

COTE

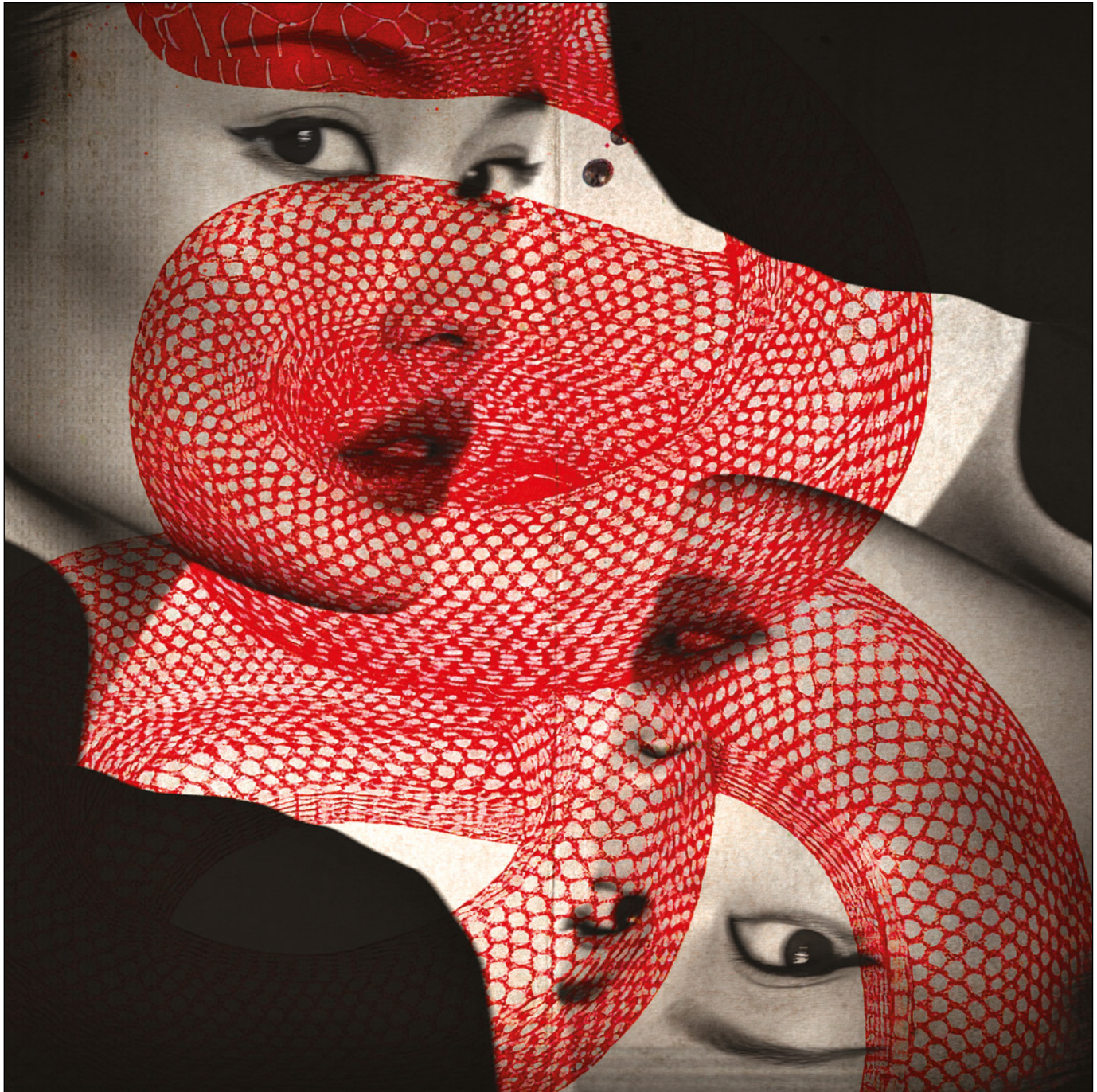
MAGAZINE ZÜRICH

AUSGABE 50

SPRING 2025

CHF12.50

CHANEL IN ZÜRICH – CABAS ELEGANZ FÜR DEN ALLTAG – LOUIS VUITTON X MURAKAMI
JULIEN TORNARE HUBLOT – OLIVIER CALLOUD BEYOND THE BANKER – MARC NINGHETTO – EXPLORA



*THE YEAR OF THE
SNAKE*



BIG BANG 20TH ANNIVERSARY
TITANIUM CERAMIC

**THEY'LL
NEVER NEVER
SEE IT
COMING**

**H
U
B
L
O
T**



ANNA

WIEN

MÜNCHEN

FRANKFURT

HAMBURG

ZÜRICH

LONDON



WWW.ANNAIJ.COM



JOHN HARTUNG
Chief Editorial Director

Editorial

Ein Luxus aus Mythen und Legenden

Luxus geht weit über Materialität und Konsum hinaus. Er ist von Philosophien, Mythen und Legenden durchdrungen, die seine Werte, seine Kreationen und die Erlebnisse prägen, die er seinen Gästen bietet. Luxus schöpft aus der Tiefe des menschlichen Denkens. Um unsere Wünsche und Leidenschaften zu symbolisieren, wurzelt er in unserem kollektiven Unbewussten, in den Mythen, die Zivilisationen geprägt haben. Er wird durch kulturelle Ausdrucksformen unserer Werte gestärkt, zu deren Botschafter er wird und die ihn zu einer mitverantwortlichen Kraft bei der Gestaltung unserer Entscheidungen und gesellschaftlichen Schicksale machen.

Die Fülle des chinesischen Denkens ist ebenso grenzenlos wie die Kreativität der großen Luxus-Maison. Der Taoismus, Qi, Yin und Yang, die fünf Elemente und das Prinzip des ständigen Wandels – die Grundpfeiler der chinesischen Philosophie beeinflussen seit Jahrtausenden westliche Traditionen, Kindheitsträume und die Ambitionen jener, die über ihre konditionierten Grenzen hinausgehen.

Von Kampfkünsten, Qi Gong und Feng Shui bis hin zu Akupunktur, Porzellan, Kräutermédisin, Kalligraphie und Gastronomie – diese Elemente der chinesischen Kultur beeinflussen nicht nur unsere Denkweise, sondern auch die globale Wirtschaft. Wenn China ins Stocken gerät, hält die Luxusbranche den Atem an, Werbebudgets werden gekürzt und Banker werden nervös. Einmal mehr richtet die Schweizer Wirtschaft ihren Blick auf China – mit der Sehnsucht nach früherem Wohlstand und der Sorge vor den Herausforderungen der Zukunft.

Als Botschafter regionaler Handwerkskunst und Interessen hat es sich COTE Magazine zur Aufgabe gemacht, die Talente und Kreationen in den Redaktionen von Zürich und Genf hervorzuheben. Es ist auch unsere Mission, unsere Leser zu inspirieren, eine Zivilisation besser zu verstehen, die auf eine 6.000-jährige Geschichte zurückblickt, mit der wir in diesem Jahr 75 Jahre diplomatische Beziehungen feiern und die unseren Alltag maßgeblich beeinflusst.

Willkommen in der neuen Ausgabe von COTE.
Willkommen im Jahr der Holz-Schlange.

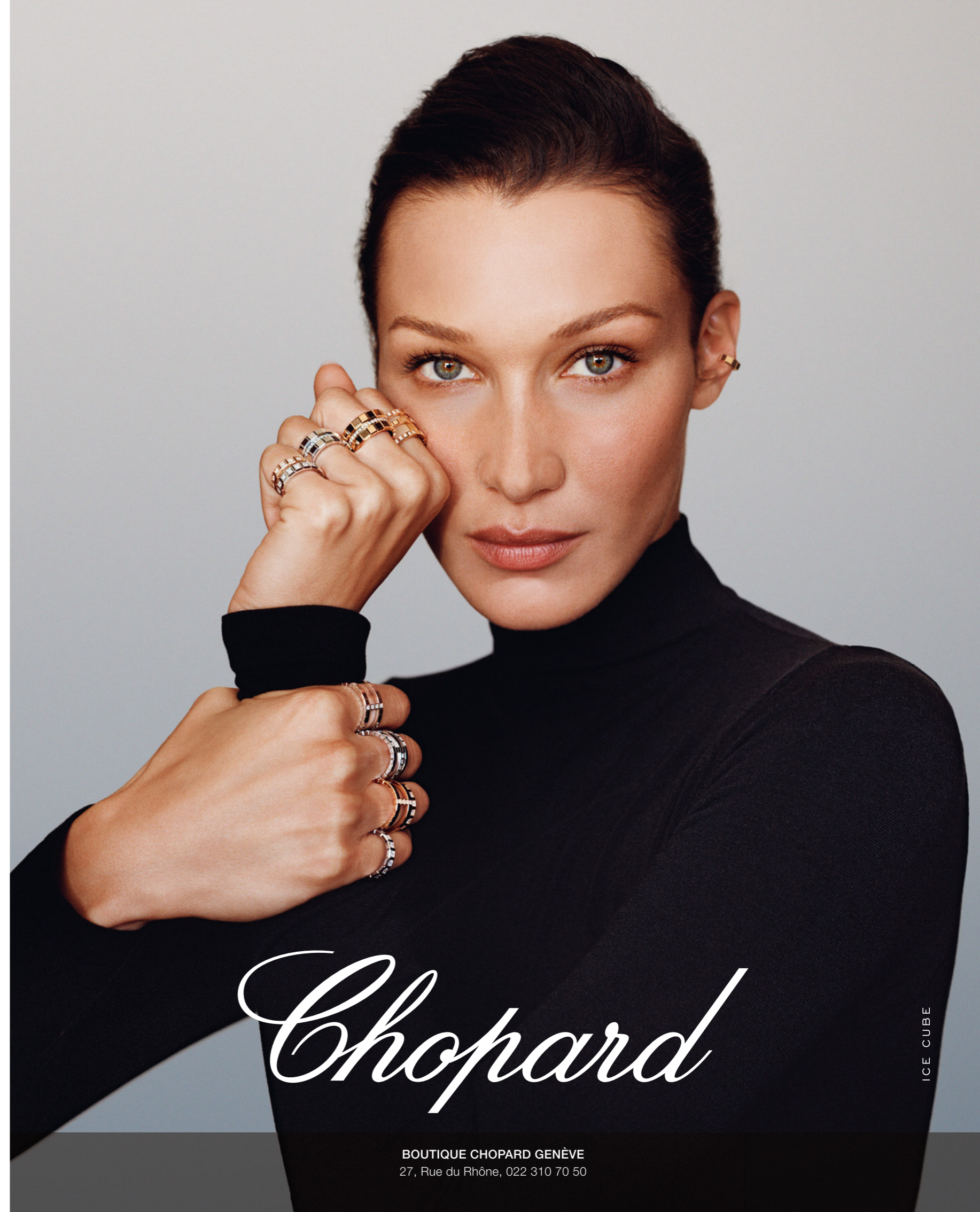
-/ Luxury goes far beyond materiality and consumerism. It is infused with philosophies, myths, and legends that shape its values, its creations, and the experiences it offers. Luxury is enriched by the depth of human thought. To symbolize our desires and passions, it draws its roots from our collective unconscious, from the very myths that have shaped civilizations. It is strengthened by the cultural expressions of our values, becoming their ambassador and, in turn, a co-responsible force in shaping our choices and societal destinies.

The richness of Chinese thought is as boundless as the creativity of the great luxury maisons. Tao, qi, yin and yang, the five elements, and the concept of perpetual change – the cornerstone of Chinese philosophy – have, for millennia, influenced Western traditions, childhood dreams, and the aspirations of those who push beyond their conditioned limits.

From martial arts, qi gong, and feng shui to acupuncture, porcelain, herbal medicine, calligraphy, and gastronomy, these elements of Chinese culture do not merely shape our way of thinking; they also influence global economies. When China falters, luxury industry leaders hold their breath, advertising budgets tighten, and bankers grow uneasy. Once again, Switzerland's economy turns its gaze toward China, reminiscing about past prosperity while anticipating future challenges.

As an ambassador of regional savoir-faire and interests, COTE Magazine is dedicated to highlighting the talents and creations surrounding our editorial teams in Zurich and Geneva. It is also our mission to inspire readers to better understand a civilization that spans 6,000 years of history, with which we celebrate 75 years of diplomatic relations this year, and whose impact on our daily lives is undeniable.

Welcome to your new edition of COTE.
Welcome to the Year of the Wood Snake.



Chopard

BOUTIQUE CHOPARD GENÈVE
27, Rue du Rhône, 022 310 70 50

ICE CUBE

perspektive

Botschafter des Erhabenen

JOHN HARTUNG
Chief Editorial Director

COTE Magazine bleibt und wird immer der Botschafter regionaler Handwerkskunst sein – die Stimme der Frauen und Männer, die nach dem Erhabenen streben. In unserer Genfer Redaktion wird diese Mission seit Jahren von Victoria Javet wahrgenommen, während unser Zürcher Büro eine neue stellvertretende Chefredakteurin willkommen heißt: Beatrice Hirt (NZZ Weekend, Financial Times, Bolero, ehemalige Chefredakteurin von Zurich sur la Terre).

Inhaltlich erweitert sich COTE um eine neue Kunst- & Kultursektion, die von Katia Baltera geleitet wird, deren Erzählweise die Kunst auf eine Weise zum Leben erweckt, die sowohl Neugierige als auch leidenschaftliche Kunstliebhaber begeistert. Business & Leaders, unter der Leitung von Sherif Mamdouh und mir selbst, wird Sie in die Welt jener einführen, die unsere Wirtschaft prägen. Innerhalb dieser Sektion wird Beyond the Banker in jeder Ausgabe einen Bank-CEO vorstellen – diesmal Olivier Calloud, CEO von Piguët Galland. L'Invité rückt eine außergewöhnliche Persönlichkeit aus der Geschäftswelt ins Rampenlicht – in dieser Ausgabe Julien Tornare, den neuen CEO von Hublot.

Mit diesen Neuerungen möchte COTE seinen Inhalten mehr Tiefe verleihen. Das Erhabene kann offensichtlich oder subtil sein. Es kann sich in einer Kreation, einer Person oder dem Werk eines ganzen Lebens offenbaren. Unsere Mission ist es, Ihnen diese Facetten näherzubringen.

-/ COTE Magazine remains, and will always be, the ambassador of regional savoir-faire, the voice of the women and men who strive for the sublime. In our Geneva editorial team, this mission has been carried out for years by Victoria Javet, while our Zurich office welcomes a new Deputy Editor-in-Chief, Beatrice Hirt (NZZ Weekend, Financial Times, Bolero, and former Editor-in-Chief of Zurich sur la Terre).

On the content side, COTE expands with a new Art & Culture section, led by Katia Baltera, whose storytelling brings art to life in a way that captivates both the curious and the passionate. Business & Leaders, directed by Sherif Mamdouh and myself, will take you into the world of those shaping our economy. Within this section, Beyond the Banker will introduce a bank CEO in each issue – this time, Olivier Calloud, CEO of Piguët Galland. L'Invité will shine a light on a business leader we consider truly exceptional, such as Julien Tornare, the newly appointed CEO of Hublot.

With its new additions, COTE seeks to bring greater depth to its pages. The sublime can be both obvious and subtle. It can be revealed through a creation, a person, or a lifetime of work. Our mission is to bring it to you.

John Hartung

made in baxter

photography by Andrea Ferrari



www.baxter.it

baxter
MADE IN ITALY

Surprise me!

BEATRICE HIRT
Deputy Editor-in-Chief

Wer materiell so ziemlich alles hat, fängt an, sich etwas zu langweilen. Der Kleiderschrank ist voll, das Ende der Welt ist bereist. Wie wäre es da mit einem ganz besonderen Erlebnis? Natürlich keines das anstrengt. Aber eines, an das man sich gerne erinnert. In der modernen Luxushotellerie hat es viel mit Nichtstun zu tun. Das Einzigartige, das gerade zum grossen Thema wird, gibt sich unaufgeregt. Wie in Umbriens modernem Fünfsterne-Hotel Vocabolo Moscatelli, einem dorfähnlichen Anwesen mit Historie, ultraschickem Design und fern von jedem Dresscode. Sein einfaches Erfolgsrezept: geliebte Italianita! Authentisch, alltäglich, wie in den Filmen der 60er Jahre. Wie damals sind fast alle, die hier mithelfen, aus der Gegend, denken und reden mit. Nicht selten auch mit den Gästen. Glückliches Personal, glückliche Gäste!

Auf der bescheidenen menorquinischen Isla del Rey, die bislang ohne Strom war, ging das Galeristenpaar Hauser & Wirth die Ex-remeile, um ihren Künstlern, sich selbst und ihren Besuchern ein Erlebnis der Superlative zu bieten: die Eröffnung eines 1500 m² Kunstzentrums und einer Open-Air-Galerie – natürlich nur per Boot erreichbar. Auch hier entspringt der Zauber einer integrativen DNA des Projektes und einem entspannten Verhältnis zu Kunst und Kulinarik. Weniger ist mehr, auch in diesen Sphären, wenn es eine Herzensangelegenheit ist.

Ob diese Suche nach dem Besonderen auch mit ein Grund für den Exodus der renommierten Zürcher Galerien aus dem industriellen Löwenbräu-Gebäude ist? Die Rämistrasse mit ihren charmanten, historischen Gebäuden, zu Füssen des neuen Kunsthauses, wo sie sich jetzt wie eine Perlenkette aneinanderreihen, hat das Potenzial.

-/When one has pretty much everything in material terms, boredom starts creeping in. The wardrobe is full, the ends of the earth have been traveled. So why not indulge in a truly special experience? Naturally, nothing strenuous. But something worth remembering. In modern luxury hospitality, the essence of uniqueness is often tied to the art of doing nothing. The extraordinary, which is fast becoming a major trend, manifests itself in an understated way. Take Vocabolo Moscatelli, a contemporary five-star hotel in Umbria, set within a village-like historic estate, blending ultra-chic design with a complete absence of dress codes. Its simple yet winning formula: a deep embrace of Italianita! Authentic, effortless, reminiscent of 1960s Italian cinema. Just like back then, nearly all the staff hail from the region, engaging, thinking, and conversing – not infrequently with the guests themselves. Happy staff, happy guests!

On the humble, electricity-deprived Isla del Rey in Menorca, gallery owners Hauser & Wirth went the extra mile to create an unparalleled experience for their artists, themselves, and their visitors: the opening of a 1,500 m² art center and open-air gallery – accessible only by boat. Here too, the magic stems from the project's integrative DNA and a relaxed approach to art and gastronomy. Less is more, even at this level, when passion leads the way.

Could this pursuit of the extraordinary also be a reason behind the exodus of renowned Zurich galleries from the industrial Löwenbräu complex? Now strung together like a string of pearls along the charming, historic Rämistrasse, at the foot of the new Kunsthaus, they seem to have found a setting worthy of their stature. The potential is undeniable.

Beatrice Hirt



APANAGE 1874
L'EXPERIENCE POMMERY #1

VRANKEN-POMMERY SUISSE SA
AVENUE DE LA GARE 10 - CH-1003 LAUSANNE
TÉL : 021 643 13 13
E-MAIL : INFO@VRANKENPOMMERY.CH

one leader, one question

Was ist guter Geschmack, Heiko Nieder?

Guter Geschmack – sicherlich behauptet jeder von sich, guten Geschmack zu haben – und das mag auch stimmen.

Doch jeder definiert ihn auf seine eigene Weise und auf seinem individuellen Niveau. Guter Geschmack beginnt bereits im Säuglingsalter und entwickelt sich im Laufe der Zeit. Ein Richtig oder Falsch gibt es dabei nicht, vielmehr unterscheidet sich der Geschmack durch mehr oder weniger Erfahrung.

Man sagt, Geschmack könne man lernen. Doch eigentlich ist es nur die Summe der erlebten Eindrücke. Jemand, der ein bestimmtes Gericht oder Produkt zum ersten Mal probiert, kann oft nicht beurteilen, ob es gut oder schlecht ist. Erst die Summe der Genussmomente lehrt uns, was wirklich gut ist.



Heiko Nieder

Heiko Nieder, Chefkoch des The Restaurant im Grand Dolder Hotel in Zürich, ist bekannt für seine kühne, innovative Küche. Als mehrfacher Michelin-Sterne-Koch und GaultMillau „Koch des Jahres“ hat er The Restaurant zu einer der besten kulinarischen Adressen der Schweiz gemacht.



„Good taste – surely everyone claims to have good taste and that may well be true.

However, each person defines it in their own way and at their individual level. Good taste begins in infancy and develops over time. There is no right or wrong; rather, taste differs through more or less experience.

It is said that taste can be learned. But in reality, it is merely the sum of experienced impressions. Someone trying a particular dish or product for the first time often cannot judge whether it is good or bad. Only the accumulation of moments of enjoyment teaches us what is truly good.

Heiko Nieder, Chef of The Restaurant at Zurich's Grand Dolder Hotel, is renowned for his bold, innovative cuisine. A multiple Michelin-starred chef and GaultMillau «Chef of the Year», he has made The Restaurant a top Swiss dining destination.


BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830



RIVIERA

*Chronographe Automatique, 41 mm
baume-et-mercier.com*

COVER

Inspiziert von chinesischer Symbolik und der Ästhetik der Sechzigerjahre, wurde das Cover dieser Sonderausgabe zum Jahr der Schlange vom Künstler und Fotografen Marc Ninghetto gestaltet.



PAGE 52

Takashi Murakami x Louis Vuitton
Der Künstler Takashi Murakami
© Courtesy of Louis Vuitton



PAGE 44

Chanel, a step into Zurich



PAGE 32
Little Treasures
Polo Flying Tourbillon Moonphase, Piaget

Editorial	8
Perspektive	10
One leader, one question	12

POST-SCRIPTUM	21
Sie haben gesagt ...	22
Zum Lesen	24
Instagram-Trends	26
COTES LOVES: Fußball	28

UPDATE	29
Michaud, eine neue SCHMUCKKÄSTCHEN	30
Little treasures	32
Girls best friends	38
Chanel: a step into Zurich	40
Cabas-Taschen: Stil für den Alltag!	42
Düfte: der Frühling in einem Flakon	44
Louis Vuitton x Takashi Murakami	46

THE YEAR OF THE SNAKE	47
2025, Jahr der Schlange	48
Erneuerte Bewunderung für das Reich der Mitte	50
7 Geschichten für 70 Jahre Freundschaft	52
Schlange, Gebrauchsanweisung	54
China als Motor des Luxus	62
Geboren im Zeichen der Schlange	66
A tribute to China	69


Explora
 JOURNEYS

SAIL UNIQUE

MIT DEM AMBIENTE EINER PRIVATYACHT

ENTDECKEN SIE DEN „OCEAN STATE OF MIND“. Explora Journeys lädt Sie ein, das Meer in einem von Yacht-Spezialisten entworfenen, eleganten Zuhause zu bereisen. Genießen Sie unvergessliche kulinarische Erlebnisse und verwöhnen Sie sich mit vom Ozean inspirierten Wellness-Angeboten, während Sie - umgeben von europäischem Flair - beliebte Destinationen und weniger bereiste Orte ansteuern.

EXKLUSIVE KREUZFAHRTEN AUF EXPLORAJOURNEYS.COM
 KONTAKTIEREN SIE IHRE BEVORZUGTE REISEBERATUNG
 ODER +41 43 5086478





PAGE 146
Laurent-Perrier



PAGE 94
Der Gast
Julien Tornare, CEO von Hublot



PAGE 102
Beyond the Banker
Olivier Calloud, CEO von Patek Philippe



PAGE 130
Grand Palais
„Von Herzen zur Hand“:
Dolce & Gabbana

PAGE 164
Cabas für den Alltag



BUSINESS & LEADERS	77
Der Gast: Julien Tornare	78
Beyond the Banker: Olivier Calloud	84

ART & CULTURE	89
Marc Ninghetto, der Künstler, der fotografierte	90
Die fantastische Geschichte des Grand Palais	94
Chiharu Shiota, die Regungen der Seele	96
„Von Herzen zur Hand“: Dolce & Gabbana	100

ESCAPE	103
Explora: «E la nave va...»	104
40 Jahre Snow Polo in St. Moritz	108

BEAUTY & HEALTH	109
Clarins: In meiner Kosmetiktasche diesen Winter	110
Beauty gems	114
Studio WOO: yoga & more	116

URBAN, UNSER CITY GUIDE	117
Die besten Adressen für alle, die clever ausgehen möchten	

TROMBINOSCOTE	133
Bildergalerie der angesagtesten Events	



MIRABAUD
WEALTH MANAGEMENT



GENEVA ZÜRICH BASEL LUXEMBOURG LONDON PARIS MADRID BARCELONA
VALENCIA SEVILLE MILAN MONTREAL DUBAI ABU DHABI SAO PAULO MONTEVIDEO

Impressum

COTE

MAGAZINE

LES ÉDITIONS COTE SA

EDITORIAL

CHIEF EDITORIAL OFFICER

John Hartung / j.hartung@cote-magazine.ch

DEPUTY EDITOR ZURICH

Beatrice Hirt

DEPUTY EDITOR GENEVA

Victoria Javet / v.javet@cote-magazine.ch

CONTRIBUTORS

Katia Baltera, Sherif Mamdouh, Agathe Forichon, Shani Schneider, Beatrice Hirt, Joël Rosales, Julie des Esseintes, Justine Zamataro
laredaction@cote-magazine.ch

DESIGN & PRODUCTION

GRAPHIC DESIGNERS

Morgane Marchon / morgane.marchon@cote-magazine.ch
Yves Ninghetto / yves@lafabrique.ch
Cyril Bays, Danait Wolday / pao@cote-magazine.ch

PHOTOGRAPHERS

Marc Ninghetto / marc@lafabrique.ch
Morgane Marchon / morgane.marchon@cote-magazine.ch

MARKETING & SALES

ADVERTISING MANAGER MARKETING/EVENTS DIRECTOR

Stéphanie Fantoni

SALES MANAGER

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

PR & EVENT MANAGER

Linda Cohen / l.cohen@cote-magazine.ch

PROJECT & CONTENT MANAGER

Agathe Forichon / agathe.forichon@cote-magazine.ch

ADMINISTRATION & DISTRIBUTION

EXECUTIVE ASSISTANTS

Virginie Vivès

HUMAN RESOURCES

rh@cote-magazine.ch

Subscriptions: info@cote-magazine.ch

WEB & SOCIAL MEDIA

Victoria Javet, Justine Zamataro

INSTAGRAM



WEBSITE



LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE

Head office: Rue Eugène Marziano 37, CH 1227 Genève / Tél. +41 22 736 56 56 / cote-magazine.ch

COTE MAGAZINE GENÈVE

French/English
Seven issues a year

COTE MAGAZINE ZURICH

German/English
Four issues a year

COTE MAGAZINE LUGANO

Italian/English
Two issues a year

Reproduction, even partial, of articles and illustrations published in COTE Magazine is prohibited. Distribution list for French-speaking Switzerland, German-speaking Switzerland & Ticino on request.

