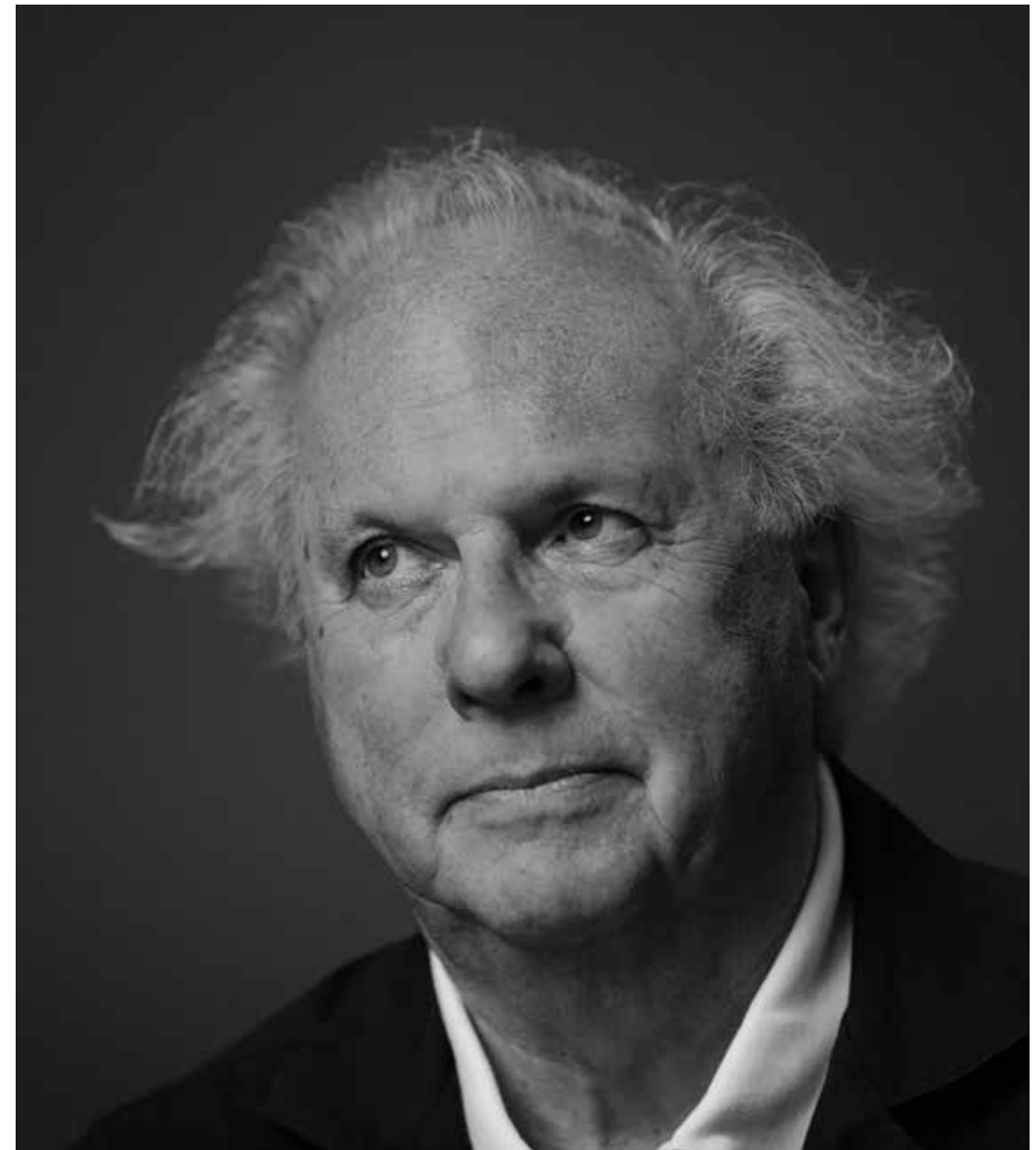
«I started getting silver and grey hair at 15. From 22, I dyed my hair because I thought I had no other choice. For me, grey was synonymous with old. The impetus for this decision was the headaches and the feeling of nausea I got from the dyes. I used organic dye and found out that it still contains carcinogenic chemicals. I don't want to put my body through that.» Today, Marina no longer hides her grey hair. Rockier and perhaps more authentic, Marina's version of 2021 shows that even pop heroines – she ranks 400th on Spotify's list of most listened to female artists – can be fragile and have grey hair at 35.



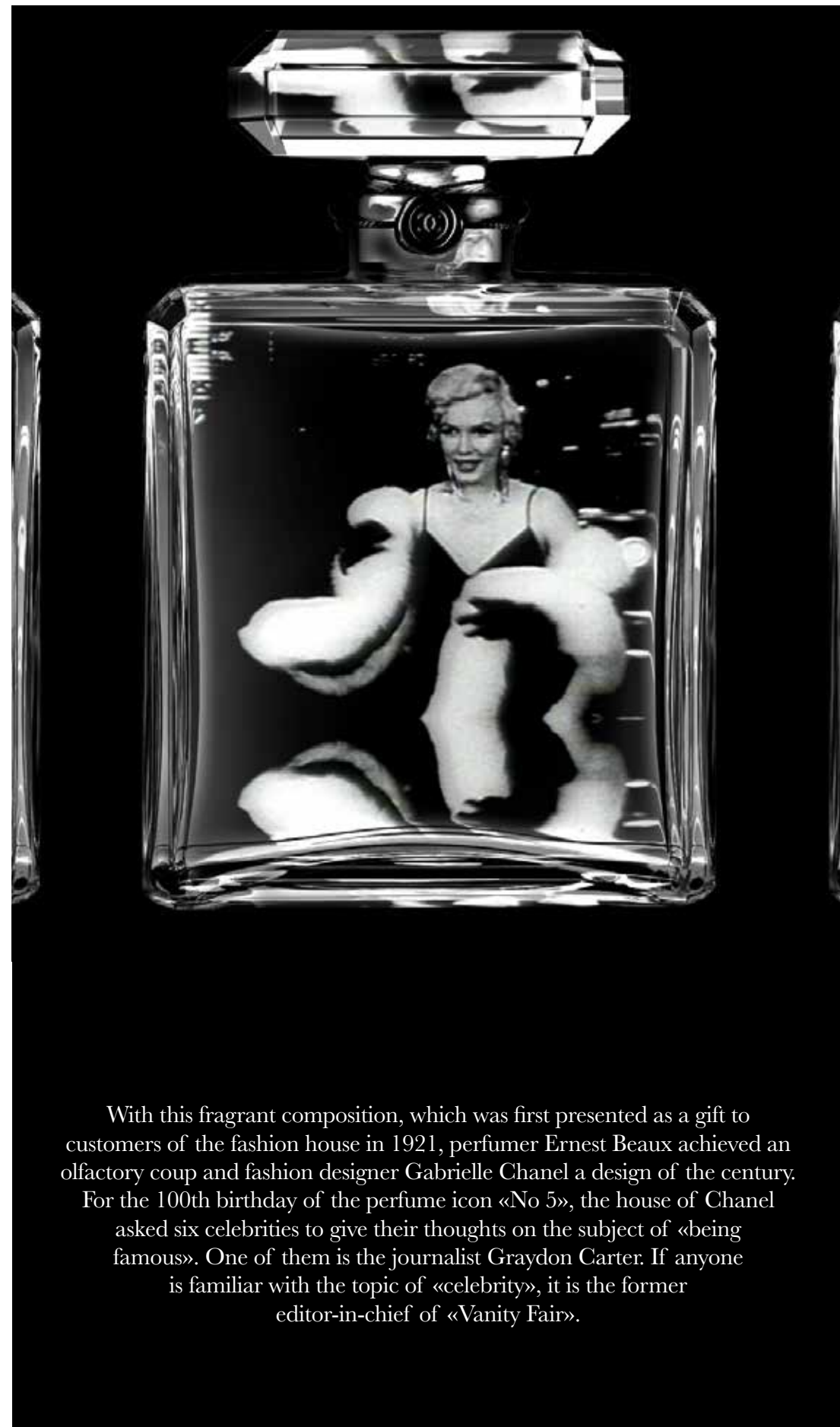
Marina «Ancient Dreams In A Modern Land» (Warner), [Marinaofficial.co.uk](https://marinaofficial.co.uk)

ONE HUNDRED YEARS OF CELEBRITY

Graydon Carter (text) © Chanel PD / zVg (fotos)



Mit der duftenden Komposition, die 1921 zuerst Kundinnen des Modehauses als Geschenk überreicht worden war, ist dem Parfümeur Ernest Beaux ein olfaktorischer Coup und der Modeschöpferin Gabrielle Chanel ein gestalterischer Jahrhundertwurf gelungen. Zum 100. Geburtstag der Parfum-Ikone «No 5» hat das Haus Chanel sechs Prominente gebeten sich Gedanken zum «Berühmtsein» zu machen. Einer von ihnen ist der Journalist Graydon Carter. Wenn jemand mit dem Thema «Celebrity» vertraut ist, dann ist es der ehemalige Chefredaktor von «Vanity Fair».



With this fragrant composition, which was first presented as a gift to customers of the fashion house in 1921, perfumer Ernest Beaux achieved an olfactory coup and fashion designer Gabrielle Chanel a design of the century. For the 100th birthday of the perfume icon «No 5», the house of Chanel asked six celebrities to give their thoughts on the subject of «being famous». One of them is the journalist Graydon Carter. If anyone is familiar with the topic of «celebrity», it is the former editor-in-chief of «Vanity Fair».

«Eine Sache, die ich herausgefunden habe, ist, wenn Sie ein anständiger Mensch sind und viel Talent haben, werden Sie es gut machen. Wenn Sie kein anständiger Mensch sind und viel Talent haben, werden Sie es vielleicht gut machen. Wenn Sie kein anständiger Mensch sind und sehr wenig Talent haben, werden Sie in Hollywood nicht gut zurechtkommen.»

Graydon Carter

DAMALS

«Berühmtheit hat sich im Laufe des letzten Jahrhunderts verändert. Damals musste man die Elektrizität erfinden oder der grösste Maler der Welt sein oder irgendetwas in der Kunst oder bei Erfindungen, um in der ganzen Welt bekannt zu sein. Vor etwas mehr als 100 Jahren gab es ein Ballett- und Musikkonzert, und im Publikum sass Jean Cocteau, Marcel Proust, Strawinsky, Picasso und Coco Chanel, aber diese Leute tragen Namen, die damals Namen waren und heute Namen sind, und weil sie Werke hinterlassen haben, die über sie hinaus weiterleben.»

JETZT

«Ich denke, dass Berühmtheit heutzutage so eine vorübergehende Sache ist. Wenn man berühmt sein will, kann man sich ausziehen, auf ein Fahrrad steigen und den Broadway in New York City hinunterfahren, und am nächsten Tag ist man auf der Titelseite der New York Post. Aber wenn Sie am nächsten nicht auf ein Pferd steigen und es wieder tun wollen, endet Ihre Berühmtheit am Ende dieses ersten Tages. Andy Warhol hat schon vor 40 Jahren gesagt, dass jeder für 15 Minuten berühmt sein wird. In der Zukunft wird es vielleicht nicht einmal so lange sein. Man kann über Nacht zum TikTok-Star werden, indem man etwas Interessantes macht und dann wissen plötzlich zwei Millionen Menschen auf der ganzen Welt von einem. Aber wenn Sie keine Nachfolgeaktion unternehmen, verblasst ihr Ruhm sofort. Heute, in diesem Moment, wird es wahrscheinlich weniger als 100 Menschen weltweit gelingen, dass man sich in 50 Jahren noch an sie erinnert.»

ANNIE LEIBOVITZ

«Ich habe fast 25 Jahre lang mit Annie Leibovitz zusammengearbeitet, und sie war anders als andere Fotografen. Im Verlauf eines langen Fotoshootings hat sie einen jeweils fast zermürbt. Es ging nur um ein einziges Thema,»



Marilyn Monroe genügten ein paar Tropfen «No 5»... Das Parfum hat sich über die vielen Jahre immer wieder neu erfunden. Zum 100. Geburtstag hat Chanel die Produktionsstätte umgerüstet, um die Sonderkollektion «Chanel Factory 5» zu produzieren mit Körperöl, Duschgel, Körpercreme im Look von Alltagsgegenständen.

THEN

«Celebrity has changed over the last century. Back then, you had to invent electricity or be the world's greatest painter or something in the arts or in inventions to be well-known throughout the world. A concert of little over 100 years ago about ballet and music, and in the audience, you had Jean Cocteau, you had Marcel Proust, Stravinsky, Picasso, and Coco Chanel but those people are names that were names then and are names now, and because they left bodies of work that would live on beyond them.»

NOW

«I think that celebrity now is such a temporary thing. The way we pop culture is, if you want to be famous you can take all your clothes off and get on a bicycle and ride down Broadway in New York City and you'll be on the front page of the New York Post the next day. But unless you want to get on a horse and do it the next day, your celebrity ends at the end of that first day. Andy Warhol did make that comment 40 years ago that everybody is going to be famous for 15 minutes. It might not even be that long in the future. You can become a TikTok star overnight by doing something interesting and then it's all of a sudden 2,000,000 people around the world know about you. But unless you have a follow-up act, it fades then. Today, right now, probably under 100 people worldwide will be remembered in 50 years.»

ANNIE LEIBOVITZ

«I worked together with Annie Leibovitz for almost 25 years, and she was different than other photographers because she would almost wear you down over the course of a long photo shoot if it was just a single subject, to the point where you eventually... The façade you put up for the photograph drifted away and somehow, she »

» bis zu dem Punkt, an dem man schliesslich... Nun, die Fassade, die man für das Foto aufgesetzt hatte, driftete weg, und irgendwie fing sie Ihr wahres Ich dann ein, wenn Sie vom Fotoshooting bereits erschöpft waren. Sie hatte wirklich eine sehr fesselnde Präsenz. Wenn Annie Sie bat, etwas zu tun, dann taten Sie es auch. Sie war wahrscheinlich der professionellste Mensch, mit dem ich je gearbeitet habe. Annie war süchtig danach, grossartige, denkwürdige Fotos zu machen, so wie zuvor Richard Avedon und vor ihm Cartier-Bresson... Es gibt nicht so viele grossartige Fotografen auf der Welt zu einer beliebigen Zeit.»

JUGENDWAHN
«Nun, der Moment, in dem man sich in seine eigene Person verliebt oder zumindest in seine öffentliche Person, ist der Anfang vom Ende. Nur sehr wenige Menschen können das meistern und offensichtlich jemand wie Greta Garbo. Ihr öffentliches Image war dasjenige von jemandem, der einfach nur in Ruhe gelassen werden und ein ruhiges Leben führen wollte. Bei ihr hat das sowohl öffentlich als auch privat funktioniert. Aber erstens hat jeder ein gewisses Mass an Narzissmus in sich und wenn man auf einer Filmleinwand 10 Meter gross erscheint und sich selbst auf eine andere Art sieht als die meisten von uns...»

«Es ist wirklich hart, ein Filmstar zu sein, vor allem, wenn man anfängt, älter zu werden, weil die eigene Haltbarkeit so kurz ist. Die meisten Filmstars haben ein Ablaufdatum wie Milch, sie wollen jedoch eine Haltbarkeit haben wie Wein. Und nichts ist unattraktiver als eine ältere Person, die versucht, sich wie eine jüngere Person zu kleiden. Aber wenn man jetzt nach Hollywood geht und einen Filmstar mit seinem jungen Sohn sieht, tragen beide genau die gleichen Klamotten. Sie haben Turnschuhe, sie haben Blue Jeans, sie haben denselben Haarschnitt. Früher wollten die jungen Leute erwachsen werden, sie wollten sich wie Erwachsene kleiden und einen erwachsenen Lebensstil führen und Cocktails trinken und Zigaretten rauchen. Jetzt verhalten sich die meisten Erwachsenen wie Kinder. Es gibt fast keinen Unterschied mehr zwischen einer 40-jährigen berühmten Person und ihrem vierjährigen Sohn.»

Nº5
«Was sie nicht gemacht haben, ist... Sie haben nie die Beschriftung geändert, zumindest gingen sie nie mit dem gerade angesagten Stil oder der Modeströmung des Tages. Es blieb genau so, wie es war. So baut man einen Klassiker auf. Ändern Sie sich nicht jedes Mal, wenn sich der Sand bewegt. Bleiben Sie, wo Sie sind, seien Sie wer Sie sind. Das ist Ihre beste Chance, einen langen und erfolgreichen Lauf in dieser Welt zu haben.» «

«Don't change every time the sands shift. Stay where you are, be who you are, and that's your best chance of having a long and celebrated run in this world.»

Graydon Carter

» caught the real you when you were exhausted from the photo shoot. She really was a very compelling presence. If Annie asked you to do something, you would do it. She was probably the most professional human being I ever worked with. Annie was addicted to making great memorable photographs in the same way that Richard Avedon before that, and Cartier-Bresson before that... There aren't that many great photographers in the world at any given time.»

YOUTHISM
«Well, the moment you become in love with the person you are, at least the public person you are, is the beginning of the end. Very few people can master this and obviously, someone like Greta Garbo, her public image was somebody who just wanted to be left alone and live a quiet life and that worked for her both publicly and privately. But first of all, everybody has a certain amount of narcissism in them and if you're going to be on a movie screen and be 40 feet tall on a movie screen, and look at yourself in a different way than most of us do... It's really tough being a movie star, especially as you start getting older because your shelf life is so, so short that movie stars have a shelf life of like milk in large part, and what they want is a shelf life like wine. And nothing is more unattractive than an older person trying to dress like a younger person, but if you go to Hollywood now and you see a movie star with your young son, they have exactly the same clothes on. They have trainers, they have blue jeans, they have the same haircut. In the old days, young people wanted to become adults, they wanted to dress like adults and have adult lifestyles and cocktails and smoke cigarettes. Now, most adults act like children. There's no difference between a 40-year-old famous person and their four-year-old son almost.»

Nº5
«What they didn't do is they never changed the labeling, at least it never went with style or like the currents of the day. It stayed exactly the way it was and that is how you build a classic. Don't change every time the sands shift. Stay where you are, be who you are, and that's your best chance of having a long and celebrated run in this world.» «

Der gebürtige Kanadier Graydon Carter (72) leitete ein Vierteljahrhundert lang das Gesellschafts-Magazin «Vanity Fair». Nach seinem Austritt gründete er 2019 das Online-Magazin airmail.com. Canadian-born Graydon Carter (72) ran the society magazine «Vanity Fair» for a quarter of a century. After leaving, he founded the online magazine airmail.com in 2019.



Für das Projekt «No 5 – 100 years of celebrity» hat Chanel sechs prominente Figuren aus Film, Akademie, Medien und Tanz geben sich Gedanken zum Berühmtsein zu machen. Die Persönlichkeiten sind Marion Cotillard (SchauspielerIn und Werbebotschafterin von «No 5»), Lil Buck (Startänzer), Graydon Carter (Journalist), Marie-Agnès Gillot (Ballettänzerin und Choreografin), Hung Huang (Medien Ikone aus China), Laurie Santos (Psychologin). For the project «No 5 - 100 years of celebrity», Chanel asked six prominent figures from the worlds of film, academia, media and dance to give their thoughts on being famous. The personalities are Marion Cotillard (actress and ambassador of «No 5»), Lil Buck (star dancer), Graydon Carter (journalist), Marie-Agnès Gillot (ballet dancer and choreographer), Hung Huang (media icon from China), Laurie Santos (psychologist).



CLINIQUE
LA PRAIRIE
SWITZERLAND

**90 YEARS HELPING PEOPLE
LIVE LONGER AND BETTER**

Since 1931, those in search of a profound change in their health and wellbeing have been coming to Clinique La Prairie to experience the pioneering fusion of science and holistic wellness. Immerse yourself in our serene environment and benefit from cutting-edge medical services, restorative wellbeing and expert nutritionists and coaches to bolster your vitality, enhance your immune system, renew your body and mind.

Unlock the Secret of Living: Discover our Longevity, Immunity, Detox and Wellness Programs.

cliniquelaprairie.com

COTE MAGAZINE FASHION

MUSTS FOR A STYLISH SEASON: UTILITY CHIC, HAUTE COUTURE & EMILIO PUCCI



Foto: Schiaparelli / zVg

Look 11 by Schiaparelli Haute Couture Spring Summer 2021

Let's do Sport!

Ob E-Bike, Mountain-Bike oder City-Bike – das Velo ist nicht mehr aus dem modernen Alltag wegzudenken. Es passt zum sportlichen oder eleganten Mann. Wir zeigen Ihnen die passenden Begleiter.

Whether e-bike, mountain bike or city bike – it is impossible to imagine modern everyday life without the bicycle that suits the sporty or elegant man. We show you the right companions.

Lena Stäheli (redaktion) © Ampler Bike, PD / zVg (fotos)



AMPLER BIKES

Aus Estland kommend hat das E-Bike die Schweiz im Sturm erobert. Das Land ist bereits der zweitgrösste Markt der Marke, die in Zürich bis Ende Jahr einen Flagshipstore und ein Servicecenter aufbaut. Coming from Estonia, the e-bike has taken Switzerland by storm. The country is already the second largest market for the brand, which is setting up a flagship store and service centre in Zurich by the end of the year.



LAGERFELD COLLECTION

Das Label des verstorbenen Designers ist aktiver denn je und mischt die coole Sportswear auf. The late designer's label is more active than ever, mixing up cool sportswear.



THE NORTH FACE
Jacke «Flight Lightriser Futurelight», wasserdicht und windresistent, bei mytheresa.com.

Flight Lightriser Futurelight jacket, waterproof and wind-resistant, at mytheresa.com.



PENGUIN BOOKS

Alles über die Wissenschaft von körperlicher Aktivität, Pause und Gesundheit steht in «Exercised» von Daniel Lieberman, bei Orell Füssli. Everything about the science of physical activity, rest and health is in «Exercised» by Daniel Lieberman, at Orell Füssli.



CAFÉ DU CYCLISTE
Für den Boxenstopp wenn keine Box da ist: «Bidon Leak-Proof Water Bottle» 500ml, misterporter.com

For the pit stop when there is no pit: «Bidon Leak-Proof Water Bottle» 500ml, misterporter.com



AESOP

Nie falsch: «Resurrection Rinse-Free»-Handspray für ein Frischgefühl und weiche Hände. Never wrong: «Resurrection Rinse-Free» hand spray for a fresh feeling and soft hands.



SCHINDELHAUER BIKES

«Arthur Single Speed» ist ein Leichtgewicht unter den E-Bikes. «Arthur Single Speed» is a lightweight among e-bikes.



RAPHA

Chic in die Pedale treten mit dem «Classic Cycling» Schuhe, bei misterporter.com Pedal Chic with the «Classic Cycling» Shoes, at misterporter.com



CHANEL

Weil das Strampeln schon mal die Stirn zum Glänzen bringt: «Boy de Chanel Anti-Shine Toning Lotion». Because pedalling can make your forehead shine: «Boy de Chanel Anti-Shine Toning Lotion».



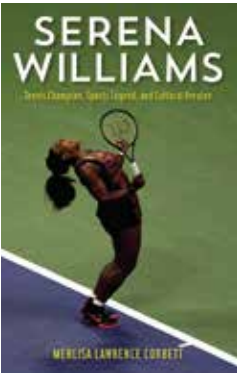
NOMOS GLASHÜTTE
Das Uhrenmodell «Metro Neomatik 41 Update» im kosmopolitisch modernen Look mit orangefarbener Ringdatumsanzeige. The «Metro Neomatik 41 Update» watch model in a cosmopolitan modern look with an orange ring date display.



Fit am Strand und immer stilvoll mit der «Riviera»-Kollektion von Dior.
Fit on the beach and always stylish with the "Riviera" collection by Dior.



GUCCI
Acetat-Brille aus der «Overture Collection».
Acetat-Brille aus der «Overture Collection».



EGOTH VERLAG
«Serena Williams. Tennis Champion, Sports Legend, and Cultural Heroine» Die Geschichte einer unfassbaren Sportkarriere, Merlisa Lawrene Corbett, bei Orell Füssli.
«Serena Williams. Tennis Champion, Sports Legend, and Cultural Heroine» The Story of an Incredible Sporting Career, Merlisa Lawrene Corbett, by Orell Füssli.



GUCCI
Matrosin, ahoi! Gehäkeltes Oberteil im Maritim-Look.
Sailor, ahoy! Crocheted top in a maritime look.



GIORGIO ARMANI
Auch die Füße machen Ferien in dieser Sandale mit robuster Sohle.
Feet also take a holiday in this sandal with a robust sole.



BARRIE
Kragen mit verstellbaren Kordeln aus Baumwolle und Marken-«B» in Cashmere.
Collar with adjustable cords in cotton and the brand's «B» in cashmere.



DIOR
Gut aussehen ist so wichtig wie gut sehen. Beides ist kein Problem mit dem «Diorrivierra Shield».
Looking good is as important as seeing well. Both are no problem with the «Diorrivierra Shield».



BALLY
Stilvoller Sneaker mit Golddetail und dicker Sohle.
Stylish sneaker with gold detail and thick sole.



PENHALIGON'S
Truly british: Der Klassiker «Racquets» wurde neu interpretiert; spritzig zitronig, sanft ledrig und elegant holzig.
Truly British: The classic «Racquets» has been reinterpreted; tangy lemony, gently leathery and elegantly woody.

Foto: © Pamela Hanson, Dior



CHOPARD
Bewegung macht glücklich und dieser Uhrenklassiker in neuer Gestalt bestimmt auch: «Happy Sport» aus Edelstahl mit zwischen Zifferblatt und Uhrglas tanzenden Diamanten.
Neue, komfortable Grösse (33 mm), Automatikkaliber.
Movement makes you happy and this watch classic in a new guise certainly does too: «Happy Sport» in stainless steel with diamonds dancing between the dial and the watch glass. New, comfortable size (33 mm), automatic calibre.

Bustierkleid mit handgefertigten Blumen bestickt, Rock aus grauer Gaze.
Bustier dress embroidered with handmade flowers, skirt in greige gauze.

FEENSTAUB & DISCOBEATS

Je misslicher die Umstände, desto beflügelter die Kreationen und Inszenierungen. Die Haute Couture, das kreative Ideenlabor der Mode, schwang sich im Lockdown zu neuen Höhenflügen auf: Die Reise ging von der Zauberwelt der Fantasie bis in die Unterwelt der Clubs. Eskapismus pur; wem will man es in dieser Zeit verdenken?

The more unfortunate the circumstances, the more inspired the creations and productions. Haute Couture, the creative ideas laboratory of fashion, soared to new heights in the lockdown: The journey went from the magical world of fantasy to the underworld of clubs. Pure escapism; who could blame them in those days?

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)

Fotos © Elina Kechicheva

DIOR HAUTE COUTURE *Zauberhaft und inspiriert von einem italienischen Tarot-Deck aus dem 15. Jahrhundert.*

1 Kleid aus elfenbeinfarbener Spitze mit handgemalten, handaufgestickten Granatapfel-Applikationen. 2 Miss Dior Kleid, vollständig bestickt mit einem Gitter aus handgefertigten Blumen- und Blütenblattmotiven. 3 Langes Kleid mit Paspel aus marineblauem Lamé-Twill-Chenille. 4 Drapiertes Kleid mit «The Empress»-Motiv aus mehrfarbigem Dévoré-Samt. 5 Bustier-Kleid und Mantel aus goldenem und burgunderfarbenem Jacquard. 6 Brustharnisch aus Lederspitz, getragen über Seidenhemd und schwarzer Smokinghose mit zwei Streifen aus technischem Stoff.



1 Dress in ivory lace with hand-painted, hand-embroidered pomegranate appliqué. (Passage 1). 2 Miss Dior dress fully embroidered with a lattice of handmade flower and petal motifs. (Passage 19). 3 Long dress with piping in navy lamé twill chenille. (Passage 36). 4 Draped dress with «The Empress» motif in multicolored dévoré velvet. (Passage 38). 5 Bustier dress an coat in gold and burgundy jacquard. (Passage 16). 6 Breastplate in leather lace, worn over silk shirt and black smoking trousers with two stripes in technical fabric. (Passage 15).



AZZARO COUTURE

*Eine Hommage an
den sinnlichen Glamour der
Gründerjahre des Hauses
mit Kristallen, Pailletten,
Metallapplikationen ...*

*A tribute to the sensual glamour of
the house's founding years with
crystals, sequins, metal appliqués....*



Fotos © Arnaud Valls, Director: Txema Yeste, Fashion Direction: Gro Curtis, Hair: Laurent Philippon, Make-up: Karim Rahman for L'Oréal Paris, Models: Karlijn Kusters, James Spencer



Fotos © Nicolas Kuttler, AD Franck Durand, Styling Geraldine Saglio, Models: Malika Louback, Lola Nicon, Quinn Mora, Casting: Coco Liscia, Hair: Sam McKnight, Make-up Cécile Paravina / MAC Cosmetics, Production: Western Promises

FASHION / Haute Couture



When people used to dress up
for going to the club...

ALEXANDRE VAUTHIER COUTURE

*Es gab eine Zeit als man sich für den Club-Besuch noch
sehr chic machte... Vielleicht ist sie zurück?*



Look 23



Look 12



Look 1



Look 21



Look 24

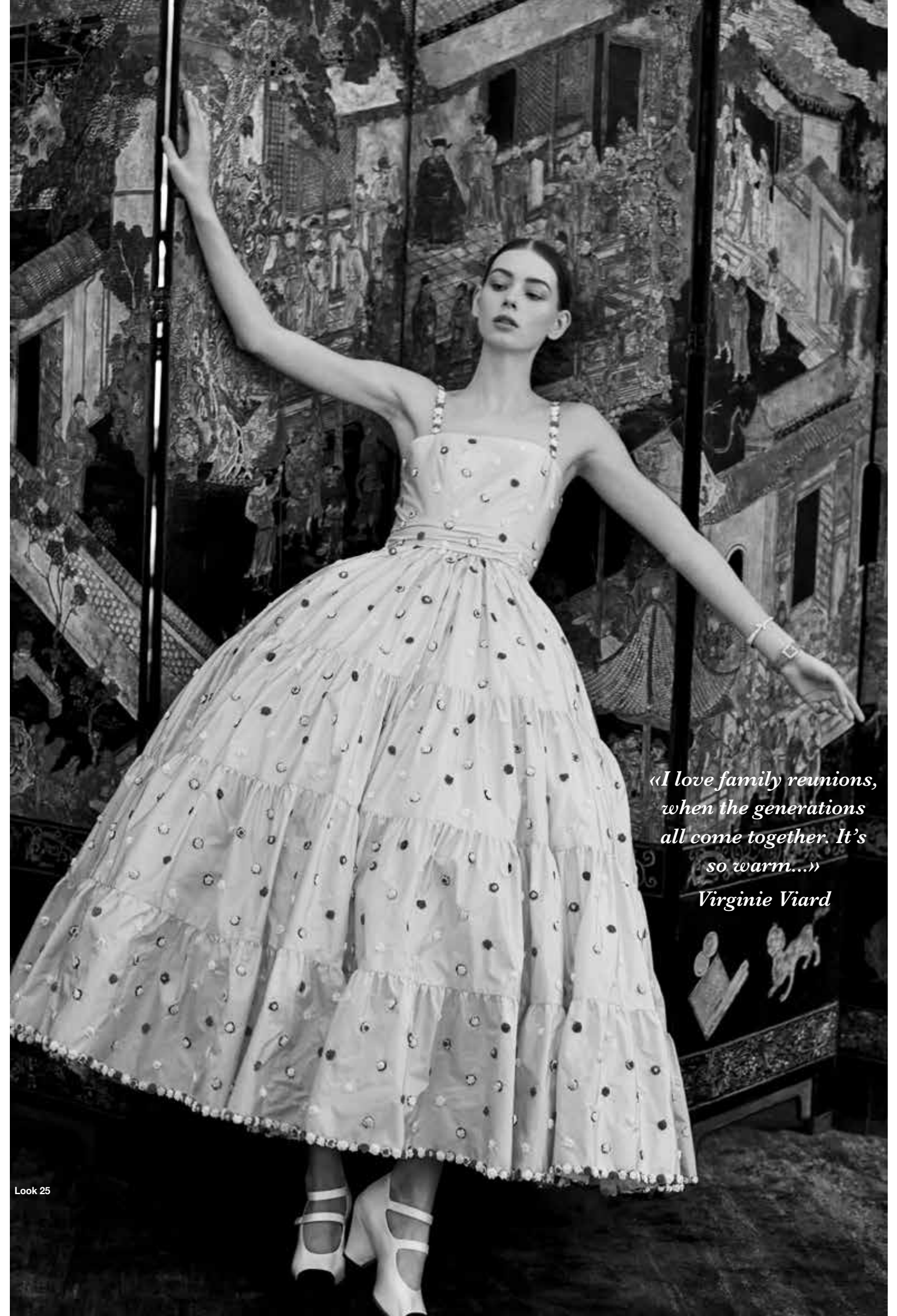


CHANEL
HAUTE COUTURE
*Der Gedanke an Tanz,
an Freiheit und an sommerliche
Abendgesellschaften...*
*The idea of dance, of freedom and of
summer evening parties...*

Petticoats in Bewegung durch die Stufen
des volantbesetzten Crêpe Gerogette
auf einem blassrosa Kleid, begleitet von
einem komplett gerüschten Bolero und
zweifarbigen Mary-Jane Schuhen mit dop-
peltem Riemen im Stil der Schuhe, die von
Tangotänzern getragen werden...

Petticoats in motion by the tiers of flounced
crêpe gerogette on a pale pink dress, accom-
panied by an entirely ruffled bolero, and two-to-
ne Mary-Jane shoes with a double strap in the
style of the shoes worn by tango dancers...

Fotos © Anton Corbijn (2)



Look 25

*«I love family reunions,
when the generations
all come together. It's
so warm....»*
Virginie Viard



ARMANI PRIVÉ

Look 48

Kühle Farben, Pagodenschultern und Verzierungen wie auf Porzellan gemalt, Giorgio Armani zieht auch in der Haute Couture alle Register um das Verlangen seiner Kundinnen nach ewig Schönem zu erfüllen.

Cool colours, pagoda shoulders and embellishments like painted on porcelain, Giorgio Armani also pulls out all the stops in haute couture to fulfil his customers' desire for eternal beauty.



Look 19



Look 26



Look 08



Look 8



Look 10



Look 4

FASHION / Haute Couture

Look 19



FENDI COUTURE

Kim Jones Debut-Kollektion für das Römer Haus war von Virginia Woolfs Roman «Orlando» inspiriert und spielte mit dem Transgender-Thema. Mit von der Partie waren VIPs wie Demi Moore, Christy Turlington mit Sohn, Kate Moss mit Tochter, Naomi Campbell.

Kim Jones' debut collection for the Roman house was inspired by Virginia Woolf's novel «Orlando» and played with the transgender theme. VIPs such as Demi Moore, Christy Turlington with her son, Kate Moss with her daughter, Naomi Campbell were all in on the act.



Neongrünes Scuba-Résille-Kleid mit Prinzessinnenschnitt und Crêpeline-Verzierung.
Fluo green scuba résille dress with princess cut encrusted with crêpeline.



1



2

1 Fitted yellow «Bouton d'Or» dress in crêpeline sablé with a knitted look and embroidered ribbing. 2 Beige cashmere double coat with gold lurex fringes, velvet and silk crêpe top embroidered with budellini and safran wool gabardine trousers. 3 Coat with exposed shoulders, fuchsia wool and silk bustier, ivory sild crêpe top, beige viscose sergé bermuda shorts. 4 Copper organdi dress entirely embroidered with iridescent sequins with pearl reflections. 5 The future meets the past. Valentino filmed the haute couture in the Baroque hall of the Galleria Colonna in Palazzo Colonna in Rome.

VALENTINO

Volumen und Strukturen
formen eine neue Art von
Haute Couture.
Volume and structures form a
new kind of haute couture.



4

1 Anliegendes gelbes Kleid «Bouton d'Or» aus Crêpeline Sablé in Strick-Optik mit aufgestickten Rippen. 2 Beigefarbener Kaschmir-Doppelmantel mit goldenen Lurex-Fransen, Oberteil aus Samt und Seiden-Crêpe mit Budellini-Stickerei und Hose aus Safran-Wollgabardine. 3 Mantel mit freiliegenden Schultern, fuchsiarfarbenes Bustier aus Wolle und Seide, elfenbeinfarbenes Oberteil aus Crêpe, beigefarbene Bermuda-Shorts aus Viskose-Sergé. 4 Kupferfarbenes Organdikleid, das komplett mit schillernden Pailletten mit Perlenreflexen bestickt ist. 5 Die Zukunft trifft die Vergangenheit. Valentino filmte die Haute Couture im Barock-Saal der Galleria Colonna im Palazzo Colonna in Rom.



Look 15

SCHIAPARELLI

Designer Daniel Roseberry geht es um die Essenz der Kleidung. Ganz im surrealen Sinn der Gründerin des Hauses, Elsa Schiaparelli, die Kleider entwarf welche den Körper formten und zusammenhielten. Ihre Kreationen waren eine Ode an das Selbstvertrauen und die Selbstbejahung.

Designer Daniel Roseberry is all about the essence of clothing. In the surreal sense of the house's founder, Elsa Schiaparelli, who designed clothes that shaped and held the body together. Her creations were an ode to self-confidence and self-affirmation.



Look 23



Look 05



1



2



3

GIAMBATTISTA VALLI

Bemerkenswerte Volumen aus Taft und Tüll laden ein zum Tanz in Sevilla.

Remarkable volumes of taffeta and tulle invite you to a dance in Seville.

4



1 Drapiertes Abendkleid aus Seidenkrepp, mit Straussenfedern und Kokarden besetzte Ärmel. 2 Abend-Cape-Ensemble aus mehrfach gerafftem Seidentaft. 3 «Confettis d'Or» Ball-Ensemble aus Tüll, bestickt mit Seiden-Duchesse-Schleifen.

4 Drapiertes und gerüschtes Ballkleid aus Seidentaffeta.

1 Draped silk crepe eveing gown, with ostrich feathers and coquetips trimmed sleeves. 2 Evening cape ensemble in multiruffled silk taffeta. 3 «Confettis d'Or» tulle ball ensemble embroidered with silk duchesse bows. 4 Draped and ruffled silk taffta ballgown.

Alber Elbaz

1961 – 2021

Marianne Eschbach (text) PD / zVg (fotos)

Gerade war er nach fünf Jahren beruflicher Heimatlosigkeit mit einem neuen Modekonzept gestartet, da wurde der Designer Alber Elbaz mitten in der Lancierungsphase seines neuen Modehauses Opfer von Covid-19.

He had just started with a new fashion concept after five years of professional homelessness when designer Alber Elbaz fell victim to Covid-19 in the middle of the launch phase of his new fashion house.



FLAMBOYANCE UND VERNUNFT

Er war einer der Besten des Fachs. Zu Beginn des neuen Jahrtausends hatte der israelisch-marokkanische Modemacher Alber Elbaz – von Guy Laroche und Yves Saint Laurent kommend – das verblasste Traditionshaus Lanvin aus dem Dornröschenschlaf geholt und während 15 Jahren zu neuen Höhenflügen geführt. Unter Elbaz' kreativer Leitung war Lanvin eines der «hot Tickets» der Pariser Modewoche. Dann kam es zum Krach mit neuen Besitzern. Elbaz verlor über Nacht seinen Job. Die Modewelt war schockiert und Alber Elbaz während der nächsten fünf Jahre modisch heimatlos, abgesehen von Vorträgen, für die er ab und zu angefragt wurde und von kleinen Designkooperationen mit anderen Marken.

Im Corona-Jahr 2020 meldete sich Alber Elbaz mit einem eigenen Modelabel zurück. Der Genfer Luxusgüterkonzern Richemont war Geburtshelfer für «AZ Factory», ein Haus, das Mode neu denkt. Im Januar 2021 hob sich dann der Vorhang während der Haute-Couture-Woche. Der Modeschöpfer hatte nicht zuviel versprochen: Tragbarkeit für alle Figuren, modernste Hightech-Materialien, die Rundungen respektieren, praktische Details wie von Surfanzügen inspirierte Zugleinen für Reißverschlüsse, nachhaltige Saisonlosigkeit, und Preise mit Bodenhaftung, kurz: sportlich-elegante Kleidung zum Leben. An der Pariser Modewoche im Herbst ist eine Gedenkveranstaltung für Alber Elbaz geplant. Alber Elbaz Idee, wie Mode heute sein muss, soll Früchte tragen: Richemont will das Projekt «AZ Factory» mit dem Designteam weiterführen.