Distribution partnership with CANONICA and Geneva Airport's VIP lounges - Salon Skyview and Salon Aspire - Swissport. COTE benefits from an exclusive distribution partnership with the Fondation pour Genève and the association Les Clefs d'Or Genève.

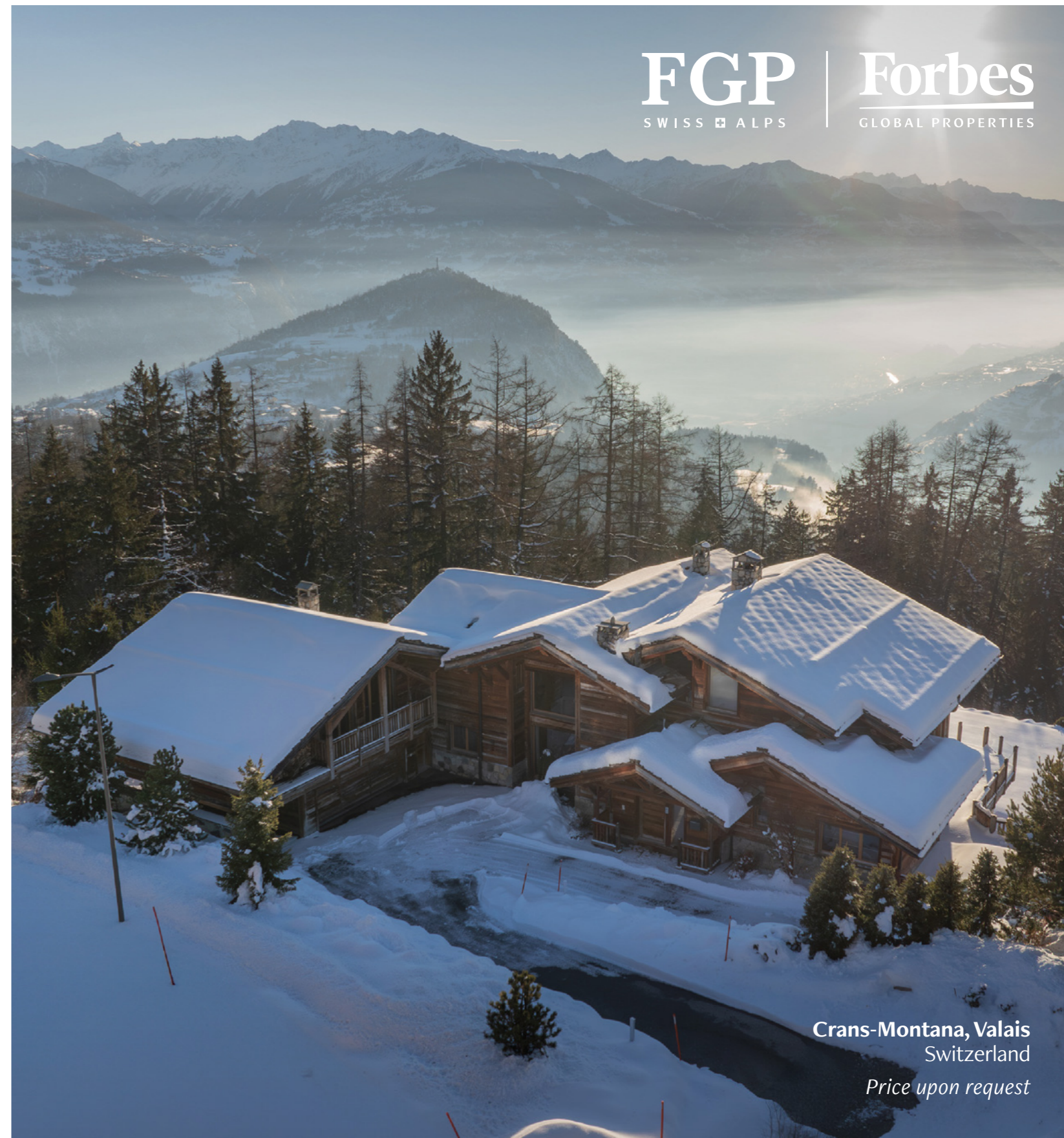
COTE Magazine "Inflight" on all **SWISS AIRLINES** flights in First and Business Class.



REMP CERTIFIED MAGAZINE
FROM 01/04/2022 TO 31/03/2023
Geneva certified circulation 12.07.2023
22,269 copies distributed per issue
3,760 copies sold per issue
25,000 copies (total circulation)

Zurich
20'777 copies distributed per issue
1'883 copies sold per issue
25 000 copies (total circulation)

Lugano
16 000 copies (total circulation)



FGP
SWISS ALPS

Forbes
GLOBAL PROPERTIES

Crans-Montana, Valais
Switzerland
Price upon request

Showcasing the world's finest homes...
and the stories behind them.



Offered for sale by Daniel ASTORE - +41 (0)79 694 81 08 - d.astore@fgp-swissandalps.com

GRUPE COMPTOIR IMMOBILIER

NOCH NICHT ABONNIERT?

COTE

MAGAZINE



Um keine Ausgabe zu verpassen,
abonnieren Sie COTE Magazine
für ein oder zwei Jahre.

Oder Sie können COTE Magazine auch online
auf unserer Website abonnieren.
cote-magazine.ch

Ich möchte COTE Magazine Zürich für ein Jahr
(4 Ausgaben) zum Preis von 49.00 CHF erhalten.

Ich möchte COTE Magazine Zürich für zwei Jahre
(8 Ausgaben) zum Preis von 89.00 CHF erhalten.

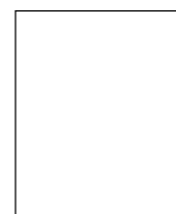
Name _____

Vorname _____

Adresse _____

Tel. _____

E-Mail _____



Les Éditions COTE
Service Abonnement
Rue Eugène Marziano, 37
1227 – GENÈVE

POST-SCRIPTUM

SIE HABEN GESAGT – ZUM LESEN – INSTAGRAM-TRENDS – COTE LOVES FOOTBALL



Audrey Hepburn in Blake Edwards' Film „Breakfast at Tiffany's“, 1961

Sie haben gesagt ...

Leadership ist eine treibende Kraft für Transformation. Sie beschränkt sich nicht nur auf das Leiten, sondern inspiriert und motiviert. Diese Zitate laden dazu ein, über die Bedeutung von Leadership nachzudenken und zu handeln.

Leadership, a driving force for transformation, goes beyond leading: it inspires and motivates. Through these words, discover reflections that remind us leadership is embodied as much in action as it is in example. An invitation to think and act.

„Ich verliere nie. Entweder gewinne ich, oder ich lerne.“

-/ "I never lose. I either win or learn."

Nelson Mandela

„Die einzige Person, die Sie zu werden bestimmt sind, ist die, die Sie entscheiden zu sein.“

-/ "The only person you are destined to become is the person you decide to be."

Carl Rogers

„Mut ist ansteckend. Jedes Mal, wenn eine Führungskraft Mut anstelle von Komfort wählt, inspiriert sie andere, dasselbe zu tun.“

-/ "Courage is contagious. Every time a leader chooses courage over comfort, they make everyone around them a little braver."

Brené Brown

„Menschen, die verrückt genug sind zu denken, sie könnten die Welt verändern, sind diejenigen, die es auch tun.“

-/ "The people who are crazy enough to think they can change the world are the ones who do."

Steve Jobs

„Das größte Hindernis für Leistung ist nicht der Gegner oder äußere Herausforderungen, sondern unser eigener Verstand.“

-/ "The main obstacle to performance is not the opponent or external challenges, but our own mind."

Tim Gallwey

„Leadership ist kein Titel. Es ist eine Handlung. Und es ist ein Vorbild.“

-/ "Leadership is not a title. It is an action. And it is an example."

Robin Sharma

„Talent gewinnt Spiele, aber Teamwork und Intelligenz gewinnen Meisterschaften.“

-/ "Talent wins games, but teamwork and intelligence win championships."

Michael Jordan

NEU
EXTRA-FIRMING
[COLLAGEN]³
HOCHLEISTUNGS-TECHNOLOGIE

**Straffere Haut
in 7 Tagen.***

NACHFÜLLBAR



CLARINS
PARIS

Extra-Firming Jour
[COLLAGEN]³ TECHNOLOGY

Crème effet lift, rides lissées, fermeté
Lift effect, wrinkle-smoothing day cream
Toutes peaux – All skin types

+53%
KOLLAGEN-
KAPITAL**

CLARINS

clarins.ch

* Verbrauchertest, Extra-Firming Tag & Nacht für alle Hauttypen, 107 Frauen.

**Ex-vivo-Test an lichtgealterten Explantaten, Messung der Menge an gut strukturiertem, qualitativ hochwertigem Kollagen.

Zum Lesen

Eine handverlesene Auswahl an Büchern.

-/ A handpicked selection of books to binge-read right away.



La Très Catastrophique Visite du Zoo

Joël Dicker

ROSIE & WOLFE

„Für Jahre war die Stadt, in der ich aufwuchs, von den Ereignissen erschüttert, die sich an einem Dezemberfreitag kurz vor Weihnachten im Zoo abspielten. Und für Jahre kannte niemand die Wahrheit. Bis zu diesem Buch.“ Joël Dicker entfernt sich vom Thriller-Genre und bietet ein Buch, das für Kinder und Erwachsene gleichermaßen spannend ist. Die Geschichte ist eine Mischung aus Abenteuer, Humor und Gesellschaftskritik und lädt alle Generationen zum gemeinsamen Lesen ein.

-/ “For years, in the small town where I grew up, the events that took place at the local zoo one December Friday, just days before Christmas, left everyone deeply shaken. And for all those years, no one knew the truth of what really happened there. Until this book”. In “La Très Catastrophique Visite du Zoo”, Joël Dicker steps away from the thriller genre to offer a charming read for all ages. Written to be enjoyed by children, parents, and grandparents alike, the story unfolds as an exciting yet humorous investigation, layered with meaning and offering playful nods to our society.

The Housemaid

Freida McFadden

J'AI LU

Ein mitreißendes Buch, das man nicht aus der Hand legen kann. Für Fans von Psychothrillern und Spannung hat „The Housemaid“ alle Zutaten, um unsere Neugier zu wecken. Millie wird als Haushälterin von der Winchester-Familie eingestellt, merkt aber schnell, dass die charmante Person, die sie eingestellt hat, viele dunkle Geheimnisse verbirgt ... Eine Geschichte, die uns daran erinnert, dass hinter Perfektion manchmal das Schlimmste steckt.

-/ A gripping, fast-paced read you won't want to put down. For fans of psychological thrillers and suspense, “The Housemaid” by Freida McFadden has all the right ingredients to stir up your most curious (and darkest) instincts. Hired as a housekeeper by the Winchester family, Millie quickly realizes that the warm, welcoming person who hired her is hiding a lot of secrets... A story that reminds us to never trust appearances, because sometimes, behind the perfect façade, the worst lies hidden.

Paris by Paris

Ariel Wizman & Harold Cobert,
Vorwort von Frédéric Beigbeder

ASSOULINE

„Der wahre Pariser liebt Paris nicht, aber er kann nirgendwo anders leben.“ Alphonse Karr. Nach dem Bestseller „New York by New York“, widmet Assouline diesem prächtigen Bildband der Stadt des Lichts. Man taucht in die Schönheit der Pariser Monumente ein, entdeckt faszinierende Anekdoten und unternimmt einen Spaziergang durch das historische Paris. Kunst, Mode und Kultur machen die Stadt verführerischer als je zuvor.

-/ “The true Parisian doesn't love Paris, but he can't live anywhere else.” Alphonse Karr, French novelist and journalist. Following the success of New York by New York, Assouline now turns its attention to the City of Light. In this stunning coffee table book, you'll be swept up in the beauty of Paris's historic landmarks, discover fascinating anecdotes, and revisit the Paris of yesteryear on a stroll down its iconic boulevards. From art and fashion to culture, the city shines brighter than ever; from the Belle Époque to the Roaring Twenties, and the post-war renaissance of intellectual and artistic creativity.

HAMILTON

AMERICAN CLASSIC
INTRA-MATIC



Instagram-Trends zum Jahresbeginn

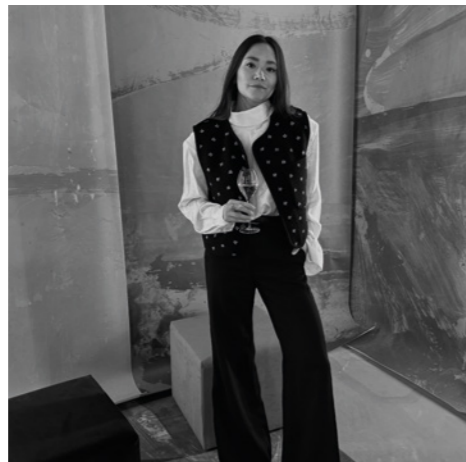


@fannythefoodie

The balaclava

Die Sturmhaube, praktisch und stilvoll, ist zum unverzichtbaren Accessoire geworden, um dem Winter mit Eleganz zu trotzen. Ihr enganliegendes Design und kuschelige Materialien gibt es in minimalistischen oder farbenfrohen Varianten. Perfekt, um Wärme und Originalität zu vereinen – dieses Piece zieht garantiert alle Blicke auf sich.

The balaclava, practical and stylish, has become the must-have accessory to brave winter with flair. Its snug fit and cozy materials come in minimalist or colorful designs. Perfect for combining warmth and originality, this piece turns heads.



@sarahquan_

The vest

Die Weste, trendig und vielseitig, ist das Must-have für die Übergangszeit. In verschiedenen Farben und Materialien wie Lammfell oder Wolle erhältlich, lässt sie sich über einen Pullover oder ein leichteres Outfit tragen und verleiht Komfort und Stil. Mit ihrem modernen Schnitt und ihrer weichen Haptik wird diese Weste zum unverzichtbaren Trendstück 2025.

The vest, trendy and versatile, is the must-have of the winter. Available in various colors and materials, such as shearling or wool, it can be worn over a sweater or a lighter outfit to add both comfort and style. With its modern cut and softness, this vest becomes a season essential.



@entre_dois

The blazer

Der karierte Blazer, mit seinem unisexen Look und britischer Inspiration, etabliert sich als unverzichtbares Mode-Statement. Ob oversized oder tailliert, mit Jeans für einen lässig-eleganten Stil oder über einem strukturierten Ensemble getragen – er bewegt sich mühelos zwischen den Stilen. Zwischen Tradition und Moderne überzeugt er mit zeitloser Eleganz und selbstbewusster Ausstrahlung.

Auf dem Bild: *PIED-DE-POULE-BLAZER* (links) & *SLIM BLAZER* (rechts). Beide von Lamarel.

The checkered blazer, with its unisex appeal and British-inspired style, is emerging as a must-have piece this season. Whether oversized or fitted, paired with jeans for a casual chic look or layered over a more structured outfit, it effortlessly adapts to different styles. Balancing heritage and modernity, it captivates with its timeless elegance and bold character.

Zu Beginn des Jahres stehen die Trends ganz im Zeichen der Erneuerung. Natürliche Materialien, kuschelige Accessoires und dynamisches Design prägen unsere Wünsche neu. Mode, Deko und Lifestyle erstrahlen in sanften Tönen und kreativen Akzenten, um die Saison stilvoll zu bereichern.

-/ As the year begins, trends emerge with a sense of renewal. Natural materials, cozy accessories, and design in motion redefine our desires. Fashion, decor, and lifestyle embrace softness and creativity, bringing warmth and style to the season.

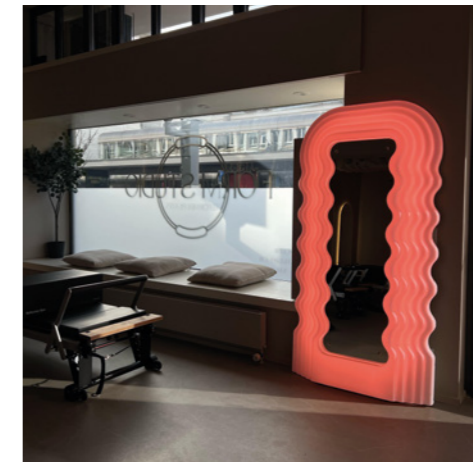


@akuavi_

The grey outfit

Das graue Outfit, elegant und minimalistisch, ist ein Must-have in dieser Saison. Durch das Spiel mit verschiedenen Grautönen und Materialien entsteht ein raffinierter, aber dennoch mühelos tragbarer Look. Perfekt, um Komfort und Stil zu vereinen – dieses Outfit setzt mit seiner schlichten Eleganz ein klares Statement.

The grey outfit, elegant and minimalist, is a must-have this season. Playing with various shades of grey and different materials, it creates a sophisticated yet easy-to-wear look. Perfect for combining comfort and style, this outfit makes a statement with its chic simplicity.



@formstudioclub

Design in motion

Design in Bewegung zeichnet sich durch fließende, organische Formen aus, wie der Ultrafragola-Spiegel oder die skulpturale iPhone-Hülle. Diese Objekte scheinen zum Leben zu erwachen und verleihen jedem Raum eine dynamische Note. Durch die Verbindung von Ästhetik und Funktionalität verkörpert dieser Trend die stetige Weiterentwicklung des modernen Designs.

Design in motion is defined by its fluid, organic shapes, like the Ultrafragola mirror or the sculptural iPhone case. These objects seem to come alive, adding a dynamic touch to any space. Blending aesthetics and functionality, this trend embodies the ongoing evolution of modern design.



@hrvy_n

The red tights

Kühn und ultra-trendy – die roten Strumpfhosen sind momentan das Must-have-Accessoire. Ob mit einem Minirock, einem fließenden Kleid oder strukturierten Shorts kombiniert, sie verleihen jedem Look eine kraftvolle und selbstbewusste Note. Mit einer Mischung aus Glamour und Pop-Attitüde brechen sie die Regeln und setzen Silhouetten mit kühner Eleganz in Szene.

Bold and ultra-trendy, red tights are the must-have fashion accessory of the moment. Whether paired with a mini skirt, a flowing dress, or structured shorts, they add a vibrant and confident touch to any look. A mix of glamour and pop spirit, they break the rules and enhance silhouettes with daring elegance.



Tiffany & Co. and FIFA Club World Cup Trophy

Tiffany & Co. und die FIFA haben den allerersten Pokal der FIFA Klub-Weltmeisterschaft bei einem exklusiven Event im Tiffany Landmark in New York vorgestellt. Anwesend waren Anthony Ledru, Präsident und CEO von Tiffany & Co., sowie Gianni Infantino, Präsident der FIFA.

Der von FIFA entworfene und von Tiffany & Co. gefertigte Pokal ist ein wahres Meisterwerk der Kunst und Technik. Hergestellt aus leichten und dennoch robusten Materialien, kombiniert er modernste Technologie mit der Präzision und Finesse der Schweizer Uhrmacherkunst. Jedes Detail wurde sorgfältig ausgearbeitet und spiegelt Exzellenz und die Feier sportlicher Erfolge wider. Dieses Meisterwerk markiert ein neues Kapitel in der 160-jährigen Geschichte von Tiffany & Co. in der Herstellung legendärer Trophäen.

Fußballlegenden wie Carli Lloyd, Francesco Totti und Michael Ballack waren anwesend, ebenso wie Robbie Williams, der die Gäste mit einer musikalischen Darbietung begeisterte.

-/ Tiffany & Co. and FIFA unveiled the very first FIFA Club World Cup trophy during an exclusive event at the Tiffany Landmark in New York City, hosted by Anthony Ledru, President and CEO of Tiffany & Co., and Gianni Infantino, FIFA President.

The trophy, designed by FIFA and crafted by Tiffany & Co., is a true masterpiece of artistry and technical skill. Made with lightweight yet durable materials, it combines cutting-edge technology with the precision and finesse of Swiss watchmaking. Every detail has been meticulously crafted, reflecting excellence and the celebration of sporting achievement. This masterpiece marks a new chapter in Tiffany & Co.'s 160-year history of creating iconic trophies.

Football legends such as Carli Lloyd, Francesco Totti, and Michael Ballack were in attendance, alongside Robbie Williams, who delighted guests with a musical performance.

UPDATE

LITTLE TREASURES – CHANEL IN ZURICH – GIRLS BEST FRIENDS – LOUIS VUITTON X MURAKAMI



James Bond 007: Dr. No – Eunice Gayson & Sean Connery – 1965



MICHAUD, ein neues SCHMUCKKÄSTCHEN

Vor 118 Jahren begann die Geschichte von Michaud im Herzen von Neuchâtel. Im Jahr 2024 erhält diese historische Boutique ein neues Gesicht – zur Freude aller Liebhaber edler Uhrenmechanik und kostbarer Juwelen.

The Michaud story began 118 years ago in the heart of Neuchâtel. In 2024, this historic boutique unveils a refreshed look, delighting aficionados of fine watchmaking and exquisite jewelry.

Untrennbar mit dem Geschäftsleben von Neuchâtel verbunden, hat das Juweliengeschäft Michaud kürzlich ein stilvolles Makeover erhalten. Während sich das Äußere kaum verändert hat, strahlt das Innere weiterhin die Authentizität und Exzellenz aus, die seit Generationen das Leitmotiv der Gründerfamilie ist.

Die Geschichte der Boutique Michaud begann vor über einem Jahrhundert, zuerst an der Croix du Marché, dann an der Place Pury. Seit vier Generationen verbindet die Familie Michaud ihr Handwerk mit der Leidenschaft für Zeitmessung. Unter einem Dach vereint die Boutique die größten Namen der schweizerischen und internationalen Uhren- und Schmuckwelt sowie hauseigene Kreationen. Sie ist ein Tribut an Handwerkskunst, Authentizität und Schönheit – und gleichzeitig der Spiegel der Evolution einer Marke, die heute von den Geschwistern Marie-Maude, Jean-Nicolas und Laurent Michaud geleitet wird.

Zwei Jahre Planung waren nötig, um diesen neuen Raum zu gestalten. Entworfen vom Atelier oï in La Neuveville, erstreckt sich die neu gestaltete Michaud-Boutique über zwei Etagen und mehrere hundert Quadratmeter. Eiche als dominierendes Material symbolisiert Gastfreundschaft,

-/ A cornerstone of Neuchâtel's commercial landscape, Michaud Jewelry has revealed a revamped interior that remains faithful to its heritage. While the exterior may seem unchanged, the boutique radiates the charm and authenticity that have guided its founders and continue to inspire their descendants today.

Founded over a century ago, first in 1906 at Croix du Marché and later in 1909 at Place Pury, Michaud's story is deeply rooted in family. For four generations, the Michaud family has upheld a dedication to time and craftsmanship. Housing the most renowned names in Swiss and international watchmaking and jewelry, alongside in-house creations, the boutique celebrates the harmony of artistry, authenticity, and beauty. Beyond this, it reflects the ambition and instinctive evolution of a brand now helmed by siblings Marie-Maude, Jean-Nicolas, and Laurent Michaud.

It took two years of meticulous planning to redesign this exceptional space. Conceived by Atelier oï of La Neuveville, the reimaged Michaud boutique spans two floors and 164 square meters. Designed to highlight extraordinary pieces and cutting-

Stärke und Langlebigkeit und verleiht dem Ambiente eine warme, zeitlose Eleganz.

Das Spiel aus geschwungenen und geraden Linien sowie organischen Materialien führt den Besucher natürlich zum Rolex-Bereich. Dieser exklusive Raum besticht durch Naturstein aus römischem Travertin in Creme-Tönen, grüne wellenartige Texturen, die Wasser symbolisieren, Walnussholz und den Wechsel von bronziertem und poliertem Messing. Rolex, ein historischer Partner von Michaud, präsentiert hier seine neuesten Innovationen und ikonischen Modelle in einer raffinierten Umgebung.

Eine imposante Holz- und Kristallkaskade dient als zentrales Lichtobjekt und verbindet Erdgeschoss und obere Etage. Inspiriert von den wertvollen Schmuckstücken im Geschäft, besteht dieses Designelement aus einem durchbrochenen Eichengitter, das mit Murano-Glaskristallen der venezianischen Glasbläser von Vistosi verziert ist. Entlang der Treppe begleiten eine Textilbespannung und eine spiralförmige Glasstruktur den Weg des Besuchers. Im Obergeschoss erwarten ihn ein stilvoller „Watchbar“-Bereich, der an eine Bibliothek erinnert, sowie eine Uhrmacherwerkstatt, die für Sofort-Services wie Justierungen und Größenanpassungen zur Verfügung steht.

Tief verwurzelt in der schweizerischen Uhrenwelt reicht der Einfluss von Michaud weit über Neuchâtel hinaus. Seit 2016 gibt es eine zweite Boutique in Verbier, die dieselben Werte und dieselbe Exzellenz verkörpert. Mit einer ebenso eleganten Holz- und Materialgestaltung bietet sie eine exklusive Auswahl an Marken, darunter einige, die nur dort erhältlich sind.

Michaud Neuchâtel
Pl. Pury 1-3, 2000 Neuchâtel
+41 32 722 61 68
michaud.ch

Michaud Verbier
Rue de Médran 5, 1936 Verbier
+41 27 771 11 09

edge innovations, the setting exudes elegance, crafted from noble materials such as oak. Symbolizing hospitality, strength, and longevity, oak was the natural choice, infusing the space with warmth and timelessness.

The contrast between curves and straight lines, combined with the interplay of organic materials, naturally guides visitors to the Rolex Space. This dedicated area, adorned with natural stones like cream-toned Roman travertine, textured green waves evoking water, walnut wood, and alternating bronzed and polished brass, embodies understated luxury. As a historic partner of Michaud, which represents a total of nine watchmakers and fifteen jewelers, Rolex enjoys this exclusive space to present its latest innovations and iconic creations.

A striking wooden and crystal cascade serves as the boutique's central light source, bridging the ground floor and upper level. This bespoke feature, echoing the jewelry housed within, includes an openwork oak screen adorned with Murano glass crystals handcrafted by Vistosi glassblowers. Along the staircase, a textile drape and a spiral glass design guide the visitor's ascent. Upstairs, visitors can explore two distinct areas: a refined yet relaxed watch bar, reminiscent of a library, and a fully equipped watchmaker's workbench. This functional space emphasizes Michaud's commitment to service, offering on-the-spot watch adjustments, sizing, and maintenance.

While deeply rooted in the heart of Switzerland's watchmaking valley, the Michaud legacy extends far beyond Neuchâtel. Since 2011, a second location in Verbier has upheld the same values, philosophy, and pursuit of excellence that define its Neuchâtel counterpart. With its own wooden and contemporary design, the Verbier boutique features a carefully curated selection of brands, including exclusive offerings not found elsewhere.

Kleine Schätze

Entdecken Sie die neuesten Wunderwerke, die die Zeit verschönern,
mit dieser Auswahl an neuen Uhren.

Discover the latest marvels that embellish time, with this selection of new timepieces.



**Piaget Polo Flying
Tourbillon Moonphase**
Piaget

Seit ihrer Einführung im Jahr 1979 ist die Piaget Polo eine Ikone des sportlichen Chics. Nun geht sie noch einen Schritt weiter in Richtung technischer Komplexität: Mit einem fliegenden Tourbillon und einer astronomischen Mondphasenanzeige setzt diese Uhr neue Maßstäbe. Die Piaget Polo Flying Tourbillon Moonphase misst nur 9,8 mm in der Höhe und zeigt somit eindrucksvoll Piagets Expertise in der ultradünnen Uhrmacherei. Ihr Titan-Gehäuse mit polierten und satinierten Oberflächen beherbergt das Kaliber 64P, das die Mondphasenanzeige auf 6 Uhr antreibt. Durch den Saphirglasboden kann das präzise Werk bewundert werden. Zusätzlich sind die Seiten des Gehäuses sowie die Kroneneinlage mit einer blauen PVD-Beschichtung veredelt – eine Hommage an die charakteristische Farbgebung der Kollektion.

-/ An icon of sporty elegance since its debut in 1979, the Piaget Polo pushes the limits of complexity with the addition of a flying tourbillon and an astronomical moon phase display. Showcasing Piaget's expertise in ultra-thin watchmaking, the Piaget Polo Flying Tourbillon Moonphase measures just 9.8 mm in thickness.

Its titanium case, with polished and satin finishes, houses the 64P caliber, which powers the moon phase display at 6 o'clock. The movement can also be admired through a transparent sapphire case back. To highlight the collection's signature blue tones and the gadroons on the dial, the case sides and crown insert are finished with blue PVD.



**Maestro 9.0 Roman Tourbillon,
ref. GC9.0-A-RT-WG**
Gerald Charles

Eine Hommage an den visionären Stil von Gérard Genta: Die neue Maestro 9.0 Roman Tourbillon feiert die römische Architektur und Kunst. Limitiert auf 50 Exemplare, besticht das Modell mit einem polierten Edelstahlgehäuse und einer Lünette aus Titan Grade 5, die mit einem mehrfarbigen blauen Finish behandelt wurde. Im Inneren schlägt das Herz des Zeitmessers: Ein handgehämmertes Zifferblatt aus 18-karätigem Weißgold mit römischen Ziffern und einem 60-Sekunden-Tourbillon auf 6 Uhr. Abgerundet wird das elegante Design durch ein handgenähtes blaues Alligatorlederband und das Kaliber 9.0 aus Schweizer Manufaktur.

-/ A tribute to the visionary style and creativity of Mr. Genta, the new Tourbillon Romain by Gerald Charles celebrates Roman architecture and art. Limited to 50 pieces, the signature Maestro case is crafted in polished stainless steel, paired with a Grade 5 titanium bezel featuring a multicolored blue finish. At its heart, the hand-hammered 18-carat white gold dial showcases Roman numerals and a 60-second flying tourbillon at 6 o'clock. The watch is completed with a hand-stitched blue alligator strap and features the Swiss Manufacture 9.0 caliber.



**Pilot's Watch Mark XX Mercedes-AMG
PETRONAS Formula One™ Team**
IWC Schaffhausen

IWC Schaffhausen präsentiert eine neue offizielle Uhr zu Ehren der langjährigen Partnerschaft mit dem Mercedes-AMG PETRONAS Formel-1-Team.

Die Pilot's Watch Mark XX Mercedes-AMG PETRONAS besitzt ein mattgraues Titangehäuse mit 40 mm Durchmesser.

Dieses leichte und robuste Material wird auch in der Automobilindustrie für stark beanspruchte Bauteile eingesetzt.

Die Uhr besticht durch ein schwarzes Zifferblatt mit grünen PETRONAS-Akzenten – die ikonische Farbe des Teams – und ein passendes grünes Kautschukarmband. Ein echtes Juwel für Geschwindigkeitsliebhaber.

-/ IWC Schaffhausen unveils a new official timepiece celebrating its longstanding partnership with the Mercedes-AMG PETRONAS Formula One™ Team. The Pilot's Watch Mark XX Mercedes-AMG PETRONAS features a 40mm matte gray titanium case. Lightweight yet highly durable, this material is also used in automotive engineering for high-stress components.

The watch boasts a black dial accented with Petronas green, the signature color of the team, and a matching green rubber strap. A perfect gem for speed enthusiasts.



**Ultra-Chron Carbon,
ref. L2.839.4.52.2.**
Longines

Zum ersten Mal setzt Longines auf ein Uhrengehäuse aus Karbon. Die neue Ultra-Chron Carbon (Ref. L2.839.4.52.2) ist inspiriert von einem ikonischen Modell aus dem Jahr 1968 mit kissenförmigem Gehäuse. Dank der Leichtigkeit von Karbon bringt dieses technische Meisterwerk weniger als 80 Gramm auf die Waage – inklusive Armband. Das exklusive Hochfrequenz-Kaliber Longines L.836.6 schlägt mit 36.000 Halbschwingungen pro Stunde. Zusätzlich ist die Ultra-Chron Carbon vollständig von TIMELAB als Chronometer zertifiziert.

-/ For the first time, Longines has chosen carbon to craft one of its watch cases. The new Ultra-Chron Carbon (ref. L2.839.4.52.2) draws inspiration from a 1968 iconic model with a cushion-shaped case. Thanks to carbon's lightweight properties, this technical marvel weighs less than 80 grams, including the watch and strap. Active individuals can rely on its exclusive high-frequency Longines caliber L.836.6, which beats at 36,000 vibrations per hour. Additionally, the Ultra-Chron Carbon is fully chronometer-certified by TIMELAB.





Ice Cube,
ref. 104272-5001
Chopard

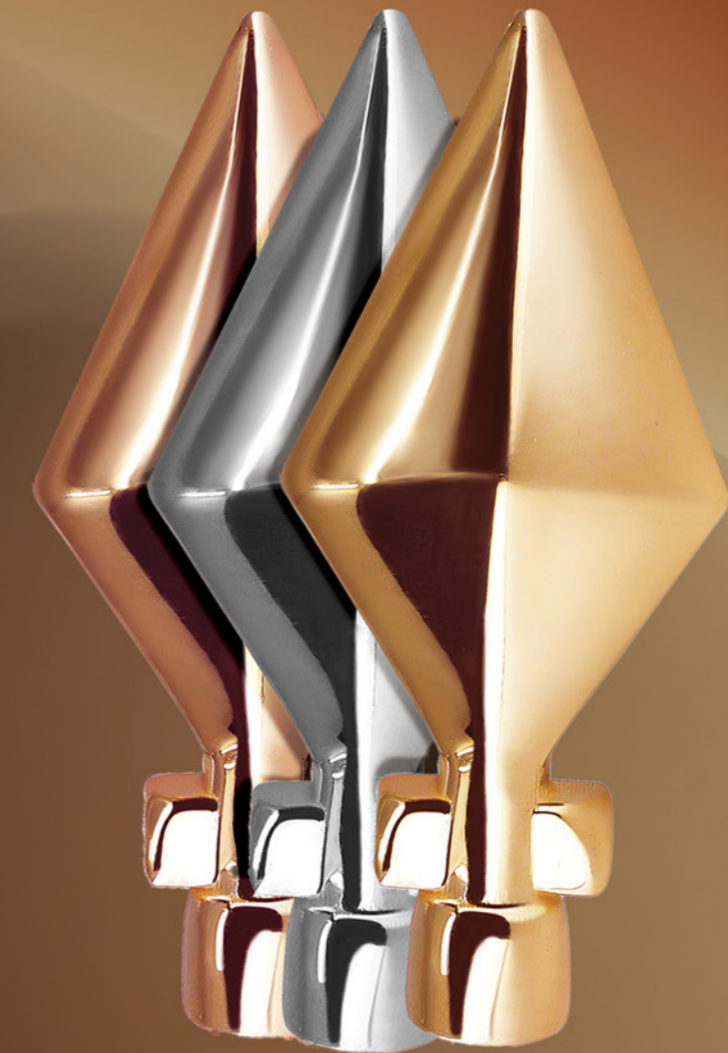
Die neueste Ergänzung der Ice-Cube-Kollektion ist eine geheime Uhr aus 18-karätigem ethischen Roségold – ein Meisterwerk der Chopard-Uhrmacherkunst und Juwelierkunst.

Wie ein Wasserfall aus Gold und Diamanten (8,54 Karat) legt sich diese außergewöhnliche Kreation um das Handgelenk, mit einer Struktur, die wie ein Puzzle zusammengesetzt ist. Ein technisches Meisterwerk, das fast 800 Stunden Handarbeit erforderte. Quarzwerk.

-/The newest addition to the Ice Cube collection, this secret watch in 18-carat ethical rose gold is a stunning showcase of Chopard's watchmaking and jewelry expertise. Featuring a cascade of gold and diamonds (8.54 carats), it wraps gracefully around the wrist with a puzzle-like design. A true masterpiece of craftsmanship, it took nearly 800 hours to create. Quartz movement.

FULLORD

GENEVA



Strength in Every Facet.
Boldly Yours.

Girls best friends

In der Liebe sollte man auf sichere Werte setzen.
Diamanten sind die ultimativen Symbole für Ewigkeit und Treue – eine zeitlose Wahl.

-/ When it comes to love, it's best to stick to timeless classics.
Diamonds, the ultimate symbols of eternity and loyalty, are always a perfect choice.



CARTIER
Trinity ring
Grey gold, pink gold, yellow gold, black lacquer, diamonds

POMELLATO
Iconica ring
Pink gold with diamonds on 18k white rhodium-plated pink gold



CHANEL
Plume de Chanel earrings
White gold, diamonds, one pear cut diamond (0.74 ct)



GRAFF
White Heart Shape Diamond Pendant
White gold with diamonds



MARLI
Cleo bracelet
Pink gold with diamonds



SARTORO
VIE Ring
Pink gold with diamonds

Chanel: a step into Zurich

Chanel eröffnet seinen allerersten exklusiven Schuhbereich in der Schweiz, im Herzen des neuen Bongénie in Zürich.

-/ Chanel is inaugurating its very first space dedicated to shoes in Switzerland, at the heart of the new Bongénie in Zurich.



CHANEL im Bongénie
Bahnhofstr. 39, 8001 Zürich
+41 44 211 46 20
gucci.com

Der Traum aller Fashionistas wird nun Wirklichkeit – in der Bahnhofstrasse 3 in Zürich. Im vergangenen Februar hat das Haus Chanel einen brandneuen Raum eröffnet, der ausschließlich Schuhen gewidmet ist. Auf einer Fläche von fast 60 Quadratmetern präsentiert dieses wahre Schuhparadies die neuesten Kreationen der Marke sowie ikonische Modelle wie die Slingback oder die Ballerina – in einer äußerst eleganten Atmosphäre, gestaltet von Peter Marino.

Ganz im Sinne von Gabrielle Chanel tauchen uns die Farben Weiß, Gold, Beige und Schwarz sowie Materialien wie Tweed in die Welt des Hauses ein, während Kunstobjekte und edles Mobiliar dem Ganzen zusätzliche Raffinesse verleihen. Eine äußerst exklusive Adresse – und schon jetzt ein absolutes Must-Visit.

-/The dream of all fashionistas has now become a reality at number 3 Bahnhofstrasse in Zurich. Last February, the House of Chanel opened an entirely new space exclusively dedicated to shoes. Spanning nearly 60 square meters, this true shoe paradise showcases the brand's latest creations, as well as iconic models such as the slingback and the ballerina, in an ultra-elegant setting designed by Peter Marino.

True to Gabrielle Chanel's signature style, shades of white, gold, beige, and black, along with materials such as tweed, immerse visitors in the world of the Maison, while art objects and designer furniture add an extra touch of sophistication. A highly exclusive address – already a must-visit destination.

BVLGARI ALLEGRA



MAGNIFY FOR MORE EMOTION

BVLGARI.COM

Cabas

Eleganz für den Alltag!

Cabas-Taschen, diese unverzichtbaren Begleiter des Alltags, vereinen Praktikabilität und Stil in Perfektion. Dieses Jahr werden sie mit mutigen Designs, nachhaltigen Materialien und raffinierten Details neu interpretiert, die den Geist von 2025 einfangen.

-/ Tote bags, those essential everyday companions, perfectly blend practicality and style. This year, they are being reinvented with bold designs, sustainable materials, and sophisticated details that embody the spirit of 2025.



CHANEL
Chanel 22 Small Handbag
Shiny Calfskin & Gold-Tone Metal
Light grey



BOTTEGA VENETA
Pinacoteca
Madder brown/lunar



POLENE
Cyme
Edition Textured Cognac



DeMELLIER
The Midi New York
Tan Small Grain
Ecru Stitching



SAINT LAURENT
Bea Tote Bag
Suede Golden Leaf



DIOR
Medium Dior Book Tote
Latte Embroidery
with Gold-Tone
Dior Around the World Motif

Der Frühling in einem Flakon

Düfte feiern die Ankunft des Frühlings und die Poesie der wiederkehrenden schönen Tage.

-/ These fragrances embrace the spirit of spring and the beauty of longer, sunnier days.



Bulgari

Gemme Amunae

Für dieses neue Kapitel, das den seltensten Edelsteinen der Welt gewidmet ist, entführt uns Bulgari nach Sri Lanka, die Heimat des Mondsteins. Als Symbol des Gleichgewichts soll dieser kostbare Stein die Energie des Himmelskörpers einfangen und dem Träger Vertrauen sowie innere Klarheit verleihen. Bulgari Le Gemme Amunae ist eine wahre Ode an die Jasminblüte, untermalt von einem holzigen Akkord aus schwarzem Moschus. Florale, leuchtende, frische, luftige und cremige Noten vereinen sich in diesem kontrastreichen Duft.

-/ For this new edition dedicated to the world's rarest gems, Bulgari takes us to Sri Lanka, the birthplace of moonstone. A symbol of balance, this treasure is said to capture the energy of the celestial body, instilling confidence and inner clarity in its wearer. Bulgari Le Gemme Amunae is a true ode to jasmine blossom, underpinned by a woody accord of black musk. Floral, luminous, fresh, airy, and creamy, these diverse notes create a fragrance full of contrast.

Guerlain

L'Heure Dorée

Kreiert von Delphine Jelk, Parfumeurin des Maison Guerlain, zelebriert dieser einzigartige Duft das Eid-Fest mit Eleganz. L'Heure Dorée entfaltet sich mit würzigen Noten von Kardamom, gefolgt von einer majestätischen Rose, die Sanftheit und Intensität harmonisch vereint. Die warme, sinnliche Duftspur wird durch die charakteristische Opopanin-Note von Guerlain veredelt.

Der prächtige Flakon, verziert mit schimmernden Perlen und goldenen Pailletten, erinnert an die architektonischen Meisterwerke der arabischen Welt.

-/ Crafted by Delphine Jelk, perfumer at Maison Guerlain, this exclusive fragrance is a refined tribute to Eid. L'Heure Dorée opens with a burst of spicy cardamom, followed by a majestic rose that perfectly balances softness and depth. Its warm, lingering trail is elevated by Guerlain's signature opopanine accord. The bottle, adorned with pearlescent beads and golden sequins, shimmers like the architectural wonders of the Arab world.



Aesop

Aurner

Aurner Eau de Parfum ist eine Synthese der Kontraste – ein subtiles Gleichgewicht zwischen der Kraft von Holznoten und der Zartheit floraler Akkorde, der Transparenz von Blüten und der Beständigkeit von Holz, zwischen Frische und Wärme, Weiblichkeit und Männlichkeit. Die Komposition aus Magnolienblatt, Römischer Kamille und Zedernherz hüllt die Haut in einen Duft, der wie ein Schmuckstück Selbstbewusstsein verleiht. Diese Idee wird durch eine Zusammenarbeit mit Patcharavipa Bodiratnangkura, einer Schmuckdesignerin aus Bangkok, zum Ausdruck gebracht und spiegelt sich auch im Namen des Parfums wider: Aurner, was im Altisländischen „mit Blumen geschmückt sein“ bedeutet.

-/ Aurner Eau de Parfum is a synthesis of contrasts – a delicate balance between the strength of woody notes and the tenderness of florals, the transparency of flowers and the solidity of wood, freshness and warmth, feminine and masculine. Blending magnolia leaf, Roman chamomile, and cedar heart, this fragrance, crafted by Céline Barel, wraps the skin like a jewel, instilling confidence. This concept is further embodied through a collaboration with Patcharavipa Bodiratnangkura, a Bangkok-based jewelry designer, and is reflected in the perfume's name, Aurner, which means „to be adorned with flowers“ in Old Norse.



Issey Miyake

L'Eau d'Issey

Vor mehr als 30 Jahren fing Jacques Cavallier „den Duft von Wasser auf der Haut einer Frau“ in einem Flakon ein. Mit L'Eau d'Issey schuf das Haus eine der ersten aquatischen Düfte in der Damenparfümerie. Im Jahr 2025 präsentiert Amandine Clerc-Marie L'Eau d'Issey Eau de Parfum Intense, eine neue Odyssee, die das Leben der Unterwasserpflanzenwelt einfängt – mit einem besonderen Fokus auf Posidonia. Kräuterartig, aquatisch und floral gewinnt die Duftkomposition an Tiefe durch Ylang-Ylang-Essenz und Damaszener-Rosen-Absolute, während infundierte Vanille für eine warme, umhüllende Note sorgt.

-/ More than 30 years ago, Jacques Cavallier captured „the scent of water on a woman's skin“ in a bottle. With L'Eau d'Issey, the house introduced one of the first aquatic fragrances in women's perfumery. In 2025, Amandine Clerc-Marie presents L'Eau d'Issey Eau de Parfum Intense, a new odyssey that encapsulates underwater plant life, with a special focus on posidonia. Herbaceous, aquatic, and floral, the fragrance gains depth with ylang-ylang essence and damask rose absolute, while infused vanilla adds a warm, enveloping touch.

Louis Vuitton x Takashi Murakami

Zwanzig Jahre nach ihrer ursprünglichen Einführung kehrt die Zusammenarbeit zwischen Louis Vuitton und Takashi Murakami zu Beginn dieses Jahres triumphal zurück – eine fröhliche und festliche Neuauflage.

-/ Twenty years after its initial launch, the collaboration between Louis Vuitton and Takashi Murakami is making a grand return at the start of this year – a joyful and celebratory re-edition.

Louis Vuitton und Takashi Murakami haben die Neuauflage ihrer ursprünglichen Kollektion, die in den frühen 2000er Jahren auf den Markt kam, angekündigt. Mit demselben ikonischen Motiv, das eine ganze Epoche geprägt hat, betont dieses neue Kapitel erneut das Engagement von Louis Vuitton für Kreativität, Innovation und Handwerkskunst. Geboren in Tokio in den 1960er Jahren, ist Murakami bekannt für seine farbenfrohen und fröhlichen Werke, die auf einzigartige Weise traditionelle japanische Kunst, Science-Fiction, Anime und verspielte Kawaii-Figuren verbinden, oft in Form wiederholender Muster dargestellt. Diese Neuauflage umfasst mehr als fünfzig inspirierende Kreationen, darunter ikonische City Bags, Seidentücher und -schals, Sonnenbrillen, Modeschmuck, Schuhe und Parfums.

Eine zweite Edition, die das Motiv Cherry Blossom feiert, wird weltweit ab dem 1. Januar 2025 zur Bestellung verfügbar sein – perfekt für den Frühling – im März 2025 auf den Markt gebracht.



-/ Louis Vuitton and Takashi Murakami have announced the revival of their original collection, first introduced in the early 2000s. Featuring the same iconic motif that defined an era, this new chapter once again highlights Louis Vuitton's unwavering commitment to creativity, innovation, and craftsmanship. Born in Tokyo in the 1960s, Murakami is renowned for his colorful and joyful works, seamlessly blending traditional Japanese art, science fiction, anime, and whimsical kawaii characters, often depicted in repetitive patterns. Consisting of over 200 inspiring creations, this re-edition showcases iconic City Bags, silk squares and scarves, sunglasses, fashion jewelry, shoes, and perfumes.

Available for order worldwide starting January 1, 2025, a second edition, celebrating the Cherry Blossom motif, perfectly suited for spring, will be launched in March 2025.

Bahnhofstrasse 30, 8001 Zürich
+41 44 221 11 00 / louisvuitton.com

THE YEAR OF THE SNAKE

SCHLANGE, GEBRAUCHSANWEISUNG – CHINA ALS MOTOR DES LUXUS – A TRIBUTE TO CHINA



Von einer KI erzeugtes Bild

2025 JAHR DER SCHLANGE...

und des wiedergefundenen Luxus?

Luxus in China ist mehr als ein blosses Streben nach Prestige. Er steht für tief verwurzelte Werte: sozialen Status, Erfolg und hat vor allem eine symbolische Bedeutung, die tief im kulturellen Erbe des Landes verwurzelt ist. In Reaktion darauf bemühen sich westliche Marken zunehmend, diese Codes zu übernehmen. Traditionelle Motive, Tierkreiszeichen und Erzählungen aus der chinesischen Mythologie prägen nun den Rhythmus ihrer Kollektionen und Kampagnen – stets auf der Suche nach Relevanz und Verführungskraft. Doch die Aufgabe ist zweifach herausfordernd, denn eine neue Generation von Verbrauchern, jünger, vernetzter und stärker auf ethische sowie nachhaltige Werte bedacht, zwingt die Luxusindustrie dazu, nicht nur auf der Basis kultureller Referenzen zu innovieren. Zwischen Produktpersonalisierung, handwerklichem Können und ökologischem Engagement versuchen die Häuser, ihre Stellung in einem zunehmend umkämpften Markt zu behaupten.

Der Vorhang hebt sich, und die Prognosen sind klar: Im Jahr 2025 wird China fast 26 % des weltweiten Luxusmarktes ausmachen. 2025 ist aber auch das Jahr der Schlange ... und markiert den 75. Jahrestag der diplomatischen Beziehungen zwischen China und der Schweiz. Für die grossen Luxusmarken bieten sich damit gleich mehrere Gelegenheiten, ihre Strategien gegenüber anspruchsvolleren und versierteren Verbrauchern zu schärfen. Eine „goldene“ Gelegenheit also auch für COTE, das Jahr mit einem kraftvollen Auftakt zu beginnen, indem wir Sie in die Geschichte des Reichs der Mitte entführen und eine Kultur entdecken, die uns seit jeher fasziniert – unter den Zeichen des chinesischen Tierkreises, der Schlange ... und des Luxus, einer gemeinsamen Sprache, die unsere Völker vereint und ihre Inspiration aus den unendlichen Weiten des Himmels schöpft.