FLAMBOYANCE AND RATIONALITY

He was one of the best in the business. At the beginning of the new millennium, the Israeli-Moroccan fashion designer Alber Elbaz - coming from Guy Laroche and Yves Saint Laurent - had brought the faded traditional house Lanvin out of its slumber and led it to new heights during 15 years. Under Elbaz's creative direction, Lanvin was one of the «hot tickets» of Paris Fashion Week. Then it came to blows with new owners. Elbaz lost his job overnight. The fashion world was shocked and Alber Elbaz was fashionably homeless for the next five years, apart from lectures for which he was occasionally asked and small design collaborations with other brands.

In the Corona year 2020, Alber Elbaz came back with his own fashion label. Richemont, the Geneva-based luxury goods group, helped birth «AZ Factory», a house that rethinks fashion. In January 2021, the curtain rose during the Haute Couture week. The fashion designer had not promised too much: Wearability for all figures, cutting-edge high-tech materials that respect curves, practical details such as surf-suit-inspired drawstrings for zips, sustainable seasonlessness, and prices with a grounding, in short: sporty, elegant clothes for living.

A memorial event for Alber Elbaz is planned at Paris Fashion Week in autumn. Alber Elbaz's idea of how fashion should be today is to bear fruit: Richemont wants to continue the «AZ Factory» project with the design team.

Fashionably Relevant

Immer daran denken: Accessoires verleihen einem Basic-Look die modische Relevanz und retten so manche Underdressed-Situation hinüber auf die glamouröse Seite.

Always remember: accessories give a basic look fashionable relevance and save many an underdressed situation over to the glamorous side.

Lena Stäheli (redaktion) © Hermès © Saint Laurent (2) © Louis Vuitton PD (fotos)

CLOGS, MULES UND SLINGBACKS!



Hermès

Der ultimative Style-Hack des Sommers kommt aus demTraditionshaus: Hermès haucht den Clogs neues Leben ein.
The ultimate style hack of the summer comes from the traditional house: Hermès breathes new life into clogs.



Bottega Veneta

Massiv: Leder Mule. Solid: Leather Mule



Valentino

Neue Nieten: «Roman Stud Ballet». New Rivets: «Roman Stud Ballet».



Chanel

Flach: Slingback in Pink. Flat: Slingback in Pink.



Prada

Babyblau: Slingback mit Kittenheel. Baby blue: Slingback with kitten heel.

SUNGLASSES TREND: LIGHT TO STRIKING!



Cartier

Modell «Panthère de Cartier». «Panthère de Cartier» model.



Silhouette

Modell «Bolschoi Grace». «Bolshoi Grace» model.



Thom Browne

Modell «Silver Cat Eye». «Silver Cat Eye» model.



Chanel

Rechteckiges Modell in Gelb und Grau. Rectangular model in yellow and grey.



Dior

Modell aus der «Signature Eyewear». Model from the «Signature Eyewear».



Saint Laurent

Wirkt immer glamourös und mysteriös; die komplett schwarze Sonnenbrille.
Always looks glamorous and mysterious; the all-black sunglasses.

BAG TREND: COOL AND SMALL!

*Louis Vuitton*

Designer Nicolas Ghèsquiere spielt für die neue «The Coussin Bag» mit Gender-Fluidität.

Wird crossbody, unter dem Arm oder an der Schulter getragen.

Designer Nicolas Ghèsquiere plays with gender fluidity for the new «The Coussin Bag».

To be worn crossbody, under the arm or on the shoulder.

*Gucci*

«Jackie» Schultertasche. «Jackie» Shoulder Bag.

*Bottega Veneta*

Modell «Doll». «Doll» model.

*Dior*

Modell «Micro 30 Montagne Bag». Model «Micro 30 Montagne Bag».

JEWELLERY TREND: NEON AND GOLD

*Chanel*

Ohrhänger in Metall, Strass und Harz. Earrings in metal, rhinestones and resin.

*Celine*

Halskette mit Vorhängeschloss, Messing mit Foldfinish.

Necklace with padlock in brass with gold finish.

*Saint Laurent*

Designer Anthony Vaccarello kombiniert Statement-Pieces im Stil der 70er-Jahre wie diese Gingko-Ohringe zur Kollektion.

Designer Anthony Vaccarello combines 70s-style statement pieces like these gingko earrings to the collection.

*Bottega Veneta*

Armband aus Metall mit Strass. Metal bracelet with rhinestones.



Gruppenbild mit Designerin. Chaneels Virginie Viard präsentiert sich mit den Models im Schlosspark der Kamera des Fotografen Jürgen Teller.
Group photo with designer. Chanel's Virginie Viard presents herself and the models to photographer Jürgen Teller's camera in the castle park.

Renaissance Ladies

Die Chanel «Métiers d'Art»-Präsentation war ein weiteres Defilee, das ohne Publikum stattfinden musste. Auf dem Höhepunkt des zweiten Lockdowns in Frankreich zeigte das Haus seine Kollektion der Handwerkskünste in der mystischen Kulisse des Loire-Schlusses Chenonceau.

The Chanel «Métiers d'Art» presentation was another defilee that had to take place without an audience. At the height of the second lockdown in France, the house showed its collection of crafts in the mystical setting of the Loire Castle of Chenonceau.

Marianne Eschbach (redaktion) © Jürgen Teller, Chanel (2), PD / zVg (fotos)



In der Renaissance lebten zwei berühmte Damen der Geschichte auf dem romantischen Wasserschloss: Diane de Poitiers, die Mätresse, und Katharina von Medici, die Frau von Frankreichs König Heinrich II. Heute, 500 Jahre später, war nur eine einzige Zuschauerin im «Château des Dames» zugegen: Die amerikanische Schauspielerin und Chanel-Muse Kristen Stewart erlebte die Show wahrlich exklusiv. Sie hatte auch noch einen Job: das Kampagnenshooting für die exklusiven Roben mit Jürgen Teller.

In the Renaissance, two famous ladies of history lived in the romantic moated castle: Diane de Poitiers, the mistress, and Catherine de Medici, the wife of France's King Henry II. Today, 500 years later, only one spectator was present in the «Château des Dames»: American actress and Chanel muse Kristen Stewart experienced the show in a truly exclusive way. She also had a job: the campaign shoot for the exclusive gowns with Jürgen Teller.

CHANEL

Man weiss, dass Coco Chanel die Frauen der Renaissance bewunderte und z.B. deren Plisséekragen aus weisser Spitze (franz. «fraise en dentelle») immer wieder in ihren Kreationen auftauchten. Designerin Virginie Viard mischte die Renaissance-Einflüsse mit romantischen und rockigen Elementen zu einer sehr aktuellen Kollektion.

We know that Coco Chanel admired the women of the Renaissance and that their plissé collars made of white lace (French «fraise en dentelle»), for example, appeared again and again in her creations. Designer Virginie Viard mixed the Renaissance influences with romantic and rock elements to create a very contemporary collection.



Hemd aus Seidenkörper
mit dem Motiv «Muschel»,
Frühjahr/Sommer 2018
Kollektion. Seidentuch,
getragen als Kopftuch mit
dem Motiv «Onde».

Shirt in silk twill featuring the
«Shell» motif, Spring/Sum-
mer 2018 Collection. Silk
blanket worn as a headscarf
featuring the «Onde» motif.

Foto © Armin Morbach/TUSH Magazine. Model: Emily Liptow.



Marquis Emilio Pucci and Laudomia in Palazzo Pucci, Florence,
1986. Photo © Emilio Pucci Archive, Florence.

Prinz der Prints

Emilio Pucci, Marchese di Barsento war einer der herausragendsten und innovativsten Modemacher Italiens. Die aktualisierte Neuausgabe eines legendären Bildbandes ist mindestens so bunt wie Puccis textile Kreationen und lässt das Leben und Arbeiten des Aristokraten unter den Designern Revue passieren.

Emilio Pucci, Marchese di Barsento was one of Italy's most outstanding and innovative fashion designers. This updated new edition of a legendary illustrated book is at least as colourful as Pucci's textile creations and reviews the life and work of the aristocrat among designers.

Vanessa Friedman (text) @ Mark Seelen TASCHEN / zVg (fotos)

Ende des 20. Jahrhunderts war das Feiern von Jubiläen diverser Labels schon fast zum Trend geworden und die Modebranche war ein wenig übersättigt. Da öffnete man eine Einladung zu einem achtzigsten oder zum 15-jährigen, gähnte, rollte mit den Augen und dachte sich: «Da geh ich doch lieber einen Hamburger essen.» Allerdings war die Modemarke, um die es damals, in den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts ging, nicht irgendeine. Es war Emilio Pucci. Das Haus feierte damals den 60. Geburtstag mit einem Fest im eigenen Palazzo in Florenz, an dem es vor Stars wimmelte.

Da geht es vor allem um einen Mann: den Marchese di Barsento Emilio Pucci, eine aussergewöhnliche, charismatische Persönlichkeit – Sportler, Abenteurer, Trendsetter, Entrepreneur – mit einem einzigartigen Hunger nach Erfahrung und der Vision, über gesellschaftliche Schranken hinweg in eine von Freiheit geprägte Zukunft zu blicken und dann diese Vision auf das Entwerfen von Kleidern zu übertragen, als er 1949 mit einem Schmuckkästchen von Laden auf der Ferieninsel Capri begann. Seine Mauern beherbergten nicht nur Generationen und tun das weiterhin, sondern dienten Emilio »

By the end of the 20th century, celebrating the anniversaries of fashion brands had become something of a trend, and the fashion world, from media to consumers, had in turn become a little jaded. But then, the fashion brand in question was not just any fashion brand. It was Emilio Pucci. And Emilio Pucci has always been, and still is today, about much more than clothes. It is about, first of all, a man: the Marchese Emilio Pucci di Barsento, an extraordinary, charismatic figure – a sportsman, adventurer, tastemaker, entrepreneur – with a singular appetite for life. He had the vision to see beyond social norms to a future of freedom, and then apply that vision to the creation of clothing, starting in 1949 with a jewel-box of a shop on the island of Capri, holiday resort of the rich and famous. It is about a family: the Puccis, a name so embedded in the history of Florentine nobility they not only have the palazzo to show for it but also a street, the Via dei Pucci, and an ancestry that can be traced back to both Lorenzo de Medici and Catherine the Great. It is about an ancestral home: the Renaissance palazzo built by the Puccis, which has fallen into decline and risen again (and done so more than once), which is filled with »

» auch als unerschöpflicher Quell der Inspiration. Sie wurden zum Sitz des Unternehmens und zugleich zu seinem Gedächtnis. Da geht es um Evolution: Wie ein Familienunternehmen, das mit einem Laden auf einer Ferieninsel begann, in Mehrheitsbesitz des weltgrößten Luxusmarkenkonzerns Moët Hennessy – Louis Vuitton übergehen konnte. Und wie ein nach einem einzelnen Menschen benanntes Label diesen überleben und in den Händen einer Vielzahl von Designern gedeihen und dabei im Kern stets seine Identität bewahren konnte.

FREIHEIT UND VERFÜHRUNG

Und da geht es um Innovation: in andere Designbereiche wie Inneneinrichtung und Sportbekleidung diversifizierten, neue Technologien nutzten und Stoffe erzeugten, die man auf Reisen problemlos in die Handtasche stopfen konnte. An erster Stelle ging es jedoch um eine Idee, die damit zu tun hatte, wie Frauen sich kleideten, und damit, wie die Welt funktionierte. Am allermeisten hatte sie mit den Frauen selbst zu tun. Was genau war das? «Freiheit und Verführung», sagte Stephan Janson, der 1998, nachdem der Firmengründer gestorben war, für Pucci arbeitete. «Modernität und Stil und Glück», sagt Carla Sozzani, Inhaberin der international bedeutenden Mailänder Boutique 10 Corso Como und ehemalige Herausgeberin der italienischen Elle.

UNBEDINGT ETWAS VON PUCCI

Die ehemalige Modechefin der amerikanischen Vogue, Polly Mellen aus New York, beschreibt vergangene Zeiten: «Als ich 1952 in die Flitterwochen fuhr, reisten wir nach Capri, und ich sagte zu meinem Mann Louis: ‚Ich muss etwas von Pucci haben.‘ Und dann gingen wir in den kleinen Laden in der Gasse mit dem Kopfsteinpflaster, der mit Farben angefüllt schien. Dort bekam ich ein Outfit – noch nie hatte ich eine Hose besessen, die so gut sass. Eine von diesen Hosen und ein federleichtes Shirt aus Seide mit Bateau Ausschnitt, und, mein Gott, man glaubte darin besser auszusehen als jede andere im Raum.» «Ich hatte immer das Gefühl, Pucci sei so stark und damit grösser als jeder beliebige Designer», sagt Stephan Janson. «Es hat seine eigene Stärke.» Aber natürlich ändert das nichts an der Tatsache, dass diese Idee dem fruchtbaren Geist eines einzigen Mannes in einer bestimmten Zeit entsprang. Was natürlich Fragen aufwirft: Um die Antworten auf diese Fragen zu verstehen, muss man verstehen, wie die Vergangenheit zur Gegenwart werden und in die Zukunft hineinwachsen kann. Und der einzige Weg, um zu den Antworten zu kommen, besteht darin, mit einer Lebensgeschichte zu beginnen.

DESIGNER AUS ZUFALL

Es ist ein Klischee zu behaupten, dass bei den meisten erfolgreichen Designern ihr Leben und ihre Arbeit gleichzusetzen sind, doch bei Emilio Pucci stimmte es tatsächlich: Sein Werk reflektierte absolut und in jeglicher Hinsicht sein Leben. Und es wäre ohne die zufälligen »

«Jeder, einfach jeder trug damals Pucci. Da sah man Gianni Agnelli und Brigitte Bardot in ihren Puccis von der Jacht hüpfen, und das sah schlichtweg unübertroffen glamourös und sexy aus.»

Polly Mellen

» frescoes and busts and filigree, and whose walls have sheltered past generations and will shelter generations to come. The palazzo provided Emilio with a never-ending source of inspiration, and became the seat of the business. It is about evolution: how a family company that started with a bijou store on a resort island ended up with a majority ownership by Moët Hennessy-Louis Vuitton, the largest luxury group in the world; how a brand named after a single person was able to live on beyond that person, and thrive in the hands of a number of other designers without ever losing its central identity.

FREEDOM AND SEDUCTION

And it is about innovation: Pucci was not only the first real Italian ready-to-wear brand, but also one of the first to bear a logo, to diversify into other design areas such as interiors and sports wear, to exploit technology, and to create fabrics that could be tossed into a handbag for ease of travel. But above all, it is about an idea, which had something to do with how women dressed, and something to do with how the world worked, but mostly had to do with women themselves. What was it? «Freedom and seduction,» said Stephan Janson, who worked as a designer for Pucci in 1998, after the founder had passed away.

«Modernity and style and happiness,» says Carla Sozzani, owner of the internationally influential Milanese boutique 10 Corso Como and ex-editor of Italian Elle.

HAVE TO HAVE A PUCCI

Ex-American Vogue fashion editor Polly Mellen, from New York, says: «When I went on my honeymoon in 1952, we went to Capri, and I said to my husband Louis, ‘I have to have a Pucci,’ and we went to the little shop down a cobblestone street that was just filled with color, and I got an outfit – I’ve never had a pair of pants that fit like that. A pair of those pants, and a silk shirt that weighed nothing with a bateau neckline, and, my God, you felt you looked better than everyone else in the room.» «I always felt Pucci was so strong it was bigger than any one designer,» says Stephan Janson. «It has a power of its own.»

And yet there is no getting around the fact that the idea originated in the fertile mind of one particular man at one particular time. Which raises questions: How did one man without any real training in design understand that clothing could be not just a mirror of social change, but also its instrument, and not just once but again and again? To understand the answers to these questions is to understand how the past can become the present, and grow into the future. And the only way to begin to arrive at the answers is to begin with a life.

DESIGNER BY CHANCE

It is a cliché to say that for most successful designers their life is their work – but for Emilio Pucci this was, literally, »

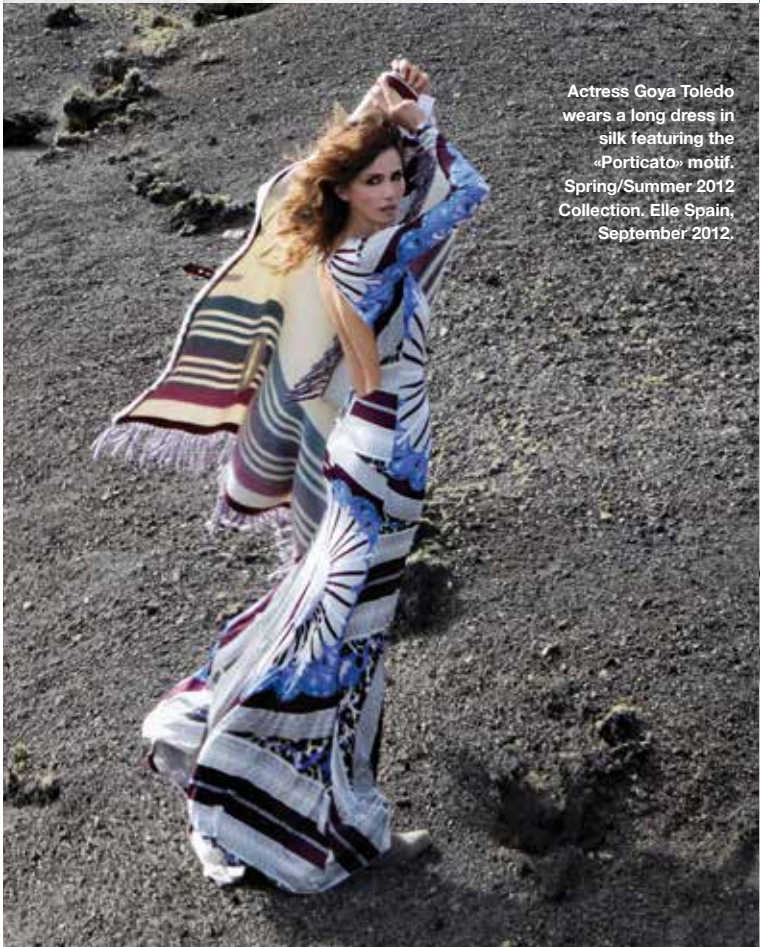
Printed cotton shirt and shorts, «oversize»wicker hat. Siciliana Collection, Spring/Summer 1955.



Cropped diver jacket in neoprene featuring the «Lamborghini Henne» motif. Spring/Summer 2014 Collection. Model: Dimphy Janse.



Actress Goya Toledo wears a long dress in silk featuring the «Porticato» motif. Spring/Summer 2012 Collection. Elle Spain, September 2012.



Multicolored stripes poncho beachrobe in cotton popeline, conical straw hat, Capri. Spring/Summer 1954 Collection.



Photos: © Emilio Pucci Archive, Florence; © Bernardo Dora/ELLESpain; © Emilio Pucci Archive, Florence.



Marquis Emilio Pucci zu Besuch bei der NASA Raumfahrtzentrum, vor einem Modell der der Mond-landefähre in Houston, Texas, 30. September, 1969.

Marquis Emilio Pucci visiting NASA Space Centre, in front of a model of the lunar excursion module in Houston, Texas, September 30, 1969

» Ereignisse in diesem Leben, ohne das Zusammen- treffen verschiedener Umstände, fast aus Versehen, nicht einer der bedeutendsten Modeschöpfer des 20. Jahrhun- derts daraus hervorgegangen. In mehrfacher Hinsicht war es ein Zufall, dass Pucci überhaupt Designer wurde; dass Menschen heute diesen Namen hören und «Far- be» oder «Muster» oder «Freiheit» denken, aber nicht «florentinischer Adel». Das war mit Sicherheit nicht die Zukunft, die Emilios Eltern sich für ihren ältesten Sohn (er hatte noch einen jüngeren Bruder und eine jüngere Schwester) vorgestellt hatten. Nicht in den wildesten Fantasien wäre diese Möglichkeit auch nur irgendjemand in den Sinn gekommen. Schliesslich brüstete Emilio Pucci sich gern damit, dass er nach tausend Jahren das erste Mitglied seiner Familie war, das arbeitete. Das zieme sich für einen Aristokraten in der damaligen Zeit einfach nicht. Und obwohl es ihm 1935 über ein Stipen- dium der University of Georgia gelang, nach Amerika zu kommen, inspirierten ihn eher Träume von Leinwand- aristokraten als von Viehwirtschaft, die er dort offiziell studierte. Oder anders ausgedrückt: Er war nicht dort, um etwas über Geburtshilfe bei Kälbern zu lernen, sondern um Lebenserfahrung zu sammeln. Diesen Aspekt sollte man sich merken, weil er später noch eine gewisse Rolle spielen wird.

IM GEFÄNGNIS DER NAZIS

Ein Jahr später bot das Reed College in Oregon Pucci ein Skistipendium an (Pucci beherrschte Skifahren fantas- tisch, was ihn 1934 in die italienische Nationalmannschaft befördert hatte). Dort designte er die Mannschaftsuni- formen um und machte einen Abschluss in Geschichte (später promovierte er an der Universität Florenz noch in Politikwissenschaft). Doch damals rief ihn die Pflicht, und er kehrte ins heimatliche Italien zurück, um im 2. Welt- krieg zu dienen, wo er Pilot der Luftwaffe wurde. In dieser Zeit lernte er bekanntermassen (oder berühmter- massen) Mussolinis Tochter Edda Ciano kennen, deren Ehemann versucht hatte, ihren Vater zu stürzen. Er wurde ihr Liebhaber und verhalf ihr schliesslich zur Flucht in die Schweiz. Was zur Folge hatte, dass er selbst in einem Gef- ängnis der Nazis landete. Pucci wurde gefoltert und war dem Tode nahe, bevor es seiner Familie endlich gelang, seine Auslieferung in die Schweiz zu erreichen. Die erste Zeit dort verbrachte er in einem Krankenhaus; als es ihm besser ging, gab er Unterricht in Italienisch und Skifah- ren, um für seinen Lebensunterhalt zu sorgen.

IN DER SCHWEIZ

1947 war Emilio zur Luftwaffe zurück gekehrt, und er kehrte auch in die Schweiz zurück, und zwar für einen Skiurlaub mit einer seiner zahlreichen Geliebten. Aus den ersten Skianzügen, die er in Oregon entworfen hatte, waren elastische Steghosen aus einem in der Schweiz hergestellten Material namens Helanca geworden (alle anderen trugen Knickerbocker und Strümpfe). Und in St. Moritz kreierte er Outfits im Partnerlook für sich »

FASHION / Emilio Pucci



Metallic nylon oversized hooded cape, Spring/Summer 2014. Model: Nadja Bender. Flair, September 2014. Photo © Ezra Petronio/Art Partner.

Embroidered down jacket. Fall/Winter 2018/19 Collection. Model: Elina V. Stylist: Maria Giulia Riva. Gioia, September 2018. Photo © Domingo Nardulli/doubleone_studio.

» true: his work reflected, absolutely and on every level, his life. And it would never have happened except for the random events of that life, a set of circumstances that conspired, almost by accident, to produce one of the most important designers of the 20th century. Indeed, in many ways, it was a fluke that Pucci was a designer at all – that today people hear the word «Pucci» and think «color;» or «print;» or «liberty;» instead of «Florentine nobility.» It certainly wasn't the future Emilio's parents envisaged for their eldest son; the very possibility was beyond anyone's wildest imagining. After all, he was the first person in his family to «work» in around a thousand years, as he himself liked to boast. It simply wasn't what aristocrats did.

At the University of Milan he majored in agriculture, presumably to prepare himself for the management of the family estate and in 1935 he won a scholarship to the University of Georgia in America, but there he was ins- pired by dreams of silver- screen nobility, not the animal husbandry he was nominally studying. Put another way: he wasn't there to learn to birth cattle; he was there to experience life. This will become something of a theme.

IN THE NAZI PRISON

A year later Pucci was offered a skiing scholarship to Reed College in Oregon (he had excelled at skiing, and which eventually propelled him onto the Italian national team in 1934), where he redesigned the team's uniforms and received his Master's degree in history (he later received a doctorate in political science from the Univer- sity of Florence), but then – heeding the call of duty – he returned home to serve in World War II and became a pilot in the Italian air force. It was during these years that he met Mussolini's daughter, Edda Ciano, whose hus- band had tried to overthrow her father, and became her lover, eventually helping her escape to Switzerland and as a result ending up in a Nazi jail. Pucci was tortured and close to death before his family managed to get him released and sent to a hospital in Switzerland. When he was well enough he taught Italian and gave skiing lessons to survive.

IN SWITZERLAND

In 1947 Emilio, who had remained in the air force, had returned to Switzerland for a skiing vacation with one of his many paramours. The ski outfits he had first created in Oregon had evolved into stretchy stirrup pants made from a Swiss-manufactured fabric called Helanca (at the time, everyone else was wearing knickerbockers and hose), and in St. Moritz he created matching outfits for himself and his girlfriend. He didn't see why women should have any less physical freedom on the slopes than men, and this gesture toward sartorial gender equal- ity became the beginning of a fashion legend: by chance a young photographer by the name of Toni Frissell, who worked for the powerful American fashion magazine Harper's Bazaar, was also skiing, and she took some »

» und seine Freundin. Er sah nicht ein, warum Frauen auf den Pisten weniger Bewegungsfreiheit haben sollten als Männer, und sein Hang zur Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern im Bereich der Schneiderkunst markierte den Beginn einer Modelegende. Zufällig war eine junge Fotografin namens Toni Frissell, die für das einflussreiche amerikanische Modemagazin Harper's Bazaar arbeitete, ebenfalls beim Skifahren und machte ein paar Schnappschüsse von dem glamourösen, Schuss fahrenden Paar. Diese fanden ihren Weg auf den Schreibtisch der Moderedakteurin Diana Vreeland, die wiederum Marjorie Griswold, Chefeinkäuferin bei Lord & Taylor, anrief, die sich ihrerseits bei Pucci meldete und eine Bestellung aufgab.

EIN MANN DER RENAISSANCE

Das hatte eine weitere prägende Lektion für den kreativen Marchese zur Folge: Ein Instinkt, der ihm sagte, Frauen wollen Freiheit, in ihrer Garderobe ebenso wie gesellschaftlich, bewahrheitete sich und liess sich kommerziell umsetzen. Wie Carla Sozzani betont, «war Pucci keinerlei Einflüssen ausser seinem eigenen Leben, seinen Freunden und Reisen ausgesetzt.

Was auf der Skipiste begann, fand bald seine logische Fortsetzung beim Baden, als Pucci nach Capri ging, das damals noch ein winziger Ferienort für Künstler, Intellektuelle und eine Handvoll europäischer Aristokraten aus seinen Kreisen war. Und auch hier war es wieder so: Seine Freundin hatte nur aufwendige, kompliziert geschnittene Kleider dabei. Die Männermode, Hose und leichtes Hemd, war dagegen zugegebenermassen befreundet. Also kreierte Emilio eine Herrenhose für Damen – so körperbetont wie seine Skimode schmiegte sie sich elastisch um die Hüften und reichte nur bis zum Knöchel. Kombiniert wurde diese mit einem extrem leichten Seidenhemd, beides in den kräftigen Farbtönen, die man auch auf der Insel fand. Das passierte nicht zuletzt, weil er zu jenem Zeitpunkt «arbeiten musste», wie Laudomia Pucci, Emilios Tochter und die Frau, die 1992 das von ihrem Vater gegründete Unternehmen übernahm, erklärt. «Seine Mutter hatte ziemlich viel Geld besessen, und auch sein Vater hatte Geld gehabt, aber nach dem Krieg und Mussolini war das alles weg.» Also verliess er die Luftwaffe und eröffnete stattdessen einen winzigen Laden auf der Insel. Um es schaffen zu können, lebte er von «einem Joghurt pro Tag», wie Laudomia sagt, und wohnte im Hinterzimmer des Ladens. Er sagte: «Ich verdanke meine Karriere einer Frau, also soll meine Arbeit darin bestehen, Frauen schöner zu machen.» Er hätte noch hinzufügen können: «ihnen das Leben zu erleichtern und im wahrsten Sinne des Wortes mehr Farbe in ihre Kleiderschränke zu bringen.»

ITALIENISCHE EMPFINDSAMKEIT UND AMERIKANISCHE SPORTSWEAR

«Das Geniale an seinen Kleidern», sagt Andrew Bolton, Kurator des Costume Institute am Metropolitan Museum »



Knitted top featuring an embroidery inspired by the Emilio Pucci historic tag representing the Faraglioni of Capri. Resort 2018 Collection. Model: Aíra Ferreira. Photo © Maciek Kobielski.

Detail of the caption of the map of the island of Capri on the «Isola di Capri» scarf, 1952. Silk twill, 90 x 90 cm. © Emilio Pucci Archive, Florence.

» snaps of the glamorously schussing couple. These made their way back to the desk of fashion editor Diana Vreeland, who in turn called Marjorie Griswold, the head buyer of Lord & Taylor, who called Pucci, and placed an order.

A RENAISSANCE MAN

This, then, became another formative lesson for the creative Marchese: an instinct that told him women wanted freedom, sartorially as well as socially, had proved to be right, and could be commercial. As Carla Sozzani points out, «Pucci didn't have any influences except his own life, friends, and travel. He wasn't a designer in the sense of being absorbed by fashion, he was more of a Renaissance man: he was interested in everything, and could see how it all fit together.» So, logically, what began on the slopes soon extended its reach to swimwear: Pucci went to Capri, then a tiny resort for artists, intellectuals, and a handful of European aristocrats in his circle, and a similar situation presented itself: there was his girlfriend with only big, highly constructed clothes to wear. «Fashion at this time meant a lot of skirts,» says the Marchesa Cristina Pucci, whom Emilio married in 1959 – and skirts at a beach resort, especially one with lots of steps up and down, are not exactly liberating. Men's wear, which is to say, trousers and easy shirts, was liberating. So Emilio made a man's trouser for a woman – as body-conscious as his ski-wear, stretched exactly over the hips and cropped at the ankle – and paired it with an extremely lightweight silk shirt, both realized in the bright shades found on the island.

And since at this point in his life, Emilio had to work – «His mother had quite a lot of money and his father had money, but after the War and Mussolini it was all gone,» explains Laudomia Pucci, Emilio's daughter (who, after his death in 1992, took over the company) – he left the air force and instead opened a tiny store on the island. In order to do it, he subsisted on «one yogurt a day,» says Laudomia, and lived in a room in the back of the store. He said, «I owe my career to a woman, so I will make it my job to make them more beautiful.» He could also have added: «to make their lives easier, and their closets so much more colorful.»

ITALIAN SENSIBILITY AND AMERICAN SPORTSWEAR

«The genius of the clothes,» says Andrew Bolton, curator of the Metropolitan Museum of Art's Costume Institute, «was rooted in the fact Emilio Pucci married an Italian sensibility Diana Vreeland called him 'divinely Italian' – to an American philosophy of sportswear,» which together added up to «the joie de vivre» as expressed in color and print. In the beginning, the prints were of the island, or fish, or other figurative drawings; later they became more abstract.

But Pucci's family was shocked. «They were quite scandalized when he opened his own boutique; there »

» of Art, «war darin begründet, dass Emilio Pucci italienische Empfindsamkeit mit amerikanischer Sportswear Philosophie vermählte», was in Summe die «joie de vivre» ergab, die in Farbe und Muster zum Ausdruck kam. Anfangs waren es die Bilder der Insel oder Fische oder andere gegenständliche Zeichnungen, später wurde es abstrakter. Puccis Familie war allerdings schockiert. «Sie empfanden es schon als Skandal, dass er einen eigenen Laden eröffnete. Da gab es einen alten Onkel, der das überhaupt nicht begreifen konnte», erinnert sich Cristina Pucci. «Später wussten sie es dann irgendwann zu schätzen, weil er berühmt wurde. Und schliesslich fällt es schwer, Glamour und Ruhm zurückzuweisen.» Sie waren allerdings nicht die Einzigen, die anfangs vor der Idee zurückschreckten: Viele von Emilios Standesgegenossen waren ebenso geschockt (und ebenso arm).

«Er besass diese unglaubliche Zuversicht», erinnert sich Cristina Pucci. Ausserdem hatte er Sinn für Humor. «Wenn er seine 'Freunde' kommen sah, holte er sich einen Eimer Wasser und begann, den Boden zu schrubbem», erzählt Laudomia Pucci. Allerdings nahm er insoweit Rücksicht auf die Gefühle der Familie, als er den Laden Emilio di Capri nannte, um den Namen Pucci nicht in Verruf zu bringen. Da ist es natürlich Ironie der Geschichte, dass der Laden genau das Gegenteil bewirkte.

DAS LABEL DES JET SET

«Jeder, einfach jeder trug damals Pucci», sagt die ehemalige Vogue Moderedakteurin Polly Mellon. «Da sah man Gianni Agnelli und Brigitte Bardot in ihren Puccis von der Jacht hüpfen, und das sah schlichtweg unübertroffen glamourös und sexy aus.»

«Die Amerikaner verstanden es, und den amerikanischen Markt zu knacken war eindeutig der Schlüssel zum Erfolg», so Andrew Bolton. Bei den reichen Ausländern und den Hollywoodstars, die Capri und Emilios kleinen Laden besuchten – die Farben sahen an den Stränden von Los Angeles ebenso gut aus wie an denen des Mittelmeers –, war die Marke plötzlich in und – wie auch der florentinische Marchese – weit über ihre unmittelbare Umgebung hinaus berühmt. «Er war ein echter Botschafter der italienischen Mode und hat die Vorstellung der restlichen Welt davon völlig verändert», bekennt Rosita Missoni, Spross der italienischen Strickmodendynastie. «Er war ein grossartiger Kommunikator, ein echter Pionier.» 1950 hatte Pucci einen Laden im Palazzo der Familie eröffnet, einen angemessenen Vertrieb aufgebaut und begonnen, seine Kollektionen zu präsentieren. Zunächst bei der Damenmode-Woche im Palazzo Pitti (dem alten Medici Palast und einzigen Haus in Florenz, das grösser ist als das der Puccis), später im Ballsaal des Familiensitzes. Ende der 1950er-Jahre galt er bereits als echtes Phänomen. «Als ich 16 war, trug ich immer nur Pucci, Pucci, Pucci», berichtet Carla Sozzani. «Nicht nur die gemusterten Sachen, sondern auch Hemden und Caprihosen in einer Farbe, wie bei einem Pyjama. Ich »

» was one old uncle who just couldn't understand it,» remembers Cristina Pucci. «Later they came to appreciate it, because he became famous, and it's hard to reject glamor and fame.» Still, they weren't the only ones who initially balked at the idea: many of Emilio's fellow aristocrats were likewise horrified. «He had this incredible confidence,» remembers Cristina Pucci. He also had a sense of humor. «When he saw his 'friends' coming,

he would get out a bucket of water and start scrubbing the floor,» says Laudomia Pucci. Still, he cared enough about the family's feelings to name the store Emilio of Capri, to avoid bringing dishonor on the Pucci name. The irony is, of course, that the store brought exactly the opposite.

THE LABEL OF THE JET SET

«Everyone, everyone, wore Pucci in those days,» remarks ex-Vogue fashion editor Polly Mellen. «You'd see Gianni Agnelli and Brigitte Bardot and they'd be jumping off the boat in their Puccis, and it was just the most glamorous, sexy thing.»

«The Americans understood it, and breaking the American market was absolutely key to the success,» says Andrew Bolton. Between the rich foreigners and the Hollywood stars who frequented Capri and the little Emilio shop – the colors looked as good against the beaches of Los Angeles as they did against the beaches of the Mediterranean – suddenly the line had a reach and a renown far beyond its own shores, as did the Florentine Marchese. «He was a real ambassador for Italian fashion; he totally changed the way the world thought about it,» avows Rosita Missoni, scion of the Italian knitwear family. «He was a great communicator, a real pioneer.»

By 1950 Pucci had set up shop in the family palazzo, started a proper wholesale business, and begun showing his collections, first during the women's wear week at the Palazzo Pitti (the old Medici palace, and the only house in Florence bigger than the Puccis'), and later in the family ballroom. By 1952, he was earning enough to start restoring the family home. By the late 1950s he was a genuine phenomenon. «When I was fifteen and sixteen, I wore Pucci Pucci Pucci all the time,» says Carla Sozzani. «Not just the prints, but also shirts and Capri pants all in one color, like pajamas. I spent so much of my parents' money on Pucci my father got upset.»

«In 1965 I remember going on my first trip to New York for the inauguration of the ship Michelangelo,» says Rosita Missoni. «My parents had asked me to accompany them as a translator – and all of the windows on Fifth Avenue were full of Pucci. They were copies, of course.»

THE WOMAN'S BODY IS DECISIVE

Indeed, there were so many copies that Lord & Taylor's Marjorie Griswold suggested Pucci should begin signing »

» gab so viel vom Geld meiner Eltern für Pucci aus, dass mein Vater schon verärgert war.». «1965 brach ich anlässlich der Taufe des Schiffes Michelangelo zu meiner ersten New-York-Reise auf», sagt Rosita Missoni. «Meine Eltern hatten mich gebeten, sie als Dolmetscherin zu begleiten – und alle Schaufenster auf der Fifth Avenue waren voll mit Pucci. Natürlich handelte es sich um Kopien.»

DER KÖRPER DER FRAU IST MASSGEBEND
Tatsächlich wurde so viel kopiert, dass Marjorie Griswold von Lord & Taylor Pucci vorschlug, seine Kreationen zu signieren. Fortan wurde der Schriftzug Emilio in jedes Muster integriert, und das Logo war geboren. Weil die Sachen fürs Leben gedacht waren, waren die Schnitte unglaublich schlicht und locker. «Für meinen Vater war der Körper der Frau massgeblich für ein Kleid und wurde nicht erst durch ein Kleid kreiert», sagt Laudomia Pucci. Gleichzeitig schmeichelten seine Sachen auch noch der Figur. In seinem Palazzo nahm der Marchese für seine Kleider nicht nur an einem Model Mass, wie es üblich ist, sondern an zweien oder dreien, um sicherzustellen, dass der Schnitt unabhängig von der Figur jeder Frau schmeichelte. «Er pflegte zu sagen, er ziehe nicht eine Frau an, sondern alle», erzählt Laudomia Pucci. Und wirklich waren die Frauen, die er einkleidete, seine Freundinnen und die Kleider, die er entwarf, an deren Bedürfnissen orientiert. So wie er spezielle Kleidung für den Strand und für die Skipiste kreiert hatte, entwickelte er auch spezielle Reisekleidung. In Zusammenarbeit mit dem Fabrikanten Mario Boselli erfand er einen unglaublich leichten, dünnen und elastischen Jersey, der sich zu einem winzigen Quadrat zusammenfalten liess. Weil das Leben nicht nur aus Kleidern besteht, entwarf er später auch Handtücher, Bettwäsche, Teppiche und sogar die Etiketten für einen Wein, der auf seinem Landgut produziert wurde – ganz zu schweigen von den späteren Jahren, als er ein Auto, Uni-formen für Stewardessen und das Logo für das Spaceshuttle Apollo 15 designte. Oder wie Peter Dundas, von 2008 bis 2015 Artistic Director des Hauses, es ausdrückt: «Es ging nicht um Stil, sondern um Lebensstil.» Und das spiegelte sich nicht nur in der Funktionalität der Kleidung, egal, ob es sich um einen Abendpyjama oder ein kleines Jerseykleid handelte, sondern wortwörtlich in den Kleidern selbst – genau genommen in ihren Mustern.

FLORENZ ALS INSPIRATION
Diese farbenfrohen, ansprechenden Zeichnungen reflektierten Emilio Puccis Interesse an Geschichte und sein eigenes Leben. In den Zeichnungen kann man das Kuppeldach des Domes erkennen, der direkt vor seinem Fenster im obersten Stock liegt, und die Mosaik des Bodens, die Schnörkel der Eisentore des Palazzo, die Fahnen der konkurrierenden Stadtviertel beim Palio von Siena, Sternschnuppen und Wasserfälle. Wenn so viele Leute automatisch glauben, bei Pucci gehe es um Muster, ist es doch vielmehr so, dass es bei den Mustern um »

«Um es schaffen zu können, lebte er von einem Joghurt pro Tag und wohnte im Hinterzimmer des Ladens.»

Laudomia Pucci

» his work, and hence the scripted «Emilio» was worked into every print, and the logo was born. Because the clothes were meant for life the shapes were incredibly simple and unrestrictive. «For my father, the body of the woman moved the dress, the dress didn't create the body of the woman,» says Laudomia. But at the same time, of course, they flattered the shape.

In the palazzo, the Marchese would fit his clothes not just on one model, as is standard, but on two or three, to ensure the shape was flattering no matter what the body type. «He used to say he didn't dress a woman, he dressed all women,» says Laudomia. Actually, however, the women he dressed were his friends, and the clothes he made were inspired by their needs. Just as he created a uniform for the beach and a uniform for the slopes, he made a uniform to travel in. In conjunction with manufacturer Mario Boselli, he developed an incredibly light and thin stretch jersey that could be folded up into a tiny square.

Then, because life is not limited to clothing, he also designed towels, sheets, rugs, even the labels for a wine he produced in his country estate – not to mention, in later years, a car, stewardess uniforms, and the logo for the Apollo 15 space shuttle. Peter Dundas, artistic director of the House from 2008 to 2015, says: «It was not about style; it was about lifestyle.» And this was reflected not only in the functionality of the clothing, whether an evening pajama or a little jersey dress, but literally, in the clothing itself – or rather, the prints on the clothing.

FLORENCE AS AN INSPIRATION
For these colorful, alluring designs reflected the historical interests and life of Emilio Pucci himself. In those drawings you can see the curving roof of the Duomo opposite his top-floor window and the mosaics from the floor, the scrollwork on the iron gates of the palazzo, the flags of the competing city zones represented in the Palio of Siena, shooting stars, and waterfalls. Because while so many people reflexively think Pucci is about prints, the truth is, the prints are about Pucci. «I think he saw his drawing as figurative,» says Laudomia. «I think of it as a readable abstract.»

By the 1970s, pretty was out and social unrest was in, and, says Stefano Tonchi, former editor of the New York Times style supplements, who grew up in Florence at the time. «In the 1970s and '80s, Italy was really split between the Left and the Right, and no self-respecting Leftist would wear Pucci, as it was so associated with society and the jet set.» Pucci fell out of favor, although the Marchese continued to work, and his aesthetics continued to inspire numerous other designers, including Gianni Versace, Dolce & Gabbana, and Diane von Furstenberg, the latter of whom says: «He influenced me a lot, with the idea that dressing should be easy, and that it should fill a purpose, so you never feel you don't have anything to wear.» »

Foto © Gian Paolo Barbieri.

Palazzo-Pyjama mit bedruckter Seide Turban, bestickt mit Swarovski Kristallen, aus der Herbst/Winter 1969 Kollektion.

Palazzo pajamas with printed silk turban embroidered with Swarovski crystals, from the Fall/Winter 1969 Collection.



» Pucci geht. «Ich glaube, er betrachtete seine Zeichnungen als etwas Figuratives», sagt Laudomia Pucci. «Ich stelle sie mir als lesbare Abstraktion vor.» In gewisser Weise leisteten die Muster sogar in der Zeit ihren Beitrag, als das Label brachlag. Stefano Tonchi, ehemaliger Redakteur der Stilbeilage der New York Times, der damals in Florenz aufwuchs, meint dazu: «In den 1970ern und 1980ern war Italien wirklich in Linke und Rechte gespalten, und kein gestandener Linker hätte Pucci getragen, da man es so stark mit der besseren Gesellschaft und dem Jetset assoziierte.» Pucci fiel in Ungnade, obwohl der Marchese weiterarbeitete und seine Kreationen weiterhin zahlreiche Designer inspirierten, darunter Gianni Versace, Dolce & Gabbana und Diane von Fürstenberg, die sagt: «Er hat mich stark beeinflusst mit der Überzeugung, dass Kleidung leicht sein sollte und dass sie funktional sein sollte, damit man nie das Gefühl hat, nichts zum Anziehen zu besitzen.»

EWIG MODERNE KREATIONEN

Es dauerte trotzdem noch eine Generation, bevor Pucci wiederentdeckt wurde. «Ich erinnere mich, Mitte der 1980er in Discos gegangen zu sein und plötzlich diese Mädchen in gemusterten Leggings gesehen zu haben, die wirkten wie die coolsten Leute dort. Auf einmal war es nicht mehr scheinbar konservativ, sondern scheinbar total hip», berichtet Stefano Tonchi. «In gewisser Weise war es so aus der Mode, dass es an der Zeit war, wieder in Mode zu kommen.» Der Vintage-Markt boomte, weil Pucci, wie Cameron Silver, Besitzer des kalifornischen Vintage Ladens Decades, sagt, «bewies, dass Vintage nichts mit Verkleiden zu tun hat, weil die Kreationen so modern waren.» Obwohl er damals schon über 70 war, stand Pucci 1989 erneut ganz oben.

VOM VATER ZUR TOCHTER

Als der Marchese sich aus gesundheitlichen Gründen zur Ruhe setzen musste (er starb 1992), führte Laudomia, die in den Jahren zuvor eng mit ihm zusammengearbeitet hatte, sein Werk fort und kooperierte hinter den Kulissen mit verschiedensten Designern, angefangen bei Stephan Janson bis hin zu Antonio Berardi. Doch auch wenn man den Grundprinzipien Puccis treu blieb, änderte sich die Welt – die Globalisierung machte sich bemerkbar, und Luxus wurde an diversen Börsen gehandelt. Schliesslich war klar, dass die Familie eine grössere Infrastruktur hinter sich benötigte, wenn sie weiterhin verbreiten und ausbauen wollte, was der Marchese geschaffen hatte. Und so verkaufte man im Jahr 2000 eine Mehrheitsbeteiligung am Unternehmen an LVMH, wo bei Laudomia Pucci Image Director blieb und weiterhin für die Verbindung zwischen Vergangenheit und Zukunft verantwortlich ist. Unter allen Textilmarken, die im Italien der Nachkriegszeit gegründet wurden, ist Pucci die einzige noch existierende. Bernard Arnault, Vorstand und Chief Executive von LVMH machte sich daran, sie aufzuwecken. »

«Pucci wurde gefoltet und war dem Tode nahe, bevor es seiner Familie endlich gelang, seine Auslieferung in die Schweiz zu erreichen.»

» ETERNALLY MODERN CREATIONS

Still, it took another generation before Pucci was rediscovered. «By the mid-1980s, I remember going to discos and suddenly seeing these girls in print leggings, and they looked like the coolest people in the room. It suddenly went from seemingly conservative to seemingly totally hip,» says Stefano Tonchi. «In a way, it was so out of fashion it was ripe to come back in.» The vintage market boomed, because, as Cameron Silver, owner of the California vintage store Decades says, «Pucci showed vintage was not about costume, because the designs were so modern.» By 1989, although he was over 70, Pucci was back on top.

FROM FATHER TO DAUGHTER

When the Marchese had to retire for health reasons, Laudomia, who had worked closely with him over the years, carried on his work, collaborating behind the scenes with various designers from Stephan Janson to Antonio Berardi. But although the core principles of Pucci held, the world was changing – globalization had kicked in, and luxury was listed on various stock exchanges. It eventually became clear that the family needed a bigger infrastructure behind it if it were to continue disseminating and building on what the Marchese had created, and in the year 2000 a majority stake of the company was sold to LVMH, with Laudomia continuing as Image Director, responsible for maintaining the link between past and future. Of all the clothing lines that had started in post-war Italy, Pucci was the only one still in existence. Bernard Arnault, chairman and chief executive of LVMH, set about waking it up.

NEW DESIGNERS AND THE DNA OF THE HOUSE

First was the Puerto Rican Julio Espada, soon followed by Christian Lacroix, who says, «It mustn't remain a prisoner of the past, even a fertile past, not content itself with caricaturing the 'dolce vita' glamor of what we called café-society before the jet set. «I was quite delighted to be asked to come to the brand, because I found that it was legitimate and unpretentious to think about me for Pucci. In fact, I had thought about it when the group had acquired the Fashion House which, from a cultural point of view, I was very fond of. I had drawn and re-drawn 'Pucci' style patterns again and again with my first felt-tip pens. Later on, in the 1980s, my wife and I bought vintage Pucci in the London or Paris flea markets, and I had even paid tribute to the Marchese in one of my first 'luxury' ready-to-wear collections.»

Lacroix's Pucci was a riot of prints and sportswear diversification, and landed the brand back on the catwalk radar. After his eponymous brand was sold by LVMH in 2005, however, Lacroix moved on and was replaced by the English designer Matthew Williamson, who also brought his own ideas to the brand while respecting the past, just as Emilio had done, by using his historical »

» NEUE DESIGNER UND DIE DNA DES HAUSES

Als Erster kam der Puerto-Ricaner Julio Espada, auf den bald Christian Lacroix folgte, der meint: «Die Marke darf keine Gefangene der Vergangenheit sein, selbst wenn es eine fruchtbare war. Sie darf sich nicht damit begnügen, den Dolce Vita Glamour dessen zu karikieren, was wir vor dem Jetset Kaffeehaus Gesellschaft nannten.»

«Ich war hocherfreut, als man mich fragte, ob ich für die Marke arbeiten wolle, denn ich fand es legitim und unpräzise, dass man bei Pucci an mich gedacht hatte», fährt Lacroix fort. «In der Tat hatte ich auch selbst schon daran gedacht, nachdem der Konzern das Modehaus gekauft hatte, das ich in kultureller Hinsicht sehr mochte. Ich hatte mit meinen ersten Filzstiften Muster im Pucci Stil gemalt und nachgemalt. Später, in den 1980ern, kaufte meine Frau und ich Vintage Pucci auf den Flohmärkten in London und Paris. Ich hatte dem Marquis sogar in einer meiner ersten Kollektionen von Luxus Prêt-à-porter meine Reverenz erwiesen.» Lacroix' Pucci war ein Rausch der Muster und der Sportartikel-Diversifikation, wodurch es ihm gelang, die Marke wieder auf die Laufstege zu bringen. Nachdem 2005 das Label mit seinem Namen von LVMH verkauft worden war, orientierte Lacroix sich jedoch um und wurde durch den englischen Designer Matthew Williamson ersetzt, der ebenfalls eigene Ideen mitbrachte und zugleich die Vergangenheit respektierte, wie das auch schon Emilio getan hatte, als er historische Monumente als Inspiration für seine Muster benutzte. Sowohl Lacroix wie auch Williamson tauchten in die DNA des Hauses ein und rückten ihren persönlichen Vorlieben entsprechend und im Spiegel ihrer eigenen Erfahrungen einen anderen Charakterzug ins Rampenlicht. Als dann die Welt 2008 mit der Rezession in eine neue Phase eintrat, übernahm ein neuer Designer das Ruder: der Norweger Peter Dundas, dessen erste Kollektion für das Haus sich als Inspiration an Emilio Puccis Palio Kollektion von 1957 orientierte und diese für die Jetset Girls von heute adaptierte. Auf ihn folgte 2015 der Italiener Massimo Giorgetti, der bis 2017 als Creative Director fungierte, bevor er die Entwürfe für die neuen Kollektionen in die Hände eines hausinternen Teams legte.

IDEEN UND PUCCI SIND FÜR IMMER

In vielerlei Hinsicht hat sich für das Label der Kreis geschlossen. Als Marke repräsentiert Pucci, laut Cameron Silver, die Wiedergeburt des Optimismus. Und das ist so besonders relevant, da die Welt gerade das schlimmste Wirtschaftsklima seit Jahrzehnten durchlebt. Bevor er starb, sagte Emilio Pucci zu seiner Frau: «Lasst mein Werk nicht sterben.» Später verkündete Carrie Donovan, damals Moderedakteurin bei der New York Times, über Pucci: «Er personifizierte einen Augenblick.» Und obwohl sie sich korrigierte, indem sie hinzufügte: «wenn auch einen ziemlich langen», hat in Wahrheit die Geschichte sie absolut und auf herrliche Weise widerlegt. Silhouetten müssen sich mit Augenblicken begnügen. Ideen und Pucci dagegen sind für immer. «

«In St. Moritz he created matching outfits for himself and his girlfriend. He didn't see why women should have any less physical freedom on the slopes than men.»

» touchstones as inspiration for his prints. Both Lacroix and Williamson dipped into the House's DNA, and brought a different trait to the fore according to their personal preferences and experiences. And then, in 2008, as the world entered recession and the House another phase, a new designer took the helm: Norwegian Peter Dundas, whose first collection returned to Emilio Pucci's Palio collection of 1957 for inspiration, and then transformed it for the jet-set girls of today. He was followed by the Italian Massimo Giorgetti in 2015, who was the creative director until 2017, before leaving the creation of the new collections in the hands of an in-house team.

IDEAS AND PUCCI ARE FOREVER

In many ways, the brand has come full circle. As a brand, Pucci «represents the rebirth of optimism,» says Cameron Silver, and that is particularly relevant as the world – its world – experiences the worst economic climate in decades. Before he passed away Emilio Pucci said to his wife, «Don't let my work die.» Later Carrie Donovan, then the New York Times fashion editor, pronounced of Pucci, «He personified a moment.» And although she qualified it by adding «a rather long one,» the truth is, history has proved her completely, gloriously, wrong. Silhouettes have to do with moments. Ideas, on the other hand, and Pucci are forever. «



PUCCI. UPDATED EDITION XL
Vanessa Friedman,
Alessandra Arezzi Boza,
Armando Chitolina.
Hardcover, 36 x 36 cm, 5,45 kg,
448 Seiten.
www.taschen.com

CHOSEN BY THE BEST



© laurentperrierrose Photographie: Iris Velghe

COTE MAGAZINE PORTFOLIO

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



Foto: © Lougè Deicy, Courtesy PhotoSCHWEIZ, Black Art Matters

Kultur und Tradition der Massai, festgehalten für die Obama Foundation, Teil des Black Art Matters Showcase.

DREAM CATCHER

Mit der Neueröffnung der historischen Bourse de Commerce erhielt Paris mehr als nur ein Monument der Superlative. Umgebaut zum Kunst-Museum erschuf Stararchitekt Tadao Ando im imposanten Rundbau eine Welt, welche die Vergangenheit respektiert und die Zukunft umarmt.

With the reopening of the historic Bourse de Commerce, Paris received more than just a monument of superlatives.

Converted into an art museum, star architect Tadao Ando took the imposing circular building and created a world that respects the past and embraces the future.

Beatrice Hirt (text) PD / zVg (fotos)

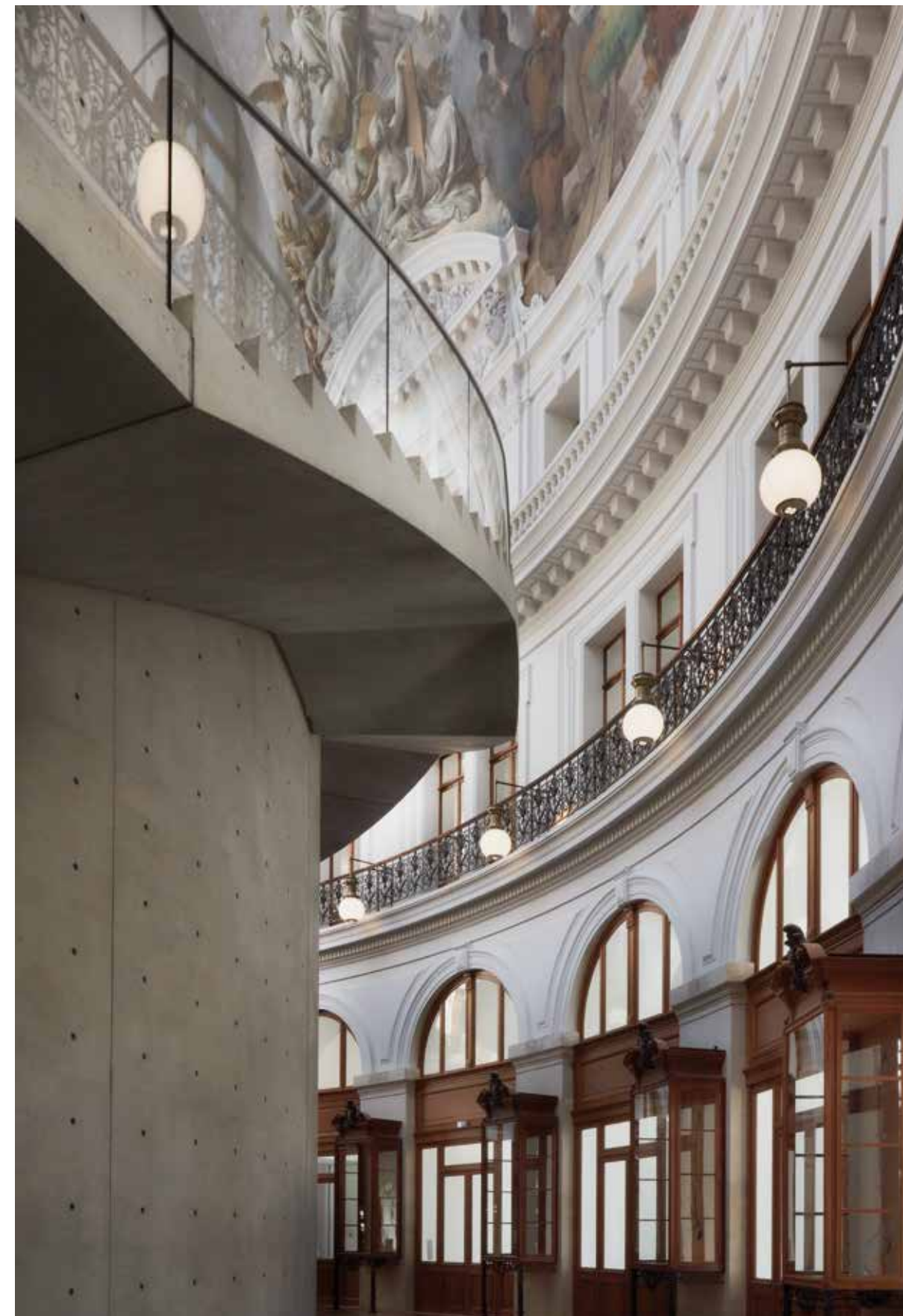


Photo: Maxime Téard, Studio Les Graphiquants, Paris

ALTE STRUKTUREN UND NEUE ARCHITEKTUR-ELEMENTE

Bourse de Commerce — Pinault Collection © Tadao Ando Architect & Associates, Niny et Marca Architectes, Agence Pierre-Antoine Gatiér



SPIEL VON LICHT UND SCHATTEN
Bourse de Commerce — Pinault Collection © Tadao Ando Architect & Associates,
Niney et Marca Architectes, Agence Pierre-Antoine Gatier

Photo: Marc Domage



ALTE GLASKUPPEL UND ROTONDE VON BEEINDRUCKENDER DIMENSION
Verrière. Mars 2020. Bourse de Commerce - Pinault Collection © Tadao Ando Architect & Associates, Niney et Marca Architectes.
Bourse de Commerce — Pinault Collection © Tadao Ando Architect & Associates, Niney et Marca Architectes, Agence Pierre-Antoine Gatier

Photos: Marc Domage (2)



PINAULTS TEAM

Oben links: Ronan und Erwan Bouroullec, französische Designer; oben rechts: Tadao Ando, japanischer Architekt und Pritzker-Preisträger; unten links: Lucie Niney und Thibault Marca, Pariser Architekten; unten rechts: Michel und Sébastien Bras, Chefs des Restaurants

Fotos: © Maxime Téard, Lucie Niney et Thibault Marca, Courtesy NEM / Lucie Niney et Thibault Marca; Thibault Marca © Thomas Salva / Lumeto, Erwan et Ronan Bouroullec, Paris, 4 juin 2019, Courtesy Bourse de Commerce – Pinault Collection; © Henry Roy, Tadao Ando, 2018; © Maxime Téard, Portrait de Michel et Sébastien Bras, Octobre 2020, Courtesy Bourse de Commerce – Pinault Collection

«*Etwas ergreift mich, ruft mich, wenn mich ein Kunstwerk wirklich beeindruckt.*»
François Pinault

«*Something grabs me, calls me, when a work of art really impresses me.*»
François Pinault

Es begann als ein Traum, der unerreichbar schien. Dann wurde der Traum zu einem Ziel. Heute ist diese Ambition Wirklichkeit geworden», schreibt François Pinault, Initiant und Financier dieser privaten Kunst-Institution, im Vorwort des Ausstellungskatalogs. Tatsächlich spricht dem 84jährigen Milliardär die Leidenschaft für Kunst aus dem Herzen, wenn er wie kürzlich in einer Videobotschaft versucht, seine Begeisterung für ein Werk in Worte zu fassen: «Ich bin nicht in der Lage zu definieren, was passiert. Ich erlebe eine intensive Emotion, etwas ergreift mich, ruft mich, wenn mich ein Kunstwerk wirklich beeindruckt. Dann mache ich mich daran, es in eine Sammlung aufzunehmen, die es anderen ermöglicht, das Werk zu entdecken, in der Hoffnung, dass sie die gleichen Emotionen erleben wie ich, als ich es zum ersten Mal sah».

MOMENTAUFNAHMEN DER GESELLSCHAFT
Dabei verfolgt Pinault auch die Idee, den kritischen Blick des Betrachters zu schärfen.
Alle 200 Exponate sollen als Momentaufnahme der heutigen Gesellschaft verstanden werden. Eines ihrer grossen Themen, die Vergänglichkeit des Lebens, symbolisiert auch die riesige «Marmorstatue» des Schweizers Urs Fischer in der Eingangshalle. Sie ist in Wirklichkeit aus Wachs, der täglich etwas schmilzt und wird am Ende der Ausstellung ganz verschwunden sein. Mutig stellte François Pinault sogar das Gemälde «Super Model (Female)» von Kerry James Marshall aus, das ein schwarzes Model zeigt und neben ihm eingraviert die Namen Linda, Cindy und Naomi mit Referenz an die Modewelt, in der Pinault als Besitzer u.a. der Marken Gucci, Saint Laurent und Bottega Veneta (über seine Kering-Gruppe) selbst eine wichtige Rolle spielt. »

It started as a dream that seemed unattainable. Then the dream became a goal. Today, this ambition has become reality,» writes François Pinault, initiator and financier of this private art institution, in the preface to the exhibition catalogue. Indeed, the 84-year-old billionaire's passion for art speaks from the heart when he tries to put his enthusiasm for a work into words, as he did recently in a video message: «I am not able to define what happens. I experience an intense emotion, something grabs me, calls me, when a work of art really impresses me. Then I set about adding it to a collection that will enable others to discover the work, in the hope that they will experience the same emotions as I did when I first saw it».

SNAPSHOTS OF SOCIETY
In doing so, Pinault also pursues the idea of sharpening the critical eye of the viewer.
All 200 exhibits are to be understood as a snapshot of today's society. One of her major themes, the transience of life, is also symbolised by the huge «marble» statue of the Swiss artist Urs Fischer in the entrance hall. It is in fact made of wax that melts a little every day and will be completely gone by the end of the exhibition. Courageously, François Pinault even exhibited the painting «Super Model (Female)» by Kerry James Marshall, which shows a black model with the names Linda, Cindy and Naomi engraved next to her, with reference to the fashion world in which Pinault himself plays an important role as the owner of the Gucci, Saint Laurent and Bottega Veneta brands among others (through his Kering group).

FROM WOOD TO ART
At a young age, when François Pinault dropped out of school and joined his family's wood and furniture business, his brilliant career as a businessman was by no means in »

GROSSE THEMEN
 Die riesige «Marmorstatue» des Schweizer Urs Fischer in der Rotunde symbolisiert die Vergänglichkeit des Lebens. Es handelt sich um eine Nachbildung des «Raubes der Sabinerinnen» des Renaissance-Bildhauers Giovanni da Bologna. Sie ist in Wirklichkeit aus Wachs, der täglich etwas schmilzt und wird nach sechs Monaten, am Ende der Ausstellung ganz verschwunden sein.

The huge «marble statue» by the Swiss artist Urs Fischer in the Rotunda symbolises the transience of life. It is a replica of the «Rape of the Sabine Women» by the Renaissance sculptor Giovanni da Bologna. It is actually made of wax that melts a little every day and will be completely gone after six months, at the end of the exhibition.

Urs Fischer Rotonde Rotunda - Exhibition view,
 «Ouverture» Urs Fischer, Untitled, 2011 (detail)
 Wax, pigment, wicks, steel
 Giambologna: 630 × 147 × 147 cm
 Rudi: 197 × 49 × 69 cm
 Chair: 116 × 78 × 72 cm

Additional chairs produced for the exhibition, 2020:
 Three-legged chair (Ethiopia): 94 × 75 × 64 cm
 Airplane seats: 120 × 140 × 66 cm
 Long back chair (Africa): 137 × 65 × 49 cm
 Studded chair (Ghana): 100 × 55 × 62 cm
 Sling back chair (Burkina Faso): 90 × 122 × 27 cm
 Monobloc chair: 92 × 64,2 × 63 cm

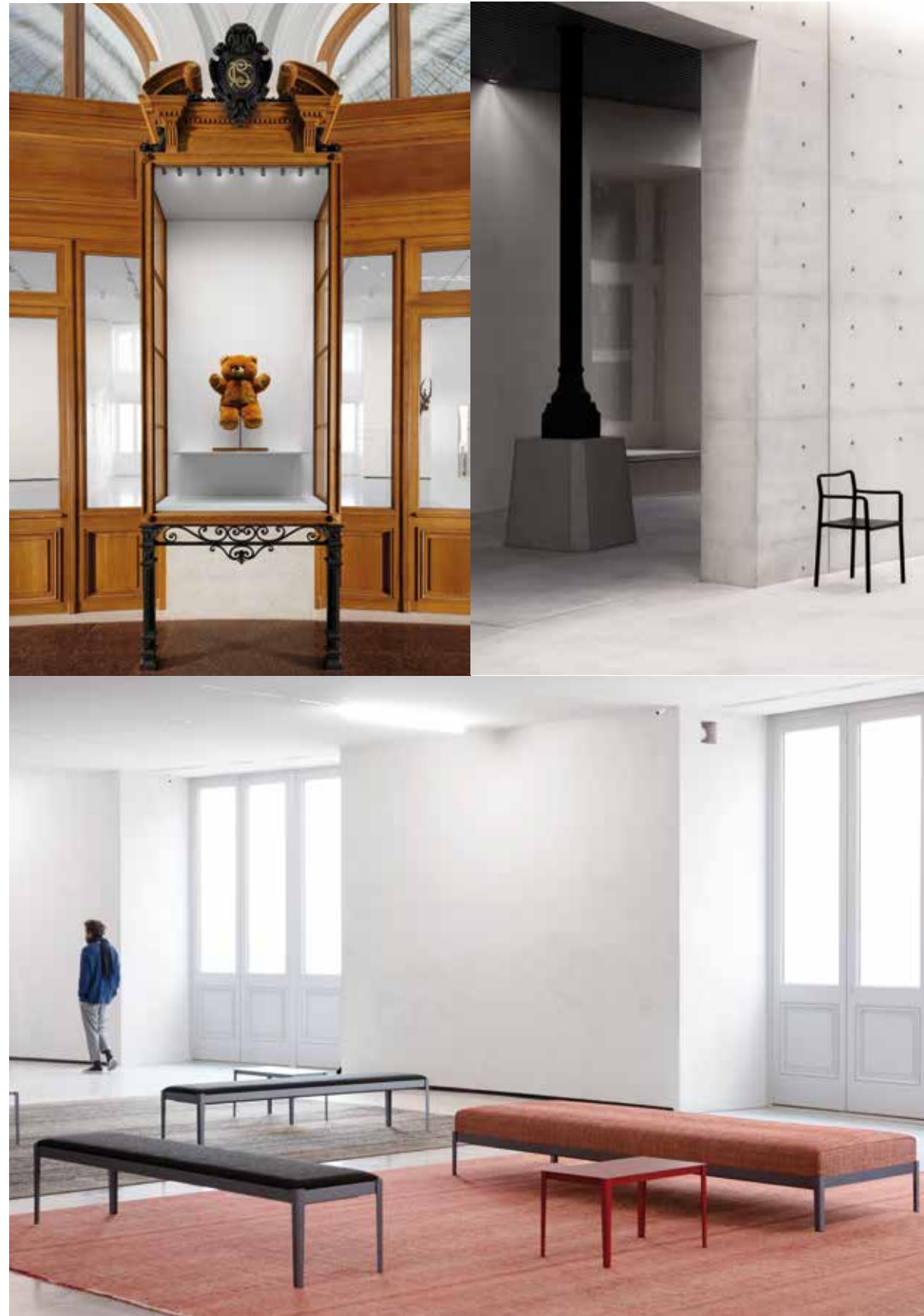
© Urs Fischer

Courtesy Galerie Eva Presenhuber, Zurich.

Bourse de Commerce — Pinault Collection © Tadao Ando Architect & Associates,
 Ninoy et Marca Architectes, Agence Pierre-Antoine Gattier

Photo: Stefan Altenburger





ARCHITEKTUR, KUNST UND OBJEKTE IN SYMBIOSE

Bertrand Lavier: Teddy B, 2020, Ours en peluche/teddy bear, 85 x 48 x 20 cm, Collection de l'artiste/Collection of the artist, Bourse de Commerce – Pinault Collection © Tadao Ando Architect & Associates, Niney et Marca Architectes, Agence Pierre-Antoine Gatiér (oben links). Ronan et Erwan Bouroullec: Chaise corde, 2020, (c) Studio Bouroullec, (c) Tadao Ando Architect & Associates, NeM / Niney et Marca, Courtesy Bourse de Commerce – Pinault Collection (oben rechts). Ronan et Erwan Bouroullec: Ameublement intérieur, tapis et banquette du Salon, 2020, Courtesy Bourse de Commerce – Pinault Collection (unten),

© Bertrand Lavier / ADAGP, Paris 2021; © Studio Bouroullec (2)

«Es begann
als ein
Traum, der
unerreichbar
schien.»

François Pinault

It started as
a dream
that seemed
unattainable.»

François Pinault

» VOM HOLZ ZUR KUNST

In jungen Jahren, als François Pinault die Schule abbrach und in den Holz- und Möbelhandel seiner Familie einstieg, zeichnete sich seine brillante Karriere als Geschäftsmann noch keineswegs ab – doch schon bald seine Affinität zur Kunstwelt. So konnte Pinault bis heute eine der grössten zeitgenössischen Kunstsammlungen aufbauen und die Artisten oft über Jahre begleiten.

Auch der japanische Architekt und Pritzker Preisträger Tadao Ando realisiert schon seit längerer Zeit immer wieder kulturelle Projekte für Pinault. Für Pinault war sofort klar, dass Ando mit im Projekt sein sollte, als ihm die Pariser Bürgermeisterin die Bourse de Commerce als neue Heimat für seine Kunstwerke anbot. In der Markthalle war seit dem 16. Jh. zuerst mit Getreide und später mit allerlei Waren gehandelt worden, bevor in jüngerer Zeit kleinere Messen den imposanten Bau aus der späten Renaissance als Location nutzten. Nach umfangreichen Restaurierungen stellte Ando dann mit seinem Entwurf auch die idealen Bedingungen her für einen Dialog zwischen Architektur und zeitgenössischem Schaffen, zwischen der Vergangenheit und der Gegenwart, zwischen der Sammlung und dem Besucher – und natürlich mit einem Restaurant-Café unter der Leitung der französischen Sterne-Köche Vater und Sohn Michel und Sébastien Bras.

PERFEKTE FORM FÜR KOSTBAREN INHALT

Für die Inneneinrichtung und Stadtmöblierung rund um das Gebäude hat François Pinault die renommierten französischen Designer Ronan und Erwan Bouroullec eingeladen. Neben den innovativen Stühlen mit Kordeln statt Armlehnen und des 13 Meter langen Leuchters im Treppenhaus überraschen besonders die langen Röhren, die draussen parallel zum runden Gebäude stehen und so als lange, runde Sitzbänke funktionieren. Wegen ihrer Kupfer-Aluminium-Legierung scheinen sie wie Bronze im Licht und sind an Eleganz nicht zu übertreffen. «

» sight - but his affinity for the art world soon was. This is how Pinault has been able to build up one of the largest contemporary art collections to date, often accompanying artists for years.

The Japanese architect and Pritzker Prize winner Tadao Ando has also been realising cultural projects for Pinault for some time now. For Pinault, it was immediately clear that Ando should be part of the project when the mayor of Paris offered him the Bourse de Commerce as a new home for his works of art. Since the 16th century, grain and later all kinds of goods had been traded in the market hall, before smaller fairs used the imposing late Renaissance building as a location in more recent times.

After extensive restorations, Ando's design then also created the ideal conditions for a dialogue between architecture and contemporary creation, between the past and the present, between the collection and the visitor - and of course with a restaurant-café under the direction of the French star chefs father and son Michel and Sébastien Bras.

PERFECT SHAPE FOR PRECIOUS CONTENTS

For the interior design and street furniture around the building, François Pinault invited the renowned French designers Ronan and Erwan Bouroullec. In addition to the innovative chairs with cords instead of armrests and the 13-metre-long chandelier in the stairwell, the long tubes outside that stand parallel to the round building and thus function as long, round benches are particularly surprising. Because of their copper-aluminium alloy, they shine like bronze in the light and cannot be surpassed in elegance. «

www.pinaultcollection.com,
Bourse de Commerce Pinault Collection,
Restaurant «La Halle aux Grains»,
2 rue de Viarmes, 75001 Paris,
www.halleauxgrains.bras.fr

ARCHITEKTUR

als Kunstform



Adam Charlap Hyman inszeniert Innenräume mit Dingen, deren Charaktere Energie erzeugen.
Adam Charlap Hyman stages interiors with things whose characters generate energy.

Adam Charlap Hyman und Andre Herrero entwickeln Innenarchitektur zur Kunstform und verwandeln Raum in eine Bühne. Eine «surrealistische Meditation» nennt Vitra die Szenerie ihres neu gestalteten Lofts, das die Handschrift des jungen Gestalter-Duos trägt. Für sie selbst sind die sorgfältig arrangierten Bilder eine Hommage an Kunstwerke, Filme, Charaktere, Bücher und Orte, die sie seit ihren Anfängen inspirieren.

Adam Charlap Hyman and Andre Herrero develop interior design into an art form and transform space into a stage. Vitra calls the scenery of their newly designed loft, which bears the signature of the young design duo, a «surrealist meditation». For themselves, the carefully arranged images are a tribute to works of art, films, characters, books and places that have inspired them since their beginnings.

Beatrice Hirt (interview) © Vitra / zVg (fotos)

Adam Charlap Hyman und Andre Herrero entwickeln Innenarchitektur zur Kunstform und verwandeln Raum in eine Bühne. Eine «surrealistische Meditation» nennt Vitra die Szenerie ihres neu gestalteten Lofts, das die Handschrift des jungen Gestalter-Duos trägt. Für sie selbst sind die sorgfältig arrangierten Bilder eine Hommage an Kunstwerke, Filme, Charaktere, Bücher und Orte, die sie seit ihren Anfängen inspirieren.

Was im Loft wirkt, als wenn die schöne Lidia Pontano aus Antonionis Film «La Notte» oder der Künstler aus Cocteau's «Le Sang d'un poète» Requisiten von ihren ikonischen Schauplätzen hinterlassen hätten, sind präzise platzierte Stilelemente, die mit den Vitra-Möbeln in einem spannungsvollen Dialog stehen. Diese künstlerische Herangehensweise widerspiegelt sich in den verschiedensten Projekten des Architektur- und Designbüros Charlap Hymann & Herrero (CHH). In ihren Möbelentwürfen, Ausstellungsszenografien, Tapeten und Innenausstattungen bis hin zu architektonischen Projekten wie dem Wohnhaus, das Architekt Andre Herrero in Texas eben fertig stellte – alles entstanden in Zusammenarbeit mit ihren Teams in New York und Los Angeles – zelebrieren sie ihre stringente Design-Handschrift. COTE MAGAZINE hat mit Adam Charlap Hyman über die Inszenierung von Innenräumen gesprochen. »

Adam Charlap Hyman and Andre Herrero develop interior design into an art form and transform space into a stage. Vitra calls the scenery of their newly designed loft, which bears the signature of the young design duo, a «surrealist meditation». For themselves, the carefully arranged images are a tribute to works of art, films, characters, books and places that have inspired them since their beginnings.

What appears in the loft as if the beautiful Lidia Pontano from Antonioni's film «La Notte» or the artist from Cocteau's «Le Sang d'un poète» had left props from their iconic settings are precisely placed stylistic elements that enter into an exciting dialogue with the Vitra furniture. This artistic approach is reflected in a wide variety of projects by the architecture and design firm Charlap Hymann & Herrero (CHH). In their furniture designs, exhibition scenographies, wallpapers and interiors to architectural projects such as the home that architect Andre Herrero has just completed in Texas – all created in collaboration with their teams in New York and Los Angeles – they celebrate their stringent design signature. COTE MAGAZINE spoke with Adam Charlap Hyman about the staging of interiors. »

COTE MAGAZINE: ES GIBT VIEL ZU BESTAUNEN UND ZU ENTDECKEN IN IHREN VISIONÄREN WOHNWELTEN. HABEN SIE DAS GESAMTKUNSTWERK DES VITRAHAUS-LOFT FÜR EINEN IMAGINÄREN BEWOHNER ENTWORFEN?

Adam Charlap Hyman: Nein, es ist eher ein Traumhaus. Entstanden ist es wie eine Skulptur, mit vielen Schichten und Referenzen an Film und Literatur. Die Welten, die Schriftsteller und Regisseure für die Figuren schaffen, sind eine ständige Quelle für unsere Arbeit. Wir lieben es, uns vorzustellen, was sie in den von uns geschaffenen Räumen hinterlassen.

MIT IHREM BÜRO CHH HABEN SIE BEREITS ERFAHRUNGEN AUF GROSSEN BÜHNEN GESAMMELT WIE DER BIENNALE VON VENEZIG. DORT HATTEN SIE IM ESPACE ALMA ZEVI EIN VON COCTEAU INSPIRIERTES, SURREALISTISCHES SCHLAFZIMMER INSZENIERT. WIE HAT SIE NUN DIE BERÜHMTE ARCHITEKTUR DES VITRAHAUSES BEI DER GESTALTUNG DES LOFTS BEEINFLUSST?

Wir sind grosse Bewunderer von Herzog & de Meuron und insbesondere von diesem archetypischen, wie eine 3D-Darstellung wirkenden Gebäude mit seinen Wendeltreppen und Rampen. Man kann nicht genau sagen, was nah und was fern ist und die Höhe der Räume ist sehr verwirrend. Deshalb funktioniert wohl hier unsere Idee.

WAS IST IHRE IDEE?

Wir stellen mit kognitiven Kuriositäten ein Juwel in den Mittelpunkt. Wir haben einen Stuhl aus dem 18. Jahrhundert hier reingestellt und er entfaltet eine tolle Wirkung, er hat eine solche Präsenz wegen des Kontrasts.

SIE SCHAFFEN AUCH EINE BÜHNE FÜR DIE VITRA-KLASSIKER?

Ja, wir haben uns gefragt, wie können wir den Objekten das Gefühl geben, ein Juwel zu sein, ein extrem wertvolles und besonderes Objekt mit einer Menge Gravitas und gleichzeitig äusserst sensibel auf die Linienführung dieses Raumes und die vorhandenen Materialien eingehen in diesem etwas verrückten Gebäude.

BESCHREIBEN SIE DAS VITRAHAUS-LOFT IN DREI WORTEN BITTE.

Unbeschwert, opulent und umsichtig.

SIE HABEN EINE GERADEZU SPÜRBARE SPANNUNG ZWISCHEN DEN OBJEKTEN ERZEUGT. WIE IST IHNEN DAS GELUNGEN?

Wir haben viel über den Massstab nachgedacht. Über etwas Grosses, etwas Kleines, etwas Altes, etwas Neues, »

«Wir haben einen Stuhl aus dem 18. Jahrhundert hier reingestellt und er entfaltet eine tolle Wirkung, er hat eine solche Präsenz wegen des Kontrasts.»

Adam Charlap Hyman

COTE MAGAZINE: THERE IS MUCH TO MARVEL AT AND DISCOVER IN YOUR VISIONARY LIVING WORLDS. DID YOU DESIGN THE TOTAL WORK OF ART OF THE VITRAHAUS LOFT FOR AN IMAGINARY INHABITANT?

Adam Charlap Hyman: No, it's more like a dream house. It was created like a sculpture, with many layers and references to film and literature. The worlds that writers and directors create for the characters are a constant source for our work. We love to imagine what they leave behind in the spaces we create.

WITH YOUR OFFICE CHH, YOU HAVE ALREADY GAINED EXPERIENCE ON BIG STAGES SUCH AS THE VENICE BIENNALE. THERE YOU STAGED A SURREALIST BEDROOM INSPIRED BY COCTEAU IN THE ESPACE ALMA ZEVI. HOW DID THE FAMOUS ARCHITECTURE OF THE VITRAHAUS INFLUENCE YOU IN THE DESIGN OF THE LOFT?

We are great admirers of Herzog & de Meuron and especially of this archetypal building that looks like a 3D rendering with its spiral staircases and ramps. You can't tell exactly what is near and what is far, and the height of the rooms is very confusing. That's probably why our idea works here.

WHAT IS YOUR IDEA?

We put a jewel in the centre with cognitive curiosities. We put an 18th century chair in here and it really sinks in, it has such a presence because of the contrast.

ARE YOU ALSO CREATING A STAGE FOR THE VITRA CLASSICS?