In China, luxury transcends the simple pursuit of prestige. It embodies profound values: social status, success, and a deep symbolism rooted in the country's cultural heritage. Western brands, in response, are doubling down on efforts to adapt to these codes: traditional motifs, zodiac references, and narratives steeped in Chinese mythology now punctuate their collections and campaigns in a bid for relevance and appeal. Yet, the challenge is twofold, as a new generation of consumers—young, digitally connected, and attuned to values of ethics and sustainability—pushes luxury players to innovate beyond cultural references. Personalization, artisanal craftsmanship, and ecological commitment are the new imperatives for brands striving to reaffirm their place in an intensely competitive market.

As the curtain rises and predictions take shape, 2025 is set to be a landmark year: China alone is projected to account for nearly 26% of the global luxury market. It is also the Year of the Snake... and the 75th anniversary of diplomatic relations between China and Switzerland. These milestones present golden opportunities for major brands to strengthen their strategies in the face of ever-more demanding and discerning consumers.

For COTE, this is also a golden opportunity to start the year on the right note, by delving into the rich history of the Middle Kingdom. We invite you on a journey through a culture that continues to fascinate us, under the auspices of the Chinese zodiac, the Snake... and luxury—a shared language that unites our peoples and draws its inspiration from the stars.

„Seide in China ist wie Gold: Sie kleidet die Kaiser und symbolisiert einen Luxus, den die ganze Welt bewundert.“

"IN CHINA, SILK IS LIKE GOLD: IT ADORNS EMPERORS AND EMBODIES A LUXURY THE WHOLE WORLD DREAMS OF."

Marco Polo



Neue BEWUNDERUNG FÜR DAS Reich der Mitte

Seit Marco Polo die Strassen ins Reich der Mitte öffnete, ist die Faszination für China ungebrochen. Wie die lächelnden Gesichter von Yue Minjun, einem chinesischen Maler, den wir 2013 dank der Fondation Cartier pour l'art contemporain erstmals näher entdeckten, verkörpert China eine faszinierende Komplexität, die unzählige Interpretationen zulässt. Ästhetisch, universell, rational, innovativ – dieses Land mit seinem rasanten Wirtschaftswachstum beeindruckt durch seine Fähigkeit, sich immer wieder neu zu erfinden, während es eine reiche, jahrtausendealte Kultur bewahrt.

„Ich bewundere die chinesische Kultur zutiefst. Ihr Reichtum und ihre Raffinesse haben mich stets inspiriert.“

YVES SAINT LAURENT

Angesichts dieses Giganten stellen sich viele Fragen, doch sie zeugen vor allem von aufrichtiger Bewunderung. Wie konnte der Westen so viele chinesische Erfindungen – vom Schiesspulver bis zum Buchdruck – übernehmen und dennoch so lange brauchen, um die Grösse dieser Zivilisation vollständig anzuerkennen? Und wie gelang es China, mit seinem jahrhundertelangen wissenschaftlichen und technischen Vorsprung eine der grössten Weltmächte zu werden? Die Faszination für China geht weit über wirtschaftliche Aspekte hinaus. Seit den ersten Jesuiten bis hin zu heutigen Beobachtern hat der Westen in China stets das „absolut Andere“ gesehen – eine Kultur, die unseren Horizont erweitert. China spielt eine Schlüsselrolle im interkulturellen Dialog: Es inspiriert dazu, über unsere eigenen Modelle nachzudenken und neue Formen der Zusammenarbeit zu entwickeln.

Vor fünfzig Jahren hob Joseph Needham die Einzigartigkeit des chinesischen Denkens und seiner gesellschaftlichen Institutionen hervor. Heute, da sich die beiden Zivilisationen wirtschaftlich annähern, beeindruckt China durch seine Dynamik und seinen Pragmatismus. Seine Fähigkeit, moderne Herausforderungen zu integrieren und gleichzeitig an seinen Traditionen festzuhalten, ist eine Quelle der Inspiration.

Since Marco Polo first opened the routes to the Middle Kingdom, the world's fascination with China has never waned. Like the joyful faces depicted by Yue Minjun—the Chinese painter who gained prominence in 2013 through the Cartier Foundation for Contemporary Art—China embodies a captivating complexity and inspires countless interpretations. Aesthetic, universal, rational, innovative... this nation, with its remarkable economic growth, fascinates with its ability to reinvent itself while preserving its rich millennia-old cultural heritage.

When confronted with this giant, questions abound, but they reveal above all a genuine admiration. How can we explain why the West, while adopting countless Chinese inventions—from gunpowder to printing—took so long to fully recognize the greatness of this civilization? And how has China, with its centuries-long scientific and technological advantage, risen today to become one of the world's leading powers?

This admiring gaze towards China extends far beyond economics. From the earliest Jesuits to today's observers, the West has long regarded China as an "absolute other", a culture capable of broadening our horizons. In this intercultural dialogue, China plays a pivotal role: it pushes us to reflect on our own models and imagine new ways of cooperating.



Chinas Anpassung des Kapitalismus, angereichert mit eigenen, originellen Ansätzen, verdeutlicht das Bestreben, Modernität und kulturelles Erbe zu vereinen. Dieser «neophytische Eifer», der oft seinem schnellen Aufstieg zugeschrieben wird, unterstreicht vor allem Chinas Ambition, aktiv an der Neudefinition des globalen Gleichgewichts mitzuwirken. Seine Innovationskraft und sein Beitrag zur Weltwirtschaft sind ein Beispiel für Resilienz und Anpassungsfähigkeit.

Diese Dynamik regt dazu an, über mögliche Synergien zwischen global vernetzten Volkswirtschaften nachzudenken. Ein aufstrebendes China bietet nicht nur Chancen für sich selbst, sondern auch für die Welt – einschliesslich der Schweiz. Die Handels- und Kulturbeziehungen zwischen der Schweiz und dem Reich der Mitte haben sich in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich vertieft. Im Jahr 2025 feiern wir das 75-jährige Jubiläum der diplomatischen Beziehungen zwischen beiden Ländern – ein bedeutender Meilenstein in einer langfristigen Freundschaft.

Seit die Schweiz 1950 als eines der ersten westlichen Länder die Volksrepublik China anerkannte, bildet diese Partnerschaft eine solide Grundlage für den wirtschaftlichen, kulturellen und wissenschaftlichen Austausch. Mit der Ankündigung eines neuen Freihandelsabkommens durch Thomas Aeschi während eines parlamentarischen Besuchs in China im November 2024 bietet dieses Jubiläum die Gelegenheit, die Zusammenarbeit weiter auszubauen und neue Möglichkeiten in Bereichen wie Innovation, Bildung und nachhaltige Entwicklung zu erschliessen.

**China plays a pivotal role:
it pushes us to reflect on our own models and
imagine new ways of cooperating.**

"Chinese civilization has the overpowering beauty of the wholly other, and only the wholly other can inspire the deepest love and the profoundest desire to learn."

Joseph Needham, British Sinologist

Fifty years ago, Sinologist Joseph Needham highlighted the unique features of Chinese thought and its social institutions. Today, as our two civilizations converge around shared economic values, China distinguishes itself with its dynamism and pragmatism. Its ability to tackle contemporary global challenges while respecting its traditions is a source of inspiration.

China's adoption of capitalism, with its unique and original touch, reflects its desire to merge modernity with heritage. This "neophyte zeal", often cited in discussions of its rapid ascent, is a testament to its ambition to actively contribute to the redefinition of global balances. The energy it devotes to innovating, building, and contributing to the global economy exemplifies resilience and adaptability.

This also invites reflection on the synergies possible between interconnected economies. A growing China is not only an opportunity for itself but for the rest of the world, including Switzerland, where commercial and cultural ties with the Middle Kingdom continue to deepen.

In 2025, the celebration of 75 years of diplomatic relations between China and Switzerland marks a significant milestone in this enduring friendship. Since 1950, when Switzerland became one of the first Western countries to recognize the People's Republic of China, a strong foundation for economic, cultural, and scientific exchanges has been established. Over the decades, this relationship has grown stronger, illustrating a shared determination to build bridges between two complementary cultures and to collaborate on global challenges.

As bilateral relations tighten, with a new free trade agreement recently announced by Thomas Aeschi during a parliamentary visit to China in November 2024, this anniversary presents an opportunity to deepen cooperation further. It also opens doors to exploring new opportunities in diverse fields, including innovation, education, and sustainable development.



John Hartung

7 GESCHICHTEN, um 70 JAHRE Freundschaft zu illustrieren

Die Schweiz und China unterhalten seit 75 Jahren diplomatische Beziehungen, die 1950 durch ein Telegramm eingeleitet wurden. Diese Partnerschaft ist im Laufe der Zeit immer reicher geworden und umfasst einen konstruktiven Dialog und gegenseitigen Respekt, trotz erheblicher Unterschiede. Nun, da eine neue Seite aufgeschlagen wird, finden Sie hier sieben Geschichten, die diese Zusammenarbeit in sieben Bereichen illustrieren.

Switzerland and China have maintained diplomatic relations for 75 years, initiated by a telegram in 1950. Over time, this partnership has grown richer, combining constructive dialogue and mutual respect despite notable differences.

As a new chapter unfolds, here are seven stories illustrating this collaboration in seven fields.



Das Matterhorn und der Berg des Jadedrachens

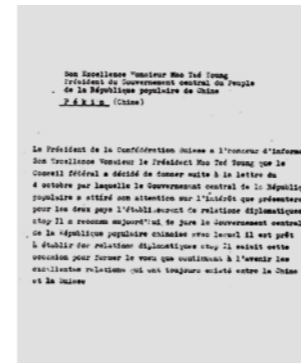
Der Yulong Xueshan, oder „Schneebedeckter Berg des Jadedrachens“, erreicht eine Höhe von 5.596 Metern im östlichen Himalaya. Dieser symbolträchtige Gipfel in China spiegelt das Schweizer Matterhorn wider, und die Partnerschaft zwischen den Städten Lijiang und Zermatt symbolisiert die starken Verbindungen zwischen den beiden Ländern. Diese Initiative ist Teil eines umfassenderen Ansatzes, um Partnerschaften zwischen schweizerischen und chinesischen Städten und Regionen zu fördern. Auch andere Schweizer Berge, wie die Rigi und die Jungfrau, haben ihre chinesischen Pendanten gefunden: den Berg Emei und den Berg Huangshan.

The Matterhorn and Jade Dragon Snow Mountain Yulong Xueshan, or Jade Dragon Snow Mountain, stands at 5,596 meters in the eastern Himalayas. This iconic Chinese peak mirrors Switzerland's Matterhorn, and their pairing, along with the twinning of Lijiang and Zermatt, reflects the strong ties between the two nations. This initiative is part of a broader effort to foster partnerships between Swiss and Chinese cities and regions. Other Swiss mountains, like Rigi and Jungfrau, have also found their Chinese counterparts in Mount Emei and Huangshan, respectively.

Auf den Spuren von Ella Maillart

Im Jahr 1935 verewigte Ella Maillart, die berühmte Genfer Schriftstellerin und Reisende, ein China aus einer anderen Zeit: traditionell gekleidete Händler in Peking, Karawanen in der Wüste Gobi und mit Fellen beladene Flösse, die den Gelben Fluss hinunterfahren. Auch wenn sich China inzwischen weiterentwickelt hat, bleibt es ein beliebtes Reiseziel für Schweizer, genauso wie die Schweiz nach wie vor chinesische Touristen fasziniert, die von ihren Alpenlandschaften und der einzigartigen Kultur angezogen werden.

Following in the footsteps of Ella Maillart In 1935, Ella Maillart, the famed writer and traveler from Geneva, captured images of a bygone China: merchants in traditional attire in Beijing, caravans crossing the Gobi Desert, and rafts laden with hides drifting down the Yellow River. While China has since transformed, it remains a favorite destination for Swiss travelers, just as Switzerland continues to enchant Chinese tourists, drawn by its alpine landscapes and unique culture.



Ein Telegramm für einen Neuanfang

Am 17. Januar 1950 schickte Bundespräsident Max Petitpierre ein Telegramm an Mao Zedong und markierte damit den Beginn der diplomatischen Beziehungen zwischen der Schweiz und China. Seither hat sich dieser Dialog vertieft und zugleich wurden die Herausforderungen überwunden, die sich aus den politischen und wirtschaftlichen Unterschieden ergeben. Im Jahr 2021 verabschiedete die Schweiz eine neue China-Strategie, um diese zunehmenden Divergenzen konstruktiv anzugehen.

A telegram for a new beginning

On January 17, 1950, Swiss Federal President Max Petitpierre sent a telegram to Mao Zedong, marking the start of diplomatic relations between Switzerland and China. Over the years, this dialogue has deepened, overcoming challenges posed by political and economic differences. In 2021, Switzerland adopted a new China Strategy aimed at addressing these growing divergences constructively.

Das erste Joint Venture in China

1980 gründete der Schweizer Aufzugshersteller Schindler das erste Joint Venture zwischen einem chinesischen und einem ausländischen Unternehmen. Seitdem haben sich die Wirtschaftsbeziehungen zwischen den beiden Ländern stetig weiterentwickelt. Die Schweiz war das erste westliche Land, das China als Marktwirtschaft anerkannte (2007) und das erste in Europa, das ein Freihandelsabkommen unterzeichnete (2013). Heute ist China der wichtigste Handelspartner der Schweiz in Asien und der drittgrösste weltweit.

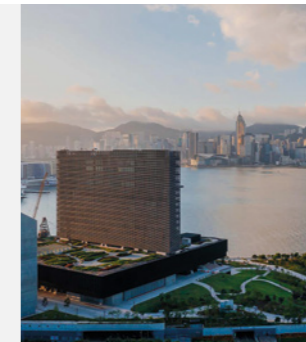
The first joint venture in China

In 1980, Schindler, the Swiss elevator manufacturer, established the first joint venture between a Chinese company and a foreign enterprise. Since then, economic ties between the two nations have flourished. Switzerland was the first Western country to recognize China as a market economy (2007) and the first in Europe to sign a free trade agreement (2013). Today, China is Switzerland's main trading partner in Asia and its third-largest globally.



Eine einzigartige Kunstsammlung

Ende der 1990er Jahre trug der damalige Schweizer Botschafter Uli Sigg eine der grössten Sammlungen zeitgenössischer chinesischer Kunst zusammen – zu einer Zeit, als diese Werke noch weitgehend unbekannt waren. Ein grosser Teil dieser Sammlung wurde dem M+ Museum in Hongkong überlassen und bietet ein wertvolles Zeugnis der künstlerischen Entwicklung des modernen China.



A unique art collection

In the late 1990s, Uli Sigg, then the Swiss ambassador to China, assembled one of the largest collections of contemporary Chinese art at a time when these works were still relatively unknown. A significant portion of this collection was donated to the M+ Museum in Hong Kong, offering a valuable testament to the evolution of modern Chinese art.



Wissenschaftliche Zusammenarbeit für eine nachhaltige Zukunft

Seit 2008 arbeiten die Schweiz und China zusammen, um die Auswirkungen der Urbanisierung und des Klimawandels zu bekämpfen. Mit dem schweizerisch-chinesischen Programm „Clean Air China“ entwickeln Forscherteams aus beiden Ländern innovative Instrumente, um die Treibhausgasemissionen in den grossen chinesischen Metropolen zu analysieren und zu reduzieren. Diese Initiative ist Teil eines grösseren Netzwerks von über 250 Partnerschaften zwischen schweizerischen und chinesischen Universitäten.

Scientific cooperation for a sustainable future

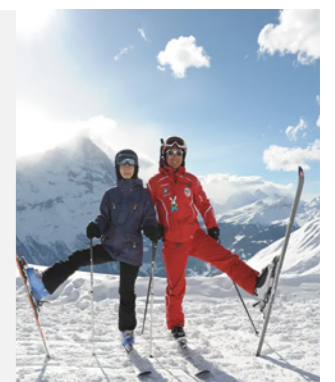
Since 2008, Switzerland and China have been collaborating to address the challenges of urbanization and climate change. Through the Sino-Swiss Clean Air China program, research teams from both countries have developed innovative tools to analyze and reduce greenhouse gas emissions in major Chinese cities. This initiative is part of a larger network of over 250 partnerships between Swiss and Chinese universities.

Skifahren als kulturelle Brücke

Im Jahr 2020 wurden acht chinesische Skilehrer in der Schweiz ausgebildet, bevor sie in großen Skigebieten tätig wurden, um chinesischen Touristen die Möglichkeit zu geben, diesen symbolträchtigen Sport kennenzulernen. Einer von ihnen eröffnete sogar eine Skischule in Chongli, dem Austragungsort der Olympischen Winterspiele 2022. Drei weitere unterrichten weiterhin in der Schweiz, um den sportlichen und kulturellen Austausch fortzusetzen.

Skiing as a cultural bridge

In 2020, eight Chinese ski instructors were trained in Switzerland before joining major alpine resorts, introducing Chinese tourists to this iconic sport. One of these instructors even opened a ski school in Chongli, the site of the 2022 Winter Olympics. Three others continue to teach in Switzerland, sustaining this unique cultural and sporting exchange.



SCHLANGE

Gebrauchsanweisung

Wer unter dem Sternzeichen der Schlange geboren wurde, hat – ohne Zweifel – ein gutes Omen. Zu den berühmten Persönlichkeiten, die im Jahr der Schlange geboren wurden, gehören Audrey Hepburn, Vivienne Westwood, Bob Dylan, Quentin Tarantino, Sarah Jessica Parker, Taylor Swift ... und natürlich unser Roger Federer.

Being born under the sign of the Snake is, without a doubt, an excellent omen. Consider some of the illustrious names born in the Year of the Snake: Audrey Hepburn, Vivienne Westwood, Bob Dylan, Quentin Tarantino, Sarah Jessica Parker, Taylor Swift... and our very own Roger (Federer).

Ein Vergleich des chinesischen Jahres der Schlange mit anderen Tierkreiszeichen erfordert eine sorgfältige Analyse mehrerer Schlüsselmerkmale, darunter symbolische Eigenschaften, natürliche Elemente und astrologische Kompatibilitäten. Hier sind einige wichtige Vergleiche und Methoden für eine tiefere Analyse:

ALLGEMEINE EIGENSCHAFTEN DER ZEICHEN

Jedes chinesische Tierkreiszeichen hat Eigenschaften, die mit Persönlichkeit, Verhalten und zwischenmenschlichen Interaktionen verbunden sind. So verhält sich die Schlange im Vergleich zu anderen Zeichen:

SCHLANGE

Intuitiv, geheimnisvoll, nachdenklich, überzeugend. Bevorzugt Subtilität und Strategie.

RATTE

Ehrgeizig, schlau, charmant, opportunistisch. Handelt schnell.

BÜFFEL

Fleißig, geduldig, zuverlässig, manchmal starr. Sucht Stabilität.

TIGER

Mutig, impulsiv, dynamisch, manchmal unberechenbar. Strebt nach Leidenschaft.

HASE

Diplomatisch, friedlich, sensibel, oft vorsichtig. Strebt nach Harmonie.

DRACHE

Charismatisch, mächtig, ehrgeizig, manchmal dominant, führungsorientiert.

Die Schlange gehört zu den strategischsten und durchdachtsten Zeichen, im Gegensatz zu impulsiveren Zeichen (Tiger, Pferd) oder direkteren Zeichen (Hahn, Ratte).

PFERD

Energisch, unabhängig, abenteuerlustig, aber impulsiv. Strebt nach Freiheit.

ZIEGE

Kreativ, sanft, mitfühlend, manchmal abhängig. Emotionale Orientierung.

AFFE

Intelligent, verspielt, anpassungsfähig, manchmal manipulativ. Sucht intellektuelle Stimulation.

HAHN

Ehrlich, organisiert, gewissenhaft, manchmal kritisch. Wertet Ordnung hoch.

HUND

Loyal, ehrlich, schützend, manchmal konservativ. Gerechtigkeitsorientiert.

SCHWEIN

Großzügig, gesellig, tolerant, manchmal naiv. Strebt nach Genuss.



Comparing the Chinese Year of the Snake to other zodiac years and signs requires careful consideration of several key aspects, including symbolic characteristics, natural elements, and astrological compatibility. Here are some key comparisons and methods for deeper analysis:

GENERAL TRAITS OF THE SIGNS

Each Chinese zodiac sign has attributes linked to personality, behavior, and how one interacts with others. Here's how the Snake compares to other signs:

SNAKE

Intuitive, mysterious, thoughtful, and persuasive. Prefers subtlety and strategy.

RAT

Ambitious, shrewd, charming, opportunistic. Acts quickly.

OX

Hardworking, patient, reliable, sometimes rigid. Seeks stability.

TIGER

Courageous, impulsive, dynamic, sometimes unpredictable. Craves passion.

RABBIT

Diplomatic, peaceful, sensitive, often cautious. Focused on harmony.

DRAGON

Charismatic, powerful, ambitious, sometimes domineering. Leadership-oriented.

HORSE

Energetic, independent, adventurous, but impulsive. Values freedom.

GOAT

Creative, gentle, compassionate, sometimes dependent. Emotionally driven.

MONKEY

Intelligent, playful, adaptable, sometimes manipulative. Seeks stimulation.

ROOSTER

Honest, organized, meticulous, sometimes critical. Focused on order.

DOG

Loyal, honest, protective, sometimes conservative. Justice-oriented.

PIG

Generous, sociable, tolerant, sometimes naive. Seeks pleasure.

The Snake stands out as one of the most strategic and reflective signs, contrasting with more impulsive signs (Tiger, Horse) or more direct ones (Rooster, Rat).

„China has always fascinated me: its refinement, its fabrics, its patterns, its symbols... It teaches us that luxury is a matter of detail and balance.“

COCO CHANEL

„China hat mich schon immer fasziniert: seine Raffinesse, seine Stoffe, seine Muster, seine Symbole... Es lehrt uns, dass Luxus eine Frage der Details und der Balance ist.“

EINFLUSS DER VERBUNDENEN ELEMENTE

Jedes Jahr im chinesischen Tierkreis wird auch von einem der fünf Elemente (Holz, Feuer, Erde, Metall, Wasser) beeinflusst, was die Eigenschaften der Zeichen modifiziert.

Holz-Schlange (1965, 2025)

Organisiert, intelligent, teamorientiert.

Feuer-Schlange (1977)

Charismatisch, leidenschaftlich, manchmal impulsiv.

Erd-Schlange (1989)

Stabil, nachdenklich, aber gelegentlich starrköpfig.

Metall-Schlange (1941, 2001)

Entschlossen, mutig, ehrgeizig.

Wasser-Schlange (1953, 2013)

Intuitiv, kommunikativ, anpassungsfähig.

Zum Beispiel kann eine Feuer-Schlange mit einem Feuer-Tiger in Energie und Leidenschaft konkurrieren, während eine Erd-Schlange geduldiger und strategischer ist, was im Kontrast zu einem Feuer-Pferd steht, das impulsiver handelt.

INFLUENCE OF ASSOCIATED ELEMENTS

Each Chinese zodiac year is also influenced by one of the five elements (Wood, Fire, Earth, Metal, Water), which modifies the characteristics of the signs:

Wood Snake (1965, 2025)

Organized, intelligent, collaborative.

Fire Snake (1977)

Charismatic, passionate, sometimes impulsive.

Earth Snake (1989)

Stable, thoughtful, but sometimes rigid.

Metal Snake (1941, 2001)

Decisive, courageous, ambitious.

Water Snake (1953, 2013)

Intuitive, communicative, adaptable.

For instance, a Fire Snake rivals a Fire Tiger in energy and passion, while an Earth Snake's patience and strategy contrast with a more impulsive Fire Horse.

Vergleich in den Jahreszyklen

Das Jahr eines Tierkreiszeichens beeinflusst die allgemeinen Trends und globalen Ereignisse. Das Jahr der Schlange wird oft mit einer Zeit der Reflexion, Strategie und allmählichen Transformation in Verbindung gebracht, im Gegensatz zu:

Dem Jahr des **Drachen**, das dynamisch und expansiv ist.

Dem Jahr des **Pferdes**, das von schnellen und manchmal chaotischen Energien geprägt ist.

Dem Jahr des **Hundes**, das auf Loyalität, Gerechtigkeit und gemeinschaftliche Werte ausgerichtet ist.

Interpretation nach Lebensphasen

Im persönlichen oder beruflichen Leben lassen sich die Eigenschaften einer Schlange besser im Vergleich zu anderen Zeichen in verschiedenen Kontexten analysieren:

Führung

Weniger dominant als der Drache, aber strategischer und anpassungsfähiger.

Beziehungen

Weniger direkt als der Tiger oder der Hahn, aber tiefer und intuitiver.

Entscheidungen

Bevorzugt Geduld und Analyse (im Gegensatz zur Ratte oder zum Pferd, die Entscheidungen schnell treffen).



ANNUAL CYCLES

The year of a zodiac sign influences general trends and global events. The Year of the Snake is often linked to reflection, strategy, and gradual transformation, in contrast to:

The Year of the **Dragon**, which is dynamic and expansive.

The Year of the **Horse**, marked by rapid and sometimes chaotic energy.

The Year of the **Dog**, focused on loyalty, justice, and community values.

INTERPRETATION ACCORDING TO LIFE STAGES

In personal or professional life, the traits of a Snake are best compared to other signs in different contexts:

Leadership

Less dominant than the Dragon but more strategic and adaptable.

Relationships

Less direct than the Tiger or the Rooster but deeper and more intuitive.

Decision-Making

Prefers patience and analysis (unlike the Rat or the Horse, who make decisions quickly).

Das Jahr der Schlange in China

Das letzte Jahr der Schlange war 2013. Seit Beginn des 20. Jahrhunderts waren die weiteren Jahre der Schlange: **1917, 1929, 1941, 1953, 1965, 1977, 1989, 2001, 2013 und 2025.**

Die Schlange belegt den sechsten Platz im chinesischen Tierkreiszeichen. In der chinesischen Kultur gilt sie als das rätselhafteste der zwölf Tiere. Menschen, die unter diesem Zeichen geboren sind, werden als intuitiv und klug angesehen.

Mythische Bedeutung

Laut der Legende des chinesischen Tierkreises kam der majestätische Drache als fünftes Tier im Rennen an, das vom Jadekaiser organisiert wurde, um die Reihenfolge der Tierkreiszeichen festzulegen. Der kaiserliche Hof schlug vor, dass der Sohn des Drachen das sechste Tier werden sollte. Da dieser jedoch an diesem Tag abwesend war, stellte sich eine Schlange als adoptierter Sohn des Drachen vor und erhielt dadurch die sechste Position im Tierkreis.

Sind Sie eine Schlange?

Wenn Sie in einem der folgenden Jahre geboren wurden: 1917, 1929, 1941, 1953, 1965, 1977, 1989, 2001 oder 2013, dann könnten Sie unter dem Zeichen der Schlange stehen.

Allerdings hängt dies vom chinesischen Neujahr ab, das zwischen Ende Januar und Mitte Februar beginnt. Wenn Sie im Januar oder Februar eines dieser Jahre geboren wurden, könnte Ihr Zeichen noch das vorherige sein (der Drache).

Im Jahr 2001 begann das Jahr der Schlange am 24. Januar. Personen, die vor diesem Datum geboren wurden, gehören zum Zeichen des Drachen, während diejenigen, die danach geboren wurden, unter dem Zeichen der Schlange stehen.

Um Ihr chinesisches Sternzeichen zu bestimmen, geben Sie Ihr Geburtsdatum in ein spezielles Berechnungstool ein, zum Beispiel auf folgender Website: chine.in/fun/signechinois.



THE YEAR OF THE SNAKE IN CHINA

The last Year of the Snake was in 2013. In this regard, let us recall that the other Years of the Snake since the beginning of the 20th century are: 1917, 1929, 1941, 1953, 1965, 1977, 1989, 2001, 2013, and 2025.

The Snake holds the sixth position in the Chinese zodiac. In Chinese culture, this animal is seen as the most enigmatic of the twelve zodiac animals. People born under this sign are believed to possess great intuition.

MYTHICAL SIGNIFICANCE

According to Chinese zodiac legend, the majestic Dragon secured fifth place in the race organized by the Jade Emperor to determine the zodiac animals. The Emperor's court suggested the Dragon's son take the sixth position. However, as the son was absent, a Snake claimed to be the Dragon's adopted child and earned the sixth spot in the zodiac.

ARE YOU A SNAKE?

If you were born in **1917, 1929, 1941, 1953, 1965, 1977, 1989, 2001, or 2013**, you may fall under the sign of the Snake. However, the Chinese New Year begins between late January and mid-February, so those born early in these years may belong to the previous sign (Dragon).

For example, in 2001, the Year of the Snake began on January 24. Those born before this date are Dragons, while those born on or after it are Snakes.

To determine your Chinese zodiac sign, enter your birthdate in an online tool such as: chine.in/fun/signechinois

Persönlichkeit der im Zeichen der Schlange Geborenen

In der chinesischen Kultur gilt die Schlange als das rätselhafteste der zwölf Tierkreiszeichen. Menschen, die unter diesem Zeichen geboren wurden, sind bekannt für ihre Scharfsinnigkeit und Intuition. Sie handeln oft nach ihrem eigenen Urteil und geben niemals auf – eine Hartnäckigkeit, die sie oft an die Spitze bringt.

Die Schlange ist auch ein Symbol der Weisheit: Sie ist intelligent, gebildet und wird oft als großer Denker angesehen. Sie spricht wenig, ist aber ausgesprochen eloquent, wenn sie sich äußert.

Schlangen haben eine Vorliebe für Schönheit, Eleganz und Raffinesse. Ihre zurückgezogene Natur macht sie jedoch anfälliger für Stress und Ängste. In Zeiten von Gereiztheit ist es besser, ihnen Raum zu geben, damit sie ihr inneres Gleichgewicht wiederfinden.

Karriere der Schlangen

Schlangen sind kreativ, fleißig und werden von komplexen Herausforderungen angezogen. Obwohl sie harte Arbeiter sind, neigen sie dazu, sich schnell zu langweilen und den Job zu wechseln. Enge Fristen stimulieren ihren analytischen Verstand und ihre Problemlösungsfähigkeiten.

Ideale Berufe für Schlangen: Wissenschaftler, Analyst, Forscher, Maler, Töpfer, Juwelier, Astrologe, Magier, Diätetiker, Soziologe.

Gesundheit der Schlangen

Schlangen bevorzugen ein ruhiges Leben und reagieren empfindlich auf Unordnung und Lärm. Ein geregelter Tagesablauf und regelmäßige Entspannungsmomente sind für ihr Wohlbefinden unerlässlich.

Ihre Familie und Freunde sollten besonders auf ihre Gesundheit achten, insbesondere im höheren Alter.

Beziehungen der Schlangen

Schlangen sind zurückhaltend und wählen ihre Freunde mit Bedacht aus, wobei sie Loyalität besonders schätzen. Sie bleiben in ihren Beziehungen vorsichtig und verzeihen Verrat nur schwer.

Glücksbringer und Kompatibilität

Glückszahlen / 2, 8, 9

Farben / Schwarz, Rot, Gelb

Pflanzen / Orchideen, Kakteen

Ideale Partner / Drache, Hahn

Weniger kompatibel mit / Tiger, Hase, Ziege, Schwein

THE PERSONALITY OF SNAKE NATIVES

In Chinese culture, the Snake is considered the most enigmatic of the twelve zodiac signs. People born under this sign are known for their keen insight and intuition.

They often act based on their own judgment and have a strong aversion to failure, displaying a tenacity that drives them to the top. The Snake is also a symbol of wisdom: intelligent, cultured, and often regarded as a deep thinker. While they may speak little, they excel in the art of eloquence. Snakes have a deep appreciation for beauty, valuing elegance and refinement. However, their solitary nature makes them more prone to stress and anxiety. In moments of irritability, it's best to give them space to regain their balance.

CAREER PATHS FOR SNAKES

Snakes are creative, diligent, and drawn to complex challenges. Although they are hardworking, they may quickly tire of monotony and switch jobs. Tight deadlines often stimulate their analytical minds and problem-solving abilities.

Ideal careers for Snakes: Scientist, analyst, researcher, painter, potter, jeweler, astrologer, magician, dietitian, or sociologist.

HEALTH OF SNAKES

Snakes prefer a peaceful life and are easily stressed by disorder or noise. A balanced schedule and regular moments of relaxation are essential for their well-being. Their loved ones should also keep an eye on their health, particularly for older Snakes.

RELATIONSHIPS OF SNAKES

Reserved by nature, Snakes choose their friends carefully, prioritizing loyalty. They remain cautious in their relationships and do not forgive betrayal easily.

LUCKY SYMBOLS AND ROMANTIC COMPATIBILITY

Numbers / 2, 8, 9

Color / Black, red, yellow

Plants / Orchids and cacti

Ideal partners / Dragon, Rooster

Less compatible / Tiger, Rabbit, Goat, Pig

Liebeskompatibilität der chinesischen Tierkreiszeichen

CHINESE ZODIAC SIGNS LOVE COMPATIBILITY CHART

	RATTE RAT	BÜFFEL OX	TIGER TIGER	HASE RABBIT	DRACHE DRAGON	SCHLANGE SNAKE	PFERD HORSE	ZIEGE GOAT	AFFE MONKEY	HAHN ROOSTER	HUND DOG	SCHWEIN PIG
RATTE RAT	❤️	😊	😐	😐	😬	❌	😬	😐	😐	😬	❤️	❌
BÜFFEL OX	😊	❤️	❌	❌	❤️	😐	😐	❤️	😐	❌	😬	❤️
TIGER TIGER	😐	❌	❤️	❤️	❌	😬	😐	❌	❤️	😬	❌	😊
HASE RABBIT	😐	❌	❤️	❤️	😊	❤️	❌	😊	❤️	❌	❤️	❤️
DRACHE DRAGON	😬	❤️	❌	😊	❤️	❤️	😊	😊	❌	❤️	😊	😬
SCHLANGE SNAKE	❌	😐	😬	❤️	❤️	❤️	😊	❤️	😊	❤️	❤️	😊
PFERD HORSE	😬	😐	😐	❌	😊	😊	❤️	❌	😊	❤️	❌	❤️
ZIEGE GOAT	😐	❤️	❌	😊	😊	❤️	❌	❤️	❤️	😊	❤️	❤️
AFFE MONKEY	😐	😐	❤️	❤️	❌	😊	😊	❤️	❤️	❤️	😊	😊
HAHN ROOSTER	😬	❌	😬	❌	❤️	❤️	❤️	😊	❤️	❤️	❌	😊
HUND DOG	❤️	😬	❌	❤️	😊	❤️	❌	❤️	😊	❌	❤️	😊
SCHWEIN PIG	❌	❤️	😊	❤️	😬	😊	❤️	❤️	😊	😊	😊	❤️

Die Schlangenfrau

Eleganz und Mysterium



Die Schlangenfrau: Eleganz und Mysterium

Die Schlangenfrau ist anspruchsvoll und raffiniert und verkörpert Kontrolle und Geheimnis. Sie hat stets alles unter Kontrolle und wirkt, als würde sie jede Geste und jedes Wort, das sie ausspricht, genau abwägen. Sie ist diskret, aber strategisch und versteht es, andere auf subtile Weise zu ihren Zielen zu führen. Ihre rätselhafte Persönlichkeit fasziniert und bezaubert, und sie pflegt bewusst ihre Aura der Unnahbarkeit.

Mit ihrem bemerkenswerten Scharfsinn erkennt sie leicht die Schwächen, Stärken und Moralvorstellungen der Menschen in ihrer Umgebung. Diese Fähigkeit zur Analyse macht sie schwer manipulierbar. Aufgrund ihrer Weisheit und Wachsamkeit bevorzugt sie einen ruhigen, oft häuslichen Lebensstil. Wenn sie jedoch ausgeht, bleibt sie selbstbeherrscht und ihrem massvollen Charakter treu.

Die Schlangenfrau und die Männer

Die Schlangenfrau ist verführerisch und weise, sinnlich und zurückhaltend zugleich und beherrscht die Kunst der Verführung. Sie wechselt zwischen heiss und kalt, macht neugierig, zieht an und verunsichert manchmal. In einer Beziehung, selbst in einer festen, ist sie vorsichtig, schenkt ihr Vertrauen sparsam und lässt sich mit der Enthüllung Zeit.

Sie zieht intime Tête-à-Têtes grossen Menschenmengen vor und schätzt eine gedämpfte Atmosphäre, in der Eleganz herrscht. Sie ist anspruchsvoll und sucht einen Partner, der ehrgeizig, raffiniert und präsent an ihrer Seite ist. Sie harmonisiert besonders gut mit den Männern Ochse und Hahn wegen ihrer Beharrlichkeit, mit den Männern Hund und Ratte wegen ihres gegenseitigen Respekts, mit den Männern Schlange, die ihre Eigenschaften teilen, sowie mit den Männern Drache und Hase, mit denen ein Gleichgewicht entstehen kann. Die Männer Tiger und Pferd, die zu unterschiedlich sind, oder Schwein und Affe, die sie für wenig kompatibel hält, passen dagegen weniger gut zu ihr.

THE SNAKE WOMAN: ELEGANCE AND MYSTERY

Sophisticated and refined, the Snake Woman is the embodiment of poise and mystery. Always in control, she gives the impression of weighing every gesture and word with precision. Discreet yet strategic, she subtly guides others toward her goals with finesse. Her enigmatic personality captivates and charms, and she deliberately cultivates an air of unattainability.

Blessed with remarkable insight, she easily identifies the weaknesses, strengths, and morality of those around her. This analytical ability makes her difficult to manipulate. Her wisdom and vigilance lead her to prefer a tranquil, often home-centered lifestyle. However, when she ventures out, she remains composed and true to her measured character.

THE SNAKE WOMAN AND MEN

Both seductive and wise, sensual yet reserved, the Snake Woman masters the art of the seduction game. Alternating between warmth and coolness, she intrigues, attracts, and occasionally unsettles. Even in a stable relationship, she remains cautious, granting her trust sparingly and taking her time to reveal herself fully.

She favors intimate one-on-one encounters over large gatherings and appreciates a sophisticated ambiance where elegance prevails. Discerning in her preferences, she seeks a partner who is ambitious, refined, and consistently present in her life.

She harmonizes particularly well with Ox and Rooster men, admired for their perseverance; Dog and Rat men, with whom she shares mutual respect; Snake men, who reflect her own traits; and Dragon and Rabbit men, with whom a balanced dynamic can emerge. On the other hand, she finds less harmony with Tiger and Horse men, whose personalities are too different, or Pig and Monkey men, whom she perceives as less compatible.

Der Schlangen-Mann: Schlauheit und Intuition

Der geheimnisvolle und nachdenkliche Schlangemensch verfügt über grosse List und eine beeindruckende Intuition. Angesichts von Herausforderungen zieht er es vor, einen Schritt zurückzutreten, was ihm eine gewisse Distanz verleiht. Er ist sehr auf sein Image bedacht und legt grossen Wert auf eine gewisse Eleganz – nicht, um anderen zu gefallen, sondern aus persönlicher Zufriedenheit.

Er ist zurückhaltend und drückt seine Gefühle nur selten aus, verbirgt sie lieber hinter einer kontrollierten Fassade. Jedes Wort, das er sagt, ist sorgfältig gewählt, und seine Handlungen sind von Diskretion geprägt. Manche halten ihn für berechnend, aber das spiegelt vor allem seine bedachte und vorsichtige Natur wider. Er ist misstrauisch gegenüber menschlichen Fehlern, schenkt sein Vertrauen nur sparsam und handelt lieber allein, geleitet von einer Intuition, die ihn nur selten täuscht.

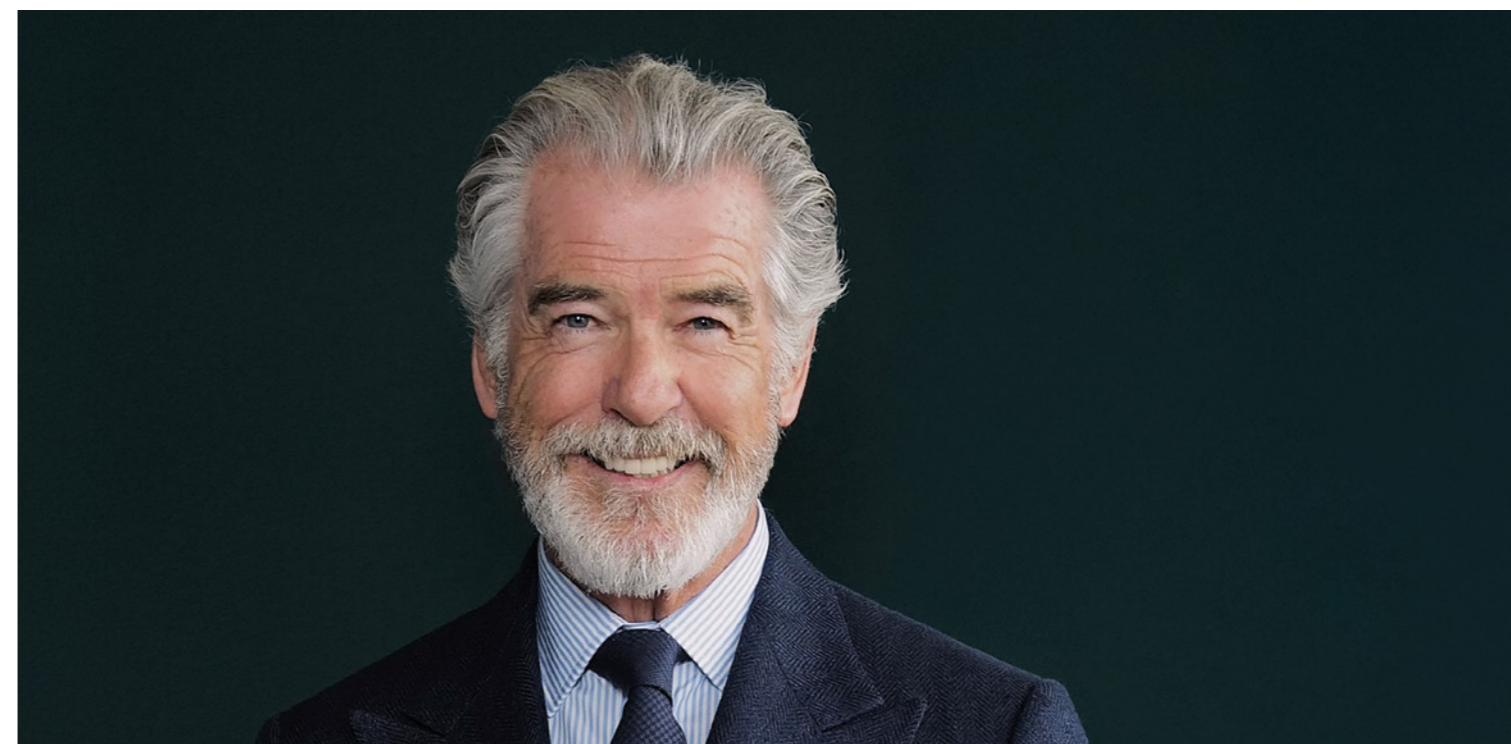
Der Schlangen-Mann und die Frauen

Der geheimnisvolle Schlangemensch übt eine wahre Faszination auf Frauen aus, die er mit Subtilität und Eleganz verführt. In einer Beziehung bleibt er jedoch auf der Hut und lässt sich Zeit, um sich zu öffnen und Vertrauen zu schenken.

Er zieht intime, gedämpfte Umgebungen grossen Menschenmengen vor und geniesst die Zeit zu zweit. Er ist anspruchsvoll und sucht eine Partnerin, die ihn überraschen und verblüffen kann. Die Frauen Ochse und Hahn, die zielstrebig und ausdauernd sind, die Frauen Hund und Ratte, mit denen gegenseitiger Respekt herrscht, sowie die Frauen Schlange, Drache und Hase sind ideale Partnerinnen für ihn. Umgekehrt könnten die Frauen Tiger, Pferd, Schaf, Affe und Schwein, deren Visionen oder Temperamente zu sehr voneinander abweichen, keine Harmonie mit ihm finden.

Der Schlangen-Mann

Schlauheit und Intuition



THE SNAKE MAN, CUNNING AND INTUITION

Mysterious and thoughtful, the Snake Man possesses great cunning and remarkable intuition. When faced with challenges, he prefers to take a step back, giving him an air of detachment. Highly conscious of his image, he maintains a certain elegance—not to impress others, but for his own personal satisfaction.

Reserved by nature, he rarely expresses his emotions, choosing instead to conceal them behind a composed exterior. Every word he utters is carefully chosen, and his actions are marked by discretion. While some may view him as calculating, this perception stems from his cerebral and cautious nature. Distrustful of human flaws, he grants his trust sparingly and prefers to act alone, guided by an intuition that rarely misleads him.

THE SNAKE MAN AND WOMEN

The mystery surrounding the Snake Man exerts a genuine fascination on women, whom he seduces with subtlety and elegance. However, in a relationship, he remains cautious, taking his time to open up and extend his trust.

He prefers intimate, softly lit settings over large crowds, valuing one-on-one moments above all. Discerning in his choices, he seeks a sophisticated partner who can surprise and captivate him. Ox and Rooster women, admired for their determination and perseverance, as well as Dog and Rat women, with whom mutual respect flourishes, are ideal matches for him. He also finds harmony with Snake, Dragon, and Rabbit women, who share complementary traits.

On the other hand, Tiger, Horse, Goat, Monkey, and Pig women, whose temperaments or perspectives differ too greatly, may struggle to find balance with him.

CHINA

Wachstumsmotor für LUXUSGÜTER

China bleibt im Jahr 2025 der Schlüsselmarkt für Luxus und ein Labor für digitale Innovationen. Mit einer jungen, vernetzten Kundschaft, die nach einzigartigen Erlebnissen sucht, generiert es fast 65 % des weltweiten Wachstums der Branche und definiert somit die traditionellen Codes neu.

In 2025, China remains the key market for luxury and a laboratory for digital innovation. With a young, connected clientele seeking unique experiences, it drives nearly 65% of global sector growth, thereby redefining traditional standards.

Eine konsumorientierte Macht und ein strategisches Territorium
China bleibt auch 2025 ein unumgänglicher Akteur auf dem globalen Luxusmarkt. Um diesen Einfluss zu verstehen, muss man sich zunächst mit seinen Verbrauchern beschäftigen: Zwischen 2018 und 2025 haben die Chinesen voraussichtlich rund 65 % des weltweiten Wachstums im Luxusbereich erwirtschaftet, was ihre Schlüsselrolle in der Branche bestätigt.

China ist nicht nur eine Verbraucherbevölkerung, sondern auch ein strategisches Territorium. Während 2018 fast 80 % der chinesischen Luxuskäufe im Ausland getätigt wurden, ist diese Zahl dank der nationalen Politik, die den Binnenmarkt fördert, erheblich gesunken: Senkung der Zölle, Bekämpfung des grauen Marktes und Steueranreize. Das Ergebnis: 2025 soll fast die Hälfte des weltweiten Luxusgüterumsatzes auf China entfallen.

Die Häuser müssen nun nicht nur die chinesischen Verbraucher überall ansprechen, sondern auch ihre Strategien an den lokalen Markt anpassen, der dank einer jungen und vernetzten Generation – den Millennials und der Generation Z – besonders dynamisch ist.

Chinas Millennials und Gen Z: Das Gesicht des neuen Luxusconsumenten
Die Millennials und die Gen Z definieren die Codes des Luxus in China neu. Diese jungen Menschen, die selbstbewusst und weniger verschuldet sind als ihre westlichen Altersgenossen, greifen heute mit einer nie dagewesenen Begeisterung zu hochwertigen Produkten. Im Jahr 2023 machten Verbraucher unter 35 Jahren 55 % der Luxusumsätze in China aus und trugen mehr als 70 % zum Wachstum der Branche bei.

«China definiert Luxus neu. Seine Konsumenten sehnen sich nach Kreationen, die Prestige, Innovation und Kultur vereinen.»

François-Henri Pinault (Vorsitzender von Kering)

A CONSUMER POWERHOUSE AND STRATEGIC TERRITORY
China remains an indispensable player in the global luxury market in 2025. To understand this influence, one must first consider its consumers: Between 2018 and 2025, Chinese consumers are expected to generate approximately 65% of global luxury growth, solidifying their critical role in the sector.

China is not just a population of consumers but also a strategic territory. While nearly 80% of Chinese luxury purchases were made abroad in 2018, this number has dropped significantly due to national policies encouraging domestic consumption: reduced import taxes, crackdowns on the gray market, and tax incentives. As a result, in 2025, China is projected to account for nearly half of global luxury sales.

Luxury brands now need to appeal to Chinese consumers both at home and abroad, while also adapting their strategies to the local market, driven by a young and connected demographic: Millennials and Generation Z.



«China ist heute ein unumgänglicher Markt für Luxusgüter. Es ist ein Kreuzungspunkt, an dem Tradition auf Moderne trifft, mit Verbrauchern, die sowohl jung, anspruchsvoll als auch zukunftsorientiert sind.»

"China is now an essential market for luxury. It is a crossroads where tradition meets modernity, with consumers who are young, demanding, and future-focused."

Bernard Arnault (CEO von LVMH)

"China is redefining luxury. Its consumers aspire to creations that blend prestige, innovation, and culture."

François-Henri Pinault (Chairman of Kering)

Das Durchschnittsalter der Luxusconsumenten in China bleibt mit rund 25 bis 30 Jahren bemerkenswert niedrig, im Vergleich zu 40 Jahren im Westen. Diese Jugend, die an eine fortschrittliche digitale Umgebung gewöhnt ist, stellt neue Erwartungen an die Marken, insbesondere in Bezug auf Innovation, Personalisierung und Immersion.

China an der Spitze der Digitalisierung

China verschiebt die Grenzen der Digitalisierung immer weiter nach oben. 2025 zählt das Land mehr als 1,05 Milliarden Internetnutzer und ist nach wie vor der weltweit führende Anbieter von mobilen Anwendungen. WeChat, ein echtes digitales Ökosystem, hat mittlerweile mehr als 1,3 Milliarden monatlich aktive Nutzer und bietet Funktionen, die von mobilen Zahlungen über E-Commerce bis hin zu immersiven Erlebnissen wie Augmented Reality reichen.