Yes, we wondered, how can we make the objects feel like a jewel, an extremely precious and special object with a lot of gravitas, and at the same time be extremely sensitive to the lines of this space and the existing materials in this somewhat crazy building.

DESCRIBE THE VITRAHAUS LOFT IN THREE WORDS, PLEASE.

Light-hearted, opulent and circumspect.

YOU HAVE CREATED AN ALMOST PALPABLE TENSION BETWEEN THE OBJECTS. HOW DID YOU MANAGE THAT?

We have thought a lot about scale. About something big, something small, something old, something new, about things that are complicated, things that are simple, about the tensions inside and outside, public and private, modernity and ornamentation, mysterious and »



Adam Charlap Hyman: «Wir fragen uns, wie wir den Objekten das Gefühl geben können, ein Juwel zu sein, ein extrem wertvolles und besonderes Objekt.»
Adam Charlap Hyman: «We wonder how we can make the objects feel like a jewel, an extremely valuable and special object».



» über Dinge, die kompliziert sind, Dinge, die einfach sind, über die Spannungsfelder innen und aussen, öffentlich und privat, Modernität und Zierrat, mysteriös und real. Das ist eine ganze Menge! Dann stellen wir die Dinge aufgrund ihrer Charaktere so zusammen, dass sie eine Energie erzeugen.

UM DAS ZU ERREICHEN STELLEN SIE AUCH MAL EIGENE DESIGNOBJEKTE HER?

Ja, den Requisiten der ikonischen Schauplätze haben wir zahlreiche neue Dinge gegenübergestellt, die wir selber entworfen haben. Etwa dieses riesige Kissen in der Mitte des Wohnzimmers. Der Stoff stammt aus einer Opernkulisse, die wie ein Wandteppich aussehen sollte. Es ist sozusagen ein architektonisches Kissen und wurde zum Witz unseres Büros!

SEHEN SIE SICH ALS DESIGNER ODER ALS KÜNSTLER?

Es fühlt sich wie eine sehr altmodische Frage an, wenn jemand die Idee aufgreift, was der Unterschied zwischen Design und Kunst ist.

AUS IHREM PROJEKT «OVERGROW» AUF DEM ÖSTERREICHISCHEN SCHLOSS HOLLENEGG RESULTIERTE EINE TAPETENKOLLEKTION FÜR DEN HANDEL. SIE HATTEN DORT MIT EINEM WANDBILD AUS WINZIGEN WEINREBENBLÄTTERN DEN GO-BELINSAAL IN EINEN IMMERSIVEN RAUM VERWandelt, IN DEM DIE UNTERSCHIEDUNG ZWISCHEN DEM DEKORIERTEN INNENRAUM UND DER DAHINTERLIEGENDEN WILDNIS VERWISCHTE. HABEN SIE FÜR VITRA AUCH KOMMERZIELLE PLÄNE? Unser Entwurf einer Leinwand aus riesigen Profilen der Gesichter des gesamten Teams wurde vom Vitra Workshop so exquisit umgesetzt, dass das Resultat meine Vorstellungen bei weitem übertraf! Ich hoffe, es wird ein serielles Produkt für irgendwen irgendwo.

SIE REALISIEREN MIT IHREM ARCHITEKTURBÜRO AUCH BÜHNENBILDER...

Ja, im letzten Jahr haben wir die Kulissen für «Tristan und Isolde» an der Santa Fe Oper gebaut. Die Aufführungen fanden unter freiem Himmel statt. Die Zuschauer saßen sozusagen in der Wüste.

ES ENTSPRICHT DEM CREDO IHRES ARCHITEKTUR-BÜROS, SICH IN VERSCHIEDENEN TYPOLOGIEN UND KUNSTFORMEN ZU BEWEGEN. WIE TEILEN SIE SICH AUF?

Im Allgemeinen haben wir 50 Prozent Installationen im Theaterbereich und 50 Prozent im Wohnbereich. Wir realisieren also eine ganze Menge an Innenräumen und Häusern, und wir arbeiten gerade an unserem ersten freistehenden Haus, das wir von Grund auf neu entwerfen. «

«We put an 18th century chair in here and it really sinks in, it has such a presence because of the contrast.»

Adam Charlap Hyman

Zur Feier des zehnjährigen Jubiläums des Vitra-Hauses, dem von Herzog & de Meuron entworfenen, mehrstöckigen Showroom auf dem Vitra Campus in Weil am Rhein, wurden Charlap Hyman & Herrero (CHH) eingeladen, den Loftbereich neu zu gestalten.

www.ch-herrero.com

» real. That's quite a lot! Then we put things together based on their characters in such a way that they create an energy.

TO ACHIEVE THIS, DO YOU SOMETIMES MAKE YOUR OWN DESIGN OBJECTS?

Yes, we have juxtaposed the props of the iconic settings with numerous new things that we designed ourselves. For example, this huge cushion in the middle of the living room. The fabric comes from an opera set that was meant to look like a tapestry. It's an architectural cushion, so to speak, and became the joke of our office!

DO YOU SEE YOURSELF AS A DESIGNER OR AN ARTIST?

It feels like a very old-fashioned question when someone takes up the idea of what the difference is between design and art..

YOUR PROJECT «OVERGROW» AT HOLLENEGG CASTLE IN AUSTRIA RESULTED IN A WALL-PAPER COLLECTION FOR THE TRADE. THERE YOU HAD TRANSFORMED THE TAPESTRY HALL INTO AN IMMERSIVE SPACE WITH A MURAL OF TINY VINE LEAVES, BLURRING THE DISTINCTION BETWEEN THE DECORATED INTERIOR AND THE WILDERNESS BEYOND. DO YOU ALSO HAVE COMMERCIAL PLANS FOR VITRA?

Our design of a canvas made of huge profiles of the faces of the entire team was so exquisitely realised by the Vitra Workshop that the result far exceeded my expectations! I hope it will become a serial product for someone somewhere.

YOU ALSO REALISE STAGE DESIGNS WITH YOUR ARCHITECTURAL OFFICE...

Yes, last year we built the sets for «Tristan und Isolde» at the Santa Fe Opera. The performances took place in the open air. The audience sat in the desert, so to speak.

IT IS IN LINE WITH THE CREDO OF YOUR ARCHITECTURAL PRACTICE TO MOVE IN DIFFERENT TYPOLOGIES AND ART FORMS. HOW DO YOU DIVIDE YOURSELF UP?

In general, we have 50 per cent installations in theatre and 50 per cent in housing. So we realise quite a lot of interiors and houses, and we are currently working on our first freestanding house, which we are designing from scratch. «



black ART matters

Heute kann jeder fotografieren, aber wenige beherrschen Fotografie wirklich. Die grösste Werkschau des Landes bietet der 7. Kunst nach der Zwangspause wieder eine öffentliche Plattform, die einen Besuch und die Auseinandersetzung mit dem Thema lohnt. Insbesondere im aktuellen Showcase über zeitgenössische schwarze Fotografie.

Today, anyone can take photographs, but few really master photography. After the break, the country's largest showcase of works offers the 7th Art a public platform that is worth a visit and an examination of the subject. Especially in the current presentation on contemporary black photography.

COTE editors (redaktion) Photo Schweiz, Black Art Matters, PD / zVg (fotos)



© Matthew Jordan Smith ist Amerikaner, lebt in Japan und arbeitet zwischen Tokio, New York City und Los Angeles.
© Matthew Jordan Smith is American, lives in Japan and works between Tokyo, New York City and Los Angeles.



© Braylen Dion ist ein 21jähriger Filmemacher und Fotograf aus Atlanta, Georgia. Seit seinem 11. Lebensjahr beschäftigt er sich mit Fotografie. Seine Arbeiten erscheinen u.a. in Vanity Fair und The New York Times.
 © Braylen Dion is a 21-year-old filmmaker and photographer from Atlanta, Georgia. He has been involved in photography since the age of 11. His work has appeared in Vanity Fair and The New York Times, among others.



© Delali Ayivi ist eine deutsch-togolesische Fotografin und Kreative in London. Ihre Arbeit ist von ihrer interkulturellen Erziehung geprägt.
 © Delali Ayivi is a German-Togolese photographer and creative based in London. Her work is informed by her intercultural upbringing.

© Marc Posso lebt in Paris. Der 25jährige Fotograf aus Libreville in Gabun ist Autodidakt und fokussiert in seiner Arbeit auf den afrikanischen Kontinent, dessen Identität und vielschichtigen Kulturen.
© Marc Posso lives in Paris. The 25-year-old photographer from Libreville in Gabon is self-taught and focuses in his work on the African continent, its identity and multi-layered cultures.





© Lougè Delcy ist in Brooklyn geboren, hat seine Wurzeln aber in Haïti. Er ist auch bekannt unter dem Namen Dapper Lou. Die Kamera ist seine Verbindung zum Leben, das der Autodidakt auf der ganzen Welt in kühnen Bildern festhält. U.a. in Kenya, wo er für die Obama Foundation in die Kultur und Tradition der Massaï eintauchte.
© Lougè Delcy was born in Brooklyn but has his roots in Haïti. He is also known as Dapper Lou. The camera is his connection to life, which the self-taught photographer captures in bold images all over the world. Among others, in Kenya, where he immersed himself in the culture and tradition of the Maasai for the Obama Foundation.



© Michael Ifeanyi Oshai aka Mikey Oshai wuchs in Nigeria auf. Mit seiner Arbeit will er u.a. auf mentale Gesundheit und die Verletzlichkeit auch von Männern aufmerksam machen.
© Michael Ifeanyi Oshai aka Mikey Oshai grew up in Nigeria. With his work, he wants to draw attention to mental health and the vulnerability of men, among other things.



© Shawn Theodore wurde in Deutschland geboren. Der Preisgekrönte Fotograf hat in vielen Ausstellungen gezeigt. In seiner Arbeit sucht er neue Formen des Storytelling Einfluss auf die Entwicklung des kollektiven schwarzen Bewusstseins zu nehmen.

© Shawn Theodore was born in Germany. The award-winning photographer has shown in many exhibitions. In his work he seeks new forms of storytelling to influence the development of the collective black consciousness.



© Theo Gould stammt aus London und lebt in Kolumbien. Er hat sich das Fotografieren selbst beigebracht, als Kommunikationsmittel mit Menschen, deren Sprache er nicht beherrschte. Seine Bilder setzen den Menschen und seine Gefühle in den Mittelpunkt.

© Theo Gould is from London and lives in Colombia. He taught himself photography as a means of communication with people whose language he did not speak. His pictures focus on people and their feelings.

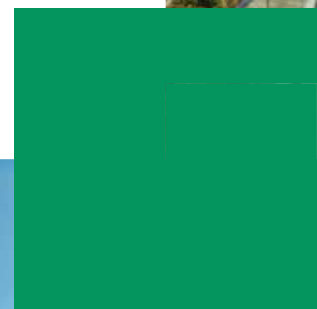
www.photo-schweiz.ch,
www.blackartmatters.com
Halle 550, Zürich (bis 11. Juli 2021)

PRÉCISION, AGILITÉ ET EXPÉRIENCE :

Edifea, sponsor de l'Omega Masters
et partenaire de vos projets immobiliers.

Ω
**OMEGA
MASTERS**
CRANS MONTANA 

26-29.08.2021
GOLF-CLUB CRANS-SUR-SIERRE



GENÈVE
VAUD
FRIBOURG
VALAIS
WWW.EDIFEA.CH
+41 22 807 33 22

COTE MAGAZINE TREASURES

WATCHES & JEWELLERY: NEUE HAUTE JOAILLERIE. SOMMERZEIT FÜR UHREN.



Foto: © Chanel PD / zVg

Kreation der Linie und Kontrolle der Symmetrie: Modell des Colliers «Golden Burst» im Haute Joaillerie Atelier von Chanel.

Chain Reaction

Die neuen Haute-Joaillerie-Kollektionen stellen prächtige Colliers ins Zentrum der Kreation. Die Designs sind aussergewöhnlich, die Edelsteine atemberaubend.

The new haute joaillerie collections place magnificent necklaces at the heart of the creation. The designs are exceptional, the gemstones breathtaking.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)



Bulgari

Ein Meisterstück, das sich an einer Kreation von 1969 inspiriert: Das Collier «Mediterranean Queen» aus der Kollektion «Magnifica Gems» erinnert an das kristallklare Wasser in Sardinien. Aus Weissgold mit Diamanten, Smaragden und fünf riesigen Paraiba-Tourmalinen von etwa 500 Karat Gewicht.

A masterpiece inspired by a creation from 1969: The «Mediterranean Queen» necklace from the «Magnifica Gems» collection is reminiscent of the crystal-clear waters in Sardinia. Made of white gold with diamonds, emeralds and five huge Paraiba tourmalines weighing around 500 carats.



Graff

Das Prunkstück aus der neuen «Tribal»-Kollektion, die inspiriert ist von einer Volkssage um ein Mädchen, das die Sterne geschaffen hat. Choker-Plastron aus Weissgold mit Diamanten und unzähligen Smaragden, geschliffen als Kugeln, als Cabochons und im klassischen Smaragdschliff.

The showpiece from the new «Tribal» collection, inspired by a folk tale about a girl who created the stars. Necklace in white gold with diamonds and countless emeralds, cut as beads, as cabochons and in the classic emerald cut.



Tiffany & Co.

Wie im Bonbon-Laden... «Colors of Nature»-Collier aus der «Blue Book»-Haute-Joaillerie. Das grosszügig konzipierte Schmuckstück enthält nicht weniger als sieben verschiedene Edelstein Varietäten: Aquamarin, Tanzanit, rosa, orange und grüne Turmaline, einen Rubellite und einen Morganit von total 278 Karat.

Just like in a candy shop... «Colors of Nature» necklace from the new «Blue Book» haute joaillerie. The generously designed piece of jewellery contains no less than seven different gemstone varieties: Aquamarine, Tanzanite, pink, orange and green Tourmalines, a Rubellite and a Morganite totalling 278 carats.



Cartier

Collier «Sharkara» aus der brandneuen Haute Joaillerie «Six Senses» in der Tromp l'Oeil Techniken, grafische Spielereien optische Effekte die Wirklichkeit verfremden. Fast unsichtbar in Weissgold gefasst wurden rosafarbene Turmaline, Granate farbige Saphire und Diamanten.

«Sharkara» necklace from the brand new «Six Senses» haute joaillerie in which tromp l'oeil techniques, graphic playfulness and optical effects distort reality. Pink tourmalines, garnets, coloured sapphires and diamonds are set almost invisibly in white gold.



Van Cleef & Arpels

Das Collier «Halley» ist vom gleichnamigen Kometen inspiriert, der alle 75 Jahre an der Erde vorbeifliegt. Aus Weissgold, Gelbgold, weissen und gelben Diamanten sowie einem tropfenförmigen «Fancy Vivid Yellow»-Diamanten von 11.29 Karat.

The «Halley» necklace is inspired by the comet of the same name that flies past the earth every 75 years. Made of white gold, yellow gold, white and yellow diamonds and a drop-shaped «Fancy Vivid Yellow» diamond weighing 11.29 carats.



Chanel

Das Couture-Haus steht in diesem Jahr im Zeichen des 100. Geburtstages des Parfums «No 5». Selbst die Haute Joaillerie nimmt die emblematischen Designcodes des berühmten Flakons auf und inspiriert sich am legendären Duft. So das Collier «Golden Burst» aus der «Collection No 5 The Sillage». Es ist aus Platin und Gelbgold, mit Diamanten und Topazen und einem Diamanten in Smaragdschliff von 4.51 Karat gefertigt.

This year, the couture house is celebrating the 100th anniversary of the perfume «No 5». Even haute joaillerie is taking up the emblematic design codes of the famous flacon and drawing inspiration from the legendary fragrance. The «Golden Burst» necklace from the «Collection No 5 The Sillage» is a case in point. It is made of platinum and yellow gold, with diamonds and topazes and an emerald-cut diamond of 4.51 carats.

IT'S SUMMERTIME...

... and the livin' is easy. Für die einen ist es Zeit zum Abtauchen, die anderen tauchen nach langen Monaten wieder auf. Wenn wir uns jetzt wieder Zeit nehmen zum Leben, fühlt sich das mit der richtigen Uhr am Handgelenk noch einen Tick besser an.

... and the livin' is easy. For some it's time to take a dive, for others it's time to re-emerge after long months. Now that we're taking time to live again, it feels just that little bit better with the right watch on our wrist.

Marianne Eschbach (redaktion) PD / zVg (fotos)

SPLASH! DIVER'S WATCHES

CERTINA

«DS Action Diver» (38 mm) aus Edelstahl mit blauem Zifferblatt und blauer Lünette. Die sportlich-elegante Uhr läuft mit einem Powermatic-Automatikwerk von ETA. Sie ist wasserdicht bis 300 Meter und entspricht den Anforderungen der ISO-Norm für Taucheruhren.

«DS Action Diver» (38 mm) in stainless steel with a blue dial and blue bezel. The sporty, elegant watch runs with a Powermatic automatic movement from ETA. It is water-resistant to 300 metres and meets the requirements of the ISO standard for diving watches.



LONGINES

«The Legend Diver Watch» (42 mm) aus Edelstahl ist ein Klassiker aus dem Heritage Segment. Mechanisches Automatikwerk von ETA. Die Marke hatte bereits 1937 ein Gehäuse mit wasserdichten Drückern entwickelt. 1958 wurde die erste «zivile» Taucheruhr lanciert.

«The Legend Diver Watch» (42 mm) in stainless steel is a classic from the Heritage segment. Mechanical automatic movement by ETA. The brand had already developed a case with waterproof pushers in 1937. The first «civilian» diver's watch was launched in 1958.



LOUIS VUITTON

Die «Tambour Street Diver» in der Farbe «Skyline Blue» (44 mm) aus Edelstahl und PVD mit Automatikwerk ist zwar eine High-End-Sportuhr, sie macht sich aber auch sehr gut auf dem Alltagspflaster. Louis Vuitton ist seit fast 20 Jahren im Uhrengeschäft und betreibt dieses in Genf aus der Fabrique du Temps heraus.

The «Tambour Street Diver» in the colour «Skyline Blue» (44 mm) made of stainless steel and PVD with automatic movement is a high-end sports watch, but it also does very well on the everyday pavement. Louis Vuitton has been in the watch business for almost 20 years and operates it out of the Fabrique du Temps in Geneva.

SPLASH! TAUCHERUHREN

AUDEMARS PIGUET

Die «Royal Oak Offshore Diver» (42 mm) aus Edelstahl mit verschraubten Kronen aus Keramik ist wasserdicht bis 300 Meter. Die edle Sportuhr wird von einem neuen Automatikwerk mit Sekunde und Datumschnelleinstellung angetrieben. Sie ist wasserdicht bis 300 Meter. Ihr Kautschukarmband kann gegen eines aus Kalbsleder ausgetauscht werden.

The «Royal Oak Offshore Diver» (42 mm) made of stainless steel with screw-in ceramic crowns is water-resistant to 300 metres. The noble sports watch is powered by a new automatic movement with seconds and date quick-setting. It is water-resistant to 300 metres. Its rubber strap can be exchanged for one made of calfskin.



TUDOR

Die «Black Bay Fifty Eight 925» (39 mm) ist mit einem Automatik-Manufakturwerk ausgestattet und aus 925er Silber gefertigt. Ein Novum der Marke. Die Legierung ist geheim. Sie sorgt dafür dass das Gehäuse keine Abnützungserscheinungen aufweist. Das Material und das schicke Textilband zum Austauschen gegen ein Lederband geben ihr ein modisches Aussehen.

The «Black Bay Fifty Eight 925» (39 mm) is equipped with an automatic manufacture movement and made of 925 silver. A first for the brand. The alloy is secret. It ensures that the case shows no signs of wear. The material and the chic textile strap that can be exchanged for a leather strap give it a fashionable look.



OFFICINE PANERAI

Die «Submersible eLab-IDTM» (44 mm) aus Eco Titan, ist eine Konzeptuhr mit einem Recyclingmaterialanteil von 98,6 Prozent des Gewichts. Sie soll ein Vorbild für die Kreislaufwirtschaft der Uhrenindustrie werden. Ihre Wasserdichtheit beträgt 300 Meter.

The «Submersible eLab-IDTM» (44 mm) made of Eco Titan, is a concept watch with a recycled material content of 98.6 percent of the weight. It is intended to become a model for the circular economy of the watch industry. Its water resistance is 300 metres.



BIG EASY! SPORTS WATCHES

BIG EASY! SPORTLICHE UHREN



ROLEX
Die «Oyster Perpetual Explorer II» (42 mm) aus korrosionsbeständigem Oystersteel-Edelstahl und mit sehr gut ablesbarem Zifferblatt gilt als Uhr für Extrembedingungen. Höhlenforscher, Vulkanologen und Polarforscher schätzen ihre Dienste. Sie hat einen zusätzlichen orangefarbenen 24-Stunden-Zeiger und läuft mit einem Chronometer-zertifizierten neuen vollständig im Haus entwickelten und hergestellten Uhrwerk.

The «Oyster Perpetual Explorer II» (42 mm) made of corrosion-resistant Oystersteel stainless steel and with a very easy-to-read dial is considered a watch for extreme conditions. Cave explorers, volcanologists and polar researchers value its services. It has an additional orange 24-hour hand and runs on a chronometer-certified new movement developed and manufactured entirely in-house.



TAG HEUER
Der «Monaco Titan limited Edition Chronograph» (39 mm) aus sandgestrahltem Titan wurde zum Grand Prix der Formel 1 in Monaco lanciert. Die legendäre Motorsportuhr wird von einer modernen Variante des Automatikwerks angetrieben mit der das Modell 1969 lanciert worden war.

The «Monaco Titan limited Edition Chronograph» (39 mm) in sandblasted titanium was launched for the Formula 1 Grand Prix in Monaco. The legendary motorsport watch is powered by a modern version of the automatic movement with which the model was launched in 1969.



SPEAKE-MARIN
Der «London Chronograph Triple Date» (42 mm) aus Titan läuft mit einem mechanischen Valjoux-Uhrwerk mit Handaufzug aus den 50er-Jahren. Die Verwendung legendärer alter Uhrwerke gehört zur Strategie der Marke, die ihre Wurzeln in der englischen Uhrmachertradition hat.

The «London Chronograph Triple Date» (42 mm) in titanium runs with a mechanical Valjoux hand-wound movement from the 1950s. The use of legendary old movements is part of the strategy of the brand, which has its roots in the English watchmaking tradition.

GLASHÜTTE ORIGINAL
«Seventies Chronograph Panorama Date» (40 x 40 mm) aus Edelstahl ist mit einem Automatikuhrwerk ausgerüstet. Das neue Modell aus der Vintage-Kollektion zeigt sich mit einem sonnigen gelben Zifferblatt und wird wahlweise mit Stahlarmband oder einem braun-grauen Nubuklederband getragen. Limitierte Edition.

«Seventies Chronograph Panorama Date» (40 x 40 mm) made of stainless steel is equipped with an automatic movement. The new model from the Vintage collection features a sunny yellow dial and can be worn with either a steel bracelet or a brown-grey nubuck leather strap. Limited edition.



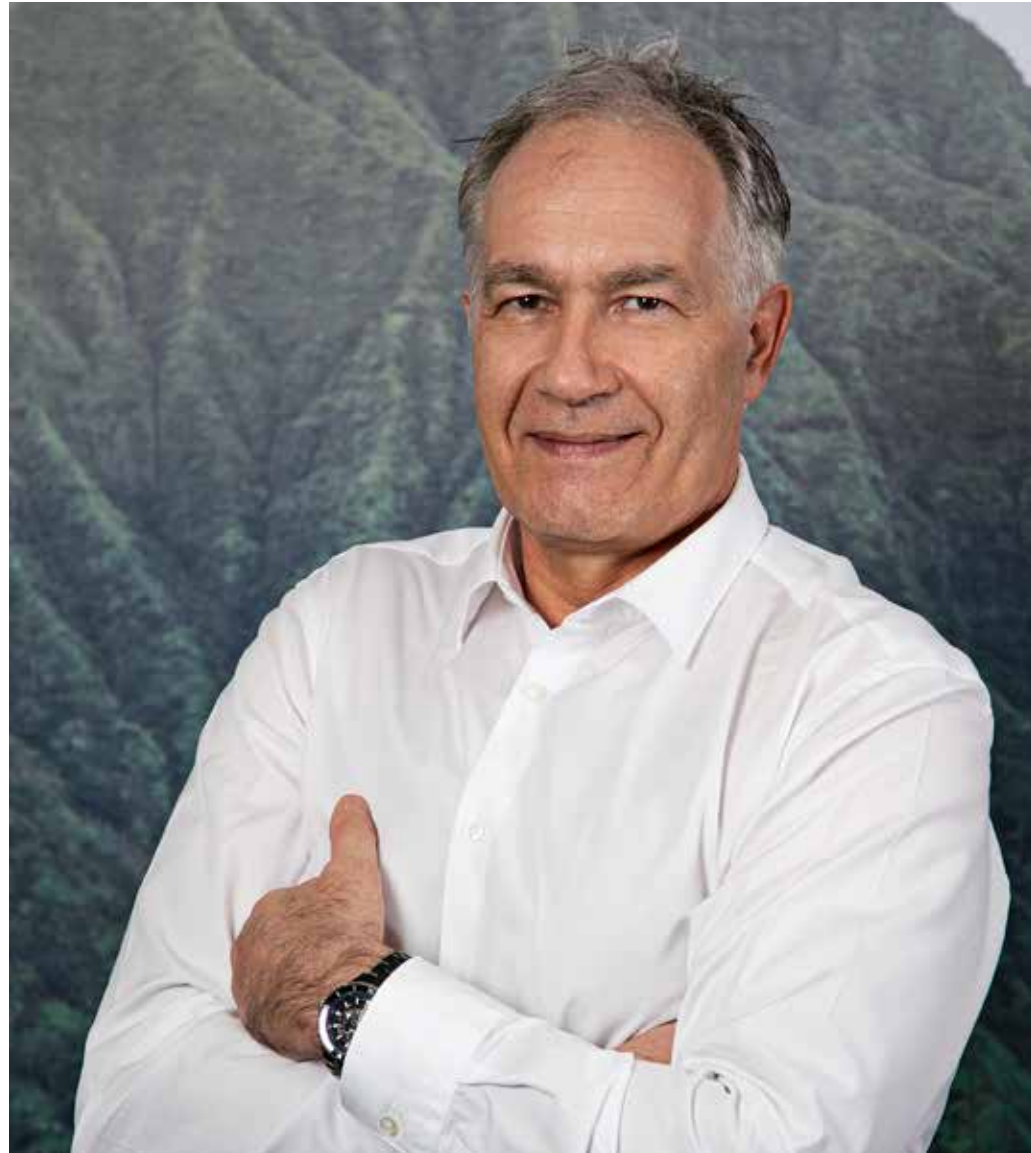
HERMÈS
Die neue «H08» Herrenuhr (39 x 39 mm) aus satiniertem Titan läuft mit einem mechanischen Manufakturwerk mit Automatikaufzug. Blaues Gurtarmband. Die Typographie auf dem Zifferblatt wurde eigens für das Uhrenmodell entwickelt. Die beiden Ziffern 0 und 8 symbolisieren die Leere und die Unendlichkeit.

The new «H08» men's watch (39 x 39 mm) in satin-finished titanium runs with a mechanical manufacture movement with automatic winding. Blue strap. The typography on the dial was developed especially for the watch model. The two numerals 0 and 8 symbolise emptiness and infinity.



PATEK PHILIPPE
Die «Nautilus 5711/1A» (40 mm) aus Edelstahl mit mechanischem Uhrwerk mit Automatikaufzug zeigt sich mit neuem Zifferblatt in Olivgrün. Damit verabschiedet sich das Unternehmen vom seinem legendären Dreizeiger-Sportuhren-Modell: die Produktion der «Nautilus» aus Stahl wird eingestellt. Die Jagd ist eröffnet.

The «Nautilus 5711/1A» (40 mm) made of stainless steel with a mechanical movement with automatic winding features a new dial in olive green. With this, the company says goodbye to its legendary three-hand sports watch model: production of the «Nautilus» in steel is discontinued. The hunt is on.



«WAS SIE TRÄUMEN KÖNNEN, KÖNNEN SIE AUCH TUN.»

Adrian Bosshard gehört zu den Urgesteinen der Swatch-Group. Mitten in der Covid-Krise hat der ehemalige Spitzensportler die Leitung der Uhrenmarke Rado übernommen. Was er mit dem über 100 Jahre alten Uhrwerksproduzenten, der zum Hightech Designuhren-Brand wurde vorhat, erzählt er COTE MAGAZINE.

Adrian Bosshard is one of the Swatch Group's veterans. In the midst of the Covid crisis, the former top athlete took over the management of the Rado watch brand. He tells COTE MAGAZINE in an interview what he plans to do with the over 100-year-old movement manufacturer that has become a high-tech designer watch brand.

Marianne Eschbach (interview) Rado PD / zVg (fotos)

COTE MAGAZINE: Sie haben vor genau einem Jahr Ihre Stelle bei Rado angetreten. Mitten in einem schwierigen Jahr. Ihr Resümee der vergangenen Monate?

Adrian Bosshard: Das Jahr war wohl für alle eine riesige Herausforderung. Egal wo, in der Luxus- und Uhrenwelt. Ich arbeite seit 24 Jahren in der Swatch Group und habe im Konzern schon zwei andere Marken betreut. Deshalb waren mir die Schnittstellen und Abläufe bekannt. Ich bin also nicht in unbekannte Gewässer eingedrungen. Mit Rado ist so gesehen einfach ein neues Baby dazugekommen.

WAS HABEN SIE ANGETROFFEN?

Rado ist eine Firma mit Riesenkompetenzen. Wir beschäftigen weltweit 600 Mitarbeiter*innen, 250 davon arbeiten hier in Lengnau. Wegen der Reiserestriktionen konnte ich die internationalen Kolleg*innen noch nicht persönlich, sondern vorerst nur digital kennenlernen. Dafür konnte ich die internen Prozesse bestens kennenlernen sowie die Abläufe mit Lieferanten wie ETA und Cromadur (Uhrwerkproduzent bzw. Technologie- und Materialspezialist der Swatch Group).

WAS WERDEN SIE VERÄNDERN?

Wir werden in der Zukunft auf weniger Modelle fokussieren, dafür deren Lebenszyklus verlängern. Wir wollen uns im gehobenen Segment verankern und unseren Luxus-Ikonen Zeit geben, sich weiter zu etablieren.

WELCHE SIND FÜR SIE DIE MEILENSTEINE IN DER RADO-GESCHICHTE?

Den wichtigsten Meilenstein haben die Gebrüder Schlup 1917 gelegt, als sie auf dem Dachboden des Elternhauses in Lengnau eine Werkstatt für Uhrwerke einrichteten. Und dann 40 Jahre später mit der Produktion eigener Uhren starteten. Immer nach dem Motto: «What you can dream you can do!». 1962 kam die Lancierung der ersten Hartmetall Uhr, der «DiaStar», dann, 1983, die Integration in die Swatch Group und 1986 die erste Keramik-Uhr, die «Integral».

WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN MÜSSEN SIE SICH STELLEN?

Ich komme aus dem Sport und a gilt dieselbe Philosophie wie in unserem Unternehmen: Man muss zu den Besten gehören, sonst kann man nicht überleben. Und man muss mutig sein. Rado bewies in den 1960er-Jahren den Mut, einen anderen Weg zu gehen mit neuen Materialien und eigenen Formen. Damals wurden die Weichen gestellt, einen eigenen erfolgreichen Weg einzuschlagen und nicht beim ersten Widerstand aufzugeben. Heute verkauft Rado sehr gut viereckige Uhren. Ein sehr guter Move und ein Meilenstein, war die Verarbeitung von Keramik. Mit seiner Widerstandsfähigkeit und »



Die «Captain Cook», neu aus Hightech-Keramik. The «Captain Cook», newly made of high-tech ceramics.

COTE MAGAZINE: You took up your position at Rado exactly one year ago. In the middle of a difficult year. How would you sum up the past months?

Adrian Bosshard: The year was probably a huge challenge for everyone. No matter where, in the luxury and watch world. I've been working for the Swatch Group for 24 years and have already looked after two other brands within the group. That's why I was familiar with the interfaces and processes. So I didn't enter uncharted waters. In that sense, Rado is simply a new baby.

WHAT DID YOU ENCOUNTER?

Rado is a company with huge competences. We employ 600 people worldwide, 250 of whom work here in Lengnau. Due to travel restrictions, I was not yet able to meet my international colleagues in person, but only digitally for the time being. However, I was able to get to know the internal processes and the workflows with suppliers such as ETA and Cromadur (watch movement producer and technology and materials specialist of the Swatch Group).

WHAT WILL YOU CHANGE?

In the future, we will focus on fewer models, but extend their life cycle. We want to anchor ourselves in the upmarket segment and give our luxury icons time to establish themselves.

WHAT DO YOU CONSIDER TO BE THE MILESTONES IN RADO'S HISTORY?

The most important milestone was set by the Schlup brothers in 1917 when they set up a workshop for watch movements in the attic of their parents' house in Lengnau. And then 40 years later they started producing their own watches. Always according to the motto: «What you can dream you can do!». 1962 saw the launch of the first hard metal watch, the «DiaStar», 1983, the integration into the Swatch Group and in 1986 the first ceramic watch, the «Integral».

WHAT CHALLENGES DO YOU HAVE TO FACE?

I come from sport and a the same philosophy applies as in our company: You have to be among the best, otherwise you can't survive. And you have to be courageous. In the 1960s, Rado showed the courage to go a different way with new materials and its own shapes. At that time, the course was set to follow its own successful path and not to give up at the first resistance. Today, Rado sells very good square watches. A very good move and a milestone, was the processing of ceramics. With its resistance and longevity, the material brings advantages for the customers. The visions of that time have produced design icons. With ceramics and hard metal, Rado has become the «Master of Materials».

RADO PIONEERED THE USE OF CERAMICS FOR WATCH CASES AND BRACELETS. NOW MANY ARE DOING IT. DO YOU FEEL THE COMPETITION?
We were the first to launch a ceramic watch in 1986. It took »

» Langlebigkeit bringt das Material Vorteile für die Kunden. Die Visionen von damals haben Design-ikonen hervorgebracht. Mit Keramik und Hartmetall ist Rado zum «Master of Materials» geworden.

RADO WAR PIONIERIN IN DER VERWENDUNG VON KERAMIK FÜR UHRGEHÄUSE UND- ARMBÄNDER. JETZT MACHEN DAS VIELE. SPÜREN SIE DIE KONKURRENZ?

Wir waren 1986 die Ersten, die eine Uhr aus Keramik lanciert haben. Es verging eine gewisse Zeit, bis andere nachkamen. Es ist ein Vorteil, wenn man Produkte und Designs hat, die gefallen. Rado ist eine der am meisten kopierten Uhrenmarken. Wir werten das als ein Zeichen des Erfolgs. Dank unserer Zugehörigkeit zur Swatch Group haben wir einen exklusiven technischen Vorsprung. Die zur Swatch Group gehörende Firma Comadur entwickelt z.B. speziell zähe und kratzfeste Keramik. Sie haben u.a. die sogenannte Plasmakeramik entwickelt. Wir arbeiten sehr eng mit ihnen zusammen. Seither ist es möglich farbige Keramik in sogenannten Stahlfarben zu kreieren. Dazu braucht es spezielle Öfen. Diese Kompetenz hilft uns, voraus zu sein.

RADO IST DIE AM MEISTEN GEFÄLSCHTE UHREN-MARKE: WIE FÄLSCHT MAN KERAMIK? Indem man minderwertige Keramik herstellt. Es gibt relativ gute Fälschungen und schlechte. Letztere finden selten den Weg nach Europa. Unsere Zollkontrollen funktionieren gut. Der Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie FH hilft uns, Fälschungen bereits in den Herstellungsländern aufzuspüren. Fälschungen sind ein riesengrosser Raubbau an Marken und an Kulturgut. An Dingen also, die über Jahrzehnte, manchmal über Jahrtausende erarbeitet worden sind. Und sie betrügen Kunden. Bei Keramik sieht man den Unterschied zwischen hochwertig und fake zum Glück schnell.

KÖNNEN SIE ETWAS ZUR ENTWICKLUNG DER VERKÄUFE WÄHREND DER COVID-KRISE SAGEN? WIE STEHT ES Z.B. UM DAS ONLINE-GESCHÄFT? Die meisten Branchen sind mit der Situation konfrontiert. E-Commerce kann einen kleinen Teil kompensieren, aber wir brauchen geöffnete physische Geschäfte. Mit geschlossenen Läden lässt sich nur ein kleiner Teil des Umsatzes generieren. Wir hoffen jetzt auf wirtschaftlich bessere Zeiten.

HABEN PHYSISCHE GESCHÄFTE EINE ZUKUNFT? Ja, unbedingt. Das sogenannte «touch and feel» ist enorm wichtig. Unsere Uhren kosten im Durchschnitt 2000 Franken. In dieser Kategorie spricht man durchaus von einem Luxusprodukt. Normalerweise wollen die Kunden in dieser Preisklasse eine kompetente Beratung und man will nach dem Kauf die Möglichkeit haben, sich an jemanden wenden zu können. Die Philosophie einer Marke lässt sich in einem Geschäft viel besser vermitteln. Zusammenfassend lässt sich sagen, die Kunden »



Die Design-Keramikuhr «True Square» in neuen Varianten: «Open Heart» (oben) und «x Youan Youmin, True Heart» in Zusammenarbeit mit dem chinesischen Grafikdesigner. The «True Square» design ceramic watch in new variants: «Open Heart» (above) and «x Youan Youmin, True Heart» in collaboration with the Chinese graphic designer.

» some time for others to follow. It's an advantage to have products and designs that people like. Rado is one of the most copied watch brands. We take that as a sign of success. Thanks to our affiliation with the Swatch Group, we have an exclusive technical edge. The company Comadur, which belongs to the Swatch Group, develops specially tough and scratch-resistant ceramics, for example. Among other things, they have developed the so-called plasma ceramics. We work very closely with them. Since then, it is possible to create coloured ceramics in so-called steel colours. This competence helps us to be ahead.

IF RADO IS THE MOST COUNTERFEITED WATCH BRAND, HOW DO YOU COUNTERFEIT CERAMICS? By making inferior ceramics. There are relatively good fakes and very bad ones. The latter rarely find their way to Europe. Our customs controls work well. The Federation of the Swiss Watch Industry FH helps us to detect counterfeits already in the manufacturing countries. Counterfeiting is a huge pillage of brands and cultural assets. In other words, things that have been worked on for decades. And they cheat customers. Fortunately, with ceramics you can quickly see the difference between high-quality and fake.

CAN YOU SAY SOMETHING ABOUT THE DEVELOPMENT OF SALES DURING THE COVID CRISIS? HOW IS THE ONLINE BUSINESS DOING, FOR EXAMPLE? The whole luxury industry is confronted with the situation. What we have learned is to address the consumer across the board. E-commerce can compensate for a small part, but we need open brick and mortar shops. Closed shops generate at most 50 per cent of the turnover. We are now very much hoping for better economic times. For everyone, especially for the restaurants and mountain railways.

DO PHYSICAL SHOPS HAVE A FUTURE? Yes, absolutely. The so-called «touch and feel» is enormously important. Our watches cost 2000 francs on average. In this category, one definitely speaks of a luxury product. Normally, customers in this price range want competent advice and they want to be able to turn to someone after the purchase. The philosophy of a brand can be communicated much better in a shop. In summary, customers have become accustomed to e-commerce and it will grow, but it will never replace physical shops.

THE CLOSED SHOPS MUST HAVE BEEN A BIG FRUSTRATION FOR YOU? You have to be very flexible in such situations. Travellers on a large scale will be missing for a while. Rado has the advantage of not only living off tourists, we have always taken care of the local market. Our distribution is well positioned nationally. We are not only present in Geneva, Zurich and Interlaken. We are just as present in other towns like Winterthur, St. Gallen and Lausanne. That helps. »

» haben sich an E-Commerce gewöhnt und der Bereich wird zulegen, er wird aber nie die physischen Geschäfte ersetzen.

DIE GESCHLOSSENEN GESCHÄFTE MÜSSEN EINE GROSSE FRUSTRATION GEWESEN SEIN FÜR SIE? Man muss sehr flexibel sein in solchen Situationen. Reisende im grossen Stil werden noch eine Weile fehlen. Rado hat den Vorteil, nicht nur von Touristen zu leben, wir haben uns immer um den einheimischen Markt gekümmert. Unsere Distribution ist national gut aufgestellt. Wir sind nicht nur in Genf, Zürich, und Interlaken präsent. Wir sind genauso in anderen Städten wie Winterthur, St. Gallen und Lausanne. Das hilft.

DIE ÖSTERREICHISCHE MODEDESIGNERIN MARINA HOERMANSIEDER HAT GEMEINSAM MIT RADO EINE UHR ENTWORFEN. POSITIONIEREN SIE RADO NUN IM DESIGNBEREICH ODER ALS FASHION-UHR? Rado ist eine erfahrene, kompetente und traditionsreiche Swiss-Made-Marke. Wir sehen es als unser Vorteil, Design von diversen Seiten angehen zu können und mit unseren Design-Ikonen diverse Kundensegmente zu bedienen. Die «Captain Cook» spricht Sportler an, unsere Designer-Uhren gefallen designaffinen Menschen und mit Modellen wie demjenigen von Marina Hoermanseder können wir auch im Lifestyle-Segment punkten. Dasselbe gilt für die «Le Corbusier»- und «Li Edelkoort»-Modelle. Allgemein sprechen wir Kunden an, die nicht im Mainstream-Bereich suchen.

WELCHE UHRENMODELLE SIND IHRE HITS? Eine der Schlüsselkollektionen ist die «True»-Kollektion. Ihre Monobloc-Konstruktion aus Vollkeramik bringt unsere Material-Kompetenz hervorragend zur Geltung. Unsere True Thinline Quarzuhren sind ultradünn. Sie sind nur fünf Millimeter dick und damit die dünnsten Keramikuhren. Die rechteckigen Modelle aus der True Square Linie kommen sehr gut an. Auch die neue raffinierte Ausführung mit skelettiertem Uhrwerk. Die «Captain Cook» ist sehr stark mit grossem Wachstumspotenzial. Sie profitiert vom Trend der Vintage-Sportuhren. Wir bieten sie in Stahl, in Bronze und nun auch in Hightech-Keramik an.

FUNKTIONIEREN IHRE MODELLE WELTWEIT? Unsere drei wichtigsten Linien «Captain Cook», «True und «Centrix» erfreuen sich weltweit grosser Akzeptanz.

DIE «DIASTAR» IST EIN WEITERES LEGENDÄRES UHRENMODELL. HOLEN SIE SIE AUCH AUS DEM DORNROSCHENSCHLAF? Sie ist in der Tat eine Designikone und unser Bestseller in asiatischen Märkten. Sie schläft überhaupt nicht. Im nahen Osten gilt sie als die Luxusuhr. Sie ist aus Hartmetall gefertigt und bleibt deshalb über viele Jahre neuwertig. Man kann sie jederzeit zu Bargeld machen. Zur «Diastar» im Moment soviel: Sie kam 1962 auf den Markt. Wir werden uns hierzu im nächsten Jahr wiedersehen. «



Für die «Captain Cook x Marina Hoermanseder» entwarf die österreichisch-französische Modedesignerin ein Lederarmband mit Nieten und spezieller Schnalle. Als einfache oder Double-Tour-Version in lebhaftem Rosa erhältlich. For the «Captain Cook x Marina Hoermanseder», the Austrian-French fashion designer created a leather bracelet with a rivet and a special buckle. Available as a single or double-tour version in vivid pink.

» THE AUSTRIAN FASHION DESIGNER MARINA HOERMANSIEDER HAS DESIGNED A WATCH TOGETHER WITH RADO. ARE YOU NOW POSITIONING RADO IN THE DESIGN SECTOR OR AS A FASHION WATCH? Rado is an experienced, competent and traditional Swiss-made brand. We see it as our advantage to be able to approach design from various angles and to serve diverse customer segments with our design icons. The «Captain Cook» appeals to sportsmen, our designer watches appeal to design-savvy people and with models like the one by Marina Hoermanseder we can also score points in the lifestyle segment. The same applies to the «Le Corbusier» and «Li Edelkoort» models. In general, we appeal to customers who are not looking in the mainstream sector.

WHICH WATCH MODELS ARE YOUR HITS? One of the key collections is the «True» collection. Its monobloc construction of all-ceramics excellently showcases our material expertise. Our «True Thinline» quartz watches are ultra-thin. They are only five millimetres thick, making them the thinnest ceramic watches. The rectangular models from the «True Square» line are very well received. Also the new refined version with skeletonised movement. The «Captain Cook» is very strong with great growth potential. Its design is trendy and iconic. It benefits from the trend of vintage sports watches. We offer them in steel, in bronze and now also in high-tech ceramic.

DO YOUR MODELS WORK WORLDWIDE? Our three most important lines «Captain Cook», «True» and «Centrix» enjoy great acceptance worldwide.

THE «DIASTAR» IS ANOTHER LEGENDARY WATCH MODEL. ARE YOU ALSO BRINGING IT OUT OF ITS SLUMBER? It is indeed a design icon and our bestseller in Asian markets. It doesn't sleep at all. In the Middle East, it is considered the luxury watch. It is made of hard metal and therefore stays as good as new for many years. You can turn it into cash at any time. This much about the «Diastar» at the moment: It came onto the market in 1962. We will see each other again next year. «

Kleine Kostbarkeiten

Wir spielen Elster und haben aus dem aktuellen Uhren- und Schmuckangebot die spannendsten neuen Stücke herausgepickt, die Wertigkeit mit Entspannung und Tragbarkeit verbinden.

Text: COTE Editors, Fotos: © Eric Rossier Workshop, © Joaquin Laguinge, PD / zVg

Little Treasures

We play magpie and have picked out the most exciting new pieces from the current range of watches and jewellery, combining value with a relaxed attitude and wearability.

ES WERDE LICHT!

Während acht Jahren wurde an der EPFL, dem Westschweizer Pendant der ETH Zürich eine Technologie entwickelt, welche Licht so reflektiert, dass es Worte und Zeichen projiziert. Die Inspiration lieferten die Lichtmuster, die an sonnigen Tagen am Boden eines Swimmingpools entstehen. Die Technologie funktioniert auch auf kleinen Flächen. Die Erfinder gründeten deshalb mit der Designerin Noémie Arrigo die Schmuckmarke «The Rayy», deren Goldringe und -anhänger Worte und Symbole auf die Haut «schreiben». Die neuen Sternzeichen wurden vom Lausanner Meistertätowierer Maxime Plescia-Büchi entworfen.

LET THERE BE LIGHT!

Over the course of eight years, a technology was developed at EPFL, ETH Zurich's Lausanne equivalent, which reflects light in such a way that it projects words and signs. The inspiration came from the light patterns that appear at the bottom of a swimming pool on sunny days. The technology also works on small surfaces. The inventors therefore founded the jewellery brand «The Rayy» with designer Noémie Arrigo, whose gold rings and pendants «write» words and symbols on the skin. The new zodiac signs were designed by Lausanne master tattoo artist Maxime Plescia-Büchi.



www.therayy.com



FÜR BLUMENMÄDCHEN

Das italienische Familienunternehmen Pasquale Bruni hat seine Schmucklinie «Joli» zu einer sommerlichen Version weiterentwickelt. Für die Kollektion «Petit Joli Bouquet» wurden, der Name sagt es, die Blumenmotive verkleinert, mit der Idee, dass man dafür mehrere Ringe oder Armkettchen mit den Blüten aus Achat, Lapis Lazuli, Mondstein, Onyx etc. zusammen trägt. Oder man schnappt sich gleich das Armband mit dem ganzen «Blumenstrauss».

FOR FLOWER GIRLS

The Italian family business Pasquale Bruni has developed its «Joli» jewellery line into a summery version. For the «Petit Joli Bouquet» collection, as the name suggests, the bloom motifs have been scaled down, with the idea that you can wear several rings or bracelets with the flowers made of agate, lapis lazuli, moonstone, onyx, etc. together. Or you can just grab the bracelet with the whole «bouquet».

www.pasqualebruni.com



www.yourmood.net

MASKE WIRD DIAMANT

Die Waadtländer Ringmarke «Mood» bietet zusammen mit dem St. Galler Unternehmen Fritz Walz an, Diamanten aus gebrauchten Hygienemasken herzustellen. Sie enthalten genug Kohlenstoff, damit der monatelange Umwandlungsprozess gelingt. Zwei Kilo Masken ergeben 200 sogenannte «C.Diams»-Diamanten.

The Vaudois ring brand «Mood», together with the St. Gallen company Fritz Walz, offers to produce diamonds from used hygiene masks. They contain enough carbon for the months-long transformation process to succeed. Two kilos of masks yield 200 so-called «C.Diams» diamonds. They have a bluish shimmer.



www.chopard.de

SOLID WIE STAHL

An der Fertigungsstätte im neuenburgischen Fleurier werden seit 25 Jahren technische Leistungsfähigkeit, ausgereifte Ästhetik und das Bekenntnis zu zertifizierter Uhrmacherei hochgehalten. Zum Jubiläum lanciert Chopard die «L.U.C QF Jubilee» aus Edelstahl. Das Material ist ein Novum in der Uhrenlinie. Die limitierte Edition im sportlichen Look ist sowohl von der Offiziellen Schweizer Chronometerprüfstelle COSC als auch von der anspruchsvollen Fondation Qualité Fleurier zertifiziert.

SOLID AS STEEL

At the production site in Fleurier in Neuchâtel, technical performance, sophisticated aesthetics and a commitment to certified watchmaking have been upheld for 25 years. To mark the anniversary, Chopard is launching the «L.U.C QF Jubilee» in stainless steel. The material is a novelty in the highly positioned watch line. The limited edition with its sporty look is certified by both the Official Swiss Chronometer Testing Institute COSC and the demanding Fondation Qualité Fleurier.



IN DIE ZWEITE RUNDE

Nach dem Erfolg im letzten Jahr gehen die «Geneva Watch Days» Ende Sommer in die zweite Runde. (30. August bis 3. September).

After last year's success, the «Geneva Watch Days» will go into the second round at the end of summer. (30 August to 3 September). www.gva-watch-days.com



PILOT AN BORD

Das hört man gern, wenn man im Flieger sitzt. Nicht anders in diesem Fall, obwohl der Pilot sonst im Leben Formell-Boliden steuert. Aber Lewis Hamilton steht auch ein Fliegerchronometer sehr gut. Der Sportstar ist schon seit ein paar Jahren an Bord bei IWC Schaffhausen, die das Jahr 2021 ihren bekannten Fliegeruhren widmet. Für die neue Kampagne, in deren Zentrum die «Big Pilot's Watch» steht, wurde Hamilton vom Fotografen Misan Harriman abgelichtet. Harriman ist seither auch IWC-Markenbotschafter.

PILOT ON BOARD

That's what you like to hear when you're on a plane. No different in this case, although the pilot usually drives Formula 1 cars. But Lewis Hamilton also suits a pilot's chronometer very well. The sports star has been on board with IWC Schaffhausen for a few years. The company is dedicating the year 2021 to its famous pilot's watches. Hamilton has now been photographed by photographer Misan Harriman for the new advertising campaign, which focuses on the «Big Pilot's Watch». After the job Harriman became an IWC brand ambassadors himself.

www.iwc.com

Einsatz zum Erhalt der Bienen

Anlässlich des Weltbienentags im Frühjahr mobilisierte das Parfüm- und Kosmetikhaus Guerlain die Öffentlichkeit um eine Million Euro für die «Bees Conservation» bereitstellen zu können.

Redaktion: COTE editors, Fotos: PD / zVg

Commitment to Preserving Bees

On the occasion of World Bee Day in spring, the perfume and cosmetics house Guerlain mobilised the public to be able to provide one million euros for «Bees Conservation».

Redaktion: COTE editors, Fotos: PD / zVg

Der Schutz der Bienen steht seit über zehn Jahren im Mittelpunkt des Engagements des Hauses für Nachhaltigkeit. Der dringende Handlungsbedarf spiegelt die Realitäten wider, mit der die Artenvielfalt konfrontiert ist. Nahezu 75 Prozent der Kulturpflanzen und 90 Prozent der blühenden Wildpflanzen sind auf Bestäuber angewiesen, von denen die meisten Bienen sind (1). Diese Vereinbarung zwischen Bienen und Blumen garantiert ein Gleichgewicht in der Natur. Das Phänomen des jährlichen Bienensterbens, das mittlerweile bei 30 Prozent (2) liegt, gefährdet die Artenvielfalt. Drei Tage lang im Frühling spendete das Haus 20 Prozent seiner weltweiten Verkäufe (3) und 20 Euro für jedes gepostete Instagram-Bild zum Weltbienentag.

Seit 2011 ist Guerlain ein nachhaltiger Unterstützer diverser Organisationen zum Schutz der Bienen. Das Haus unterstützt auch erzieherische Massnahmen wie die internationale Bienenschule zur Sensibilisierung von Grundschulkindern und es fördert den Aufbau von Bienenstöcken und den Berufsstand der Imker. Seit 2020 führt Guerlain das Programm «Women for Bees» in Partnerschaft mit der UNESCO und in Zusammenarbeit mit der OFA (French Observatory of Apidology) durch. Dieses Imkerei-Unternehmerinnen-Programm zielt darauf ab, neue Imkerinnen auszubilden und neue Imkereibetriebe auf der ganzen Welt innerhalb von UNESCO-Biosphärenreservaten zu gründen. Angelina Jolie hat die Patenschaft des Projekts im Jahr 2021 übernommen.

Seit 2020 ist Guerlain ebenfalls Schirmherrin der «GoodPlanet» Foundation, die vom Fotografen, Filmemacher und weltberühmten Ökologen Yann Arthus-Bertrand gegründet wurde. Das Ziel dieser Partnerschaft ist es, junge Menschen für den Schutz der Bienen zu sensibilisieren, indem sie einen künstlerischen und pädagogischen Raum schaffen, welcher der Welt der Bienen gewidmet ist.



Das Parfüm- und Kosmetikhaus Guerlain wurde 1828 gegründet. Seit 1853 darf Guerlain das damals kaiserliche Bienensymbol auf seinen Parfümflakons verwenden. Seit fast 15 Jahren engagiert sich das Haus im Schutz dieser wichtigen Insekten, z.B. auf der bretonischen Insel Ouessant. The perfume and cosmetics house Guerlain was founded in 1828. Since 1853, Guerlain has been allowed to use the then imperial bee symbol on its perfume bottles. For almost 15 years, the house has been involved in the protection of these important insects, e.g. on the Breton island of Ouessant.

Bee preservation has sat at the heart of the House's commitment to sustainability for over ten years. Our urgency to act echoes the realities that this guardian of biodiversity faces. Close to 75% of cultivated plants and 90% of wild flowering plants depend on pollinators, of which most are bees (1). This tacit agreement between bees and flowers that was struck several million years ago guarantees a balance in Nature. With an annual honeybee mortality rate that now stands at 30% (2), the phenomenon which is endangering biodiversity.

Over three days this spring, the House donated 20% of its worldwide sales (3) as well as 20 euros for every Instagram repost of World Bee Day.

Since 2011, Guerlain has been a sustained supporter of various bee conservation organisations. The House also supports educational activities such as the International Bee School to raise awareness among primary school children, and it promotes the development of beekeeping and the beekeeping profession. Since 2020, Guerlain has been running the Women for Bees programme in partnership with UNESCO and in collaboration with the OFA (French Observatory of Apidology). This beekeeping entrepreneurship programme aims to train new female beekeepers and create new beekeeping businesses around the world within UNESCO biosphere reserves. Angelina Jolie has taken over the sponsorship of the project in 2021.

Since 2020: Guerlain has served as a patron of the GoodPlanet Foundation which was created by the photographer, filmmaker and world-renowned ecologist Yann Arthus-Bertrand. This partnership's mission is to raise young people's awareness regarding the Bee preservation via the creation and facilitation of an artistic and educational space dedicated to the world of bees.

www.guerlain.com; www.UN.org

(1) Evaluation report on Pollinators, Pollination and Food Production by the Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES). / (2) Source: The French Observatory of Apidology (OFA). / (3) In boutiques, partner points of sale and Guerlain.com, all collections included.

COTE VANITY

LET'S FEEL GOOD: GUTE NAGELLACKE, SAFRANDÜFTE, KLEINE EITELKEITEN



Foto: © Louis Vuitton PD / zVg

Summervibes... Surfbrett des amerikanischen Multimedia-Künstlers Alex Israel für Louis Vuitton.

Lack drauf!

Allergien? Gesundheitsrisiken? Es geht auch anders und vor allem besser: Mit den richtigen Nagellacken kommen Sie sicher und stylish durch den Sommer.

Allergies? Health risks? There is another way and, above all, a better way: with the right nail polishes you can get through the summer safely and stylishly.

Ursula Borer (text) PD / zVg (fotos)



Lucia Pica, Creative Direktorin bei Chanel Make-up setzt diesen Sommer auf warme Farben in Beige- und Braun mit schimmernden Tönen wie «Le Vernis Sunlight» und «Solar». Lucia Pica, Creative Director at Chanel Make-up focuses on warm colours in beige and brown with shimmering tones like «Le Vernis Sunlight» and «Solar» this summer.



Während der Pandemie standen die Hände im Fokus. Die Aufmerksamkeit galt aber eher der richtigen Reinigung und Applikation von Desinfektionsmittel denn der perfekten Maniküre oder dem neusten Nagellack. Viele haben die Zeit im Homeoffice für eine Lackpause genutzt (gut so!) und ihren Nägeln damit Erholung gegönnt. Diese Vorteile sollen jetzt nicht zunichte gemacht werden, auch wenn die Lust auf Farbe zurück ist. Ob natürlich oder im Spektrum des Regenbogens – die Wahl der richtigen Lacke und eine gute Handpflege sind essenziell.

Nagellack gehört wie Lippenstift zu den Beauty-Produkten, die in Krisenzeiten boomen – sie verleihen Glamour, ohne das Budget zu strapazieren. Und sie verleihen leicht gebräunten Händen und Füßen einen attraktiven Sommerlook. Immer eine Nasenspitze voraus, was die Trends angeht, sind die Kult-Lacke der Modehäuser Chanel und Dior. Lucia Pica, Creative Direktorin bei Chanel Make-up setzt diesen Sommer auf warme Farben in Beige- und Braun mit schimmernden Tönen. Peter Philips, Creative Direktor bei Dior liess sich von Sanddünen und vom Meer inspirieren.

PIGMENTE AUS DER AUTOINDUSTRIE

Bei aller Freude mit dem Farbenspiel: Herkömmliche Lacke bergen auch ein Gesundheitsrisiko, da sie eine Reihe von schädlichen Stoffen enthalten. Kein Wunder, seit 1920 übernahmen Hersteller die gleichen Pigmente, die auch in der Autoindustrie verwendet wurden. Da man Nägel lange als undurchlässige Hornplatte betrachtete, wurde das Gefahrenpotential verkannt. Erst 2015 machte eine Studie der Duke Universität in North Carolina/USA eindeutig klar, dass Inhaltsstoffe und Dämpfe von Nagellacken gesundheitsschädlich sind. Das können vorübergehende Beschwerden wie Schwindel, Übelkeit und Kopfschmerzen sein. Nägel können brüchig werden, aber besonders bedenklich sind krebserregende Stoffe und solche, die sogar die DNA soweit verändern können, dass Frauen unfruchtbar werden.

UTOPIE UND REALITÄT

Zu 100 Prozent natürlicher Nagellack ist bis heute eine Utopie. Innovative Brands haben den Markt in den letzten Jahren mit sogenannten «Free from»-Lacken aber gehörig aufgemischt. Eine gute Orientierung bieten «3-free» bis «10-free»-Hinweise. Als Verbraucher sollte man einen Blick auf die INCI-Liste der Inhaltsstoffe werfen, »

During the pandemic, the focus was on hands. However, attention was more focused on proper cleaning and application of disinfectant than on the perfect manicure or the latest nail polish. Many used the time in the home office for a polish break (a good thing!) and thus gave their nails a rest. These benefits are not to be undone now, even if the desire for colour is back. Whether natural or in the spectrum of the rainbow - choosing the right polishes and good hand care are essential.

Nail varnish, like lipstick, is one of those beauty products that boom in times of crisis - they add glamour without straining the budget. And they give lightly tanned hands and feet an attractive summer look. Always a nose ahead in terms of trends are the cult lacquers from the fashion houses Chanel and Dior. Lucia Pica, Creative Director at Chanel Make-up focuses on warm colours in beige and brown with shimmering tones this summer. Peter Philips, Creative Director at Dior was inspired by sand dunes and the sea.

PIGMENTS FROM THE CAR INDUSTRY

For all the fun of playing with colours: Conventional paints also pose a health risk, as they contain a number of harmful substances. No wonder, since 1920 manufacturers adopted the same pigments that were used in the car industry. Since nails were long considered an impermeable horn plate, the potential danger was misjudged. It was not until 2015 that a study by Duke University in North Carolina/USA made it unequivocally clear that ingredients and vapours from nail polishes are harmful to health. They can cause temporary discomfort such as dizziness, nausea and headaches. Nails can become brittle, but of particular concern are carcinogenic substances and those that can even alter DNA to the extent that women become infertile.

UTOPIA AND REALITY

100 percent natural nail polish is still a utopia. However, innovative brands have really shaken up the market in recent years with so-called «free from» polishes. «3-free» to «10-free» labels offer good orientation. As a consumer, you should take a look at the INCI list of ingredients to be sure. This is because of the following substances: toluene, phthalates (DBP), formaldehyde, formaldehyde resin, triphenyl phosphate, camphor, xylene, colophony, acetone, parabens, mineral oil and silicone. Modern nail polish today does away with five toxins. »



» um sicher zu gehen. Grund dafür sind folgende Stoffe: Toluol, Phthalate (DBP), Formaldehyd, Formaldehyd-Harz, Triphenylphosphat, Kampfer, Xylol, Kollophonium, Aceton, Parabene, Mineralöl und Silikon. Moderner Nagellack verzichtet heute auf fünf Giftstoffe. «Eco-Polish» setzt die Latte höher. Er ist «10-free» und enthält mehrheitlich natürliche und vegane Inhaltsstoffe. Wir haben die heissesten Brands für Sie zusammengestellt.

NACHHALTIG
Die Designerin Anna Roos gründete «Kester» 2014 im australischen Melbourne und avancierte damit schnell zur Kultmarke. Die veganen Maniküre- und Hautpflegeprodukte bestehen aus nachhaltigen Rohstoffen und werden gänzlich ohne Tierversuche hergestellt («CCF-Cruelty Free»). Zudem engagiert sich der Brand für lokale Unternehmen und verwendet eine nachhaltige Produktionsmethode. Da das gesamte Unternehmen CO2-neutral operiert und zwei Prozent des Umsatzes für wohltätige Zwecke spendet, war es das erste Beauty-Label weltweit, dass eine «B Corp-Zertifizierung» erhalten hat (www.bcorporation.net). Die Nagellacke sind «10-free» und enthalten kein DBP, Toluol, Formaldehyd, Tosylamide/Formaldehyd-Harz, Kampfer, Xylol/Xylene, Parabene, Duftstoffe und Phthalate. Zudem sind sie wasser- und luftdurchlässig und enthalten biologisch-zertifizierte Inhaltsstoffe wie Kefir, Oliven- und Avocado-Öl.

STRENGE BLACK LIST
Das Label The label «Manucurist» ist kein Neuling und wurde 1996 gegründet. Als die Französin Gaëlle Lebrat die Marke 2015 übernahm, liess sie ihre Arbeitserfahrung bei Prada, Saint Laurent oder Louis Vuitton einfließen und machte es sich zur Aufgabe, nicht nur die Marke, sondern auch die gesamte Nagelbranche zu revolutionieren. Mittlerweile ist die Unternehmerin selbst Mutter von fünf Kindern und hat ihren Mann mit an Bord geholt. Mit einer strengen schwarzen Liste von neun verbotenen Inhaltsstoffen (DBP, Campher, Xylol, Formaldehyd, Ethyltosylamid, Triphenylphosphat, Benzophenone, sensibilisierende Monomere und Hydrochinone) ist jede einzelne Formel clean, vegan und frei von Tierversuchen. Aber es geht nicht nur darum, was die Produkte weglassen: Manucurist Paris hat unermüdlich daran gearbeitet, aussergewöhnliche bio-verfügbare Alternativen zu traditionellen Nagellack-Inhaltsstoffen zu finden. Durch die Nutzung der lange vernachlässigten Stärke aus Kartoffel-, Weizen, Maniok- und Baumwollextrakten sind die Nagellacke pflanzlich und bis zu 84 Prozent natürlich, ohne auch nur einen einzigen Kompromiss in Bezug auf Wirksamkeit, Pigmentierung oder Finish einzugehen.

DIE GROSSMUTTER UND GARTENARBEIT ALS INSPIRATION
Bereits ihre Grossmutter mischte Blumenöle in ihrem Garten im englischen Radlett, um ihre Hände und Nägel nach der Gartenarbeit zu nähren. Das inspirierte Natasha Dillon, die mittlerweile in den USA lebt, 2012 ihre Marke «Londontown» zu gründen. Alle Produkte sind glutenfrei, frei von Tierversuchen und vegan. Um die Nägel zu pflegen, wird ein Florium-Cocktail aus Vitamin A und E, Biotin, Kalzium, Gurkenextrakt, Nachtkerzenöl, Knoblauch-Extrakt, Kamille und Rmlapsölblüten-Öl verwendet. Die Lacke sind «9-free» und verzichten auf Formaldehyd, Formaldehydharz, Toluol, Dibutylphthalat, Kampfer, Xylol, Triphenylphosphat, Ethyl Tosylamide und Parabene. »

» «Eco-Polish» raises the bar. It is «10-free» and contains mostly natural and vegan ingredients. We have compiled the hottest brands for you.

SUSTAINABLE
Designer Anna Roos founded «Kester» in Melbourne, Australia in 2014 and quickly became a cult brand. The vegan manicure and skincare products are made from sustainable raw materials and are produced entirely without animal testing («CCF-Cruelty Free»). In addition, the brand is committed to local businesses and uses a sustainable production method. As the entire company operates in a CO2-neutral manner and donates two percent of its sales to charity, it was the first beauty label in the world to receive «B Corp certification» (www.bcorporation.net). The nail polishes are «10-free» and contain no DBP, toluene, formaldehyde, tosylamide/formaldehyde resin, camphor, xylene/xylene, parabens, fragrances or phthalates. They are also water and air permeable and contain certified organic ingredients such as kefir, olive and avocado oil.

GRANDMOTHER AND GARDENING AS INSPIRATION
Her grandmother used to mix flower oils in her garden in Radlett, England, to nourish her hands and nails after gardening. This inspired Natasha Dillon, who now lives in the USA, to found her brand in 2012. All products are gluten-free, animal-free and vegan. To nourish the nails, a Florium cocktail of vitamins A and E, biotin, calcium, cucumber extract, evening primrose oil, garlic extract, chamomile and rmlaps oil flower oil is used. The lacquers are «9-free» and do not contain formaldehyde, formaldehyde resin, toluene, dibutyl phthalate, camphor, xylene, triphenyl phosphate, ethyl tosylamides and parabens.

STRICT BLACK LIST
The label The label «Manucurist» is no newcomer and was founded in 1996. When Frenchwoman Gaëlle Lebrat took over the brand in 2015, she incorporated her work experience at Prada, Saint Laurent or Louis Vuitton and made it her mission to revolutionise not only the brand but also the entire nail industry. In the meantime, the entrepreneur is herself a mother of five children and has brought her husband on board. With a strict blacklist of nine banned ingredients (DBP, camphor, xylene, formaldehyde, ethyl tosylamide, triphenyl phosphate, benzophenones, sensitising monomers and hydroquinones), every single formula is clean, vegan and free of animal testing. But it's not just about what the products leave out: Manucurist has worked tirelessly to find exceptional bio-available alternatives to traditional nail polish ingredients. Using long-neglected starches from potato, wheat, cassava and cotton extracts, the nail polishes are plant-based and up to 84 per cent natural, without a single compromise in efficacy, pigmentation or finish.

«SWISS MADE»
A successful example comes from Switzerland. Kartika Luyet was born in Rio de Janeiro in 1977 to an Indonesian mother and a Swiss father. However, she spent a large part of her childhood in idyllic Savièse in the canton of Valais. The model gained fame in 2001 through two Fiat commercials. While pregnant with her son, she developed a strong awareness of healthy living and sustainability. «At first I started eating organically. From that, I developed an awareness of healthy cosmetics. After giving birth, I completely gave up nail polish because there was no healthy alternative - and that gave the real impetus for «Kure Bazaar»,» explains the beauty. The idea to produce a nail varnish from natural ingredients came about together with a friend from the cosmetics industry and the »



Kartika Luyet, die Schweizerin mit indonesischen Wurzeln hat aus der Not eine Tugend gemacht: Schwanger begann sie nach alternativen Nagellacken zu recherchieren. Zusammen mit einer Freundin aus der Kosmetikbranche und mit der Unterstützung eines renommierten Labors entwickelte sie «Kure Bazaar» aus natürlichen Inhaltsstoffen. Kartika Luyet, the Swiss woman with Indonesian roots, made a virtue out of necessity: pregnant, she began researching alternative nail polishes. Together with a friend from the cosmetics industry and the support of a renowned laboratory she created «Kure Bazaar» from natural ingredients.

» «SWISS MADE»

Ein erfolgreiches Beispiel kommt aus der Schweiz. Als Tochter einer indonesischen Mutter und eines Schweizers wurde Kartika Luyet 1977 in Rio de Janeiro geboren. Einen Grossteil ihrer Kindheit verbrachte sie aber im idyllischen Savièse im Kanton Wallis. Durch zwei Fiat-Werbespots erlangte das Model 2001 Bekanntheit. Während der Schwangerschaft mit ihrem Sohn entwickelte sie ein starkes Bewusstsein für eine gesunde Lebensweise und Nachhaltigkeit. «Zuerst begann ich organisch zu essen. Daraus entwickelte sich ein Bewusstsein für gesunde Kosmetik. Nach der Geburt verzichtete ich komplett auf Nagellack, weil es keine gesunde Alternative gab – und das gab den eigentlichen Impuls für «Kure Bazaar», erklärt die Schönheit. Die Idee, einen Nagellack aus natürlichen Inhaltsstoffen zu produzieren entstand zusammen mit einer Freundin aus der Kosmetikbranche und der Unterstützung eines renommierten Labors. Nach fünf Jahren intensiver Forschung wurde die Idee 2012 in die Tat umgesetzt. Mit dem Bedürfnis war sie nicht allein und Kure Bazaar wurde schnell zum Erfolg. Der Lack zierte noch im selben Jahr die Nägel der Models für den Designer Yoshiaki Hishinuma an der Pariser Modewoche. 2014 folgte Thierry Mugler. Top-Models wie Karlie Kloss und Georgia May Jagger gehörten zu den ersten Fans. Der Nachhaltigkeitsgedanke begeisterte auch die Schweizer Beauty-Unternehmerin Bea Petri, die Gründerin der Schminkbar; sie nahm die Nagellacke in ihr Sortiment auf. Mittlerweile enthält die Farbpalette über 50 Nuancen. Alle Produkte sind vegan und bis zu 80 Prozent aus natürlichen Inhaltsstoffen wie Holz-Zellstoff, Getreide, Baumwolle, Kartoffeln und Mais. «Kure Bazaar» ist «10-free» und verzichtet auf Toluol, Formaldehyd, Dibutylphthalat, synthetischen Kampfer, TPHP, Paraben, Xylen, Styrol, Benzophenon-1 und Benzophenon-3.

VON HALAL BIS VEGAN

Zuerst gründete Sonia Hully ihren Luxus Nail Spa im schicken Chelsea in London. Als sie merkte das ihre Klienten trotz Pflege, unter spröden Nägel litten, ging sie das Problem selbstbestimmt an und lancierte 2012 ihren ersten Nagellack ohne Phtalate Toluol, Formaldehyd und Parabene. Der Erfolg war gross und smarte Geschäftsfrau gewann damit schnell Preise. Alle «Nailberry»-Farblacke sind mit der inzwischen mehrfach ausgezeichneten «L'Oxygéné»-Technologie formuliert, die den Nagel unter dem Lack atmen lässt. Sie sind «12-free» und verzichten auf Phthalate, DBF, Toluol, Formaldehyd, Formaldehyd-Harz (Ethyl Tosyamide), Kampfer, Xylol, Triphenylphosphat, Alkohol, Parabene. Zudem sind sie cruelty-free, vegan, glutenfrei und halal.

SCHADSTOFFARM

Neben ihrem Label ist Nina Skarabela, die gelernte Grafik-Designerin auch noch als Familientherapeutin tätig. Zusammen mit David Gerrlich kam sie 2015 auf die Idee gesündere Nagellacke zu entwickeln. Die Kosmetikmarke aus München produziert schadstoffarme, vegane Nagellacke. Alle Produkte werden in Deutschland streng nach Halal-Richtlinien abgefüllt. Um die Nägel zu stärken werden die Lacke mit Vitamin A, C, E und Provitamin B5 angereichert. Als Alternative zu Lösungsmitteln werden Butylacetate verwendet, die aus Essigsäure gewonnen werden. «OZN» ist «10-free» und verzichtet auf Formaldehyd, Fomaldehyd-Harz. Toluol, Colophonium, DPD, Parabene, Xylol, Aceton, Mineralöl und Silikon. «



» support of a renowned laboratory. After five years of intensive research, the idea was put into action in 2012. She was not alone in her need and Kure Bazaar quickly became a success. The polish graced the nails of models for designer Yoshiaki Hishinuma at Paris Fashion Week that same year. Thierry Mugler followed in 2014. Top models like Karlie Kloss and Georgia May Jagger were among the first fans. Swiss beauty entrepreneur Bea Petri, the founder of Schminkbar, was also enthusiastic about the idea of sustainability and included the nail polishes in her range. In the meantime, the colour palette contains over 50 shades. All products are vegan and made of up to 80 percent natural ingredients such as wood pulp, grain, cotton, potatoes and corn. «Kure Bazaar» is «10-free» and does not use toluene, formaldehyde, dibutyl phthalate, synthetic camphor, TPHP, paraben, xylene, styrene, benzophenone-1 and benzophenone-3.

FROM HALAL TO VEGAN

Sonia Hully first set up her luxury nail spa in London's chic Chelsea. When she noticed that her clients were suffering from brittle nails despite the care, she took a self-determined approach to the problem and launched her first nail polish without phthalates toluene, formaldehyde and parabens in 2012. The success was great and the smart businesswoman quickly won prizes with it. All colour lacquers are formulated with the «L'Oxygéné» technology, which has since won several awards and allows the nail to breathe under the lacquer. They are «12-free» and do not contain phthalates, DBF, toluene, formaldehyde, formaldehyde resin (ethyl tosyamide), camphor, xylene, triphenyl phosphate, alcohol or parabens. They are also cruelty-free, vegan, gluten-free and halal.

LOW-EMISSION

In addition to her label, Nina Skarabela, a trained graphic designer, also works as a family therapist. Together with David Gerrlich, she came up with the idea of developing healthier nail polishes in 2015. The cosmetics brand from Munich produces low-pollutant, vegan nail polishes. All products are filled in Germany strictly according to halal guidelines. To strengthen the nails, the polishes are enriched with vitamins A, C, E and provitamin B5. As an alternative to solvents, butyl acetates are used, which are obtained from acetic acid. «OZN» is «10-free» and does not use formaldehyde, fomaldehyde resin. Toluol, colophony, DPD, parabens, xylene, acetone, mineral oil and silicone. «



Der Spanier Alberto Morillas arbeitet seit den 1970er-Jahren für die Schweizer Duft-Firma Firmenich in Genf. Er hat über 7000 Düfte entwickelt.
The Spaniard Alberto Morillas has worked for the Swiss fragrance company Firmenich in Geneva since the 1970s. He has developed over 7000 fragrances.

Dem Safran verfallen

Die Parfumeure Jacques Cavallier und Alberto Morillas gehören zu den ganz grossen Nasen der Zunft. Jetzt haben sie zusammen an einem Duo Luxus-Parfums für den Juwelier Bulgari gearbeitet. COTE MAGAZINE hat die beiden per Zoom-Schaltung aus Grasse und Genf zum Interview getroffen.

Perfumers Jacques Cavallier and Alberto Morillas are two of the biggest noses in the business. Now they have worked together on a duo of luxury perfumes for the jeweller Bulgari. COTE MAGAZINE met them for an interview via zoom from Grasse and Geneva.

Ursula Borer (interview) PD / zVg (fotos)

«Ich bin viel zu neugierig, um mich zu wiederholen, ich bin immer auf der Suche nach Neuem.»

Alberto Morillas

«I am far too curious to repeat myself, because we have so many endless possibilities, I am always looking for something new.»

Alberto Morillas

COTE MAGAZINE: EIN LUXURIÖSES PARFUM-PROJEKT UND ZWEI STAR-PARFÜMEURE, WIE KAM ES IN IHREM FALL ZUR ZUSAMMENARBEIT?

Jacques Cavallier: ch habe bereits 1994 meinen ersten Herrenduft «Pour Homme» für Bulgari gemacht. Seither arbeiten wir sehr gut und gerne zusammen und haben viele neue Parfums herausgebracht. Die Zusammenarbeit mit dem Haus besteht also seit vielen Jahren.

Alberto Morillas: Bei mir ist es das Gleiche. 2003 habe ich für Bulgari «Omnia» kreiert und in der Folge an vielen Herrendüften mitgearbeitet. Ich liebe den Brand und es ist immer wieder eine spannende Herausforderung. Und natürlich ist es für mich jedes Mal ein Traum mit Jacques Cavallier zusammenzuarbeiten. Wir kennen und schätzen uns seit vielen Jahren.

BULGARI IST EIN JUWELIER UND UHRMACHER – WAS IST DIE INSPIRATION, DÜFTE FÜR DIESES HAUS ZU KREIEREN?

Jacques Cavallier: Das Haus Bulgari hat eine spannende Geschichte und DNA. Es gibt eine grosse Bandbreite an Emotionen, welche die Marke prägen. Das macht es einfach für uns als Parfümeure. Auch die aussergewöhnlichen Edelsteine sind eine grosse Ideenquelle für mich, wenn ich einen Duft entwickle. Wir versuchen bei den Parfums die gleiche Einzigartigkeit zu erreichen, wie bei den Juwelen. Dazu verwenden wir hauptsächlich natürliche Ingredienzien und Moleküle. Damit wollen wir den Menschen Vergnügen für die Nase schenken.

DIE BEIDEN NEUEN DÜFTE, DIE SIE FÜR BULGARIS LUXUS-LINIE «LE GEMME» ENTWICKELT HABEN, HEISSEN «ASTREA» UND «AZARAN». BEIDES KLINGT AUSSERGEWÖHNLICH. ERZÄHLEN SIE DOCH, WIE SIE DA VORGEANGEN SIND.

Jacques Cavallier: Alberto und ich sind seit Jahren gute Freunde. Wir diskutieren viel über Ingredienzien. Für dieses Projekt haben wir uns bei Alberto in Genf getroffen und uns intensiv ausgetauscht. Der Aventurin war die Hauptinspiration für die neue Sammleredition. Der glitzernde Halbedelstein kommt in Indien und dem Uralgebirge vor, dort wo auch Safran seine Wurzeln hat. Es war für uns beide klar, dass Safran die Hauptingredienz sein muss in Düften, die vom Aventurin inspiriert sind. Für mich war zudem die Farbe Rot, die für Leidenschaft und Intensität steht eine wichtige Inspiration.

Alberto Morillas: Für mich war die Farbinspiration Blau. Sie steht für Vorstellungskraft und den Himmel. Aventurin gibt es sowohl in Rot als auch in Blau. Neben Safran ist für mich der indische Jasmin Sambac elementar. »

COTE MAGAZINE: A LUXURIOUS PERFUME PROJECT AND TWO STAR PERFUMERS, HOW DID THE COLLABORATION COME ABOUT IN YOUR CASE?

Jacques Cavallier: I already did my first men's fragrance «Pour Homme» for Bulgari in 1994. Since then, we have enjoyed working together very well and have released many new perfumes. So the collaboration with the house has been going on for many years.

Alberto Morillas: It's the same for me. I created «Omnia» for Bulgari in 2003 and subsequently worked on many men's fragrances. I love the brand and it's always an exciting challenge. And of course it is a dream for me to work with Jacques Cavallier every time. We have known and appreciated each other for many years.

BULGARI IS A JEWELLER AND WATCHMAKER - WHAT IS THE INSPIRATION TO CREATE FRAGRANCES FOR THIS HOUSE?

Jacques Cavallier: The house of Bulgari has an exciting history and DNA. There is a wide range of emotions that characterise the brand. That makes it easy for us as perfumers. The extraordinary gemstones are also a great source of ideas for me when I develop a fragrance. We try to achieve the same uniqueness in the perfumes as we do in the jewels. To do this, we mainly use natural ingredients and molecules. In this way, we want to give people pleasure for their nose.

THE TWO NEW FRAGRANCES YOU HAVE DEVELOPED FOR BULGARI'S LUXURY LINE «LE GEMME» ARE CALLED «ASTREA» AND «AZARAN». BOTH SOUND EXTRAORDINARY. TELL US HOW YOU WENT ABOUT IT.