Luxusgüter vor der digitalen Herausforderung

Die Luxushäuser, die anfangs noch zögerten, haben die digitale Revolution voll und ganz angenommen. Sie haben verstanden, dass die Digitalisierung nicht nur ein einfacher Verkaufskanal ist, sondern eine Gelegenheit, ihren Einfluss zu stärken und neue Märkte zu erobern.

- > LVMH investiert weiterhin in künstliche Intelligenz und digitale Plattformen, um das Kundenerlebnis zu personalisieren.
- > Chanel hat 2024 eine exklusive Kapsel-Kollektion eingeführt, die nur über Online-Plattformen wie Tmall Luxury Pavilion erhältlich ist.
- > Cartier integrierte Virtual-Reality-Funktionen auf seiner Website, um den Verbrauchern die Möglichkeit zu geben, Schmuck in 3D zu betrachten.

Chinese Millennials and Gen Z: the face of the new luxury consumer
Chinese Millennials and Gen Z are redefining luxury in China. These young, confident consumers, less burdened by debt than their Western counterparts, are enthusiastically embracing high-end products. In 2023, consumers under 35 accounted for 55% of luxury sales in China and contributed more than 70% of the sector's growth. The average age of luxury consumers in China is remarkably young, between 25 and 30, compared to 40 in Western markets. This digitally savvy generation is setting new expectations for brands, particularly in innovation, personalization, and immersive experiences.

China at the forefront of digitalization

China continues to push the boundaries of digital innovation. In 2025, the country boasts over 1.05 billion internet users and remains the global leader in mobile applications. WeChat, a true digital ecosystem, now surpasses 1.3 billion monthly active users, offering functions ranging from mobile payments to e-commerce and immersive experiences like augmented reality.

Luxury's digital challenge

Initially hesitant, luxury brands have fully embraced the digital revolution, recognizing it as an opportunity to expand their influence and tap into new markets:

- > LVMH continues to invest in artificial intelligence and digital platforms to personalize the customer experience.
- > In 2024, Chanel launched a series of exclusive capsules available only on online platforms like Tmall Luxury Pavilion.
- > Cartier integrated virtual reality features on its website, allowing consumers to visualize jewelry in 3D.



E-Commerce und Influencer: die Säulen des Luxus in China

2025 macht der E-Commerce 30 % des weltweiten Luxusumsatzes aus, wobei das Wachstum in China besonders hoch ist. Die Häuser arbeiten eng mit lokalen Plattformen wie JD.com und Tmall zusammen und entwickeln gleichzeitig ihre eigenen digitalen Lösungen, um ihre Kunden direkt anzusprechen.

Influencer oder Key Opinion Leaders (KOLs) sind weiterhin von entscheidender Bedeutung. Im Jahr 2024 führte beispielsweise eine Zusammenarbeit zwischen Dior und der Austin-Influencerin Li Jiaqi innerhalb weniger Stunden zu Millionen von Views und Rekordumsätzen.

Ein Omnichannel- und ultrapersonalisiertes Erlebnis

Obwohl der Online-Handel weiter wächst, werden auch 2025 noch 70 % der Luxusgeschäfte in Geschäften abgewickelt. Die Herausforderung besteht nun darin, das Physische und das Digitale zu kombinieren, um ein nahtloses und immersives Kundenerlebnis zu bieten.

Zu den Innovationen gehören:

- > Vernetzte Kabinen, die interaktive Bildschirme integrieren.
- > Augmented Reality, die es ermöglicht, Kleidung oder Accessoires virtuell anzuprobieren.
- > Ultra-personalisierte Dienstleistungen durch die Analyse von Kundendaten.

Über 60 % der chinesischen Millennials sind bereit, ihre Daten zu teilen, um ein einzigartiges, massgeschneidertes Erlebnis im Geschäft zu haben.

E-commerce and influencers: pillars of luxury in China

In 2025, e-commerce accounts for 30% of global luxury sales, with particularly strong growth in China. Luxury brands work closely with local platforms like JD.com and Tmall, while also developing their own digital solutions to engage directly with consumers.

Influencers, or Key Opinion Leaders (KOLs), remain essential. For example, in 2024, a collaboration between Dior and influencer Austin Li Jiaqi generated millions of views within hours and record-breaking sales.

An omnichannel and ultra-personalized experience

While online shopping continues to grow, 70% of luxury transactions still occur in physical stores in 2025. The challenge is to combine physical and digital experiences to deliver a seamless and immersive customer journey. Innovations include:

- > Connected fitting rooms with interactive screens.
- > Augmented reality for virtual try-ons of clothing and accessories.
- > Ultra-personalized services powered by customer data analysis.

Over 60% of Chinese Millennials are willing to share their data in exchange for a unique and tailored in-store experience.



Ein durch Krisen beschleunigter Wandel

Die jüngsten wirtschaftlichen und gesundheitlichen Herausforderungen haben die Digitalisierung beschleunigt. Die Marken haben ihre Anstrengungen verdoppelt, um die Digitalisierung in ihre Strategien zu integrieren, insbesondere durch:

- > Omnichannel-Dienste wie „Live Commerce“, eine Kombination aus Live-Übertragung und interaktivem E-Commerce.
- > Künstliche Intelligenz, um die Präferenzen der Verbraucher zu antizipieren.
- > Hybride Lösungen, die exklusive physische Veranstaltungen mit Online-Inhalten kombinieren.

China bleibt auch 2025 sowohl ein Schlüsselmarkt als auch ein Innovationslabor für die Luxusgüterindustrie. Die digitale Transformation, die gestern noch als Herausforderung wahrgenommen wurde, hat sich zu einem wesentlichen strategischen Hebel entwickelt. Die Luxushäuser haben Tradition und Moderne miteinander in Einklang gebracht und ihr Angebot an eine junge, vernetzte Kundschaft angepasst, die auf der Suche nach neuen Erfahrungen ist. Mehr denn je definiert China die Spielregeln neu und ebnet den Weg in eine Zukunft, in der Luxus gleichzeitig physisch, digital und erlebnisorientiert ist.

A transformation accelerated by crises

Recent economic and health crises have accelerated digital transformation. Brands have intensified their efforts to integrate digital into their strategies through:

- > Omnichannel services, like "live commerce", which combines livestreaming and interactive e-commerce.
- > Artificial intelligence, used to predict consumer preferences.
- > Hybrid solutions, blending exclusive physical events with online content.

In 2025, China remains both a key market and a hub of innovation for the luxury industry. Digital transformation, once seen as a challenge, has become an essential strategic tool. By balancing tradition and modernity, luxury brands have successfully adapted their offerings to a young, connected audience seeking novel experiences. More than ever, China is redefining the rules, paving the way for a future where luxury is simultaneously physical, digital, and experiential.



CHRISTIAN DIOR

1905 HOLZSCHLANGE

Christian Dior
Jean-Paul Sartre
Greta Garbo
Henry Fonda

PLACIDO DOMINGO



1941 METALLSCHLANGE

Audrey Hepburn
Martin Luther King Jr
Jacques Brel
Grace Kelly
Anne Frank
Sergio Leone
Jackie Kennedy

Bob Dylan
Joan Baez

Paul Simon et Art Garfunkel
Simon & Garfunkel
Plácido Domingo
Spanischer Tenor und Dirigent

Stephen Hawking
Britischer theoretischer
Physiker und Kosmologe

Nick Nolte

Charlie Watts
Schlagzeuger der Band
The Rolling Stones

Neil Diamond
Otis Redding
Faye Dunaway



MARTIN LUTHER KING JR

1929 ERDSCHLANGE



ELLA FITZGERALD

1917 FEUERSCHLANGE

John F. Kennedy
Ella Fitzgerald
Indira Gandhi
Premierministerin von Indien
Arthur C. Clarke
Britischer Science-Fiction-
Schriftsteller
Robert Mitchum
Dean Martin

Im Zeichen der SCHLANGE geboren

Pierce Brosnan
Kim Basinger
Tony Blair
Cyndi Lauper
Jean-Michel Jarre
Quentin Tarantino
John Malkovich

Larry Bird
Amerikanischer Basketballspieler
Howard Schultz
US-amerikanischer Unternehmer,
ehemaliger CEO von Starbucks
Isabelle Huppert

BROOKE SHIELDS



1965 HOLZSCHLANGE

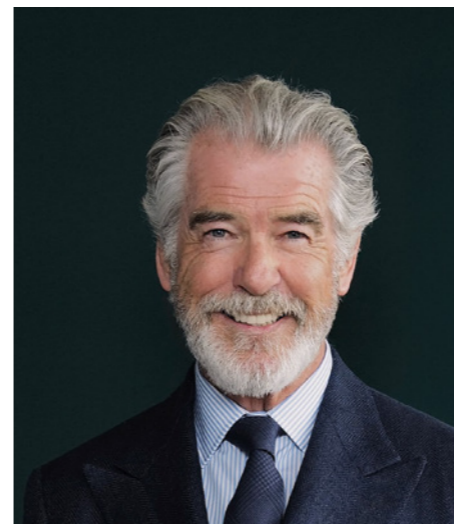
1977 FEUERSCHLANGE

Robert Downey Jr.
J.K. Rowling
Autorin von Harry Potter
Charlie Sheen
Sarah Jessica Parker
Sex and the City
Shania Twain
Brooke Shields
Moby

Lennox Lewis
Boxweltmeister im
Schwergewicht

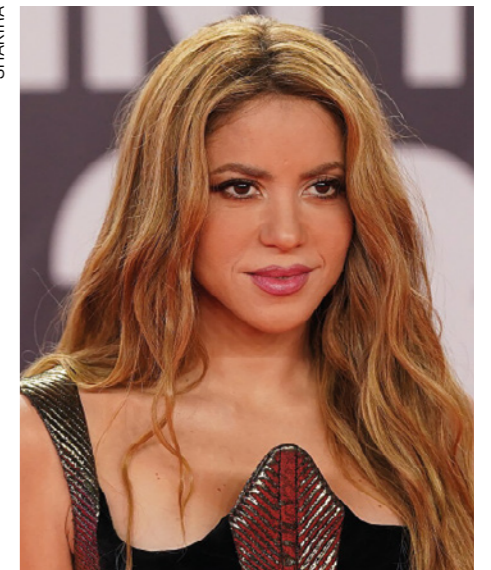
Bryan Adams
David Beckham
Dr. Dre
Stéphanie de Monaco
Mads Mikkelsen
Ben Stiller

PIERCE BROSNAN



1953 WASSERSCHLANGE

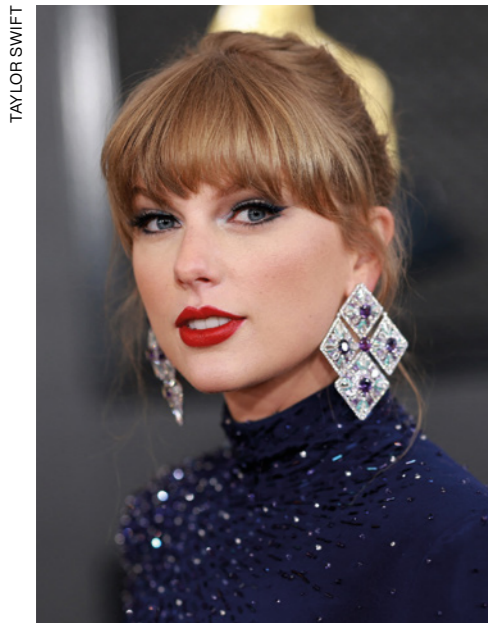
SHAKIRA



Kanye West
Orlando Bloom
Shakira
Liv Tyler
Zlatan Ibrahimović
Jessica Chastain
John Mayer

1989

ERDSCHLANGE



TAYLOR SWIFT

- Taylor Swift
- Daniel Radcliffe
Harry Potter
- Dakota Johnson
Fifty Shades of Grey
- Xavier Dolan
- Adèle Haenel
- Pierre Niney

- Billie Eilish
- Olivia Rodrigo
US-amerikanische Sängerin,
Komponistin und Schauspielerin.
- Emma Chamberlain
US-amerikanische Content
Creatorin, Model und
Unternehmerin
- Charli D'Amelio
TikTok-Star und amerikanische
Influencerin
- Élisabeth de Belgique
- Caleb Maclaghlin
- Pierre de Maere

2001

METALLSCHLANGE



BILLIE EILISH

2013

WASSERSCHLANGE



PRINCE GEORGE OF CAMBRIDGE

- North West
Tochter von Kim Kardashian und
Kanye West
- Prince George of Cambridge
Sohn von Prinz William und
Catherine Middleton
- Axl Jack Duhamel
- Sofia Otero
- Ava et Alexis McClure

Victoria Javet
John Hartung

A tribute to CHINA

CARTIER

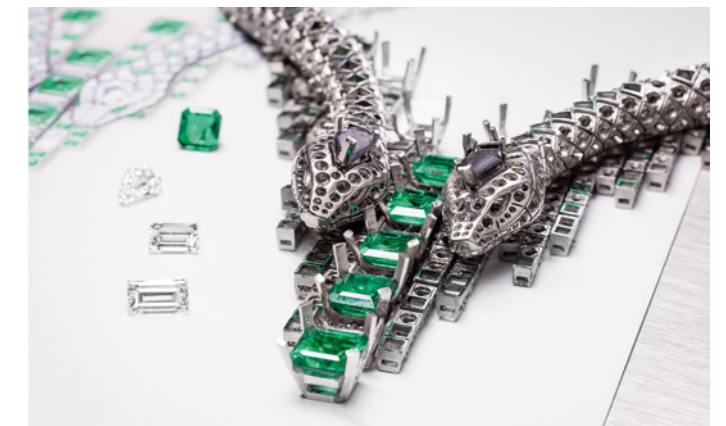
Die legendäre Tank-Uhr wurde 1917 geboren und hat die Zeiten überdauert, ohne je aus der Mode zu kommen. Sie wird regelmässig neu interpretiert und ist ein Symbol für Stil und Freiheit, Design und Modernität. 1922, nur fünf Jahre nach ihrer Einführung, integrierte Cartier architektonische Elemente aus chinesischen Tempeln und schuf so die Tank Chinoise. Das Gehäuse ist der Geometrie eines Portikus nachempfunden und vereint horizontale und vertikale Linien. Zum 100. Jahrestag ihrer Entstehung wurde die Tank Chinoise um neue Modelle aus der Cartier Privé-Kollektion erweitert, die der traditionellen chinesischen Ikonografie huldigen.

Als Hommage an die Lebendigkeit des Tierreichs bietet die Haute Joaille-Kollektion Nature Sauvage einen immer ausdrucksstärkeren Blick auf das Bestiarium von Cartier mit einzigartigen Stücken von grosser Komplexität. Drachen, Krokodile, Schildkröten und natürlich Panther – die Exotik verwandelt sich in einen grafischen Wälzer von kraftvoller Vitalität. Mit der Amphista-Halskette ehrt der Juwelier das Tier des Jahres durch eine hybride Komposition, die den Hals von beiden Seiten umschliesst. Cartier wählte Diamanten, insbesondere im Drachenschliff, und Smaragde, um die Schuppen zu symbolisieren und die Köpfe der beiden Schlangen zu schmücken, die sich auf der Büste treffen. Zwischen ihnen befinden sich neun achteckige Smaragde aus Kolumbien mit insgesamt 14,72 Karat, die für eine blendende Farbintensität sorgen.



Born in 1917, the iconic Tank watch has stood the test of time without ever going out of style. Regularly reinterpreted, it is a symbol of style and freedom, design and modernity. In 1922, just five years after its launch, Cartier incorporated architectural elements from Chinese temples to create the Tank Chinoise. Echoing the geometry of a portico, the case combines horizontal and vertical brancards. For the centenary of its creation, the Tank Chinoise Cartier Privé collection has been enriched with new models, paying tribute to traditional Chinese iconography.

Celebrating the vibrancy of the animal kingdom, Cartier's high jewelry collection Nature Sauvage presents a strikingly expressive take on its iconic bestiary with intricate, one-of-a-kind creations. From dragons and crocodiles to turtles and, of course, the panther, exotic creatures come alive in a dynamic and powerful graphic dance. The Amphista necklace pays tribute to the animal of the year with a bold, hybrid design that gracefully encircles the neck. Cartier has chosen diamonds, including kite-shaped cuts, and emeralds to evoke the texture of scales and to embellish the heads of two serpents meeting at the chest. Between them, nine octagonal Colombian emeralds, totaling 14.72 carats, radiate with stunning chromatic brilliance.



PATEK PHILIPPE

Im Jahr 2024 feierte Patek Philippe das zehnjährige Jubiläum der Eröffnung seines Salons in Peking. Nach der Eröffnung der Maison Patek Philippe in Shanghai im Jahr 2012 ist die Maison Patek Philippe Beijing, die sich an der 23 Ch'ien Men befindet, die zweite Maison Patek Philippe weltweit. Um diesen wichtigen Schritt ihrer Entwicklung in China zu markieren, hat die Manufaktur eine auf 25 Exemplare limitierte Auflage der World Time Date Referenz 5330G-011 hergestellt. Diese elegante Kreation aus Weissgold verfügt über ein rotes Zifferblatt mit einem kreisförmigen Muster und handguillochiertem Dekor, den Namen Peking in roter Schrift auf der Städtescheibe sowie ein schwarzes Kalbslederarmband mit roten Nähten. Der Gehäuseboden aus Saphirglas ist mit dem in rot gedruckten Schriftzug „10 Years 2014-2024 Patek Philippe Maison Beijing“ verziert.

In 2024, Patek Philippe celebrated the tenth anniversary of the opening of its salon in Beijing. Following the opening of Maison Patek Philippe Shanghai in 2012, Maison Patek Philippe Beijing, located at 23 Ch'ien Men, became the second Maison Patek Philippe in the world. To mark this significant milestone in its development in China, the Manufacture created a limited edition of 25 pieces of the World Time Date reference 5330G-011. Crafted in white gold, this sophisticated creation features a red dial with a circular pattern and hand-guilloché decoration, the name 'Beijing' in red on the city disk, and a black calfskin strap with red stitching. The sapphire case back is adorned with the inscription '10 Years 2014-2024 Patek Philippe Maison Beijing' printed in red.



BVLGARI

Bvlgari ist ein Synonym für Serpenti, und Serpenti für Bvlgari. Das Lieblingstier des römischen Hauses besitzt die Fähigkeit, Ikonen zu erschaffen, die für die ewige Neuerfindung stehen. Nachdem die Kollektion 2023 ihr 75-jähriges Jubiläum gefeiert hat, erkundet sie mit dem Beginn des Jahres der Schlange neue Horizonte. Mit noch nie dagewesenen Schmuckstücken und Haute Joaillerie, exklusiven Uhren und Lederwaren zeigt Serpenti seine ganze Extravaganz und Kreativität. Zu den aussergewöhnlichsten Stücken gehört das allererste Serpenti Rubellite Crown Ketten-Sautoir, das einen beeindruckenden Rubellit von 140,53 Karat zelebriert. Der Edelstein wird von einer mit Pavé besetzten Krallen gehalten und hängt an einer eleganten Kette, die mit Onyx-Einsätzen, Smaragden im Buff-Top-Schliff und Diamanten verziert ist.

Die Schlange wird in der chinesischen Kultur verehrt und bietet auch die Gelegenheit für einen Dialog zwischen Orient und Okzident. Um diesen Austausch zu feiern, eröffnete Bvlgari Anfang Januar den ersten Teil seiner Ausstellung Serpenti Infinito in Shanghai. Die Veranstaltung, die in die unendlichen Metamorphosen des mythischen Tieres eintaucht, verbindet die Welten der Kunst, der Geschichte und des Schmucks, insbesondere durch Werke chinesischer und internationaler Künstler.



Bvlgari is synonymous with Serpenti, and Serpenti is synonymous with Bvlgari. The Roman house's signature creature embodies a unique quality found only in true icons: the ability to reinvent itself endlessly. After marking its 75th anniversary in 2023, the collection is venturing into new territories with the arrival of the Year of the Snake. With new jewelry and high jewelry designs, exclusive watches, and luxurious leather goods, Serpenti showcases its full splendor and boundless creativity. Among the standout pieces is the first chain sautoir Serpenti Rubellite Crown, a masterpiece that highlights an extraordinary 140.53-carat rubellite. This dazzling gem, set in a delicate pavé prong, hangs gracefully from an elegant chain adorned with onyx accents, buff-top emeralds, and sparkling diamonds.

A revered symbol in Chinese culture, the snake also creates an opportunity for dialogue between East and West. To celebrate this connection, Bvlgari launched the first chapter of its Serpenti Infinito exhibition in Shanghai in early January. Immersing visitors in the endless transformations of this legendary creature, the event bridges the realms of art, history, and jewelry, featuring works by both Chinese and international artists.

GUCCI

An der Schwelle zum Jahr 2025 setzt Gucci seine Strategie zur Rückeroberung des chinesischen Marktes entschlossen fort und nutzt dabei den Eintritt in das Jahr der Schlange. Mit visuellen Kampagnen, in denen berühmte Botschafter wie Xiao Zhan und Ni Ni im Mittelpunkt stehen, und Einzelhandelsinitiativen zwischen Shenzhen und Chengdu versucht die Hauptmarke der Kering-Gruppe, dieses wichtige Datum im chinesischen Kalender zu nutzen, um ihre Position auf dem Markt zu stärken.



As 2025 approaches, Gucci continues its determined strategy to recapture the Chinese market, drawing inspiration from the Year of the Snake. Through visual campaigns starring iconic ambassadors like Xiao Zhan and Ni Ni, as well as retail initiatives across Shenzhen and Chengdu, the flagship brand of the Kering group aims to leverage this significant date in the Chinese calendar to solidify its position in the market.

PIAGET

Die ebenso kostbaren wie gewagten Schmuckstücke und Uhren aus dem Hause Piaget sind ebenfalls mit Motiven verziert, die an das Star-Reptil des Jahres erinnern. Der Glamour der 1970er Jahre wird in dieser diamantbesetzten Limelight Gala Damenuhr wiederbelebt. Das Gehäuse aus Roségold mit einer mit Diamanten besetzten Lünette zeichnet sich durch seine geschwungene Form und die beiden asymmetrischen Hörner aus, die der Bewegung des Handgelenks folgen. Das strukturierte Armband verweist auf die Expertise des Hauses Piaget in der Goldverarbeitung. Ebenso wie bei der Kollektion Possession, die kürzlich ebenfalls ein wunderschönes Schuppenmuster erhielt.

As daring as they are refined, Piaget's jewelry and watch collections are embracing designs inspired by the year's standout reptile. Reimagining an iconic trend, the glamour of the 1970s shines through in the Limelight Gala women's watch, adorned with diamonds. Crafted from rose gold with a diamond-paved bezel, the case is defined by its elegant curves and distinctive asymmetrical lugs that flow seamlessly with the wrist's movement. The textured bracelet showcases Piaget's unparalleled expertise in gold craftsmanship. Similarly, the Possession collection has welcomed its own striking scale-inspired motif.



JAQUET DROZ

Zeitmesser, die die Schlange in den Mittelpunkt stellen, sind äusserst selten. Jaquet Droz hat seit 12 Jahren keine solche Uhr mehr hergestellt. Jetzt enthüllt das Atelier zwei einzigartige Interpretationen für das neue chinesische astrologische Jahr: auf Perlmutterzifferblatt und auf Sonora-Sunrise-Stein. Und eine Premiere: Sie haben keine Zeiger. Die Handwerkskunst wird hier auf ein nie dagewesenes Niveau gehoben. Der gebogene Körper der Schlange aus massivem Gold ist mit einem Farbverlauf emailliert, der von einem „Ruyi“-Muster bestimmt wird. Die gesamte Schlange wurde von John Howe, einem Freund des Hauses und Kreativdirektor von „Herr der Ringe“, erdacht und entworfen.

Creations celebrating the snake are exceedingly rare. In fact, Jaquet Droz had not created one in 12 years. This year, the atelier unveils two exceptional interpretations to mark the Chinese astrological year: one with a mother-of-pearl dial and the other with Sonora Sunrise stone. And for the first time, neither has any hands. The artistry reaches unparalleled heights here. The curved body of the snake, crafted in solid gold, is adorned with an enamel gradient featuring a rhythmic "Ruyi" motif. Every detail of the snake was envisioned and designed by John Howe, a close friend of the maison and Creative Director for The Lord of the Rings.



HUBLLOT

Jedes neue Jahr bringt eine Reihe von Innovationen mit sich, und Hublot ist da keine Ausnahme. Für 2025 ehrt das berühmte Schweizer Uhrenhaus das Jahr der Schlange mit einer einzigartigen Kreation, die Transformation, Weisheit und Eleganz verkörpert – Eigenschaften, die für dieses Tier im chinesischen Tierkreis typisch sind. Getreu seiner DNA enthüllt Hublot eine limitierte Auflage seiner legendären Spirit of Big Bang, in der Uhrmacherkunst und technische Innovation aufeinandertreffen, um ein aussergewöhnliches Stück zu schaffen.

Seit 2016 lässt sich Hublot von den Symbolen des chinesischen Kalenders inspirieren, um Sondereditionen zu kreieren, die die Grenzen des Uhrendesigns erweitern. Nach dem Drachen, der im letzten Jahr geehrt wurde, ist es nun die Schlange, die sich um das Zifferblatt dieser legendären Uhr schlingt. Das Ergebnis? Ein wahres Miniaturkunstwerk, das kühn und raffiniert zugleich ist und das Know-how und den visionären Geist von Hublot verkörpert.