Jacques Cavallier: Alberto and I have been good friends for years. We discuss ingredients a lot. For this project, we met at Alberto's place in Geneva and had an intensive exchange. Aventurine was the main inspiration for the new collector's edition. The glittering semi-precious stone is found in India and the Ural Mountains, where saffron also has its roots. It was clear to both of us that saffron had to be the main ingredient in fragrances inspired by aventurine. For me, the colour red, which stands for passion and intensity, was also an important inspiration.

Alberto Morillas: For me, the colour inspiration was blue. It stands for imagination and the sky. Aventurine comes in both red and blue. Besides saffron, Indian jasmine sambac is elemental for me.

SAFFRON IS A VERY RARE INGREDIENT. HOW DIFFICULT WAS IT TO SOURCE?

Jacques Cavallier: Exclusively for this project, we developed »



Jacques Cavallier stammt aus einer Parfümeur-Familie aus Grasse und ist seit 2012 Chef-Parfumeur für die LVMH-Gruppe, zu der Bulgari gehört.
Jacques Cavallier comes from a perfumer family in Grasse and has been head perfumer for the LVMH Group, to which Bulgari belongs, since 2012.



BULGARI «LE GEMME»
Parfum-Duo als Sammler-Edition:
Der Frauenduft «Astrea»
verführt mit Safran, Absolu
von arabischem Jasmin und
einem Honig-Akkord.
Der Männerduft «Azaran»
bezirzt mit Bergamotte-Essenz,
Safran-Extrakt und rotem
Zedernholz.
The women's fragrance
«Astrea» by Alberto Morillas
seduces with saffron, Arabian
jasmine absolute and a honey
accord. The men's fragrance
«Azaran» by Jacques Cavallier
enchants with bergamot
essence, saffron extract and
red cedar wood.

» SAFRAN IST EINE SEHR RARE ZUTAT. WIE SCHWIERIG WAR SEINE BESCHAFFUNG?

Jacques Cavallier: Exklusiv für dieses Projekt haben wir eine ganz spezielle Qualität von natürlicher Safran-Essenz entwickelt. Die Krokus-Blume stammt aus dem Südwesten Frankreichs, in der Nähe von Spanien. Wir aus ihr eine Infusion hergestellt. Das heisst wir erhitzen den Safran in Alkohol und lassen ihn eineinhalb Monate in der Infusion, die dann gefiltert wird. Mit diesem Verfahren wird der Extrakt des Safrans sehr intensiv, kraftvoll und würzig mit einer leichten zuckerigen Süsse. Damit konnten wir eine neue Duftqualität erreichen. Es ist ein sehr aufwendiges Verfahren und auch sehr teuer, denn ein Kilo Safran kostet 35000 Euro.

WAS MACHT IHRE ZUSAMMENARBEIT BESONDERS?

Jacques Cavallier: Die Zusammenarbeit mit Alberto ist sehr einzigartig. Er überrascht mich immer wieder. Zwischen uns herrscht keine Eifersucht. Ich schätze seine Arbeit immens und freue mich ehrlich, wenn ihm wieder eine legendäre Kreation gelingt. Ich betrachte ihn als Teil meiner Familie und wir freuen uns gegenseitig über jeden Erfolg des anderen. Seit fast vier Jahren arbeite ich auch mit meiner Tochter Camille, um sie auszubilden und die Familientradition weiterzugeben. Das Schöne ist, das wir uns austauschen können. »

» a very special quality of natural saffron essence. The crocus flower comes from the southwest of France, near Spain. We make an infusion from it. This means we heat the saffron in alcohol and leave it in the infusion for one and a half months, which is then filtered. With this process, the extract of the saffron becomes very intense, powerful and spicy with a slight sugary sweetness. This has allowed us to achieve a new quality of fragrance. It is a very elaborate process and also very expensive, because one kilo of saffron costs 35000 euros.

WHAT MAKES YOUR COLLABORATION SPECIAL?

Jacques Cavallier: Working with Alberto is very unique. He surprises me again and again. There is no jealousy between us. I appreciate his work immensely and I am honestly happy when he succeeds in another legendary creation. I consider him part of my family and we rejoice in each other's success. For almost four years, I have also been working with my daughter Camille to train her and pass on the family tradition. The nice thing is that we can exchange ideas.

MR MORILLAS, DO YOUR CHILDREN ALSO WORK IN THE PERFUME INDUSTRY?

Alberto Morillas: I have three children, but none wanted to take on this challenge, unfortunately. Only my daughter Véronique works with me in our family project with »

» HERR MORILLAS, ARBEITEN IHRE KINDER AUCH IN DER PARFUM-BRANCHE?

Alberto Morillas: Ich habe drei Kinder, aber keines wollte sich auf diese Herausforderung einlassen, leider, nur meine Tochter Véronique arbeitet in unserem Familienprojekt mit Duftkerzen mit mir. Um in dieser Branche Fuss fassen zu können, braucht es Leidenschaft pur. Parfums zu kreieren bedeutet nicht einfach Dinge zusammenzumischen, sondern fordert neben Talent und Know-how auch Visionen.

WIE SCHAFFEN SIE ES, SICH IMMER WIEDER NEUEN HERAUSFORDERUNGEN ZU STELLEN UM ECHTE NEUHEITEN ZU ERSCHAFFEN?

Alberto Morillas: Neue Inspiration kommt bei mir jeden Morgen ganz natürlich. Ich hege eine grosse Leidenschaft für meinen Beruf. Jedes neue Briefing gibt mir eine neue Inspiration und eine neue Vision für den Duft.
Jacques Cavallier: Unser Beruf ist eine Passion und eine Geisteshaltung. Heute morgen habe ich unterschiedliche Arten von Patchouli probiert und Patchouli habe ich in meinem Leben wahrscheinlich bereits 50000 Mal gerochen. Aber heute hatte ich ganz neue Gefühle dabei und habe wieder ganz neue Facetten entdeckt – vielleicht nur weil ich ein wenig älter als gestern bin und meine Stimmung oder das Klima heute anders sind als gestern.

WIRD ES IN ZUKUNFT IN DER PARFUM-BRANCHE GROSSE VERÄNDERUNGEN GEBEN?

Jacques Cavallier: Ja, ganz klar. Es geht dabei einerseits um Transparenz, die Art und Weise wie wir die Flaschen oder Inhaltsstoffe produzieren, aber auch die Anzeigen und Werbung werden sich verändern. Auch die künstliche Intelligenz wird immer eine grössere Rolle spielen. Das sind gute Neuigkeiten für den Konsumenten. Was immer bleiben wird, ist die Idee und die Liebe, die vom Menschen kommt und die kann keine Maschine ersetzen.
Alberto Morillas: Vor über 50 Jahren habe ich als Parfümeur angefangen. Es hat sich vieles in der Zeit verändert, aber das Gefühl ist immer das Gleiche geblieben.

WAS LIEBEN SIE AN IHREM METIER AM MEISTEN?

Jacques Cavallier: Ich liebe alle Facetten. Von der Idee, über Ingredienzien die ich personalisieren kann, die Erarbeitung der Kreation, die Zusammenarbeit mit meinem Team bis zum Teilen der Düfte mit anderen.
Alberto Morillas: Bei mir ist es das neue Briefing, das es mir ermöglicht neue Moleküle zu kreieren.

WAS WIRD NÄCHSTE TREND-INGREDIENZ?

Jacques Cavallier: Unsere Branche lebt vom Geheimnis, darum kann ich nicht viel dazu sagen. Aber wir experimentieren mit Holz-Noten. «

«Jeden Tag,
an dem wir
etwas
kreieren
können,
sind wir
glücklich
und frei.»

Jacques Cavallier

«Every day that
we can create
something,
we are happy
and free.»

Jacques Cavallier

» scented candles. To gain a foothold in this industry, you need pure passion. Creating perfumes is not just mixing things together, it requires talent and know-how as well as vision.

HOW DO YOU MANAGE TO KEEP FACING NEW CHALLENGES IN ORDER TO CREATE REAL NOVELTIES?

Alberto Morillas: New inspiration comes naturally to me every morning. I have a great passion for my profession and I am far too curious to repeat myself, because we have so many endless possibilities, I am always looking for something new. Each new briefing gives me a new inspiration and a new vision for the fragrance.

Jacques Cavallier: Our profession is a passion and a state of mind. This morning I tasted different types of patchouli and I have probably smelled patchouli 50000 times in my life. But this morning I had completely new feelings about it and discovered completely new facets again - maybe just because I am a little older than yesterday and my mood or the climate are different today than yesterday. Every day that we can create something, we are happy and free. As soon as we have completed a fragrance, it belongs to the world. For us, the next project is always the most important.

WILL THERE BE BIG CHANGES IN THE PERFUME INDUSTRY IN THE FUTURE?

Jacques Cavallier: Yes, quite clearly. On the one hand, it's about transparency; the way we produce the bottles or ingredients, but also the ads and advertising will change. Artificial intelligence will also play an ever greater role. This is good news for the consumer. What will always remain is the idea and the love that comes from humans, and no machine can replace that.
Alberto Morillas: I started as a perfumer over 50 years ago. A lot has changed in the meantime, but the feeling has always remained the same.

WHAT DO YOU LOVE MOST ABOUT YOUR JOB?

Jacques Cavallier: I love all the facets. From the idea to the ingredients that I can personalise, to the elaboration of the creation, to the collaboration with my team, to sharing the fragrances with others.
Alberto Morillas: For me, it's the new brief that allows me to create new molecules.

WHAT WILL BE THE NEXT TREND INGREDIENT?

Jacques Cavallier: Our industry thrives on mystery, so I can't say much about that. But we are experimenting with wood notes. «



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



BEACH-BABES

Rechtzeitig zum Sommer schenkt uns Meister-Parfumeur Jacques Cavallier einen glamourösen Hauch Strand-Feeling, für alle, die es diesen Sommer nicht ans Meer schaffen. Dank Yuzu, Neroli, Rosa Pfeffer, Rosmarin, Sand, Thymian, Nelken und Zypresse lässt einen der Unisex-Duft regelrecht den Sand zwischen den Zehen fühlen.

BEACH BABES

Just in time for summer, master perfumer Jacques Cavallier gives us a glamorous touch of beach feeling for all those who can't make it to the seaside this summer. Thanks to yuzu, neroli, pink pepper, rosemary, sand, thyme, cloves and cypress, this unisex fragrance makes you feel the sand between your toes.

Louis Vuitton «On the Beach», 100 ml, ca. CHF 250.–, www.louisvuitton.com



AUF DEN FISCH GEKOMMEN

Nach der Kraft der Pflanzen und der Bienen setzt die neue Linie von Valmont auf die Wirksamkeit des in der Dordogne gezüchteten Ossietra-Störs. Um an das Geheimnis der Langlebigkeit zu kommen, wird in den Laboratorien ein Molekül des männlichen Störs extrahiert. Dazu werden Mineralstoffe wie Magnesium, Mangan und Selen kombiniert, um Pigmentstörungen zu korrigieren, die Haut zu straffen und verfeinern sowie die Jugendlichkeit zu erhalten.

A TASTE FOR GOT A FISH

After the power of plants and bees, Valmont's new line relies on the effectiveness of Ossietra sturgeon, bred in the Dordogne. To get the secret of longevity, a molecule of male sturgeon is extracted in the laboratories. Minerals such as magnesium, manganese and selenium are combined to correct pigmentation disorders, tighten and refine the skin and preserve youthfulness.

Valmont «L'Elixir des Glaciers Essence of Gold Sturgeon Merveilleux», ab ca. CHF 350.–www.lamaisonvalmont.com

M. Asam
«Vitamin C Intense Glow
Moisturizing Cream»,
100 ml, ca. CHF 65.–



SUSTAINABLE

Das deutsche Unternehmen Asam Beauty setzt seit 1963 auf wirkungsvolle Premium-Kosmetik. Die Produkte werden in den eigenen Laboratorien. Die Vitamin C-Linie schenkt der Haut dank hoher Dosierung einen Kick und fördert die Bildung von haut eigenem Kollagen. Kurkuma sorgt für einen guten Schutz vor freien Radikalen.

The German family-owned company M. Asam Beauty has been focusing on effective premium cosmetics since 1963. The products are developed and manufactured in their own laboratories. The vitamin C line gives the skin a kick thanks to high dosages and promotes the formation of the skin's own collagen. Turmeric provides good protection against free radicals.

Foto: © Louis Vuitton PD / zVg



AB AN DIE FRANZÖSISCHE RIVIERA

Mit dem Unisex-Parfum «Eden-Roc» ist Meister-Parfumeur François Demachy eine wunderschöne Hommage an das legendäre Luxus-Hotel Cap Eden Roc in Antibes gelungen. Für eine sonnendurchflutete Atmosphäre sorgen Noten von Meersalz, Zitrusfrüchten, Mineralien, Jasmin, Kokosnuss, Mastix-Harz, Pinien und Labdanum.

OFF TO THE FRENCH RIVIERA

With the unisex perfume «Eden-Roc», master perfumer François Demachy has succeeded in creating a beautiful homage to the legendary luxury hotel Cap Eden Roc in Antibes. Notes of sea salt, citrus fruits, minerals, jasmine, coconut, mastic resin, pine and labdanum create a sun-drenched atmosphere.

Dior «La Collection Privée Eden-Roc», 125 ml, ca. CHF 250.–, www.dior.com



MODERNES MÄRCHEN

Vom Flüchtling zum Topmodel: Adut Akech ist zurzeit eines der gefragtesten Talente der Modeindustrie. Jetzt ist die schöne Sudanesein auch noch globale Brand Ambassadorin von Estée Lauder.

From refugee to top model: Adut Akech is currently one of the most sought-after talents in the fashion industry. Now the beautiful Sudanese is also the global brand ambassador for Estée Lauder. www.esteelauder.com

SONNE AUF DER HAUT

Neben Duftkerzen setzt das französische Haus Diptyque immer mehr auf Parfums. Passend zum Sommer fängt die neue Duft-Linie «Ilio» die Sonne olfaktorisch ein. Sie ist erhältlich als Eau de Toilette oder als Parfum für die Haare. Im Zentrum des Unisex-Parfums steht die Feige. Wie wird umrundet von Bergamotte, Iris und Jasmin.

SUN ON THE SKIN

In addition to scented candles, the French house Diptyque is increasingly focusing on perfumes. In keeping with the summer, the new fragrance line «Ilio» captures the sun olfactorically. It is available as an eau de toilette or as a perfume for hair. Fig is at the centre of the unisex perfume. It is surrounded by bergamot, iris and jasmine.

Diptyque «Eau de Toilette Ilio», 100 ml, ca. CHF 125.–, www.diptyqueparis.com





Die Domaine Clarins, ein Freiluftlabor

Als echter Pionier hatte Jacques Courtin-Clarins, der Gründer der Marke, schon sehr früh die Intuition, dass die privilegierte Umgebung der Alpen Wirkstoffe hervorbringen kann, die der Haut auf natürliche Weise gut tun.

As a true pioneer, Jacques Courtin-Clarins, founder of the brand, had the intuition very early on that the privileged environment of the Alps could generate active ingredients naturally beneficial to the skin.

www.clarins.com

Die Domaine Clarins wurde 2016 gegründet und ist die Krönung eines Traums, die Frucht der unerschütterlichen Leidenschaft von Clarins für die Natur und ein offenes Fenster in die Zukunft der Schönheit. Ein Garten Eden, eingebettet im Herzen eines majestätischen 80000 Hektar grossen Geländes in den französischen Alpen, auf einer Höhe von 1400 Metern.

Die Domaine Clarins ist mehr als nur ein Garten. Sie steht für eine echte Unternehmensphilosophie, die mit dem Schutz der Umwelt und der Artenvielfalt verbunden ist. Die Vorteile der Natur zu nutzen bedeutet, sie besser kennenzulernen, sich ihrer Zerbrechlichkeit und der Notwendigkeit, sie zu schützen, bewusst zu sein. Christian Courtin-Clarins wurde sich dessen bewusst, als 1985 seine erste Tochter geboren wurde.

Dies war der Beginn eines visionären Engagements. Eine schöne Begegnung mit Prinz Sadrudin Aga Khan und seiner Stiftung für die Umwelt im Jahr 1993 gab diesem Streben nach Erhaltung der Alpen durch eine fruchtbare Partnerschaft mit «Alp'Action» konkreten Ausdruck. Um seinen Ansatz für den Standort langfristig zu verankern, entschied sich Clarins für den Erwerb dieses Grundstücks, der Domaine Clarins, und für die »

The Domaine Clarins was created in 2016 and is the culmination of a dream, the fruit of Clarins' unwavering passion for nature and an open window on the future of beauty. A Garden of Eden in the heart of a majestic 80,000 hectare site in the French Alps, nestled at an altitude of 1,400 meters.

More than a garden, the Clarins Estate represents a true corporate philosophy linked to the protection of the environment and biodiversity. Using the benefits of nature means getting to know it better, being aware of its fragility and the need to protect it. Christian Courtin-Clarins became aware of this when his first daughter was born in 1985.

This was the beginning of a visionary commitment. In 1993, a beautiful meeting with Prince Sadrudin Aga Khan and his foundation for the environment gave concrete expression to this quest to preserve the Alps through a fruitful partnership with Alp'Action. To anchor its approach to the site in the long term, Clarins chose to acquire this parcel of land, the Clarins Estate, and to establish a REO (* Real Environmental Obligation) for a period of 99 years, the maximum duration allowed by the REO mechanism. »



» Einrichtung einer REO (* Real Environmental Obligation) für einen Zeitraum von 99 Jahren. Das ist die maximale Dauer, welche die REO-Verpflichtung erlaubt.

In diesem Freiluftlabor vereint Clarins alle Vorzüge einer tugendhaften und qualitativ hochwertigen Produktion: Pflanzen, die im Einklang mit den Jahreszeiten wachsen, Respekt für die Natur, ein Boden in Höhenlage, der nicht mit Schadstoffen belastet ist, und nach den Kriterien des biologischen Anbaus bewirtschaftet wird. Keine schweren mechanischen Geräte, die den Boden «traumatisieren» könnten. Nur Pferde wissen, wie man sanft pflügt und dabei das Leben des Bodens respektiert, der reich an wertvollen Regenwürmern ist. Im Jahr 2019 wurden 20 Arten geerntet und in den Clarins-Labors analysiert, wobei nicht weniger als 865 Proben untersucht wurden.

Diese idealen Produktionsbedingungen führen zu einer optimalen Kultur der Pflanzen. Das bedeutet, dass die Pflanzen voller hochwertiger Wirkstoffe sind. Und es sind die besten Wirkstoffe, welche die besten Hautpflegeprodukte ergeben... ganz natürlich. Die Domaine Clarins und Clarins stellen sich heute und morgen der Herausforderung, mehr zu tun, es besser zu tun und zu lieben, was was sie tun. «

» In this open-air laboratory, Clarins combines all the assets of a virtuous and quality production: plants that grow according to the seasons, respecting nature, the environment of a soil that is never polluted, at altitude and according to the criteria of an organic culture. In 2019, 20 species were harvested and analyzed in Clarins laboratories with no less than 865 samples studied. No heavy mechanical equipment likely to „traumatize“ the soil. Only horses know how to plow gently while respecting the life of the soil, rich in precious earthworms.

These ideal conditions of production result in an optimal culture of the plants. This means that the plants are full of quality active ingredients. And it is the best active ingredients that make the best skin care products... naturally. With Domaine Clarins, today and tomorrow, Clarins is taking on the challenge of doing more, doing it better and loving it. «



Clarins engagiert sich aktiv für Biodiversität.
To see the video of the campaign.

L'Instant CLARINS

Brauchen Sie einen Energie-Shot? Eine Tänzerin, eine Food-Bloggerin, eine Journalistin und eine TV-Moderatorin – Clarins hat inspirierende Frauen gebeten, ihre Geheimnisse und Tipps zu verraten um in Form zu bleiben und einen strahlenden Teint zu bekommen!

Would you like a shot of energy? A dancer, a food blogger, a journalist and a TV presenter, Clarins asked inspiring women to share their secrets and tips for staying in shape with a radiant complexion!

© Thomas Buchwalder (fotos)



Hier gehts zum Video der Kampagne
To see the video of the campaign.

CLARINS

Für Christa Rigozzi ist es entscheidend, sich um ihr Wohlbefinden zu kümmern und Energie zu tanken. Denn Energie braucht die Geschäftsfrau, Ehefrau und Vollzeitmutter auf jeden Fall: «Energie gibt einem den Willen und die Kraft, seine Träume zu verwirklichen.» Für Mélanie Freymond reimt sich Energie auf Ausgeglichenheit, Lebensfreude und Harmonie. Die Journalistin und TV-Moderatorin tankt auf, indem sie Zeit mit ihrer Familie und Freunden verbringt.

Zoe Torinesi, Foodbloggerin und Kochbuchautorin erklärt, dass Essen und Energie eng miteinander verbunden sind: «Wenn wir unseren Körper mit den Zutaten versorgen, die er braucht, um sich gut zu fühlen, führt das automatisch zu mehr Energie.» Laut Christa Rigozzi muss man nicht 1000 Produkte verwenden. Zwei oder drei genügen – vorausgesetzt, es sind die richtigen! Suchen Sie nach Ihrem neuen Beauty-Verbündeten, um die Ausstrahlung und Energie Ihrer Haut zu steigern? Clarins «Extra-Firming Energy» ist für Sie da!

Wohlbefinden ist in erster Linie eine Lebens-einstellung, welche Kosmetik, Essen und Lebensstil verbindet. Dr. Olivier Courtin-Clarins

For Christa Rigozzi, taking care of her well-being to fill up on energy is crucial. It is true that this businesswoman, wife and full-time mother definitely needs energy: «Energy is giving oneself the will and the means to follow one's dreams.» For Mélanie Freymond, energy rhymes with balance, joie de vivre and harmony. This journalist and TV presenter fills up with resources by spending time with her family and friends.

Zoe Torinesi, a foodblogger, cookbook author and host, states that food and energy are closely linked: «If we provide our bodies with the ingredients they need to feel good, it automatically results in more energy.» No need to use 1000 products, according to Christa Rigozzi. Two or three can do the trick, provided they are the right ones! Looking for your new beauty ally to boost your skin's radiance and energy? Clarins Extra-Firming Energy is calling for you!

«Wellness is above all a state of mind that combines cosmetics, nutrition and lifestyle.»

Dr. Olivier Courtin-Clarins

COTE ESCAPE

DIE WELT ERLEBEN: HOTELS, KÜCHE UND REISE-LUXUS NEU DEFINIERT

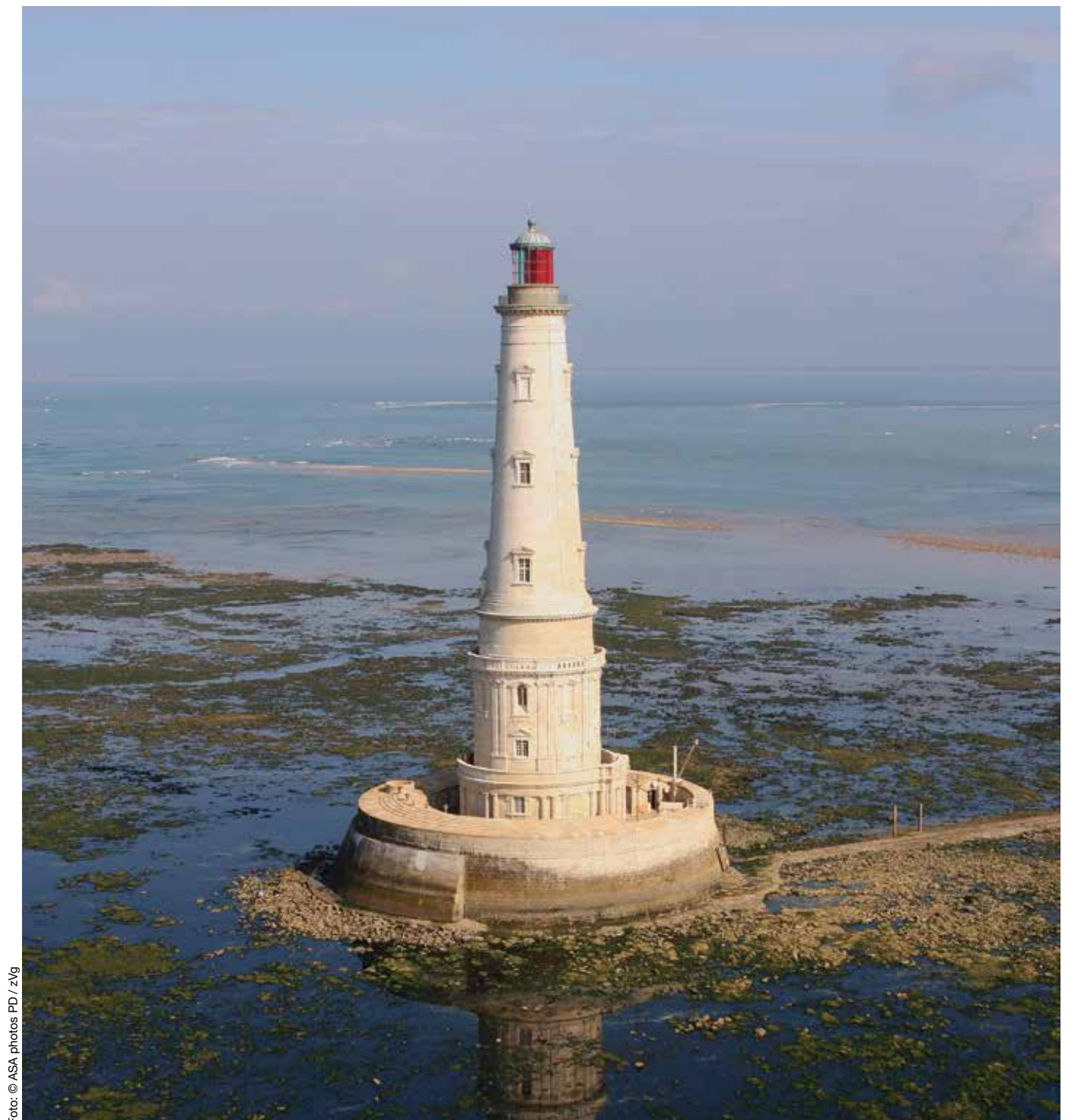


Foto: © ASA photos PD / zVg

Das «Versailles» der Leuchttürme in der Nähe von Bordeaux...

BORDEAUX

La Belle

Bordeaux ist mit seinen exquisiten Weinen in aller Munde. Doch ganz unmerklich hat ein moderner Esprit die historische Stadt verjüngt und den Blick über die Rebberge hinaus in die attraktive Umgebung geschärft.

Bordeaux is on everyone's lips with its exquisite wines. But quite imperceptibly, a modern esprit has rejuvenated the historic city and sharpened the view beyond the vineyards into the attractive surroundings.

Beatrice Hirt (text) © G. Gardette, B. Bolton, Anthony Durand PD / zVg (fotos)

Hier lässt es sich aushalten: Das Luxushotel «La Maison d'Estournel» ausserhalb von Bordeaux.
This is the place to stay: The luxury hotel «La Maison d'Estournel» outside Bordeaux.



Die Terrasse des «La Maison d'Estournel» lädt zur gepflegten Teatime.
The terrace of the «La Maison d'Estournel» invites you to a cultivated teatime.

The Beautiful Unknown

Das Entdecken dieses anderen Bordeaux beginnt am Fusse eines nördlich gelegenen Weinbergs in der Region Médoc. Im «La Maison d'Estournel», einem eleganten Anwesen aus dem 18. Jahrhundert, wird anspruchsvoll, aber informell die Kunst des französischen Lebensstils gepflegt. Das widerspiegelt sich auch in der Einrichtung der vierzehn Gästezimmer. Alles scheint auf die grüne, beruhigende Landschaft ausgerichtet zu sein, die tiefen Farben des Samtes auf dem Mobiliar ebenso wie die stilisierten, gestickten Blumenmotive der Vorhänge. Edle Materialien prägen den modernen Landhausstil im ganzen Maison und tragen massgeblich zum hohen Wohlfühlfaktor bei.

Dass an diesem Ort vieles mit Freude und einer Prise Humor gemacht wird, verrät die Bibliothek, wo man beim Verweilen persönliche Bücher und dezent platzierte Fotos des Besitzers Michel Reybier entdecken kann. Es ist, als würde man selbst ein bisschen zur Familie gehören. Das weckte auch den Wunsch nach einem authentischen Nachtessen in der Nachbarschaft. Die dafür engagierte «Private Travel Assistant» Laurence, die nicht nur mit Land und Leuten vertraut »

Discovering this other Bordeaux begins at the foot of a northern vineyard in the Médoc region. At the «La Maison d'Estournel», an elegant 18th-century estate, the art of the French lifestyle is cultivated in a sophisticated but informal manner. This is also reflected in the furnishings of the fourteen guest rooms. Everything seems to be oriented towards the green, calming landscape, the deep colours of the velvet on the furniture as well as the stylised, embroidered floral motifs on the curtains. Fine materials characterise the modern country house style throughout the Maison and contribute significantly to the high feel-good factor.

The library, where you can discover personal books and discreetly placed photos of the owner Michel Reybier, reveals that a lot is done with joy and a pinch of humour in this place. It's like being part of the family yourself. This also awakened the desire for an authentic dinner in the neighbourhood. The «Private Travel Assistant» Laurence hired for this, who is not only familiar with the country and its people, but also with the VIP codes of her guests, promises a unique, tailor-made adventure. »



Hier ist man gerne Gast. Die «La Maison d'Estournel» ist ein Hotel mit der Atmosphäre eines eleganten Privathauses.
It is a pleasure to be a guest here. The «La Maison d'Estournel» is a hotel with the atmosphere of an elegant private home.

» ist, sondern auch mit den VIP-Codes ihrer Gäste, verspricht ein einzigartiges, massgeschneidertes Abenteuer.

STERNEKÖCHE UND PARISER:INNEN HALTEN EINZUG
Nach der Ankunft im kleinen Dorf Saint-Christoly-Médoc, das eine atemberaubende Aussicht auf die Gironde-Mündung bietet, überrascht uns Laurence beim Besuch eines Antiquariats mit einem Gläschen «Lillet», dem berühmten Apérogetränk aus der Bordeaux-Region. Ein ortsansässiger Kunde erzählt derweil, dass immer mehr Leute aus Paris Herrschaftshäuser in diesem Gebiet kaufen würden, seitdem der Hochleistungszug nur noch etwas mehr als zwei Stunden nach Bordeaux benötige. Dieser Pariser Esprit ist tatsächlich spürbar, auch in der Stadtentwicklung – nicht zuletzt an der zunehmenden Präsenz von Sterneköchen.

Unser Hunger ist nun angeregt, die Autofahrt geht weiter, bald weg von der Strasse, wahrlich über Stock und Stein – bis direkt aus dem Nichts eine malerische Fischerhütte auftaucht. In dieser winzigen, versteckten «Carrelet» am Ufer der Gironde hat Laurence, unterstützt von einer Landfrau, ein kaltes Diner mit lokalen Spezialitäten vorbereitet, das sie jetzt stilvoll auf Porzellantellern und mit lokalen Kristall-Weingläsern nach französischer Etikette serviert. Mit Blick auf den Fluss steht die Zeit still. Pure Entspannung stellt sich ein.

DER LEUCHTTURM DER KÖNIGE
Der Fluss bietet sich als ideale Reiseroute an, um mit einem Schiff bis zur Atlantikküste zu segeln, wo in Cordouan der älteste, noch aktive Leuchtturm des Landes steht, genannt «Le Versailles de la Mer» – wohl weil er seit seiner Erbauung 1611 bei allen französischen Königen sehr beliebt war. Doch dort übernachtet hatte keiner von ihnen, obwohl es im sechs Stockwerke hohen Turm eine Königswohnung und eine Kapelle gibt. Entsprechend überwältigend ist der Innenausbau. Dafür lohnt es sich, die 301 Stufen in Angriff zu nehmen!

AUSTERN, DÜNEN UND EXTRAVAGANTE VILLEN
Eine traditionelle Segelyacht eignet sich auch perfekt, um die faszinierenden Facetten des Bassin d’Arcachon zu erkunden, das eine knappe Autostunde südwestlich von Bordeaux liegt. Die Spuren des Luxus-Badeorts aus dem 19. Jahrhundert sind noch deutlich erkennbar. Etwa die gut erhaltenen, extravaganten Villen, die endlosen weissen Sandstrände, die kleinen Fischerdörfer oder die Austernbänke um die Insel in der Mitte des Bassins. Dieses mannigfaltige Panorama schliesst am »

«Der Fluss bietet sich als ideale Reiseroute an, um mit einem Schiff bis zur Atlantikküste zu segeln, wo in Cordouan der älteste, noch aktive Leuchtturm des Landes steht.»

» STAR CHEFS AND PARISIANS MAKE THEIR ENTRANCE
After arriving in the small village of Saint-Christoly-Médoc, which offers a breathtaking view of the Gironde estuary, Laurence surprises us with a glass of «Lillet», the famous aperitif drink from the Bordeaux region, while visiting an antique shop. Meanwhile, a local customer tells us that more and more people from Paris are buying mansions in this area since the high-capacity train only takes a little more than two hours to Bordeaux. This Parisian esprit is indeed noticeable, also in the city's development - not least in the increasing presence of star chefs.
Our appetites now whetted, the drive continues, soon off the road, truly over hill and dale - until a picturesque fisherman's hut appears right out of nowhere. In this tiny, hidden «carrelet» on the banks of the Gironde, Laurence, assisted by a country woman, has prepared a cold dinner of local specialities, which she now serves in style on china plates and with local crystal wine glasses according to French etiquette. With a view of the river, time stands still. Pure relaxation sets in.

THE LIGHTHOUSE OF KINGS
The river is an ideal itinerary for sailing a boat to the Atlantic coast, where Cordouan is home to the oldest still-active lighthouse in the country, called «Le Versailles de la Mer» – probably because it has been very popular with all the French kings since it was built in 1611. But none of them spent the night there, although there is a royal flat and a chapel in the six-storey tower. The interior is correspondingly overwhelming. For that, it is worth tackling the 301 steps!

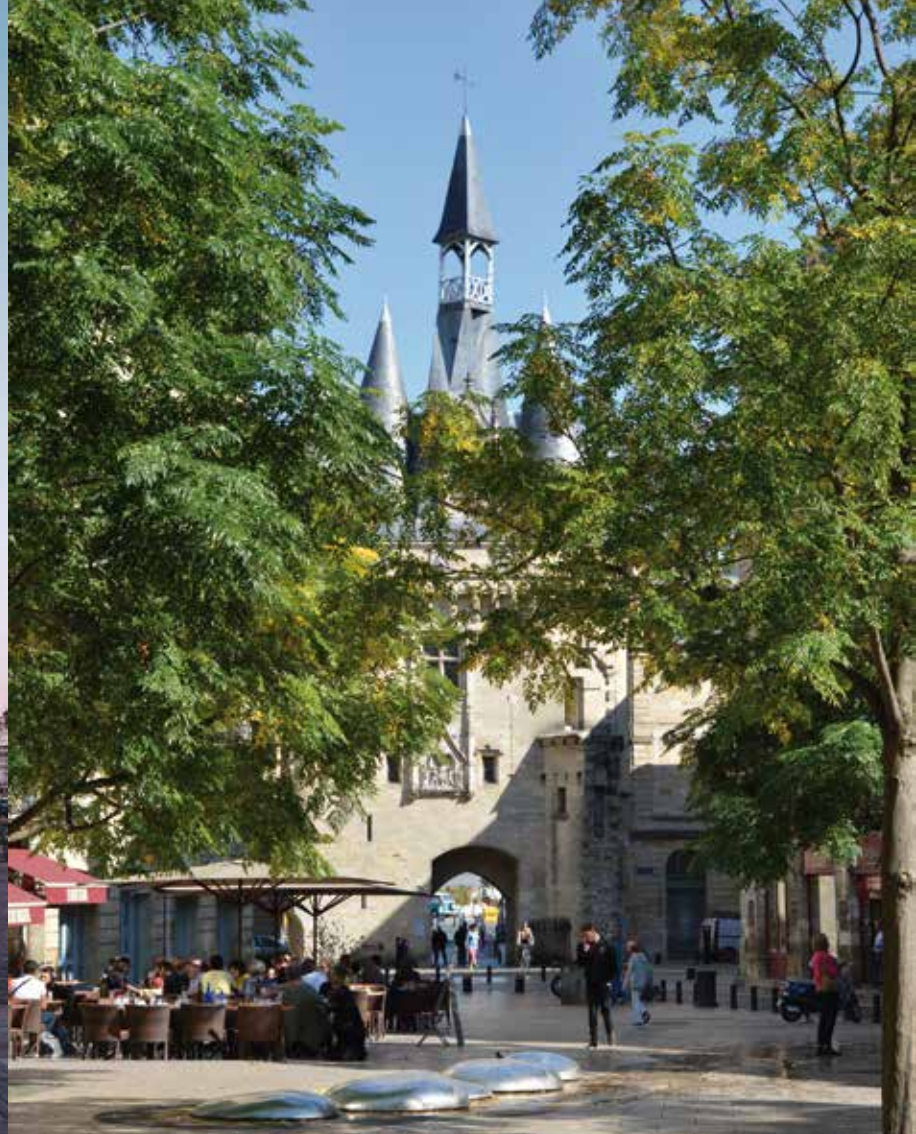
OYSTERS, DUNES AND EXTRAVAGANT VILLAS
A traditional sailing yacht is also perfect for exploring the fascinating facets of the Bassin d'Arcachon, located less than an hour's drive southwest of Bordeaux. The traces of the 19th century luxury seaside resort are still clearly visible. For example, the well-preserved, extravagant villas, the endless white sandy beaches, the small fishing villages or the oyster beds around the island in the middle of the basin. This manifold panorama ends at the southern exit with the highest dune in Europe.
If you are still undecided which of the various areas might be particularly interesting, the best way to get a n overview is to take a balloon ride. There is also a forest bordering the ocean to the west and the largest lake in France to the east, fifteen golf courses from Saint-Emilion to Arcachon-Bassin, the Gironde Islands in the heart of the estuary and much more. »

Fotos: © Thomas Sanson, © ASA photos PD / zVg



Segeln hart am Wind auf der Garonne. Im Leuchtturm gibt es eine Wohnung mit Kapelle für die Könige Frankreichs.
Sailing hard on the wind on the Garonne. In the lighthouse there is a flat with a chapel for the kings of France.





Abendstimmung an der Place de la Bourse in Bordeaux. Die Stadt, ihre
Parks und Sehenswürdigkeiten kann man perfekt mit dem Velo entdecken.
Evening atmosphere at the Place de la Bourse in Bordeaux. The city, its
parks and sights are perfect to discover by bike.

» südlichen Ausgang mit der höchsten Düne Europas ab. Wer noch unentschieden ist, welche der verschiedenen Gegenden besonders interessant sein könnte, verschafft sich am besten bei einer Luftballonfahrt einen Überblick. Es gäbe da nämlich noch einen Wald, der im Westen an den Ozean und im Osten an den grössten See Frankreichs grenzt, überdies fünfzehn Golfplätze von Saint-Emilion bis zum Arcachon-Bassin, die Gironde-Inseln im Herzen der Flussmündung und einiges mehr.

ARCHITEKTONISCHER REICHTUM

Die Stadt Bordeaux selbst kann man definitiv nicht nah genug an sich heranlassen. Wohl lässt es sich entlang der Garonne ganz angenehm von Blätterdach zu Blätterdach radeln. Trotzdem gibt es nichts Reizvolleres, als die französische Art-de-Vivre hautnah mitzuerleben – besonders da sie sich in jedem Quartier wieder etwas anders gibt. Der Mittelpunkt der Stadt, die Place de la Bourse mit dem Palais von Louis XV, ist umsäumt von majestätischen Fassaden aus dem 18. Jahrhundert, die einst den Wohlstand aus Wein- und Kolonialhandel repräsentieren sollten. Rund 5000 dieser klassizistischen Gebäude stellte die Stadt-Regierung dann in den 1960er-Jahren unter Denkmalschutz. Seither gehegt und gepflegt, wurde 2007 die gesamte Altstadt zum UNESCO Weltkulturerbe erklärt. Wichtig für die Ernennung war neben dem architektonischen Reichtum von Bordeaux aber auch die aufwändig kultivierte Anziehungskraft seiner lebendigen und kosmopolitischen Viertel.

KUNST IM U-BOOT-BUNKER

Ein bemerkenswertes Beispiel ist das Bacalan, dieses alte Quartier der Werften und Hafenarbeiter, wo sich der finstere und sprengungsresistente U-Boot-Bunker aus dem zweiten Weltkrieg inzwischen zum weltweit grössten digitalen Art Center «Les Bassins de Lumières» gemausert hat und kontinuierlich die ganze Umgebung aufwertet.

Ähnliches geschah schon in den 1980er-Jahren mit dem Einzug des Museums für zeitgenössische Kunst CAPC in ein ehemaliges Kolonialwarenlager im heruntergekommenen Quartier Chartrons. Die bedeutende Sammlung des Hauses zog bald Besucher aus der ganzen Welt an und hauchte dieser wenig rühmlichen Gegend über Nacht neues Leben ein. Der Bürgermeister doppelte nach und veranlasste zehn Jahre später die Renovation des nahegelegenen «Marché des Chartrons». Danach herrschte in der einst verlassenen Markthalle aus dem 19. Jahrhundert wieder emsiges Treiben. Heute ist die Gegend ein Hotspot, vergleichbar mit dem Pariser Marais. Bordeaux hat es einmal mehr verstanden, mit der Zeit zu gehen ohne dem Viertel seinen Charakter und seine Identität zu nehmen. »

«There is
nothing more
delightful than
witnessing the
French art-de-
vivre a little
differently in
each neigh-
bourhood.»

» ARCHITECTURAL RICHES

You definitely can't get close enough to the city of Bordeaux itself. It's certainly pleasant to cycle from canopy to canopy along the Garonne. Nevertheless, there is nothing more appealing than experiencing the French art-de-vivre at first hand - especially since it is different in every neighbourhood.

The centre of the city, the Place de la Bourse with the Louis XV palace, is surrounded by majestic 18th-century façades that were once meant to represent the prosperity from wine and colonial trade. The city government then listed around 5000 of these classicist buildings in the 1960s. Since then, the entire old town was declared a UNESCO World Heritage Site in 2007. In addition to the architectural richness of Bordeaux, the lavishly cultivated appeal of its lively and cosmopolitan neighbourhoods was also important for the designation.

ART IN THE SUBMARINE BUNKER

A remarkable example is Bacalan, this old quarter of shipyards and dockworkers, where the sinister and blast-resistant submarine bunker from the Second World War has meanwhile morphed into the world's largest digital art centre, «Les Bassins de Lumières», and is continuously upgrading the entire neighbourhood.

Something similar happened in the 1980s when the CAPC Contemporary Art Museum moved into a former colonial warehouse in the run-down Chartrons neighbourhood. The museum's important collection soon attracted visitors from all over the world and breathed new life into this less than glorious area overnight. The mayor doubled down and ten years later ordered the renovation of the nearby «Marché des Chartrons». After that, the once abandoned 19th century market hall was bustling again. Today, the area is a hotspot, comparable to the Marais in Paris. Bordeaux has once again understood how to move with the times without taking away the district's character and identity. »

Fotos: © Teddy Verneuil © Jesbroz © Łoic Graniczny, © Bordeaux Metropole

Bordeaux Top-Adressen



Das «Bordeaux Intercontinental», frühmorgens am Quai, Monet digital im ehemaligen UBoot-Bunker.
The «Bordeaux Intercontinental», early in the morning on the quay, Monet digital in the former submarine bunker.



HOTELS

Die Schönheit der Landschaft mit ihrer Einfachheit und Authentizität ist im ganzen Haus wiedererkennbar. Das Design ist sensibel auf das ursprüngliche Gebäude aus dem 18.Jh abgestimmt und steht für einen luxuriösen, schlichten Landhausstil in der Region Médoc.

lamaison-estournel.com

Das beeindruckende «Bordeaux Intercontinental» mitten im Zentrum gilt als eines der besten Hotels in ganz Frankreich. Das Haus verfügt über drei Restaurants und eine Dachterrasse, wo bei das mit zwei Michelin-Sternen gekrönte Gourmet-Lokal von keinem Geringeren als Gordon Ramsay geführt wird

bordeaux.intercontinental.com

Ein 4-Zimmer-Stadthaus in der Altstadt als Alternative zum Fünfsterne-Hotel, auf Wunsch mit Privatkoch. «La Maison de Laurence» verleiht dem Aufenthalt einen Hauch Eleganz und Einblick in den französischen Lebensstil. Nur als Ganzes zu mieten. Eröffnet am 1. Juli 2021

laurenceexperiencesfrance.com/lamaisondelaurencebordeaux

RESTAURANTS

Das Duo Florent Press und Roman Le Gouillou wurde von Gault & Millau als Young Talent vermerkt. Ihre hochstehende französische Küche mit Akzenten von Polynesien, Indien oder Asien, servieren sie in einem modernen, lockeren Setting in der Altstadt.

www.bo-tannique.com

Fabien Beaufour kreierte für seine Qualitäts-Küche ein Fine-Dining- und Casual-Sharing-Konzept im Chartrons. Die Geschmacksrichtung ist intensiv und kontrastreich, die Philosophie entspannt: Können auf hohem Niveau zelebrieren und unaufgeregt genießen.

cent33.com

HOTELS

The beauty of the countryside, with its simplicity and authenticity, is recognisable throughout the house. The design is sensitive to the original 18th century building and represents a luxurious, simple country house style in the Médoc region.

<http://www.lamaison-estournel.com>

The impressive «Bordeaux Intercontinental» in the centre of town is considered one of the best hotels in France. The hotel has three restaurants and a roof terrace. The gourmet restaurant, crowned with two Michelin stars, is run by none other than Gordon Ramsay.

bordeaux.intercontinental.com

A 4-room townhouse in the old town as an alternative to a five-star hotel, with private chef on request. «La Maison de Laurence» adds a touch of elegance and insight into the French lifestyle. For rent as a whole only. Opened 1 July 2021.

www.ceptunes.com

RESTAURANTS

The duo Florent Press and Roman Le Gouillou were noted as Young Talent by Gault & Millau. They serve their high quality French cuisine with accents of Polynesia, India or Asia in a modern, relaxed setting in the old town.

www.cent33.com

Fabien Beaufour created a fine-dining and casual-sharing concept at Chartrons for his quality cuisine. The flavours are intense and contrasting, the philosophy relaxed: Celebrate skill at a high level and enjoy it unagitatedly.

[Instagram.com/fredericcasseltunis](https://www.instagram.com/fredericcasseltunis)



Modernes Kontrastprogramm: Das Hotel «La Co(o)rniche» von Philippe Starck in Pyla-sur-Mer mit Europas höchsten Dünen. www.lacoorniche-pyla.com
Modern contrast: The hotel «La Co(o)rniche» by Philippe Starck in Pyla-sur-Mer with Europe's highest dunes. www.lacoorniche-pyla.com



DESIGN-GESCHÄFT

Karine und Frédéric Aguiard führen nördlich der Altstadt im Herzen der exklusiven Einkaufswelt des Triangle d'Or einen Interiordesign-Shop der Extraklasse, den sie wegen ihres vilesseitigen Engagements Laboratoire de Création nennen.

coutumestudio.fr

ECO-TOURISMUS AGENTUR

Das Gründerteam von Ecotours ist in der Gegend von Arcachon aufgewachsen und engagiert sich mit spannenden Ideen für nachhaltigen Tourismus und Heimatschutz. Dazu gehören Segeltouren mit einer traditionellen Yacht im Bassin d'Arcachon.

arcachonecotours.com

ART SPACE

«Monet, Renoir... Chagall, Voyages en Méditerranée; vom Impressionismus bis zum Modernismus» und «Yves Klein» im ehemaligen U-Boot-Bunker. Eine gewaltige digitale Ausstellung mit Sound und visuellen Projektionen. Bis 2. Januar 2022

bassins-lumieres.com

REISEN NACH MASS

Laurence Experiences France ist eine «Private Travel Assistant» in Bordeaux. Sie kreierte für ihre Gäste massgeschneiderte Erlebnisse und

laurenceexperiencesfrance.com/laurenceexperiencesfrance

WEBZINE

Un Air de Bordeaux ist ein Webzine für Stadtbewohner und Reisende, updated von Locals mit allem, was in der Stadt über die Bühne geht, über interessante Aktivitäten, ungewöhnliche Plätze oder ganz allgemein Tipps fürs Wochenende.

www.unairdebordeaux.com

www.visiter-bordeaux.com

DESIGN SHOP

Karine und Frédéric Aguiard run a top-class interior design shop north of the old town in the heart of the exclusive shopping world of the Triangle d'Or; which they call the Laboratoire de Création because of their vile.

<http://www.lamaison-estournel.com>

ECO-TOURISMUS AGENTUR

The founding team of Ecotours grew up in the Arcachon area and are committed to sustainable tourism and heritage conservation with exciting ideas. This includes sailing tours with a traditional yacht in the Bassin d'Arcachon.

www.arcachonecotours.com

ART SPACE

«Monet, Renoir... Chagall, Voyages en Méditerranée; from Impressionism to Modernism» and «Yves Klein» in the former submarine bunker. A massive digital exhibition with sound and visual projections. Until 2 January 2022.

www.bassins-lumieres.com

CUSTOMISED TRAVEL

Laurence Experiences France Laurence is a «Private Travel Assistant» in Bordeaux. She creates luxurious, tailor-made experiences and events for her guests for a unique visit to Bordeaux. In short, she makes the impossible possible.

www.laurenceexperiencesfrance.com/laurenceexperiencesfrance

WEBZINE

Un Air de Bordeaux is a webzine for city dwellers and travellers, updated by locals with everything going on in the city, interesting activities, unusual places or just general tips for the weekend.

www.unairdebordeaux.com

www.visiter-bordeaux.com



Ein Hotel als luxuriöses Landgut

Im Herzen der Toskana, umgeben von viel Natur und an historischer Stätte kann man heute entspannten Luxus und die lokale Gastronomie genießen. Willkommen in einer Festung des Wohlbefindens, wo alles massgeschneidert ist.

In the heart of Tuscany, surrounded by lots of nature and in a historical site, you can now enjoy relaxed luxury and local gastronomy. Welcome to a fortress of well-being where everything is tailor-made.

Olivier Rohrbach (text) Borgo San Pietro PD / zVg (fotos)



Wer braucht bei diesem Pool und bei dieser Aussicht das Meer?
With this pool and this view, who needs the sea?

Am Anfang war da die Liebe eines dänischen Paares. Die Liebe zu Ort und Landschaft war so gross, dass sie keine Mühe scheute, um einen Trümmerhaufen, der vor Jahrhunderten eine Bedeutung als Kraftort hatte in ein dörfliches Resort mit 22 sehr luxuriösen Zimmern und Suiten zu verwandeln. Um das Jahr 1200 diente diese handvoll Häuser mittelalterlichen Pilgern für einen heilenden Zwischenstopp auf dem Weg zur Abtei von San Galgano.

SELBSTVERSORGUNG DELUXE
«Borgo Santo Pietro» (mit «Borgo» wurde ein befestigter, Schutz bietender Ort bezeichnet) liegt etwa 50 Kilometer vom Badeort Follonica entfernt im Herzen der toskanischen Landschaft und ist mit seinen 300 Hektar Umschwung kein Hotel wie jedes andere: es ist ein Landgut mit eigenem Wald, Fluss, Weinberg und Tieren (u.a. Schafe, Alpakas, Geflügel). Und mit zwei Gemüsegärten, die einerseits die beiden Restaurants des Resorts versorgen, die andererseits aber auch als Wirkstoffquelle für die eigene Kosmetiklinie genutzt werden. «Es ist ein lebendiges Hotel und wir fühlen uns als integraler Bestandteil davon», sagen die Besitzer Jeanette und Claus Thottrup. Nachdem sie sich in den Flecken »

In the beginning, there was the love of a Danish couple. Their love for the place and the landscape was so great that they spared no effort to transform a pile of rubble that centuries ago had a significance as a place of power into a village resort with 22 very luxurious rooms and suites. Around the year 1200, this handful of houses served medieval pilgrims for a healing stopover on their way to the Abbey of San Galgano.

SELF-CATERING DELUXE
«Borgo Santo Pietro» (the term «borgo» was used to describe a fortified place offering protection) is located about 50 kilometres from the seaside resort of Follonica in the heart of the Tuscan countryside and, with its 300 hectares of grounds, is not a hotel like any other: it is an estate with its own forest, river, vineyard and animals (including sheep, alpacas and poultry). And with two vegetable gardens, which on the one hand supply the resort's two restaurants, but on the other hand are also used as a source of active ingredients for the hotel's own cosmetics line. «It's a living hotel and we feel an integral part of it,» say owners Jeanette and Claus Thottrup. After falling in love with the spot, they decided to acquire it and breathe new life into it. Several years of gruelling Italian bureaucracy were to pass before the expansion of the site, the planting of 350000 trees and plants could begin and finally the resort could be opened. »



In die Badewanne oder gleich in den Privatpool? Für Abkühlung sorgt auch das üppige Grün drinnen und draussen.
Into the bathtub or straight into the private pool? The lush greenery inside and outside also provides cooling.



Der toskanische Landhausstil bringt rustikales und luxuriöses Design zusammen.
The Tuscan country style brings together rustic and luxurious design.



» verliebt hatten, beschlossen sie, es zu erwerben und ihm neues Leben einzuhauchen. Bis mit der Erweiterung des Geländes, der Bepflanzung mit 350000 Bäumen und Pflanzen begonnen und schliesslich eröffnet werden konnte, sollten einige Jahre zermürender italienischer Bürokratie verstreichen.

GEMÜSE AUF DEM TELLER UND IM CREMETIEGEL
«Borgo Santo Pietro» ist aber mehr als ein weiteres Luxusresort. Zum Konzept gehört auch «Seed to Skin», eine Linie natürlicher Hautpflegeprodukte, deren Inhaltsstoffe hauptsächlich aus dem hoteleigenen Gemüsegarten stammen, der nur wenige Meter vom Gelände entfernt gedeiht. In diesem Jahr wird zudem «Herb House» lanciert. Es handelt sich um ein Programm, das den Geheimnissen und dem Nutzen von Pflanzen gewidmet ist. Die Workshops werden von Anne MacIntyre geleitet, einer Heilkräuter-Expertin und Buchautorin. «Es ist unsere Pflicht, unser Wissen über das Leben zu teilen», räumt Jeannette Thottrup ein. «Vor ein paar Jahren wollte ich Kinder haben, aber mir wurde gesagt, dass ich keine bekommen kann. Also beschloss ich, alle Formen von Toxizität in meinem Leben zu eliminieren. Ich änderte meine Ernährung, meine Hautpflegelinie, meine Kosmetika und meine Herangehensweise an die Arbeit. Das Ergebnis? Ich wurde mit einem Kind schwanger, das glücklich ist, in der Toscana aufzuwachsen zu können», freut sich die Hotelière.

VOM FELD DIREKT IN DIE KÜCHE
Der Wunsch nach Unmittelbarkeit findet sich auch in den beiden Restaurants auf dem Gelände wieder mit ihrer «Farm-to-plate»-Küche. Während das einzigartige «Meo Modo» mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet ist, bietet die entspannte «Trattoria de'Alberto», die um eine hundertjährige Eiche herum gebaut ist und einfache Küche von selten hochstehender Qualität. In der Kochschule mit «Mamma Olga», einer Bewohnerin des Nachbardorfes, lernt man Pasta und viele andere Gerichte selbst zubereiten. Und wir sind schliesslich in der Toscana, in Italien, wo ein guter Tropfen nicht fehlen darf. Dieser Tatsache zollt der beeindruckende Weinkeller mit über 1000 Referenzen Respekt.

GEKRÖNT MIT SELBSTGESUCHTER TRÜFFEL
Die Liebe zum Detail geht hier in der sanft hügeligen Landschaft der Toscana so weit, dass Claus und Jeannette eine knappe Stunde vom Hotel entfernt ein Stück Land gekauft haben, auf dem Trüffel gedeihen. Mit Hilfe von zwei Experten und einem ausgebildeten Hund können die Gäste ihren kostbaren Trüffel selbst suchen und ihn abends im Hotel verkosten. Hier ist alles wie auf Mass gefertigt. Die Grosszügigkeit der Anlage macht Plexi-Visiere und anderes Sanitätszubehör fast obsolet, dennoch sind alle Mitarbeitenden ordnungsgemäss maskiert. Das ist Luxus in seiner besten Form. «

«Der Gemüsegarten des Hotels liefert Vitamine für die Küche und für die eigene Hautpflegelinie.»

«The hotel's vegetable garden provides vitamins for the kitchen and for the hotel's own skincare line.»

» VEGETABLES ON THE PLATE AND IN THE CREAM JAR
But «Borgo Santo Pietro» is more than just another luxury resort. The concept also includes «Seed to Skin», a line of natural skin care products whose ingredients come mainly from the hotel's own vegetable garden, which thrives just a few metres from the grounds. This year also sees the launch of «Herb House». This is a programme dedicated to the secrets and benefits of plants. The workshops will be led by Anne MacIntyre, a medicinal herb expert and book author. «It is our duty to share our knowledge about life,» admits Jeannette Thottrup. «A few years ago I wanted to have children, but I was told I couldn't have any. So I decided to eliminate all forms of toxicity in my life. I changed my diet, my skincare line, my cosmetics and my approach to work. The result? I became pregnant with a child who is happy to grow up in Tuscany,» the hotelier says happily.

FROM FIELD TO FORK
The desire for immediacy is also reflected in the two restaurants on the premises with their farm-to-plate cuisine. While the unique «Meo Modo» has been awarded a Michelin star, the relaxed «Trattoria de'Alberto», built around a hundred-year-old oak tree, offers simple cuisine of rare high quality. In the cooking school with «Mamma Olga», a resident of the neighbouring village, you learn to prepare pasta and many other dishes yourself. And finally, hey, we are in Tuscany, in Italy, where a good drop of wine is a must. The impressive wine cellar with over 1000 references pays tribute to this fact.

CROWNED WITH TRUFFLE COLLECTED BY THE GUESTS
The attention to detail here in the gently rolling Tuscan countryside goes so far that Claus and Jeannette have bought a piece of land less than an hour from the hotel where truffles grow. With the help of two experts and a trained dog, guests can search for their precious truffle themselves and taste it in the evening at the hotel. Everything here is made to measure. The spaciousness of the facility makes plexi visors and other sanity accessories almost obsolete, yet all staff are properly masked. This is luxury at its best. «

Borgosantopietro.com



TRAVEL NOTES WITH SHARLEEN SPITERI

Die Band «Texas» rockt uns seit 30 Jahren ihre Hits um die Ohren. Jetzt sind sie mit ihrem zehnten Studioalbum zurück. Frontfrau Sharleen Spiteri (die, mit der gefühlvollen Stimme) würde gerne wieder reisen, und zwar so:

The band «Texas» has been us rocking for 30 years. Now they are back with their tenth studio album. Front woman Sharleen Spiteri (the one with the soulful voice) would like to travel again, like this:

Olivier Rohrbach (interview) BMG, Warner Music, Phonag Records PD / zVg (fotos)

COTE MAGAZINE: WAS IST IN IHREM HANDGEPÄCK?

Sharleen Spiteri: Meine Kuscheldecke und eine Gesichtsscreme.

WAS LESEN ODER HÖREN SIE AUF REISEN?

Ich höre mir nichts an. Die meiste Zeit spiele ich Solitär-Karten. Sie sind mein Zeitvertreib auf Reisen.

IHR ÄRGER AUF REISEN?

Wenn ich auf Flughäfen keine Zeit für die Duty-Free-Shops habe!

WELCHE SIND DIE SURREALSTEN ORTE, DIE SIE BISHER BESUCHT HABEN?

Hmm... Indien war eine Herausforderung für mein Gehirn. Dieses Land ist einfach erstaunlich! »

COTE MAGAZINE: WHAT IS IN YOUR HAND LUGGAGE WHEN YOU ARE ON TOUR?

Sharleen Spiteri: My blanket and a face cream.

WHAT DO YOU READ OR LISTEN TO WHEN YOU TRAVEL?

Most of the time I play solitaire cards. They are my pastime while travelling.

YOUR HASSLE WHEN TRAVELLING?

When I don't have time for the duty-free shops at airports!

WHAT ARE THE MOST SURREAL PLACES YOU HAVE VISITED SO FAR?

Hmm... India was a challenge for my brain. This country is simply amazing! »

» SIE KLEIDETEN SICH FÜHER OFT MASKULIN. HEUTE ERLEBEN GESCHLECHTERNEUTRALE KÜNSTLER WIE SAM SMITH UND HALSEY EINEN KOMETENHAFTEN AUFSTIEG. WAREN SIE DIESBEZÜGLICH EINE AVANTGARDISTIN?

Ich habe ja nicht auf jedem Albumcover einen Anzug getragen!

HABEN SIE DEN EINDRUCK, DASS WIR IM JAHR 2021 IN EINER ZEIT LEBEN, IN DER ALLES ERKLÄRT WERDEN MUSS?

Die Leute spüren, dass sie der Öffentlichkeit nicht alles erklären wollen. Manchmal wegen der Aufmerksamkeit, manchmal wegen des Drucks der Medien. Am Ende des Tages ist es immer eine eigene Entscheidung, sich zu erklären oder nicht.

KÖNNEN SIE SICH VORSTELLEN, IN ZEHN JAHREN AUCH NOCH MIT TEXAS AUF TOUR ZU GEHEN?

Ich weiss es nicht. Ich habe nie so weit in die Zukunft gedacht. Ich bin aber sehr dankbar, dass unsere Band nach all den Jahren immer noch relevant ist. Ich lebe meinen Traum und ich weiss, dass es irgendwann zu Ende ist. Wenn es soweit ist, werde ich es akzeptieren.

DER BERÜHMTE FILM VON WIM WENDERS GAB IHRER BAND URSPRÜNGLICH DEN NAMEN. WELCHE ART VON FILMEN SCHAUEN SIE SICH AN, WENN SIE REISEN?

Ich bin wie alle anderen auch. Auf Reisen mag ich es, die neusten Filme anzuschauen. Im Zug oder im Flugzeug lese ich auch gerne ein Buch. Im Moment bin ich gerade dabei, «Unforgotten» zu schauen.

HABEN SIE EIGENTLICH JEMALS TEXAS BESUCHT?

Ich habe Texas in den ganz frühen Jahren von «Texas» besucht und ich gebe zu, dass ich mich damals fragte, weshalb wir uns bloss «Texas» nannten? Erst als ich nach Austin kam, dachte ich ja, das ist es! Genaus deshalb nennen wir uns «Texas». Austin ist ein wunderbarer Ort, ich kann ihn nur empfehlen.

DAS MUSIK-GESCHÄFT GILT ALS MACHO-BUSINESS. FANDEN SIE ES IN DEN 30 JAHREN IHRER KARRIERE SCHWIERIGER, WEIL SIE EINE FRAU SIND?

Ich empfinde es immer noch als schwierig, eine Frau in dieser Branche zu sein. Und jeder, der das Gegenteil behauptet, liegt falsch! Es ist ein Job für die Jungs. Das war schon immer so und ist es immer noch.

WO HABEN SIE DIE LETZTEN FERIEN VERBRACHT?

Auf Ibiza. Das ist jetzt schon drei Jahre her. Normalerweise fahre ich jedes Jahr mit meiner Familie hin.

WIE ENTSPANNEN SIE AM BESTEN?

Sehr gerne bei der Gartenarbeit. Ich bin auch wieder zur Kunstschule gegangen und liebe es, Porträts zu malen. «

» YOU USED TO DRESS IN A MASCULINE WAY. TODAY, GENDER-NEUTRAL ARTISTS LIKE SAM SMITH AND HALSEY ARE EXPERIENCING A METEORIC RISE. WERE YOU AN AVANT-GARDE ARTIST? It's not like I wore a suit on every album cover!

DO YOU HAVE THE IMPRESSION THAT IN 2021 WE LIVE IN A TIME WHEN EVERYTHING HAS TO BE EXPLAINED?

People feel that they don't want to explain everything to the public. Sometimes because of the attention, sometimes because of the pressure of the media. At the end of the day, it is always one's own decision to explain oneself or not.

CAN YOU IMAGINE STILL TOURING WITH TEXAS IN TEN YEARS' TIME?

I don't know. I've never thought that far into the future. But I am very grateful that our band is still relevant after all these years. I'm living my dream and I know it's going to end someday. When it does, I will accept it.

THE FAMOUS FILM BY WIM WENDERS ORIGINALLY GAVE YOUR BAND ITS NAME. WHAT KIND OF FILMS DO YOU WATCH WHEN YOU TRAVEL?

I'm like everyone else. When I travel, I like to watch the latest films. On the train or plane, I also like to read a book. At the moment I'm watching «Unforgotten».

HAVE YOU EVER ACTUALLY VISITED TEXAS?

I visited Texas in the very early years of «Texas» and I admit that at that time I wondered why we called ourselves «Texas»? It wasn't until I came to Austin that I thought yes, that's it! That's exactly why we call ourselves «Texas». Austin is a wonderful place, I can only recommend it.

THE MUSIC BUSINESS IS CONSIDERED A MACHO BUSINESS. DID YOU FIND IT MORE DIFFICULT IN THE 30 YEARS OF YOUR CAREER BECAUSE YOU ARE A WOMAN?

I still find it difficult to be a woman in this industry. And anyone who says otherwise is wrong! It's a job for the boys. It always has been and it still is.

WHERE DID YOU SPEND YOUR LAST HOLIDAYS?

On Ibiza. That was three years ago now. I usually go there every year with my family.

WHAT IS THE BEST WAY FOR YOU TO RELAX?

I like gardening very much. I also went back to art school and I love painting portraits. «

«Ich fragte mich, weshalb wir uns bloss «Texas» nannten?»

Sharleen Spiteri

«I wondered why we just called ourselves «Texas.»»

Sharleen Spiteri



Texas «Hi» (BMG/Warner Music Texas.uk.com)

In concert: Vaudoise Aréna, Lausanne, friday 1st April 2022



*Domaine de Châteauevieux – Gastronomic Restaurant – Guest table – Hotel*****
 +41 (0)22 753 15 11 – www.chateauevieux.ch



LES
GRANDES
TABLES
DE SUISSE



*Café
des Négociants*



*Le Patio
Homard et Bœuf*



*Bar grill
Chez Philippe*



*Denise's
Art of Burger*



*Monsieur Bouillon
Oeuf & poulet*

Philippe Chevrier
The Taste of Geneva

WWW.PHILIPPE-CHEVRIER.COM

COTE & THE CITY

CULTURE, SHOPS, FOOD, SPECIAL PROMOTIONS: DAS IST IN DER STADT LOS



Foto: © Mark Niedermann

Olafur Eliasson's Installation «LIFE», Magie pur in der Fondation Beyeler in Basel.

Agenda

fotografie



EVELYN RICHTER – PRESSEFOTOS

Evelyn Richter ist eine der renommiertesten deutschen Fotografinnen. Im letzten Jahr erhielt sie als erste Preisträgerin den Bernd-und-Hilla-Becher-Preis für ihr Lebenswerk. Einen Namen machte sich Richter vor allem mit sozialdokumentarischen Fotografie über das Leben in der DDR. Statt Aufbruch, Utopie und den Sozialismus zu thematisieren, blickt Richter in kritischer Weise auf die Ereignisse ihres Heimatlandes. Richter wollte widerspiegeln, was wirklich ist und schreckte nicht davor zurück, triste und bedrückende Lebensverhältnisse zu schildern. Richter war in den 1950er-Jahren Mitglied der oppositionellen Vereinigung «action fotografie». Wegen angeblicher Verstöße gegen die Studienordnung wurde sie exmatrikuliert, was die DDR kurz vor ihrem Zusammenbruch 1989 nicht hinderte Evelyn Richter mit dem Kunstpreis auszuzeichnen.

Bis 25. September 2021

Leica Galerie, Gerichtsgasse 14, D-78462 Konstanz; www.leica-galerie-konstanz.de

Evelyn Richter is one of the most renowned German photographers. Last year, she was the first recipient of the prestigious Bernd and Hilla Becher Prize for her life's work. Richter made a name for herself primarily with her social documentary photography about life in the GDR. Instead of focusing on awakening, utopia and socialism, Richter takes a critical look at events in her home country. Richter wanted to reflect what was real and did not shy away from portraying dreary and oppressive living conditions. Richter was a member of the oppositional association «action fotografie» in the 1950s. She was expelled from her studies because of alleged violations of the study regulations, but this did not prevent the GDR from awarding Evelyn Richter the Art Prize shortly before its collapse in 1989.

kunst



LORENZA LONGHI – MINUET OF MANNERS

Die italienische Künstlerin (*1991 in Lecce) beschäftigt sich mit dem Begriff der Kunst und seiner Betrachtung. Wie der Titel vermuten lässt, führt uns Longhi in einen Tanz; wie wir uns in Kunsträumen bewegen. Lorenza Longhi hat die Ausstellung sorgfältig inszeniert. Eine nüchterne weisse Treppe führt zum Ausstellungsraum im dritten Stock. Dort steht, eine Sitzgelegenheit, eine Kopie der Museumsbank des Palazzo delle Esposizioni in Rom. Die Besucher*innen sind herzlich eingeladen, darüber nachzudenken, wie sie Kunst betrachten.

Bis 5. September 2021

Kunsthalle Zürich, Limmatstrasse 270, Zürich; www.kunsthallezurich.ch

The Italian artist (*1991 in Lecce) deals with the concept of art and its contemplation. As the title suggests, Longhi leads us into a dance; how we move in art spaces. Lorenza Longhi has carefully staged the exhibition. A sober white staircase leads to the exhibition space on the third floor. There stands, as a seat, a copy of the museum bench of the Palazzo delle Esposizioni in Rome. Visitors are invited to reflect on how they view art.

kunst



IN MEMORIAM ALJOSCHA SÉGARD

Seit Mitte der 1970er-Jahre unterstützte Alexander Klee seinen Vater Felix bei der Verwaltung der Sammlung der Familie und der Eröffnung des Zentrums Paul Klee. Unter dem Namen Aljoscha Ségard setzte er eigene künstlerische Impulse. Alexander Klee ist am 1. März 2021 überraschend verstorben, deshalb widmet ihm das Zentrum Paul Klee eine Gedenkausstellung. Sie wurde noch in Zusammenarbeit mit dem Künstler erarbeitet und legt einen Fokus auf die letzten Arbeiten, deren Kern die Haiku-artige Erzählung ist.

Bis 22. August 2021; Zentrum Paul Klee, Monument im Fruchtländ 3, Bern; www.zpk.org

From the mid-1970s, Alexander Klee assisted his father Felix in managing the family's collection and opening the Zentrum Paul Klee. Under the name of Alyosha Ségard, he set his own artistic impulses. Alexander Klee passed away unexpectedly on 1 March 2021, which is why the Zentrum Paul Klee is dedicating a memorial exhibition to him. It was developed in collaboration with the artist and focuses on his last works, the core of which is the haiku-like narrative.

Ursula Borer (redaktion) © Carvan Gallery Athens, Marcin Rusak: Kunsthalle Lorenza Longhi, Untitled (Agan); Feng Mengbo, Two Great White Sharks, Aquarell auf Chinapapier, 68 x 136 cm. Foto: Sigg Collection Maensee © The artist; Fondation Beyeler, Olafur Eliasson «LIFE» © Mark Niedemann; MASI Lugano, Sammlung Thomas Walther / MoMA, © Max Burchatz; «Lotte»; Zentrum Paul Klee, Aljoscha Ségard, Federspiel, unbekannt (ca. 2018/19), Assemblage, 25,5 x 5,5 cm, Nachlass Aljoscha Ségard; Leica Galerie New York, © Evelyn Richter / zVg (fotos)

malerei



GRENZGÄNGE – NORD- UND SÜDKOREANISCHE KUNST

Uli Sigg war als Schweizer Botschafter in China von 1995 bis 1998 auch als Botschafter für Nordkorea verantwortlich. Dadurch erhielt er vertieften Einblick in die nordkoreanische Realität und die einmalige Gelegenheit, Werke aus den dortigen Kunstakademien zu erwerben, die normalerweise das Land nicht verlassen dürfen. Mit dieser Ausstellung aus Siggs Sammlung wird vereint, was unvereinbar scheint: Gegenwartskunst aus Nord- und Südkorea.

Bis 5. September 2021

Kunstmuseum Bern, Hodlerstrasse 8-12, 3011 Bern; www.kunstmuseumbern.ch

As Swiss Ambassador to China from 1995 to 1998, Uli Sigg was also responsible for North Korea. This gave him in-depth insight into the North Korean reality and the unique opportunity to acquire works from the art academies there that are normally not allowed to leave the country. This exhibition from Sigg's collection unites what seems incompatible: contemporary art from North and South Korea.

design



NOMAD ST.MORITZ

Der Name ist Programm: Die Wandermesse lädt ihre Besucher in Häuser ein, die Geschichten erzählen, und vereint dort Kunst und Design auf Höchstniveau. Ein einzigartiges Flair, das Sammler, Architekten und Kunstschaaffende anzieht. Alle Kunst- und Designwerke sind Einzelstücke oder limitierte Edition. Mit von der Partie sind Galerien von Athen, Basel, über London, Mailand und New York, bis Rio de Janeiro und Zürich. Beispiel: der Pole Marcin Rusak (Foto).

Bis 11. Juli 2021

Chesa Planta, Mulins 2, 7503 Samedan; www.nomad-circle.com

The name says it all: the travelling fair invites its visitors into houses that tell stories, where it combines art and design at the highest level. A unique flair that attracts collectors, architects and artists. All art and design works are unique pieces or limited editions. Galleries from Athens, Basel, London, Milan and New York to Rio de Janeiro and Zurich are also present. Example: the Pole Marcin Rusak (photo).

fotografie



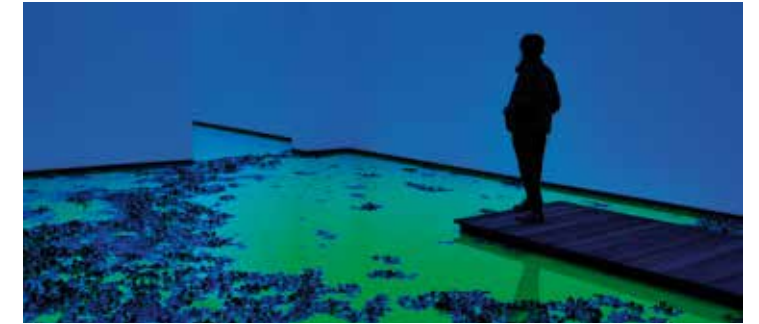
1900-1940: DIE SAMMLUNG VON THOMAS WALTHER IM MOMA, NY

Der Sammler Thomas Walther spürte in den Jahren zwischen 1977 und 1997 die besten noch existierenden historischen Abzüge der wichtigsten Künstler*innen der modernistischen Bewegungen sowie vieler vergessener Fotograf*innen der Zeit vor dem 2. Weltkrieg auf und vereinte sie in einer einmaligen Kollektion, die vom MoMA in den Jahren 2001 und 2017 erworben werden konnte. Mit dieser Ausstellung wird erstmals die Sammlung dieser Meisterwerke der modernen Fotografie in Europa gezeigt.

Bis 1. August 2021; Masi, Via Canova 10, Lugano; www.masilugano.ch

Between 1977 and 1997, the collector Thomas Walther tracked down the best surviving historical prints by the most important artists of the modernist movements as well as many forgotten photographers from the period before the Second World War and brought them together in a unique collection that was acquired by MoMA in 2001 and 2017. This exhibition is the first time the collection of these masterpieces of modern photography has been shown in Europe.

installation



OLAFUR EILASSON – LIFE

Für die Fondation Beyeler konzipierte Eliasson ein neues Ausstellungsprojekt, das den Titel «LIFE» trägt. Es ist die erste ortsspezifische Installation des Künstlers in der Schweiz. Sie ist eine immersive und grenzüberschreitende Erkundung unserer Vorstellung von Natur und Kunst und lädt Besuchende auf eine mit allen Sinnen erlebbare, grenzüberschreitende Erfahrung von Museumsarchitektur und Museumspark ein.

Bis 18. Juli 2021

Fondation Beyeler, Baslerstrasse 101, 4125 Riehen/Basel; www.fondationbeyeler.ch

Eliasson conceived a new exhibition project for the Fondation Beyeler entitled "LIFE". It is the artist's first site-specific installation in Switzerland. It is an immersive and cross-border exploration of our idea of nature and art and invites visitors to a cross-border experience of museum architecture and museum park that can be experienced with all the senses.



Mittelmeerfeeling

In drei Hotels den Zürcher Sommer erleben, die Fahrt mit dem Boot-Shuttle inklusiv.

Experience the Zurich summer in three hotels, the boat shuttle ride included.

COTE editors (text) PD / zVg (foto)

«Freie Sicht aufs Mittelmeer» kann Zürich auch 20 Jahre nach der denkwürdigen Ausstellung im Kunsthau nicht bieten. Seit sich aber die Hotels Widder in der Altstadt, Storch an der Limmat und Alex am See zusammengetan haben, ist das Mittelmeerfeeling in der Finanzmetropole ziemlich spürbar. Die drei Luxushäuser bieten den Gästen das erste gemeinsame «City & Lake Resort» der Schweiz inklusive 40minütigem Bootshuttle zwischen Zürichsee und Limmat. Die Sportlichen können den Wasserweg auch unters Stand-Up-Paddle des Alex Hotels nehmen.

www.alexlakezurich.com, www.storchen.ch, www.widderhotel.com

Zurich cannot offer a «clear view of the Mediterranean» even 20 years after the memorable exhibition at the Kunsthau. But since the hotels Widder in the old town, Storch on the Limmat and Alex on the lake have joined forces, the Mediterranean feeling is quite palpable in the financial metropolis. The three luxury hotels offer guests the first joint «City & Lake Resort» in Switzerland, including a beach holiday feeling and a 40-minute boat shuttle between Lake Zurich and the Limmat. The sporty ones can also take the waterway under the Alex hotel's own stand-up paddle.



Wiedererwacht

Das lang unbeachtete Zürcher «Hotel Bellerive» erstrahlt als «Ameron Hotel» in neuem Glanz.

Zurich's «Hotel Bellerive», which went unnoticed for years, shines in new splendour as the «Ameron Hotel».

Beatrice Hirt (text) PD / zVg (foto)

Zum Vorschein kam ein denkmalgeschütztes Gebäude, gebaut im eleganten Art Deco Stil mit einem holzverkleideten Saal im ersten Stock, der den Blick auf das ganze Seebecken frei gibt. Einst als Restaurant konzipiert, wird er künftig Tagungsteilnehmer und Eventplaner inspirieren. Der Gastrobereich, smart konzipiert mit angrenzender Rezeption und einem öffentlich zugänglichen Co-Working Space, liegt neu im Parterre. Bar, Grill und Essbereich gehen ineinander über und laden mit dem modernen, hellen Auftritt Hotelgäste und Spaziergänger einen Abstecher ein.

Hublot, Bahnhofstrasse 44, 8001 Zürich, www.hublot.com

What emerged was a listed building, built in the elegant Art Deco style with a wood-panelled hall on the first floor that offers a view of the entire lake basin. Once conceived as a restaurant, it will inspire conference participants and event planners in the future. The restaurant area, smartly designed with an adjacent reception and a publicly accessible co-working space, is now located on the ground floor. The bar, grill and dining area merge into one another and, with their modern, bright appearance, invite not only hotel guests but also walkers to take a detour.



www.baxter.it

baxter
MADE IN ITALY



Ein delikates Konzept

**Ein Concept Store für Feinkost und
Schönes mitten im historischen Zürich.**

A concept store for delicatessen and beautiful
things in the middle of historic Zurich.

COTE editors (text) PD / zVg (foto)

Wie aus einer Passion und einem Hobby ein Geschäft entstehen kann, zeigt Katharina Weiss in ihrem Laden im Altstadt-Teil rechts der Limmat, dem sogenannten Oberdorf. Als die Familiengründung anstand beschloss die gelernte Intensivpflegefachfrau eine seit einer Weile gehegte Vision zu realisieren. Zuerst in Zollikon, seit einem guten Jahr auch in Zürichs Innenstadt: Dort verkauft sie in einem historischen Gebäude auf zwei Etagen in einem besonderen Concept Store Delikatessen und schöne Dinge für die Küche, für das Bad und fürs Wohnen.

Küchenwerkstatt, Oberdorfstrasse 22, Zürich, www.kuechenwerkstatt.ch

Katharina Weiss shows how a passion and a hobby can turn into a business in her shop in the old town on the right bank of the Limmat, the so-called Oberdorf. When she was about to start a family, the trained intensive care specialist decided to realise a vision she had been harbouring for a while. First in Zollikon, and for a good year now also in Zurich's city centre: there she sells delicacies and beautiful things for the kitchen, bathroom and home in a special concept store on two floors in a historic building.



House Party

**Landschaftsarchitekt Enzo Enea
eröffnet in Zürich einen Design Store.**

The landscape architect Enzo Enea
opens a design store in Zurich.