Every new year brings its share of innovations, and Hublot is no exception. For 2025, the renowned Swiss watchmaker pays tribute to the Year of the Snake with a unique creation embodying transformation, wisdom, and elegance—qualities emblematic of this zodiac animal. Staying true to its DNA, Hublot presents a limited edition of its legendary Spirit of Big Bang, where horological artistry meets technical innovation to create an extraordinary timepiece.

Since 2016, Hublot has drawn inspiration from Chinese calendar symbols for its special editions, pushing the boundaries of watch design. Following last year's tribute to the dragon, this year's creation features a snake coiled elegantly around the watch face. The result? A daring yet refined miniature masterpiece, embodying Hublot's craftsmanship and visionary spirit.



LOUIS VUITTON

Die Manufaktur Louis Vuitton enthüllt eine fesselnde Uhrenkreation, die die Grenzen der Handwerkskunst neu auslotet. Die Escale „Snakes Jungle“ aus der Cabinet of Wonders Trilogie verkörpert auf perfekte Weise die Verschmelzung von hoher Uhrmacherkunst und traditioneller Handwerkskunst. Dieses einzigartige Stück lädt zum Staunen ein: Sein Zifferblatt scheint zum Leben zu erwachen und enthüllt eine majestätische Schlange, die sich elegant inmitten eines üppigen Bambuswaldes windet.

Diese Kreation ist ein wahres Meisterwerk im Miniaturformat und eine beeindruckende technische Leistung. Rose Saneuil, Meisterin der Multi-Material-Intarsien, hat eine Symphonie der Texturen inszeniert, indem sie Holz, Pergament und Stroh subtil miteinander verband und so ein Gemälde von seltenem Reichtum und unübertroffener Feinheit zum Leben erweckte.

Louis Vuitton's atelier presents a captivating horological creation that pushes the boundaries of artistic craftsmanship. The Escale "Snakes Jungle", part of the Cabinet of Wonders trilogy, masterfully fuses Haute Horlogerie with traditional artisanal expertise. This unique piece enchants with its animated dial, revealing a majestic snake coiling elegantly within a lush bamboo forest.

A true miniature masterpiece, this creation represents an impressive technical feat. Rose Saneuil, a master of multi-material marquetry, orchestrates a symphony of textures by skillfully combining wood, parchment, and straw, resulting in a tableau of exceptional richness and unmatched finesse.



BACCARAT

Um die geheimnisvolle Aura der Schlange zu feiern, enthüllt Baccarat eine einzigartige Kreation, die von der Tierbildhauerin Allison Hawkes signiert wurde. In reinem Kristall geschliffen, fängt dieses aussergewöhnliche Kunstwerk das Wesen der Schlange ein. Mit seiner majestätischen Haltung scheint das Reptil die Welt mit tiefer Weisheit und Intuition zu betrachten, was die Qualitäten dieses Zeichens widerspiegelt. Dieses seltene Stück ist ein leuchtender Talisman und verspricht, jeden Moment der kommenden zwölf Monate zu erhellen.

Celebrating the snake's mysterious allure, Baccarat unveils a unique creation by animal sculptor Allison Hawkes. Crafted from pure crystal, this exceptional piece captures the very essence of the snake. With its regal posture, the snake appears to gaze upon the world with profound wisdom and intuition, reflecting the qualities attributed to this sign. A luminous talisman, this rare piece promises to illuminate every moment of the coming twelve months.



SWATCH

Überschäumend vor Symbolik, ist die Kollektion Year of the Serpent ganz der Kraft der Flexibilität gewidmet. Mit ihren leuchtenden Farben und einzigartigen Details werden diese beiden unterschiedlichen Modelle Sie inspirieren, das Beste aus jedem Moment zu machen und jede Gelegenheit zu nutzen.

Bursting with symbolism, the Year of the Snake collection by Swatch celebrates the power of adaptability. Featuring bold colors and unique details, these two distinct models are designed to inspire, encouraging you to seize every moment and embrace every opportunity.

VACHERON CONSTANTIN

In seiner Kollektion Métiers d'art (Legenden des chinesischen Tierkreises) ehrt Vacheron Constantin die Schlange, ein Symbol für Glück, Geheimnis und Weisheit in der chinesischen Kultur. Diese wird durch eine Handgravur in Volumen dargestellt, die die meisterhafte Kunstfertigkeit des Hauses unterstreicht. Der Hintergrund, in dem die Schlange dargestellt ist, wird durch eine Miniaturdarstellung einer Fauna aus opakem Email kunstvoll ergänzt. Dieses Modell aus Platin 950/1000, das in limitierter Auflage gefertigt wurde, bietet eine neue Interpretation der Techniken des Kunsthandwerks durch das Können der Meistergraveure und Emailleure. Das Uhrwerk mit Automatikaufzug trägt den Genfer Stempel, der für Exzellenz und Zuverlässigkeit steht.

In its Métiers d'Art collection (Chinese Zodiac Legends), Vacheron Constantin pays homage to the snake—revered in Chinese culture as a symbol of good fortune, mystery, and wisdom. The animal is brought to life through exquisite hand engraving, showcasing the exceptional craftsmanship for which the maison is renowned. The snake's elegance is further accentuated by a backdrop featuring a miniature, opaque enamel wildlife scene. This limited-edition model, crafted in 950/1000 platinum, reinterprets traditional artisanal techniques with the expertise of master engravers and enamellers. Its self-winding movement bears the prestigious Geneva Seal, a hallmark of excellence and reliability.



BLANCPAIN

Blancpain freut sich, die neue Villeret Calendrier Chinois Traditionnel zu enthüllen, um das chinesische Neujahrsfest 2025 zu feiern, bei dem am 29. Januar der hölzerne Drache von der hölzernen Schlange abgelöst wird. Zum vierzehnten Mal in Folge vereint die Manufaktur den Osten und den Westen durch einen Gedenkzeitmesser in den Farben des Tierkreiszeichens des neuen Mondjahres, das auf dem Rotor des Zeitmessers eingraviert ist. Der in limitierter Auflage hergestellte Kalender kombiniert zum ersten Mal ein Platingehäuse mit einem grünen Zifferblatt aus Grand-Feu-Email.

Blancpain is delighted to unveil its new Villeret Traditional Chinese Calendar to celebrate Chinese New Year 2025, marking the transition from the Wood Dragon to the Wood Snake on January 29. For the fourteenth consecutive year, the Manufacture bridges East and West through a commemorative timepiece, featuring the zodiac sign of the new Lunar Year engraved on its rotor. In this limited edition, the calendar pairs a platinum case with a vibrant green grand feu enamel dial for the first time.



MONCLER

Zur Feier des Jahres der Schlange lässt sich die kurze Daunenjacke Xiaoqing von der tief verwurzelten Symbolik dieses Tieres im chinesischen Tierkreis inspirieren. Gefertigt aus Denim, besticht die Jacke durch eine geschwungene Steppung, die an die Form einer Schlange erinnert. Ein geknoteter Reissverschluss – Symbol der Liebe – setzt das perfekte Finish.

To celebrate the Year of the Snake, Moncler presents the Xiaoqing Short Down Jacket, inspired by the rich symbolism of the zodiac animal. Crafted in denim, the jacket features curved quilting reminiscent of a snake's form. A knotted zipper pull, symbolizing love, completes the design.



LONGINES

Um das Jahr der Schlange 2025 zu feiern, hat LONGINES eine Sonderausgabe seines Modells CONQUEST HERITAGE herausgebracht. Der berühmte chinesische Künstler Wu Jian'an wurde gebeten, ein Sondermodell zu entwerfen, das mit einer mystischen Schlange geschmückt ist, die in ihrem Maul einen Lingzhi-Pilz hält, der zart in den Boden eingraviert ist. Die CONQUEST HERITAGE YEAR OF THE SNAKE ist auf 2.025 Exemplare limitiert und verfügt über ein 40-mm-Edelstahlgehäuse und einen eckigen, verschraubten Boden, der mit dem einzigartigen Schlangenemblem graviert ist, das für Glück steht. Das gewölbte, strahlend sonnenbeschienene Zifferblatt hat einen roten Farbverlauf und ist mit goldenen Zeigern und Indizes verziert. Es schafft eine schillernde Anzeige, die die Momente des Feierns und Zusammenkommens am Lunar New Year perfekt ergänzt wird.

To celebrate the Year of the Snake in 2025, Longines has released a special edition of its Conquest Heritage model. Acclaimed Chinese artist Wu Jian'an contributed to this distinctive design, featuring a mystical snake clutching a Lingzhi mushroom, intricately engraved on the case back. Limited to 2,025 pieces, the Conquest Heritage Year of the Snake boasts a 40mm stainless steel case and a screw-down angular back engraved with the unique snake emblem, symbolizing good fortune. Its striking sunray gradient red dial, adorned with gold-tone hands and indices, creates a dazzling display, perfectly complementing Lunar New Year celebrations.

PERRELET

Inspired by the rich symbolism of the Chinese zodiac, Perrelet unveils the Turbine Snake, a creation dedicated to the Year of the Wood Snake. The snake stands for wisdom, creativity, reflection, and mystery, and symbolizes in connection with the element wood a deep inner strength and the ability to renew. These characteristics promise a year full of opportunities, harmony, and peace.

Since its founding in 1777, Perrelet has upheld a tradition of excellence and innovation, creating zodiac-inspired timepieces. With the ingenuity of its designers, the expertise of its craftsmen, and its industrial independence, the Swiss manufacture pushes the boundaries of horological art with creations full of creativity. The Turbine collection exemplifies this approach, merging tradition and modernity in its reinterpretation of the snake motif. At its heart, a lacquered red subdial—symbolic of good fortune in Chinese culture—features golden ideograms representing prosperity. Against this vibrant backdrop, a 3D relief golden snake commands attention, its finely detailed scales adding sculptural depth and uniqueness.

Inspired by the rich symbolism of the Chinese zodiac, Perrelet presents the Turbine Snake, a creation dedicated to the Year of the Wood Snake. Representing wisdom, creativity, reflection, and mystery, the snake—associated with the wood element—embodies deep inner strength and the power of renewal, promising a year of opportunities, harmony, and peace.

Since its founding in 1777, Perrelet has upheld a tradition of excellence and innovation, creating zodiac-inspired timepieces. With the ingenuity of its designers, the expertise of its craftsmen, and its industrial independence, the Swiss manufacture pushes the boundaries of horological art with creations full of creativity. The Turbine collection exemplifies this approach, merging tradition and modernity in its reinterpretation of the snake motif. At its heart, a lacquered red subdial—symbolic of good fortune in Chinese culture—features golden ideograms representing prosperity. Against this vibrant backdrop, a 3D relief golden snake commands attention, its finely detailed scales adding sculptural depth and uniqueness.



PRADA

We the snake! Die neue Prada-Kampagne für das Mondneujahr 2025 feiert den Beginn des Jahres der Schlange, einer mächtigen Quelle metaphorischer Visionen. Inspiriert von dem tiefen Respekt, der diesem geheimnisvollen Tier in der chinesischen Kultur entgegengebracht wird, überarbeiten die Bilder die Wicklungen der Schlange und verwandeln sie in ein auffallendes kreatives Symbol. Die Kurven zeichnen gewundene Spiralen und bieten eine visuelle Darstellung des Konzepts der Gemeinschaft, illustriert durch eine wellenförmige Reihe von Menschen aus verschiedenen Disziplinen, die interagieren und das chinesische Tierkreiszeichen zum Leben erwecken.

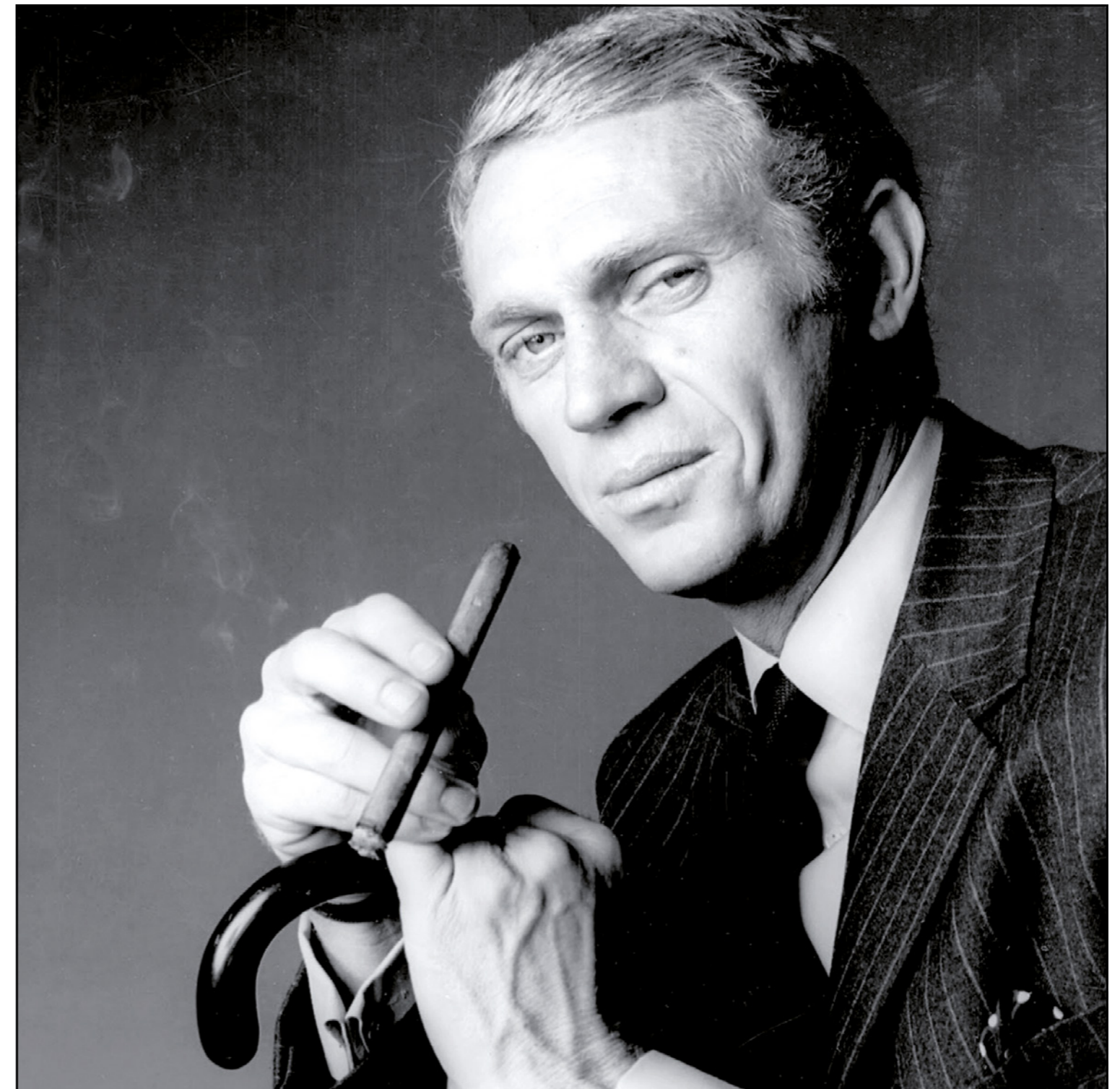
Unter der künstlerischen Leitung von Ferdinando Verderi und mit Fotografien von Oliver Hadlee Pearch zeigen die Visuals eine gewundene Kette von menschlichen Silhouetten, unterbrochen von verschiedenen realen Personen, die einzeln oder in Gruppen auftreten. Prada hat eine bunte Mischung von Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund zusammengestellt, darunter die Botschafter Jia Ling, Li Xian, Ma Long, Ma Yili und Yang Shuyu, der Kunsthistoriker Wu Hung, die Künstler Peng Wei und Zhang Enli, die Architektin Rossana Hu sowie die Models Du Juan, Ju Xiaowen und Zhao Lei. Die Kampagne ist eine echte Hommage an den tiefen Respekt, den die chinesische Kultur diesem Tier entgegenbringt, und definiert unsere emotionale Bindung an die Schlange neu, wie der Film unter der Regie von Dorothy Sing Zhang zeigt. Die gesamte Besetzung ist versammelt und veranschaulicht in ihrer Gesamtheit die angeborenen Korrelationen, die uns alle miteinander verbinden.

We the snake! Prada's new Lunar New Year campaign for 2025 celebrates the dawn of the Year of the Snake, a powerful source of metaphorical inspiration. Drawing from the deep respect this mysterious animal commands in Chinese culture, the visuals reimagine the snake's coiled forms as a striking creative symbol. Sinuous curves form spiraling designs, offering a visual representation of community through a flowing line of diverse individuals, interacting and bringing this zodiac sign to life.

Directed by Ferdinando Verderi and photographed by Oliver Hadlee Pearch, the campaign features a diverse cast, including Prada ambassadors Jia Ling, Li Xian, Ma Long, Ma Yili, and Yang Shuyu, art historian Wu Hung, artists Peng Wei and Zhang Enli, architect Rossana Hu, and models Du Juan, Ju Xiaowen, and Zhao Lei. Together, they honor the snake's profound cultural significance, as highlighted in a film by Dorothy Sing Zhang.

BUSINESS & LEADERS

DER GAST: JULIEN TORNARE – BEYOND THE BANKER: OLIVIER CALLOUD



Steve McQueen in „Die Thomas Crown Affäre“ 1968

Der Gast

Julien Tornare, CEO von Hublot

Interview von John Hartung

Wenn man ihn fragt, welches Charaktermerkmal ihm die größten Kopfschmerzen bereitet habe, nennt er nicht eine vermeintliche Schwäche wie Perfektionismus. Julien Tornare gehört zu denen, genug Tiefgang besitzen, um ihre Unvollkommenheiten zu akzeptieren und daran zu arbeiten, anstatt sie zu kaschieren oder zu beschönigen. Mit einer wirklich seltenen Fähigkeit zum Zuhören blüht er in seinen Beziehungen zu anderen auf, während er sich selbst neu definiert und gleichzeitig seine Vision konstruiert – eine Vision, die seit September 2024 Hublot mit ihrem wohlwollenden Feuer erleuchtet. Julien Tornare ist der Gast von COTE Magazine.

Julien Tornare Kreativität, manchmal auch mit Kühnheit, wie beispielsweise als man 1980 Gold und Gummi kombinierte, was Hublot zum Erfolg verhalf. Wie stimulieren Sie diese Kreativität – erst in sich selbst, dann in Ihrem Team?

„Ich danke Ihnen für diese Frage, die seit vier Monaten im Zentrum meiner Überlegungen steht. Die Schweizer Uhrenindustrie, tief verwurzelt in Tradition, profitierte stets von kühnen Initiativen von Marken wie Hublot. Carlo Crocco wagte es, Gold und Gummi zu kombinieren, als dies noch als 'Gummi' abgetan wurde. Hublot hat sich auf diese Kühnheit aufgebaut, lange bevor andere sich davon inspirieren ließen. Heute ist es meine Aufgabe, dieses disruptive Erbe zu bewahren und jegliche Normalisierung der Marke zu vermeiden. Hublot muss das 'unangepasste Kind' der Branche bleiben, überraschen und innovativ sein – das ist das Geschäftsmodell der Marke. Wenn wir konventionell würden, würden wir unser Wesen verlieren. Deshalb fördere ich eine Kultur, in der Ideen frei fließen, in der Fehler akzeptiert werden, und das Top-Down-Denken der Branche vermieden wird. Ich stehe meinen Teams nahe, wir sind nah am Markt. Wir ermutigen Innovationen aus allen Bereichen – sogar aus der Buchhaltung! Innerhalb weniger Monate haben wir mehrere Initiativen gestartet, die Hublot für die kommenden Jahre beleben werden.“

–/ When asked which personal trait has given him the most trouble, Julien Tornare doesn't fall back on faux flaws like perfectionism. He is one of those rare individuals with enough depth to acknowledge his imperfections and work on them rather than embellish or accept them. Possessing a genuine ability to listen – a skill that remains all too rare – he thrives in his relationships with others, reshaping himself as he develops his vision. Since September 2024, this vision has been casting its benevolent light on Hublot. Julien Tornare is the guest of COTE Magazine.

Julien Tornare, creativity, sometimes bold as when gold and rubber were combined in 1980, has been key to Hublot's success. How do you foster it, both within yourself and among your teams? “Thank you for this question, which has been central to my thoughts over the past four months. The Swiss watchmaking industry, deeply rooted in tradition, has always benefited from bold initiatives by brands like Hublot. Carlo Crocco dared to combine gold with rubber at a time when rubber was associated with tires. Hublot was built on this audacity, long before others followed suit. Today, my mission is to preserve this disruptive DNA and avoid any normalization of the brand. Hublot must remain the industry's enfant terrible, surprising and innovating – that's the brand's business model. If we became conventional, we would lose our essence. To achieve this, I cultivate a culture where ideas flow freely, where mistakes are accepted, and where the top-down nature of the industry is avoided. I stay close to the teams, and we remain close to the market. Innovation is encouraged from everyone, from every department, even accounting! In just a few months, we've launched several initiatives that will energize Hublot for years to come.”

There must be coherence in a brand's development. When it comes to creativity: can it be contained? Directed? Or is it something that naturally flourishes in all directions?

“Initially, creativity must not be stifled, as this is where the boldest ideas emerge. I've committed to the LVMH Board to explore new and uncharted paths, so I make a point of not restricting the teams. Later, it's essential to ensure these ideas align with our brand strategy. Sometimes, I reject a proposal not because it's bad but because it goes too far. And that's precisely what I want: for my teams to surprise me by pushing boundaries.”

Muss es eine Kohärenz in der Markenentwicklung geben? Kann Kreativität eingegrenzt oder ausgerichtet werden – oder ist sie per se in alle Richtungen wachsend?

„Anfangs sollte man die Kreativität nicht beschneiden, denn so entstehen die kühnsten Ideen. Ich habe mich gegenüber dem Board von LVMH verpflichtet, neue Wege zu erkunden, und lasse meine Teams daher nicht einengen. Anschließend muss sichergestellt werden, dass diese Ideen mit unserer Markenstrategie übereinstimmen. Manchmal lehne ich einen Vorschlag ab, nicht weil er schlecht ist, sondern weil er zu weit geht. Genau das suche ich: Dass meine Teams mich überraschen, indem sie die Grenzen erweitern.“

Woran erkennen Sie, dass Sie zu weit gegangen sind – sei es in der Kreativität oder in anderen Bereichen? Wie setzen Sie eine Grenze?

„Zweifel ist ein wertvolles Werkzeug. Es ist essenziell, sich jeden Tag selbst zu hinterfragen. Die eigentliche Gefahr für Hublot wäre es, nicht weit genug zu gehen. Eine fade Marke bleibt unbemerkt. Hublot hingegen ruft starke Reaktionen hervor. Manche lieben uns, andere hassen uns aber wir lassen niemanden gleichgültig. Wir bleiben ethisch und vermeiden kontroverse Themen wie Politik oder Religion. Sie werden sehen, wie unterschiedlich unser Stand auf der Watches & Wonders und unsere neue Kommunikationskampagne sein werden.“

Dieses Jahr feiert die Big Bang ihr 20-jähriges Jubiläum. Wie haben Sie dieses Ereignis geplant und vorbereitet?

„Schon in meiner ersten Woche habe ich Verbesserungsmöglichkeiten identifiziert. Hublot hat eine spektakuläre Entwicklung durchlaufen, und wir müssen diese Transformation würdigen. Wir werden die Schlüsselmomente, Persönlichkeiten und Innovationen feiern, die zum Erfolg der Big Bang beigetragen haben. Mein Ziel ist es, eine langfristige Vision zu etablieren – etwas, das Hublot gelegentlich gefehlt hat –, während wir gleichzeitig die Agilität bewahren, die immer die Stärke der Marke war.“

Sie kennen William Bai, einen der führenden Uhrenexperten und Redakteur für COTE in China, gut; ist der chinesische Markt für Hublot wichtiger geworden, als er es zu Zeiten von Jean-Baptiste Bianco war? von Jean-Claude Biver?

„Da ich sieben Jahre in Hongkong gelebt und 29 Städte auf dem chinesischen Festland besucht habe, konnte ich die Entwicklung beobachten. Die erste Generation von Luxusconsumenten wurde von Marken angezogen, die ihnen spezielle Kollektionen widmeten. Doch die neue Generation, die kosmopolitischer ist und oft im Ausland gelebt hat, wünscht sich starke Marken auf globaler Ebene, nicht nur in China. Herr Biver war der Meinung, dass eine starke Marke global sein müsse, und ich stimme ihm zu. Hublot hat auf diese globale Strategie gesetzt, und das ermöglicht uns eine homogene Präsenz.“

"We don't sell necessities; we sell luxury, which is rooted in emotion. In luxury, human connection is key."

Whether in creativity or elsewhere, how do you know when you've gone too far? How do you set a limit?

“Doubt is a valuable tool. It's crucial to question oneself daily. The real danger for Hublot would be not going far enough. A bland brand goes unnoticed. Hublot, on the other hand, elicits strong reactions. Some people love us, others hate us; we leave no one indifferent. We remain ethical and steer clear of controversial topics like politics or religion. You'll see how different our stand at Watches & Wonders and our new communication campaign will be.”

This year, Hublot celebrates 20 years of the Big Bang. How did you conceive and prepare for this anniversary?

“From my very first week, I identified opportunities for improvement. Hublot has experienced a spectacular rise, and we must honor this transformation. We'll celebrate the key moments, personalities, and innovations that have defined the Big Bang's success. My goal is to instill a long-term vision which Hublot has sometimes lacked – while preserving the agility that has always been the brand's strength.”