Beatrice Hirt (text) © Enea Outside In / zVg (foto)

Mit seiner Philosophie, Wohnraum und Garten optisch in Einklang zu bringen, feiert Enea Erfolge rund um den Globus. Jetzt geht er mit seinem neuen Shop in Zürich noch einen Schritt weiter und zeigt auf zwei Etagen eine vielseitige Auswahl an Wohnobjekten, die sein ganz persönliches Stil- und Qualitätsverständnis widerspiegeln. Das Spektrum reicht von Vintage-Originalen aus Indien, die von Pierre Jeanneret (Le Corbusiers Cousin) entworfen wurden, über elegante Bodenvasen, fast schon Skulpturen, bis zur legendären Liege «Rio» von Oscar Niemeyer.

«Enea Outside In», Gessnerhof, Usterstr. 14, 8001 Zürich. www.enea.ch

With its philosophy of visually harmonizing living space and garden, Enea is celebrating successes around the globe. Now he is going one step further with his new shop in Zurich and is showing a diverse selection of residential properties on two floors that reflect his very personal understanding of style and quality. The spectrum ranges from vintage originals from India designed by Pierre Jeanneret (Le Corbusier's cousin) to elegant floor vases, almost sculptures, to the legendary «Rio» lounge by Oscar Niemeyer.



CHEZ PHILIPPE
BAR • GRILL

SUCH A PLEASURE TO WELCOME YOU AGAIN!

OPEN 7/7
FROM 11.30AM TO 3PM AND 7PM TO 11PM

Philippe Chevrier

PASSAGE DES LIONS / RUE DU RHÔNE 8 / +41(0)22 316 16 16

WWW.CHEZPHILIPPE.CH



Die «RSVR Collection» trifft die Stars im Widder Hotel Zürich

Die «RSRV Collection» ist kein geringerer als der offizielle Champagner des Guide Michelin. Fünf 100 Prozent Grand Cru Cuvées zollen der gastronomischen Tradition des Hauses Mumm in der Schweiz und auf der ganzen Welt Tribut.

The «RSRV Collection» is no less than Michelin Guide's official Champagne. Five 100% Grand Cru cuvées, a tribute to the gastronomic tradition of the House of Mumm in Switzerland and around the world.

© Alex Pittet / zVg (fotos)

Seit 1838 hat das Haus Mumm seine exklusivsten Cuvées für einen Kreis enger Freunde reserviert. Diese Tradition wird seit fast 200 Jahren fortgesetzt. Die ausgewählten Cuvées des Kellermeisters sind in seinen Registern mit den Initialen «RSRV» gekennzeichnet. Das Akronym zeigt an, dass sie «reserviert» sind. Die seltene und kostbare Kollektion ist auch heute noch ausschliesslich Sterneköchen und Freunden des Hauses Mumm vorbehalten.

Die «RSRV Collection» trifft die Sterne im Widder Hotel Zürich. Im Juni 2020 traten Küchenchef Stefan Heilemann und Maître d'hôtel und Sommelier Stefano Petta mit ihren Küchen- und Serviceteams in die Reihen des berühmten Widder Hotels in Zürich ein. Dieses beeindruckende Duo hatte bereits in seinem vorherigen Haus, dem Hotel Atlantis in Zürich, die ersten beiden Michelin-Sterne eingebracht. Dort hatten die beiden Männer bereits der «RSRV Collection» einen prominenten Platz auf der Speisekarte eingeräumt. »

Since 1838, the House of Mumm has reserved its most exclusive cuvées for a circle of close friends. This tradition has been going on for nearly 200 years. The cellarmaster's selected cuvées are marked with the initials «RSRV» in his registers, an acronym to indicate that they are «reserved». As rare as it is precious, this collection is still exclusively reserved for starred chefs and friends of the House of Mumm.

The «RSRV Collection» hits the stars at the Widder Hotel Zurich. In June 2020, Chef Stefan Heilemann and Maître d'hôtel and sommelier Stefano Petta joined the ranks of the famous Widder Hotel in Zurich, along with their kitchen and service teams. This impressive duo had already brought the first two Michelin stars to their previous establishment, the Hotel Atlantis Zürich. In that venture, the two men had already given the «RSRV Collection» a prominent place on the menu. »



» Was die Inszenierung betrifft, so ist sie ebenso einzigartig: Die Getränke werden in einer speziell für diesen Anlass kreierten Kollektion von Champagnergläsern serviert, die Menüs sind auf hochwertigem Papier gedruckt, jeder Aspekt des Konzepts wurde durchdacht, um diese privilegierten Momente zu sublimieren.

Und es hat nicht lange gedauert, bis die Funken flogen: Stefan Heilemann und sein Team wurden im Februar 2021 mit zwei weiteren Michelin-Sternen ausgezeichnet und setzen sich damit an die Spitze der gastronomischen Welt. Auf diesem positiven Schwung aufbauend, wurde Stefan Heilemann vom Gault & Millau-Führer erneut zum Koch des Jahres 2021 gekürt!

Das neue Konzept des Hotelrestaurants, das auf Fine Dining ausgerichtet ist, wird einhellig gelobt. Ausgehend von der Partnerschaft zwischen dem Hotel und den Champagnern von Perrier-Jouët und Mumm hatte der Chefkoch die Idee, ein einzigartiges Menü zu kreieren, bei dem jedes Gericht – insgesamt sind es deren fünf – mit einem der fünf Jahrgänge der «RSRV Collection» assoziiert wird, so dass die Geschmäcker perfekt aufeinander abgestimmt sind. Ein in der Schweiz einzigartiges «Chef's Table»- »



» As for the set-up, it is just as unique: the drinks are served in a collection of flutes specially created for the occasion, the menus are printed on premium paper, every aspect of the concept has been thought of to sublimate these privileged moments even more.

And it didn't take long for the sparks to fly: Stefan Heilemann and his team were awarded two more Michelin stars in February 2021, putting their restaurant on top of the gastronomic world. Building on this irresistible momentum, Stefan Heilemann is again crowned Chef of the Year 2021 by the Gault & Millau guide!

The new concept of the hotel's restaurant, oriented towards fine dining, is unanimously acclaimed. Capitalizing on the partnership between the hotel, Perrier-Jouët champagnes and Mumm, the Chef came up with the idea of concocting a unique menu, with each dish – 5 in all – associated with one of the 5 vintages of the «RSRV Collection», for a perfect match of tastes. A «Chef's Table» concept, unique in Switzerland, offering an amazing selection of exceptional 100% Grand Cru champagnes, exclusively reserved for starred chefs.

The 6 to 8 happy guests will be served in front of the open kitchen, for the pleasure of the taste buds as well as the eyes. »



» Konzept, das eine erstaunliche Auswahl an aussergewöhnlichen 100 Prozent Grand Cru Champagnern bietet, die exklusiv für Sterneköche reserviert sind.

Die sechs bis acht glücklichen Gäste werden vor der offenen Küche bedient, zum Vergnügen der Geschmacksknospen wie auch der Augen.

Das Hotel Widder liegt an der berühmten Bahnhofstrasse im Herzen der historischen Altstadt von Zürich. Das Widder Hotel ist eine jahrhundertealte Institution mit einem Ruf, der weit über unsere Grenzen hinausreicht. Erbaut im 12. Jahrhundert, wurde es in den frühen 2000er Jahren komplett renoviert. Die Renovierung dauerte nicht weniger als zehn Jahre, aufgrund der zahlreichen technischen Vorgaben, die durch das Alter der Anlage gegeben waren. Heute vereint das Widder Hotel sein bewahrtes reiches mittelalterliches Erbe mit zeitgenössischem Design und entspanntem Luxus in einer 5-Sterne-Location. «

» Located on the famous Bahnhofstrasse in the heart of Zurich's historic old town, the Widder Hotel is a century-old institution with a reputation that extends far beyond our borders. Built in the 12th century, it was completely renovated in the early 2000s. The renovation took no less than 10 years, due to the numerous technical constraints caused by the age of the site and the need to preserve its rich medieval heritage, now combined with contemporary design, relaxed luxury and 5-star facilities. «

Widder Hotel Zürich
Rennweg 7
CH-8001 Zürich
Switzerland
+41 44 224 25 26
widderhotel.com



"ONLY THE BEST"
Georges Hermann Mumm - 1876

Seit 1838 hält das Haus Mumm seine besten Grand Cru-Champagner für seine Liebsten und Freunde bereit.
Entdecken Sie heute die einzigartigen Cuvées in den Michelin Sterne-Restaurants.

ENJOY RESPONSIBLY



Blumenfee

**Sträusse binden statt Worte dreschen:
eine Idee mit Zukunft!**

Tying bouquets instead of threshing
words: an idea with a future!

COTE editors (text) PD / zVg (foto)

Sie war Journalistin, dann ging sie nach London und lernte in der Hochburg des gepflegten Gärtnerns und der Grünen Daumen den richtigen Umgang mit zarten Pflänzchen. Zurück in Zürich machte sie sich auf die Suche nach der geeigneten Location um das Gelernte anzuwenden. Fündig wurde Kaye Anthon im Quartier Wollishofen, wo sie jüngst ihre Blumenboutique eröffnet hat. Ein Fünkchen Journalistin steckt immer noch in ihr: Das Wissen über perfekte Bouquets gibt die Neo-Floristin in Kursen gerne weiter.

Atelier A Flowers & Functions, 8038 Zürich, de.atelier-a.ch, floraltutorial.com

She was a journalist, then went to London and learned the right way to handle delicate plants in the stronghold of cultivated gardening and green thumbs. Back in Zurich, she went in search of a suitable location to apply what she had learned. Kaye Anthon found what she was looking for in the Wollishofen area, where her flower boutique has recently opened. She still has a spark of journalism in her: the neo-florist is happy to pass on her knowledge of perfect bouquets in courses.



Sonnengruss vom Dach

**Auf leerstehenden Terrassen entspannt
an der eignen Post-Shutdown-Fitness arbeiten.**

Work on your own post-shutdown fitness in a
relaxed atmosphere on empty terraces.

COTE editors (text) © Marco Rosasco, PD / zVg (foto)

Aus der Arbeit für Pop-Up-Yoga der vergangenen Jahre ist der Zürcher Yoga-Club entstanden. Das Kollektiv der vier Yoga-Lehrerinnen Dominique, Julie, Debora und Roberta bietet über die Sommermonate auf den schönsten ungenutzten Dachterrassen der Stadt Klassen an. Man bucht über eine Website, auf der man auch erfährt, wo man allenfalls klingeln muss, um zu den mitunter versteckten urbanen Oasen zu gelangen. Zu beachten sind auch die Optionen für ein After-Yoga-Glacé, einen Sundowner oder den Sprung ins nahe kühle Nass. Namasté.

de.yogaclub.ch/summer-yoga (monday to saturday)

The work for pop-up yoga of the past few years has evolved into the Zurich Yoga Club. The collective of four yoga teachers Dominique, Julie, Debora and Roberta offers classes on the city's most beautiful unused roof terraces during the summer months. You book via a website, which also tells you where to ring the bell to get to the sometimes hidden urban oases. Also note the options for an after-yoga ice cream, a sundowner or a dip in the nearby cool water. Namasté.



Yon-ka, Schönheit, die ihrer Zeit voraus ist

**Die 1954 gegründete und seit 2004 in der Schweiz in den fortschrittlichsten
Schönheitsinstituten anzutreffende Marke ist jetzt auch öffentlich zugänglich. Yonka hat ihre
E-Commerce-Website für ein noch flüssigeres Benutzererlebnis komplett überarbeitet.**

Created in 1954 and active in Switzerland since 2004 in the most advanced beauty institutes, the brand is now accessible to the public and has completely revamped its e-commerce site for an even more fluid user experience.

PD / zVg (fotos)

Um die Philosophie von Yon-Ka zu verstehen, muss man bis zur Geburtsstunde zurückgehen, die fast 70 Jahre zurückliegt. Lange vor dem Modetrend hatten die Gründer der Marke Yon-ka die Zukunft der Aromatherapie und Phytotherapie vorausgesehen. Umgeben von Wissenschaftlern, Chemikern und Ärzten waren Cécile, Ernest und Charles Mühlethaler der phyto-aromatischen Forschung um Jahrzehnte voraus. Sie sind bis heute DIE Referenz auf diesem Gebiet.

Eine wichtige Entdeckung machte die Marke zu einer Pionierin und einer wichtigen Akteurin in der Schönheitspflege: die «Quintessence», eine einzigartige und synergetische Kombination aus fünf mediterranen ätherischen Ölen, die zum Herzstück ihres zukünftigen Sortiments wurde. Diese Quintessenz findet sich in Kombination mit anderen gezielten Wirkstoffen in vielen Produkten des Unternehmens, wie z. B. in der emblematischen Yon-Ka Lotion.

Den Lauf der Zeit zu meistern heisst aber auch, mit ihr zu gehen und sich immer wieder neu zu erfinden: Eines der neuesten Produkte der Yon-Ka Laboratories, die silikon- und parabenfreie hautperfektionierende Tages- und Nachtpflege «Nude Perfect», wurde gerade vom Figaro Magazine ausgezeichnet. Es ist ein Zeichen von Qualität und Anerkennung, das einmal mehr das Know-how und die Kompetenz von Yon-Ka bestätigt.

Ein weiterer Bestseller, der von Fachleuten gelobt wird, ist die «Glyco-Night»-Maske, ein reines Peeling mit zehn Prozent reiner Glykolsäure, das der Haut ein neues Leben schenkt, mit nachgewiesener Dreifach-Wirkung: Anti-Aging, neuer Haut-Effekt und Ausstrahlung. Getreu seinem langjährigen Engagement, das auf der Verwendung natürlicher Wirkstoffe, wissenschaftlicher Strenge sowie sichtbaren und nachgewiesenen Ergebnissen beruht, bietet Yon-Ka jetzt eine neu gestaltete Website für ein ergonomischeres und intuitiveres Erlebnis innerhalb des Markenuniversums. Dazu gibts einen neuen E-Shop, der eine Premiere für die Marke auf dem Schweizer Markt ist.

To understand Yon-Ka's philosophy, one has to go back to its birth, nearly 70 years ago. Well before any fashion trend, the founders of the Yon-ka brand had foreseen the future of aromatherapy and phytotherapy. Surrounded by scientists, chemists and doctors, Cécile, Ernest and Charles Mühlethaler were decades ahead in terms of phyto-aromatic research, and remain THE reference in the field to this day.

A major discovery set the brand apart as a pioneer and a major player in beauty care: the «Quintessence», a unique and synergistic combination of 5 Mediterranean essential oils that became the centerpiece of their future range. This Quintessence is found in combination with other targeted active ingredients in many of the company's products, such as the emblematic Yon-Ka Lotion.

But mastering the effects of time also means moving along with it and knowing how to perpetually reinvent oneself: one of the latest products from Yon-Ka Laboratories, the silicone- and paraben-free skin-perfecting day and night care product «Nude Perfect», has just been awarded a prize by the Figaro Magazine. A token of quality and recognition that once again acknowledges Yon-Ka's know-how and expertise.

Another best-seller acclaimed by industry professionals is the «Glyco-Night» mask, a clean peeling containing 10% pure glycolic acid, which gives the skin a new lease on life, with proven triple effectiveness: anti-aging, new skin effect, and radiance. Faithful to its long-standing commitments, based on the use of natural active ingredients, scientific rigor as well as visible and proven results, Yon-Ka is now offering a redesigned website, for a more ergonomic and intuitive experience within the brand's universe and a new E-Shop experience, a first for the brand on the Swiss market.

www.yonka.ch



Zurück in neuem Glanz

Hermès ist zurück am alten Ort, umgeben von Leichtigkeit, Helligkeit und Wärme.

Goodbye temporary, Hermès is back in the old place, surrounded by ease, brightness and warmth.

COTE editors (text) © Marco Rosasco, PD / zVg (foto)

Nach einer Komplettrenovierung und Vergrösserung öffnete Hermès wieder die Türen seiner Zürcher Boutique am Paradeplatz, im Herzen der Stadt. Die Wiedereröffnung bekräftigt die lange Verbindung zwischen dem Haus und der Stadt Zürich, wo Hermès seit 1965 mit einem Geschäft präsent ist, und markiert das jüngste Kapitel in der langen Geschichte von Hermès in der Schweiz. Der Flagship-Store ist ein helles und einladendes Geschäft, in welchem die Kunden alle sechzehn Hermès-Métiers auf einer Gesamtfläche von über 500 m² entdecken können.

Hermès Zürich, Bahnhofstrasse 28A, 8001 Zürich. www.hermes.ch

Hermès reopened the doors of its Zurich store, located in the city's prime financial and cultural centre, Paradeplatz. Reaffirming the connection between the house and Zurich, which first saw Hermès' presence in 1965, the reopening marks the latest chapter in an enduring history of Hermès in Switzerland. The newly renovated and expanded flagship store is a bright and welcoming space for clients to discover all sixteen Hermès métiers across a total floor space of now over 500m².



Südwärts

Juwelier Kurz weitet sein Standortportfolio auf die Südschweiz aus.

Jeweller Kurz is expanding its portfolio of locations to southern Switzerland.

COTE editors (text) PD / zVg (foto)

Unter den historischen Laubengängen an Luganos namhafter Einkaufs- und Geschäftsstrasse stehen dem Publikum nun die Pforten zum Juwelierunternehmen Kurz offen. Das Schweizer Familienunternehmen erfreut sich lokaler sowie auch internationaler Kundschaft und erweitert durch den neuen Standort sein exklusives Portfolio um die Präsenz an einer der exklusivsten Flaniermeilen der Schweiz. Zu den Marken wie Chopard, Glashütte, Breitling, Longines und anderen, kommen in Lugano neu Franck Muller und Pasquale Bruni ins Sortiment von Juwelier Kurz.

Kurz, Via Nassa 5, 6900 Lugano, www.kurz1948.ch

Under the historic arcades on Lugano's renowned shopping and business street, the doors to the Kurz jewellery company are now open to the public. The Swiss family business welcomes both local and international clientele, and the new location expands their exclusive portfolio with a presence on one of Switzerland's most exclusive promenades. In addition to the existing brands such as Chopard, Glashütte, Breitling, Longines and others, Franck Muller and Pasquale Bruni will be added to the assortment of Juwelier Kurz in Lugano.



- 1 Die grosszügige Terrasse und Parkanlage mit Blick auf den Genfer See.
2 Relax-Lounge im neuen «Cinq Mondes»-Spa.
3 Star-Köchin Anne-Sophie Pic.
4 Der separate Aussenpool des «Cinq Mondes»-Spa.

- 1 The spacious terrace and park area with a view of Lake Geneva.
2 Relaxation lounge in the new «Cinq Mondes» spa.
3 Star chef Anne-Sophie Pic.
4 The separate outdoor pool of the «Cinq Mondes» spa.



160 Years of the Beau-Rivage Palace

Vor 160 Jahren öffnete das Beau-Rivage Palace zum ersten Mal seine Türen. Um dieses Ereignis zu feiern, richtet das Lausanner Luxushotel den Fokus in diesem Sommer auf Aktivität und Wohlbefinden.

160 years ago, the Beau-Rivage Palace opened its doors for the first time. To celebrate this event, the Lausanne situated palace hotel is focusing on activity and well-being this summer.

JF. Mallet, F. Rambert PD / zVg (fotos)

Ein Angebot an Indoor- und Outdoor-Aktivitäten von Jérémy Peltier, aussergewöhnliche Behandlungen im komplett umgestalteten «Cinq Mondes»-Spa und festliche Momente zwischen Live-Cooking und der «Laurent-Perrier-Rosé»-Bar auf der prächtigen Terrasse mit Blick auf den Genfer See prägen den Beau-Rivage Palace-Sommer. Als Krönung des Ganzen wird Anne-Sophie Pic, die Köchin mit den weltweit meisten Auszeichnungen am 27. August 2021 zusammen mit ihren bevorzugten Schweizer Produzenten ihren traditionellen Markt veranstalten. Der Food-Markt ist öffentlich. Am 26. August bestreitet Anne-Sophie Pic einen aussergewöhnlichen Abend, an dem sie das Menü «Imprégnation Absolue» mit wunderbaren Pairings von Speisen und alkoholfreien Getränken vorstellt. Anne-Sophie Pic wird persönlich anwesend sein.

A range of indoor and outdoor activities by Jérémy Peltier, exceptional treatments in the completely redesigned «Cinq Mondes» spa and festive moments between live cooking and the «Laurent-Perrier Rosé» bar on the magnificent terrace overlooking Lake Geneva will characterise the Beau-Rivage Palace summer. To top it all off, Anne-Sophie Pic, the chef with the most awards worldwide, will host her traditional market on 27 August 2021 together with her favourite Swiss producers. The food market is open to the public. On 26 August, Anne-Sophie Pic will host an exceptional evening where she will present the menu «Imprégnation Absolue» with wonderful pairings of food and non-alcoholic drinks. Anne-Sophie Pic will be present in person.

www.brp.ch

Spezial Coaching : Ein «Tagebuch der Absichten» ©, um Ihre innere Abenteuer-Reise aufzuschreiben.

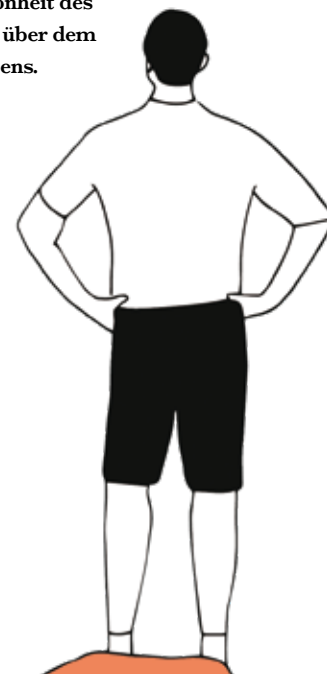
Ein Tagebuch um Absichten und Pläne festzuhalten, wirklich? Ein Tippfehler? Nein.
Wir haben es mit Absicht so geschrieben. Als Absichtserklärung für Sie selbst.

FOLGE 2



Elise begrüßte mich mit einer Wärme, die in den ganzen Raum auszustrahlen schien. Sie lud mich ein, darüber zu sprechen, wie ich mich bei der Arbeit fühlte. Ich begann: «Wenn der Leidensdruck bei der Arbeit nicht so stark überbewertet wäre, würde man ihm weniger Wert beimessen. Als ob der Leidensdruck oder das Unterstreichen der eigenen Arbeitsleistung eine Garantie für Effizienz wäre! Wer ohne Anstrengung produziert oder gar Freude daran hat, ist immer verdächtig!» Ich wandte mich eindeutig an mich selbst: Heimlich geleitet von diesem vergeblichen Bedürfnis, meine Nützlichkeit durch die ständige Demonstration meiner Bemühungen und meines Engagements zu beweisen, kam ich jeden Tag an die Grenze der Erschöpfung. Am Ende führte das nur dazu, dass meine Motivation exponentiell abnahm. An diesem Punkt fragte mich Elise nach «meinem Baum». Sie nahm einen beruhigenden Ton an. «Sehr oft wollen die Menschen, die zu mir kommen, Kohärenz in ihrem Leben finden. Den Sinn des Lebens zu entdecken oder ihn wieder zu entdecken kann Ihnen eine der begehrtesten Kräfte zurückgeben: die Macht zu entscheiden. Zu entscheiden, was gut für Sie ist. Es ist wie das Wiedererlangen der Fähigkeit, das zu tun, was einen glücklich macht, ohne anderen zu schaden.»

Mut ist eine höchst verderbliche Ware, eine unbeständige Mischung. Undankbar, sprunghaft. Die notwendige Dosis steht manchmal in keinem Verhältnis zum erzielten Ergebnis oder zur Dauer der gefühlten Ekstase. Wie der Schuss eines Junkies, dessen Wirkung jedes Mal ein wenig nachlässt... Bis zur Überdosis... Sobald ich die Schwelle meines Geschäfts überschritt, hatte ich bereits den Zauber, die Anmut verloren, die ich in Elises Büro spürte. Vielleicht liegt das Geheimnis des Mutes in seiner genauen Dosierung: die richtige Balance zwischen Entmutigung und Beschwingtheit zu finden. Entweder wirft man das Handtuch oder man erklimmt neue Höhen. Gedankenverloren fragte ich mich, ob das Leben nicht nur eine Abfolge von Aufstiegen ist, bei denen ich mit jedem neu erreichten Gipfel neue Ressourcen entdecken kann? Ein heimlicher Gedanke ging mir durch den Kopf: schnell genug Mut zu finden, um die Schönheit des Aussichtspunktes zu bewundern, über dem Blätterdach meines täglichen Lebens.



Elises Worte klangen in mir nach wie die Definition von Freiheit. Eine Freiheit, die mir so teuer war und die ich so viele Jahre lang vernachlässigt hatte. Diese Worte weckten eine dumpfe Wut in mir: ein Gefühl der Feigheit. Ich hatte meine Freiheit zu Gunsten einer sterilen Suche nach Anerkennung und Macht aufgegeben. Die Wut wich der Scham. Mein Eindruck vom Beginn der Sitzung wurde bestätigt: Ich war auf dem falschen Gipfel. Die Landschaft, die mir angeboten wurde, hat mich jedes Mal enttäuscht. In der Tat ist mir diese Ansicht nie gekommen. Es hat mich immer viel mehr gekostet als es mir Anerkennung gebracht hat. Ich erhöhte meinen Sollsaldo mit jedem Anstieg. War das der Grund, warum ich spürte, wie meine Kraft mit jeder neuen Herausforderung nachliess? «Mark», fuhr Elise fort, «ich möchte, dass Sie jetzt jede Ihrer Antworten als eine mögliche Option betrachten, um eine neue Version dessen zu erzeugen, was vor Ihnen liegt. Von dem, was Sie wollen Was Sie erleben werden. Sind Sie damit einverstanden?» Es war ihre Art, mich zu bitten, ihr wieder zu vertrauen. Um ihr für einen Moment auf einen neuen Weg zu folgen, einen, für den nur ich mich entscheiden konnte. Ich öffnete meine Arme, um mich zu fügen. «Mark, Sie haben mir erzählt, dass Sie gerne im Wald spazieren gehen. Dass es Ihnen Frieden bringt.»



Dieses grosse, weisse, bedrohliche Blatt Papier liess mich zuerst an die siderische Leere denken, die meinem Leben im Moment so ähnlich war. Ich hatte schreckliche Angst davor, diese Leerstelle mit Stücken der Wahrheit füllen zu müssen. Sie riss mich mit diesen Worten aus meiner Erstarrung: «Damit ein Baum den Stürmen trotzen kann und aufrecht bleibt, braucht er Wurzeln. Ich schlage vor, dass Sie zuerst zeichnen, Mark.» Stürme, die ich schon erlebt hatte. Das steht fest. Deshalb dachte ich, als ich mir «mein Werk» ansah, nachdem ich verzweifelt etwas skizziert hatte, das wie Wurzeln aussah, dass es eher wie ein verdammtes verheddertes Festmacherkabel aussah! «Was sollte ich Ihrer Meinung nach über Ihren beruflichen Werdegang wissen, das mir helfen würde, Sie zu begleiten?» fuhr Elise fort. «Lassen Sie die Worte kommen, Ihre Worte. Platzieren Sie sie an den gewünschten Stellen Ihrer Wurzeln. Einige werden Sie mehr erleuchten als andere. Sie haben alle ihren Platz.» Und als ob sie gerade ein Schloss mit einer Ladung C4 aufgebrochen hätte, fand ich mich dabei wieder, wie ich fast wahllos Worte schrieb, ich liess sie für mich wählen. Ich gab mir endlich das Recht, Fehler zu machen, zu fummeln, mich von meinen Instinkten leiten zu lassen. Dieser kleine Sprung ins Leere war mein erstes Gefühl von Freiheit seit langem. Ich fühlte mich wie ein fieberkranker Patient, der allmählich wieder auf den Geschmack kommt.

«Ich schlage vor, Ihnen zu helfen, Ihren Lebensbaum zu zeichnen. Es wird eine neue Erfahrung für Sie sein. Eine weitere Möglichkeit, sich selbst vorzustellen. Sind Sie bereit?» Dann hörte ich mich sagen: «Aber ich kann nicht sehr gut zeichnen.» Wieder diese Angst vor dem Urteil! Diese Angst, dem nicht gerecht werden zu können, was «sie» von mir erwarten. Dieses «es», das über meinem Leben schwebt, das keinen Namen hat, kein Gesicht, aber das alle meine Gedanken, alle meine Handlungen diktiert. Dieses «es» ist nur eine Schöpfung meines Geistes, die Reflexion meiner eigenen Ängste und Überzeugungen, eine Grenze, von der ich glaube, dass ich sie nicht überschreiten darf oder kann. Es ist wie eine Selbstkonditionierung, die mich dazu treibt, meine Standards zu erhöhen, Perfektion zu suchen, egal was es kostet! Ich habe es so laut gedacht, dass sie es gehört haben muss. Sie fügte sofort hinzu: «Das ist kein Zeichenwettbewerb, Mark, sondern nur eine Möglichkeit, die Worte zu würdigen. Ihre Worte. Ihnen für die Zeit unseres Gesprächs und vielleicht auch noch lange danach besondere Aufmerksamkeit zu schenken. Hier ist Ihr Material.»



Link zur
Übung
«Lebensbaum»

FOLGE 3

Die Worte kamen ohne Gewalt heraus. Ruhig schrieb ich sie auf meinen Baum. Mein Stift wurde zum Stössel, der methodisch den Block der Frustration zertrümmerte, der mich bedrückte. Der entstandene Feinstaub wurde von der Explosion der neuen Energie weggefegt. Ein Raum öffnete sich in mir. Eine Tür, die dringend geöffnet werden musste, mit all der Demut und Aufrichtigkeit, die ich noch hatte. Nach und nach verscheuchte ich meine alten Wettbewerbsreflexe. Diese Reflexe führten dazu, dass ich lieber auf Kosten anderer gewinnen wollte, als sie in den Sog meines Erfolgs zu ziehen. «Diese innere Reise ist für Sie», sagt mir Elise ohne Vorwurf. «Das Nachdenken über den Sinn, den Sie Ihrem Leben geben wollen, soll Sie nähren. Ohne sich Gedanken darüber zu machen, was andere über Sie denken.»

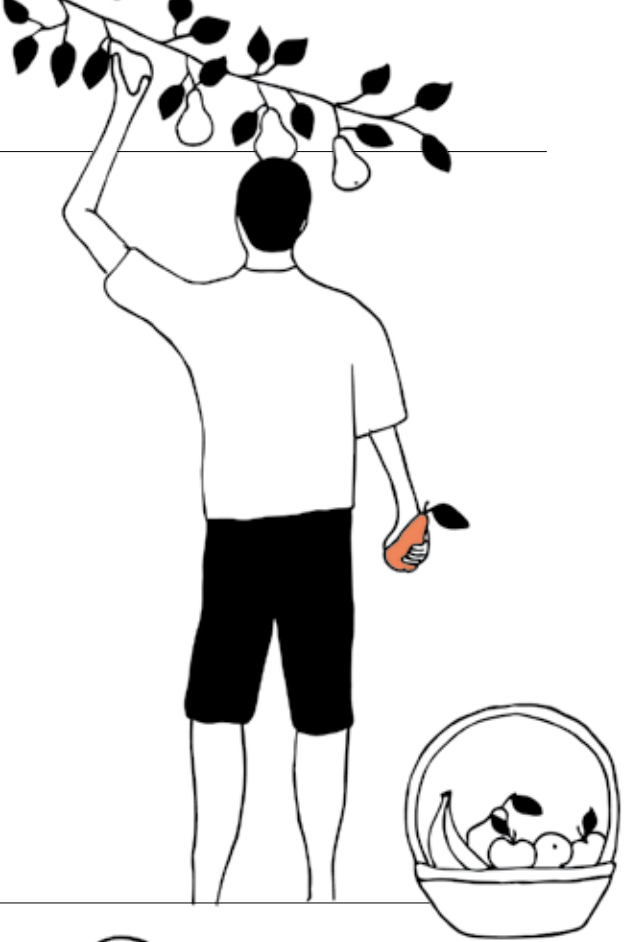
Das ist es, was Elise mir bei jedem unserer Treffen angeboten hat. Ein Raum des aufrichtigen Zuhörens, um die Worte zu befreien und meine Wahrheit willkommen zu heissen und nicht diejenige, die ein Teil meines Gehirns für andere herzustellen versucht. Jedes Wort, das auf dem Baum platziert wurde, war wie ein Schritt, der den Marathonläufer näher an die Ziellinie bringt. Ich verstand den verborgenen Zweck der Erfahrung: mich siegreich zu fühlen, triumphierend angesichts der einfachen Idee, hier zu sein und mir selbst ins Gesicht zu schauen.



«Mark, was haben Sie entdeckt, als Sie Ihren Baum des Lebens gebaut haben?»
«Ganz am Anfang, Elise, ich gebe es zu, war es mir ziemlich peinlich. Als ob ein undurchsichtiger Nebel meine Erinnerungen umhüllte. Sicherlich, weil ich in meinem beruflichen Umfeld, vor allem in den letzten Jahren, keine besondere Aufmerksamkeit finden kann, an die ich mich angenehm erinnern könnte. Es ist, als ob meine Lebenslinie ein einjähriger Kreis ist, der sich endlos wiederholt. Jedes Jahr durchlaufe ich den gleichen Punkt, den Punkt der Desillusion. Der, an dem man vorbeigeht, wenn Aufmunterung oder ein einfaches Dankeschön nicht mehr hörbar sind. Danach waren die Bilder viel schärfer. Aber ich muss zugeben, dass es auf Kosten einer anhaltenden Anstrengung ging. Es war, als hätte der Atem Ihrer Fragen das Feuer einer Fackel entzündet, die einen noch unbekannten Teil von mir erhellte. In diesem Moment kam mir ein Gedanke in den Sinn. Nur weil meine Fähigkeiten nicht wahrgenommen werden, heisst das nicht, dass sie nicht bemerkenswert sind! Vielleicht bin ich nicht am richtigen Ort, um meine Talente zu entfalten? Warum sollte ich mich abmühen, eine Partitur vor Leuten zu spielen, die nur Lärm hören oder Trubel sehen.» Die Worte an meinem Baum haben mir einen neuen Horizont eröffnet. Jetzt höre ich die Stimmen der Vergangenheit: «Sie sind begeistert und optimistisch! Sie haben eine Art mit Worten umzugehen! Sie sind ein Vereiniger Mark!» Aber wie wurde ich von einer charismatischen Führungspersönlichkeit zu einem unsympathischen Depressiven? Ich musste sicherlich die Dimensionen wechseln, indem ich die Raumzeit ausserhalb der Box durchquerte! «Aber ich bin entschlossen, wieder der zu sein, der ich wirklich bin, ohne jede Fassade oder Verstellung.»

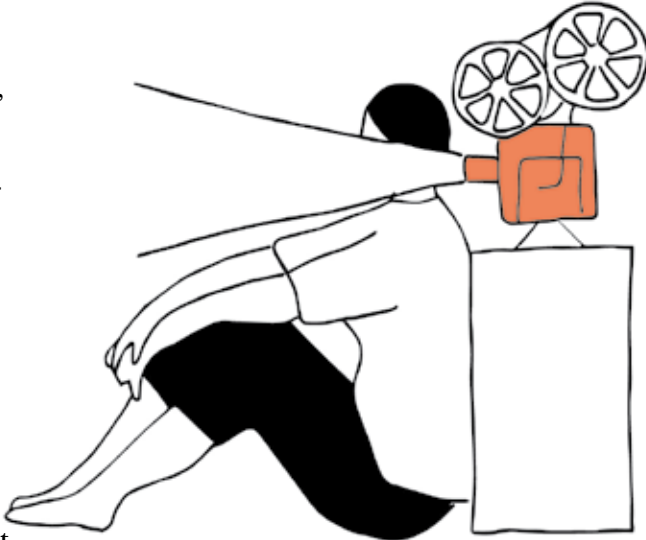


«Das ist sehr gut, Mark. Ihre Fortschritte sind bemerkenswert. Was sind also die Bedürfnisse, um die Sie sich jetzt kümmern werden?» «Sich um meine Bedürfnisse kümmern? Aber klar doch! Ich gebe ihnen eine 5-Sterne-Bewertung für meine Bedürfnisse! Besonders jetzt, wo ich sie wieder habe. Erster Stern: Jedem meiner endlosen Meetings 10 Minuten entreissen, um jeden Tag eine Stunde Bewegung in der Natur zu machen. Zweiter Stern: das grosse Auto, das nur als Illusion auf dem Firmenparkplatz dient, zurückgeben und durch das Motorrad meiner Träume und eine Bahnkarte ersetzen. Dritter Stern: Giftige Freunde abservieren, oder solche, die mich giftig finden, um mehr Zeit mit denen zu verbringen, die mich für das schätzen, was ich bin und nicht, was ich repräsentiere. Viertes Stern: Verwirklichung der Träume, die ich methodisch begraben habe, weil mir der Mut fehlte... oder zu viele Ausreden! Und fünfter Stern: lernen, weitergeben, teilen, was mich im Leben bewegt.» «Sie machen das toll, Mark.» «Dank Ihnen, Elise, ist mein Baum kaum gezeichnet, da ernte ich schon die Früchte!» «Ich habe das Gefühl, dass ich einen anderen Menschen entdecke als den, der vor ein paar Wochen mein Büro betreten hat. Wie fühlen Sie sich jetzt?» «Um die Wahrheit zu sagen, ich bin gespalten. Ein Gefühl von Leichtigkeit gemischt mit Angst, denke ich.»



«Wovor haben Sie Angst?» «Ist es nicht gefährlich, seine Gefühle zu offenbaren? Ich befürchte, dass meine professionelle Entourage das ausnutzen wird! Dass sie diese Lücke in der Rüstung ausnutzen werden. Es wäre wie ein trojanisches Pferd innerhalb der Festung, die ich so viele Jahre lang aufgebaut habe.»
«Ich denke, es ist jetzt an der Zeit, Ihre Mark-Fotogalerie zu entdecken. Jeder von uns hat eine, Mark. Sie müssen nur noch eintreten. Alles, was Sie tun müssen, ist, Ihre Augen zu schliessen und auf meine Stimme zu hören. Sind Sie bereit?» Sie begann: «Stellen Sie sich vor, dass jeder Tag Ihres Lebens aufgezeichnet ist. Wie Sie sich fühlen, Ihr Gemütszustand, die Menschen, die Sie treffen, mit denen Sie abhängen, denen Sie helfen oder die Sie unterstützen. Was Sie mit Ihrer Zeit anfangen, die Emotionen, die Sie empfinden, alles wird gespeichert. Stellen Sie sich vor, dass jedes dieser Bilder, Empfindungen, Gerüche, die diese Tage Ihres Lebens repräsentieren, ausgestellt werden und Ihre eigene Fotogalerie bereichern, ein Leben lang? Nun stellen Sie sich vor, dass Sie 80 Prozent Ihrer Zeit in einem Job verbringen, den Sie nicht mögen. Dann wird Ihr Album zu 80 Prozent zeigen, dass Sie unglücklich sind und die meiste Zeit mit etwas verbringen, das Ihnen missfällt.

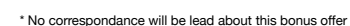
Starten Sie Ihr TAGEBUCH DER ABSICHTEN ©, indem Sie diesen QR-Code scannen und herausfinden, wie Sie Momentaufnahme Ihres Lebens realisieren können. Entdecken Sie den 4. Teil in der nächsten Ausgabe von COTE MAGAZINE.



Wenn Sie zu 90 Prozent der Menschen, mit denen Sie zu tun hatten, freundlich, fürsorglich und nett waren, dann wird Ihre Galerie dies widerspiegeln. Wenn Sie dagegen zu 90 Prozent wütend, launisch oder kritisch waren, wird sich das auch in Ihrer Galerie widerspiegeln. Wenn Sie es lieben, Zeit mit Ihren Kindern, Ihrem Liebsten, Ihren Freunden zu verbringen, oder in den Wald zu gehen, in die Natur, eine Sportart auszuüben, eine Leidenschaft und Sie nur zwei Prozent Ihrer Zeit für diese Aktivitäten aufwenden, dann werden auch nur zwei Prozent Ihrer Galerie diesen Aktivitäten gewidmet sein. Stellen Sie sich nun vor, Sie wären ein Zuschauer Ihrer eigenen Galerie. Sie gehen durch jeden Raum und hören sich die Kommentare der vielen Besucher an, die gekommen sind, um Ihre Ausstellung zu sehen. Denken Sie genau nach, Mark: Was möchten Sie, dass diese auf den Bildern, den Videos sehen?» Und genau in diesem Moment begann für mich eine neue Reise.



Finden Sie heraus, wie Sie Ihr Tagebuch fortsetzen können, indem Sie auf diesen Link zu der Übung in Folge 3 klicken.





TANK
Cartier