Wie gehen Sie mit der sich verändernden Luxuslandschaft in China um? Haben Sie Ihre Strategie angepasst?

„Die Branche hat China oft mit speziell für den Markt entwickelten Strategien angesprochen. Ich bin jedoch der Meinung, dass wir China so behandeln sollten wie den Rest der Welt: Wir entwickeln keine speziellen Ewigen Kalender für Texaner – warum also für China Sonderprodukte in allen Bereichen? Ich glaube, Hublot sollte eine globale Marke sein und in China die gleiche Strategie verfolgen wie anderswo. Was ich von unseren chinesischen Kunden höre, ist, dass sie nicht mehr wollen, dass Produkte speziell für sie „sinisiert“ werden. Sie legen Wert auf Authentizität und wünschen sich nicht, dass wir uns nur für sie ein chinesisches Image geben.“

Ihre Karriere in der Uhrenbranche erstreckt sich über mehrere Marken und Länder. Was inspiriert Sie an diesem Bereich? Was treibt Sie an?

„Ich habe das große Glück, meine Arbeit zu lieben. Was mich an der Uhrmacherei fasziniert? Ich bin Schweizer, und die Uhrmacherkunst ist ein Symbol unseres Landes – ich sehe mich als Botschafter dieser Tradition. Es ist eine faszinierende Branche, in der Mechanik, Technik, Vorstellungskraft, Geschicklichkeit und Geduld aufeinandertreffen – alles Eigenschaften, die ich sehr bewundere. Eine Uhr ist weit mehr als ein Objekt: Sie erzählt eine Geschichte, sie symbolisiert Zeit – ein Wert, der mich sehr beschäftigt. Die Uhrmacherei hat eine besondere Energie, die ich in keiner anderen Branche gefunden hätte.“

Welche zwei oder drei persönlichen Eigenschaften waren für Sie in Ihrem Leben am nützlichsten? Welche Ihrer Stärken haben Ihnen am meisten geholfen?

„Empathie, die früher als Schwäche im Management galt, wird heute als Führungsqualität wahrgenommen. Ich mag Menschen und menschliche Beziehungen. Man verkauft keine Grundnahrungsmittel, sondern Luxus; im Luxus, der auf Emotionen beruht, ist Empathie ein wesentlicher Trumpf. Die menschliche Beziehung ist der Schlüssel. Ich möchte nicht in einem negativen Umfeld arbeiten oder einen Kloß im Hals haben, der meine Freude an der Arbeit beeinträchtigt. Ich habe alle möglichen Studentenjobs gemacht, wenn ich morgen etwas anderes machen muss, kann ich das tun; ich möchte Spaß haben, denn wenn man Spaß hat, macht man die Dinge richtig. Ehrgeiz und Belastbarkeit sind ebenfalls von größter Bedeutung, vor allem in schwierigen Zeiten – denn ich hatte nicht nur einfache Zeiten. Diese Resilienz habe ich vor allem durch den Sport aufgebaut. Nicht die Schule, nicht die Armee, sondern der Sport: jeden Tag ein wenig aufbauen, um ein Ergebnis zu erzielen.“

Was hat Ihnen am meisten Mühe bereitet?

Woran mussten Sie am meisten arbeiten?

„Das ist eine schwierige Frage; ich bin kein sehr geduldiger Mensch und die Uhrmacherei braucht Zeit: Wenn man mir sagt, dass es drei Jahre dauert, eine Uhr herzustellen, und fünf, wenn man das Uhrwerk verändert, das scheint mir das Ende der Welt zu sein! Ich mag es, schnell zu sein, und manchmal muss ich sogar darauf achten, dass ich nicht schlampig arbeite. Manchmal muss man sich einfach Zeit nehmen. Das ist etwas, woran ich arbeite.“

You know William Bai well, one of the leading watchmaking experts and a writer for COTE in China. Has the Chinese market become more significant for Hublot than it was during Jean-Claude Biver's era?

“Having lived in Hong Kong for seven years and visited 29 cities in mainland China, I've observed its evolution firsthand. The first generation of luxury consumers was drawn to brands that created specific collections for them. But the new generation, more cosmopolitan and often educated abroad, seeks globally strong brands, not ones tailored exclusively for China. Mr. Biver believed a strong brand must be global, and I agree with him. Hublot has invested in this global strategy, allowing us to maintain a cohesive presence.”

How do you approach the shifting dynamics of luxury in China? Have you adjusted your strategy?

“The industry has often targeted China with tailored tools. However, I believe we should engage with China the same way we do with the rest of the world. We don't make perpetual calendars specifically for Texans, yet China has special products for every occasion. I think Hublot must be a global brand and apply the same strategy in China as elsewhere. From what I hear from Chinese consumers, they no longer want products 'customized for China'. They value authenticity and don't want us to adopt Chinese aesthetics just to appeal to them.”

Your career in watchmaking spans multiple brands and countries. What inspires you in this field? What drives you?

“I'm incredibly fortunate to love what I do. What inspires me about watchmaking? I'm Swiss, and watchmaking is a symbol of our country. I feel like an ambassador for it. It's a fascinating industry, blending mechanics, technique, imagination, dexterity, and patience – all qualities I deeply admire. A watch is much more than an object; it tells a story, symbolizes time, a concept I'm passionate about. There's an energy in watchmaking I wouldn't have found in any other industry.”

“Questioning oneself is key to staying relevant and effective.”



Haben Sie ein kleines Ritual, wenn Sie morgens aufstehen oder am Abend ins Bett gehen? Irgendwelche Tipps und Tricks, die Sie uns mitteilen könnten? Wie bereiten Sie Ihren Einstieg in den Tag vor?

„Ich nehme mir einen Moment Zeit, um mir meinen Tag vorzustellen. Ich übe die Visualisierung, eine Technik, die das Vertrauen stärkt und hilft, Stress zu kanalisieren: Ich erlebe die Momente meines Tages, lade sie mit Positivem auf, mache sie zu Erfolgen, zu Momenten, die gut verlaufen. Es ist ein mächtiges Werkzeug, das ich vor strategischen Sitzungen anwende, wie vor Sitzungen mit dem Board von LVMH, bei denen Sie von klugen Köpfen herausgefordert werden. Visualisierung stärkt das Selbstvertrauen, bereitet Sie geistig vor und fördert die Gelassenheit, indem sie Ängste kanalisiert.“

Was war das letzte grundlegend Wichtige, das Sie gelernt haben?

„In der Luxusbranche sind die Egos manchmal übergroß, es geht viel um den Schein, aber was wirklich zählt, ist das Lernen. Ich glaube, man sollte nicht sagen, dass 'früher alles besser war', sondern die heutige Welt verstehen. Sich selbst in Frage zu stellen, hilft dabei, leistungsfähig und relevant zu bleiben. Lernen, ständig lernen. Lernen, jeden Tag, von jedem. Vor ein paar Jahren habe ich gerne Dinge behauptet; heute ziehe ich es vor, mich selbst zu hinterfragen.“

Which two or three personal traits have been most useful to you throughout your life? Which qualities have benefited you the most?

“Empathy, which was once seen as a weakness in management, is now regarded as a leadership asset. I enjoy connecting with people and building relationships. We don't sell necessities; we sell luxury, which is rooted in emotion. In luxury, human connection is key. I refuse to work in a negative environment or let stress diminish the joy I find in my work. I've done every kind of student job, and if I had to do something else tomorrow, I could. My goal is to enjoy what I do because that's when we perform at our best. Ambition and resilience are also crucial, especially during challenging times – I've faced my share of difficulties. Resilience, for me, was built primarily through sports. Neither school nor the military taught me that, but sports did: building a little each day to achieve a result.”

What is the one thing about yourself that has given you the most trouble, something you've had to work on the most?

“This is a tough question. I'm not a very patient person, and watchmaking requires time. When I hear that it takes three years to make a watch, or five if we modify the movement, it feels like an eternity! I like to move quickly, and I sometimes have to be careful not to rush things. Patience is something I continue to work on.”

Do you have a morning or evening ritual, any tips you could share with us? How do you prepare for your day?

“I take a moment to project myself into my day. I practice visualization, a technique that boosts confidence and helps manage stress. I picture the moments of my day, fill them with positive energy, and imagine them as successes. It's a powerful tool I use before strategic meetings, such as those with the LVMH Board, where brilliant minds will challenge you. Visualization strengthens confidence, prepares you mentally, and fosters calmness by channeling anxiety.”

What is the most fundamentally important thing you've learned recently?

“In the luxury industry, egos can be oversized, and appearances often take center stage. But what truly matters is learning. I believe it's important to avoid saying 'things were better before' and instead understand the current world. Questioning oneself is key to staying relevant and effective. Learning constantly, learning every day, from everyone. A few years ago, I enjoyed asserting things; now, I prefer to challenge myself.”

Beyond the Banker Olivier Calloud CEO von Piguet Galland

Auf den ersten Blick verkörpert Olivier Calloud, CEO der Piguet Galland Bank, die Diskretion und Strenge eines Bankiers in der verschwiegenen Welt des Private Banking. Doch hinter den Worten und den Einblicken in seine Gedanken entsteht ein anderes Bild – das Porträt eines Intellektuellen mit unersättlichem Lebenshunger.

-/ At first glance, Olivier Calloud, CEO of Banque Piguet Galland, embodies the discretion and precision expected of a leader in the secretive world of private banking. But as the conversation unfolds, another image emerges – a portrait of an intellectual hungry for life.

Interview von Sherif Mamdouh

Hinter der Fassade eines erfahrenen Bankiers verbirgt sich eine Seele, die durch die Herausforderungen des Lebens geformt wurde, getragen von einem ausgeprägten Sinn für Details und einer unaufhörlichen Suche nach Authentizität. Olivier Calloud ist kein Mann, den man in wenigen Zeilen definieren kann, denn sein Werdegang und seine Persönlichkeit sind voller Nuancen und Kontraste. Verantwortungsbewusst und von einer diskreten Eleganz geprägt, ist er zugleich ein Weltenbummler, ein unermüdlich Neugieriger, der sowohl die äußere Welt als auch seine eigenen Grenzen erkundet. Mit Leidenschaft spricht er über die Bücher, die ihn inspirieren, die Filme, die ihn bewegen, und die Wege, die er mit der Kamera in der Hand beschreitet – stets auf der Suche nach einem tieferen Verständnis der Welt und seiner selbst. Jenseits des Bankiers offenbart sich ein Humanist, ein Entdecker, offen für das Mögliche.

Bereits in den ersten Minuten mit dem Wirtschaftsprüfer, der vor fast dreißig Jahren nach Genf kam, fällt eine besondere Eigenschaft auf: seine Aufmerksamkeit. Der Absolvent von Sciences Po überfliegt die Dinge nicht – er lebt sie voll und ganz. Für ihn verdient jede Begegnung, jedes Projekt eine aufrichtige, fast handwerkliche Achtsamkeit. Diese Herangehensweise hat er in seine Vision von Banking integriert.

„Ich glaube, unser Beruf ist einer der Gastfreundschaft“, erklärt er. „Wie in einem Luxushotel zählt jedes Detail, um eine unvergessliche Erfahrung zu schaffen.“ Er erzählt von einem Tresorraum, den er mitgestaltet hat, mit sorgfältig ausgewählten Farben und einer einzigartigen Duftsignatur, kreiert von einem Meisterparfümeur. „Geld mag vielleicht keinen Geruch haben, aber Geheimnisse schon“, fügt er mit einem schelmischen Lächeln hinzu.

Behind the exterior of an experienced banker lies a soul shaped by life's challenges, driven by an acute sense of detail and an insatiable quest for authenticity. Olivier Calloud is not someone who can be neatly summed up in a few lines. His journey, much like his personality, is rich in nuance and contrast. A man of responsibility and understated elegance, he is also a traveler at heart – an eternal seeker who explores not only the world around him but also his own limits. He speaks passionately about the books that inspire him, the films that move him, and the paths he walks, camera in hand, searching for ways to understand the world – and himself. Beyond the banker emerges a humanist, an explorer attuned to the possibilities of life.

From the very first moments spent with the chartered accountant who arrived in Geneva nearly 30 years ago, one quality stands out: his attentiveness. A graduate of Sciences Po, Calloud doesn't merely skim the surface; he delves deeply. For him, every encounter and every project warrants genuine, almost artisanal, consideration. He has translated this mindset into his vision for the bank. "I think we practice a profession rooted in hospitality", he explains. "Like in a luxury hotel, every detail matters to create a memorable experience". He recalls designing a vault room with carefully chosen colors and a unique olfactory signature crafted by a master perfumer. "If money has no scent, secrecy certainly does", he adds with a mischievous smile.

Doch über den Alltag hinaus treibt Olivier Calloud ein tiefes Bedürfnis an: nützlich zu sein. Dieses Wort zieht sich wie ein roter Faden durch sein berufliches und persönliches Leben. „Banking bedeutet nicht nur, Finanzprodukte zu verkaufen. Es geht darum, unseren Kunden zu helfen, ihre Lebensprojekte zu verwirklichen.“ Diese Sinnsuche geht über seinen Beruf hinaus. Er möchte für seine Mitarbeiter, seine Angehörigen und auch für sich selbst nützlich sein, indem er seinen tiefsten Überzeugungen treu bleibt.

Eine Philosophie, die er durch seine Leidenschaften pflegt. Als begeisterter Leser vertieft er sich in Geschichten, die mit seiner eigenen Erfahrung in Resonanz stehen. Mit spürbarer Emotion spricht er über „La Promesse de l'aube“ von Romain Gary, in dem die Beziehung des Autors zu seiner Mutter ihn an seine eigene erinnert. Als Filmliebhaber wurde er von „Perfect Days“ von Wim Wenders berührt, einem Film über die verborgene Schönheit in den einfachen Gesten des Alltags. Diese Werke, ebenso wie seine zahlreichen Reisen, formen seinen Blick auf die Welt.

Und diesen Blick fängt er auch durch das Objektiv seiner Kamera ein. Für ihn ist Fotografie mehr als ein Hobby – es ist eine Möglichkeit, Ordnung im Chaos zu schaffen.

„Ein Foto zu machen bedeutet, eine Perspektive zu finden, eine Harmonie in einer Welt, die oft keine hat“, sagt er. Jede Aufnahme reflektiert einen Moment der Übereinstimmung zwischen seinem Geist und der Welt um ihn herum.

„Wenn ich ein Foto mache, bedeutet das, dass ich im Einklang mit mir selbst bin.“ Diesen Einklang sucht er auch im Gehen. Im Mai wird er allein den Jakobsweg antreten – nicht aus religiöser Überzeugung, sondern um in die Energie eines Pfades einzutauchen, den Millionen von Pilgern vor ihm beschritten haben. „Es ist eine Möglichkeit, mich zu zentrieren, aus meiner Komfortzone auszubrechen.“

„Was mich antreibt, ist, Menschen zu verbinden, Momente zu schaffen, in denen Emotionen und Ideen fließen.“



Yet beyond the day-to-day, Calloud is driven by a fundamental need: to be useful. This word serves as the common thread running through his professional and personal life. “Working in a bank isn’t just about selling financial products. It’s about helping our clients achieve their life goals.” This search for meaning extends beyond his profession. He strives to be useful to his colleagues, his loved ones, and even to himself, by remaining true to his deepest aspirations.

He cultivates this philosophy through his passions. A voracious reader, he immerses himself in stories that resonate with his own experiences. He speaks movingly of “Promise at Dawn” by Romain Gary, in which the relationship between the author and his mother reminds him of his own. As a cinephile, he was profoundly touched by Wim Wenders’ “Perfect Days”, a film that highlights the hidden beauty in life’s simplest gestures. These works, along with his many travels, enrich his perspective on the world.

Photography is another avenue through which he channels this perspective. For Calloud, taking photos is more than a hobby – it’s a way to bring order to chaos. “Taking a photo is about finding perspective and harmony in a world that doesn’t always have it”, he says. Each shot reflects a moment of alignment between his mind and the world around him. “When I take a photo, it’s because I’m in sync with myself.” He seeks the same alignment through walking. In May, he will embark alone on the Camino de Santiago – not out of religious conviction, but to immerse himself in the energy of a path trodden by millions of pilgrims before him. “It’s a way to recentralize myself, to step out of my comfort zone.”

An diesem Punkt stellt sich die Frage: Woher kommt dieses Bedürfnis, sich mit der Welt zu verbinden und zugleich seine innere Tiefe zu erforschen? Wahrscheinlich aus seiner Vergangenheit und einem tragischen Ereignis, das ihn früh seiner Unschuld beraubte.

Mit Zurückhaltung spricht er über den Verlust seines Vaters, der starb, als er zehn Jahre alt war. Diese Leere füllte er, indem er früh Verantwortung übernahm. „Ich glaube, das hat meine Persönlichkeit geprägt“, gibt er zu. Als Kind übernahm er aktiv eine Rolle im Familienggefüge, was ihn ernsthaft, resilient, aber auch beschützend und aufbauend machte.

Diese Resilienz vergleicht er manchmal mit der eines Boxers. „Man hat mir oft gesagt, dass ich jemand bin, der Schläge einsteckt und sofort wieder aufsteht.“ In seiner täglichen Arbeit als CEO sind Misserfolge für ihn keine Hindernisse, sondern Lektionen. „Churchill sagte: ‘Erfolg ist, von Misserfolg zu Misserfolg zu gehen, ohne dabei den Enthusiasmus zu verlieren.’ Und ich glaube zutiefst an diese Idee“, betont er – auch wenn Piquet Galland seit mehreren Jahren stetig wächst.

Das Konzept des lebenslangen Lernens liegt ihm besonders am Herzen. Er hat eine ausgeprägte Kultur der Weiterbildung innerhalb der Bank etabliert, die als einer der besten Arbeitgeber der Schweiz anerkannt ist. “Wir legen großen Wert auf Weiterbildung, um die langfristige Beschäftigungsfähigkeit unserer Mitarbeiter zu sichern. Es ist Teil unserer Verpflichtung und unserer sozialen Verantwortung als Unternehmen.”

“Churchill said, ‘Success is stumbling from failure to failure with no loss of enthusiasm.’ I deeply believe in that idea.”

At this point, one might wonder: where does this need to connect with the world while exploring his inner self come from? Perhaps it stems from his past and a tragic event that prematurely ended his innocence. With quiet restraint, he speaks of losing his father at the age of ten. That void drove him to take on responsibilities early in life. “I think it shaped my personality,” he admits. Taking on the role of an active pillar in his family instilled in him seriousness, resilience, and a profound desire to protect, help, and build.

He sometimes compares this resilience to that of a boxer. “People often describe me as someone who takes hits and gets back up immediately,” he says. In his role as a leader, failures are not obstacles but lessons. “Churchill said, ‘Success is stumbling from failure to failure with no loss of enthusiasm.’ I deeply believe in that idea”, he reflects, even though Banque Piquet Galland has been thriving in recent years.

The notion of learning is equally important to him. Under his leadership, the bank has established a strong culture of continuous education for its 190 employees, earning it recognition as one of Switzerland’s best employers. “We place a lot of emphasis on training to ensure the employability of our colleagues. It’s part of our commitments and our corporate social responsibility,” he says with conviction.

Calloud doesn’t move forward alone. He describes himself as a connector – someone who thrives on bringing people together. He organizes events where art, culture, and emotion intersect, like a meeting between a pianist and a writer in a sunlit studio. “What drives me is connecting people and creating moments where emotions and ideas flow.”

Doch Olivier Calloud beschreitet seinen Weg nicht allein. Er versteht sich als Netzwerker, jemand, der gerne Verbindungen schafft. Er organisiert Veranstaltungen, bei denen Kunst, Kultur und Emotionen zusammenkommen – wie ein Treffen zwischen einer Pianistin und einem Schriftsteller in einem lichtdurchfluteten Atelier.
„Was mich antreibt, ist, Menschen zu verbinden, Momente zu schaffen, in denen Emotionen und Ideen fließen.“

Durch ein Leben voller Begegnungen, Bücher und Projekte verkörpert Olivier Calloud eine besondere Form von Eleganz – eine, die nicht zur Schau gestellt wird, sondern gefühlt wird. Eine Eleganz aus Aufrichtigkeit, Tiefe und dem ständigen Wunsch, die Möglichkeiten des Lebens zu erkunden. Hinter dem Bankier verbirgt sich ein Mann auf dem Weg, getragen von einer Suche nach Balance und Harmonie, in der jeder Schritt genauso wichtig ist wie das Ziel. Für Olivier Calloud ist Banking kein Endpunkt, sondern eine Reise – ein Instrument, um zu erschaffen, zu verbinden und nützlich zu sein.

Seit er diesen Beruf, fast zufällig, entdeckt hat, hat er ihn in eine leidenschaftliche Tätigkeit verwandelt, bei der das Wohl seiner Kunden und Teams das Metronom seiner Tage ist. Doch er ist sich bewusst, dass sich die Finanzwelt im Wandel befindet.

„Transformation ist eine Notwendigkeit“, sagt er mit Überzeugung, überzeugt davon, dass Unternehmen sich den Herausforderungen von heute stellen müssen, um auf die von morgen vorbereitet zu sein. Stets unterwegs, blickt er in eine Zukunft, in der Produktivität und Sinnhaftigkeit ein neues Gleichgewicht finden müssen – eine Zukunft, die sich, wie der Jakobsweg, Schritt für Schritt aufbaut – mit Ausdauer, Selbstreflexion und Sensibilität.



Through a life woven with encounters, books, and projects, Olivier Calloud embodies a certain kind of elegance – one that isn't showy but deeply felt. It is an elegance built on sincerity, depth, and a constant desire to explore new possibilities. Behind the banker is a man on a journey, driven by a quest for balance and harmony, where each step is as meaningful as the destination.

For Olivier Calloud, banking is not an end in itself but a journey – a tool to create, connect, and serve. Since discovering this profession almost by chance, he has turned it into a passionate pursuit where the well-being of his clients and teams acts as the metronome for his days. Yet he is acutely aware that the world of finance is undergoing profound changes. “Transformation is a necessity”, he asserts, convinced that businesses must adapt to today's challenges to prepare for those of tomorrow. Always moving forward, he envisions a horizon where productivity and impact strike a new balance – a horizon that, like the Camino de Santiago he will soon walk, is built step by step, with perseverance, introspection, and sensitivity.

ART & CULTURE

MARC NINGHETTO – CHI HARU SHIOTA UND DOLCE&GABBANA IM GRAND PALAIS



Jefferson Airplane, 1967 © Photo by Jim Marshall

Marc Ninghetto, der Künstler, der fotografierte

Der Genfer Marc Ninghetto, der für einige der größten Luxusmarken der Welt fotografiert, stellt seit über einem Jahrzehnt auch seine persönlichen Arbeiten aus. Das Porträt eines vielseitigen Künstlers.

-/A photographer for some of the world's biggest luxury brands, Geneva-based Marc Ninghetto has been exhibiting his personal work for over a decade. A portrait of a multifaceted artist.



Während sich der Körper einer Schlange aus roter Spitze schlängelt, enthüllt sich der mysteriöse Blick einer asiatischen Schönheit. Schicht für Schicht entstehen

Symbole, ein Spiel zwischen oben und unten, Yin und Yang. Das Cover dieser Sonderausgabe zum Jahr der Schlange trägt die Signatur von Marc Ninghetto. Eine Hommage an die Kinoplakate der 1960er-Jahre und ihre gestalterische Freiheit – die Komposition zieht den Betrachter in einen wirbelnden, kontrastreichen Strudel.

Als renommierter Fotograf der Genfer Kunstszene zeigt Marc Ninghetto hier eine weniger bekannte Seite seines Schaffens – die eines Künstlers, der sich von Schönheit und Ästhetik inspirieren lässt, die, wie er selbst sagt, „in allem verborgen liegen“.

In Genf geboren, lernte Marc Ninghetto von einigen der großen Modelfotografen. Nach seinem Abschluss an der renommierten Fotografie-Schule Vevey (CEPV) begann er seine Karriere in Paris, bevor er seine Arbeit zwischen Genf und der Stadt des Lichts aufteilte. Seit vielen Jahren setzt er die größten Luxusmarken in Szene, rückt sowohl Ikonen als auch wertvolle Kreationen ins richtige Licht.

Doch hinter den perfekten Aufnahmen und Inszenierungen verbirgt sich ein unglaublicher kreativer Geist, der sich nach Ausdruck sehnt.



Die Fotografie ist für ihn vor allem ein Mittel zur Inszenierung von Schönheit. Menschen, Objekte, Landschaften – das verbindende Element all seiner Werke ist die Ästhetik. Seine Bilder sind puristisch, sanft und feminin, sie vereinen Zartheit mit Nostalgie. Wie Gedanken, die seinem kreativen Geist entspringen, fügen sich Worte in seine Werke ein und sprechen direkt den Betrachter an.

Durch das Zusammenspiel von Collagen, Fotografien und unerwarteten Elementen erschafft Marc Ninghetto imaginäre Universen, die mit Proportionen und Maßstäben spielen.

Seit 2014 stellt er seine Werke in verschiedenen Genfer Galerien aus. Zudem arbeitet er mit der Uhrenmarke MB&F und deren Galerien zusammen, wo er das Motiv von Goldorak in verschiedenen Teilen der Welt fotografisch einfängt.

Ist er also ein Fotograf, der Künstler ist, oder ein Künstler, der fotografiert? Diese Frage ist überflüssig, denn, wie er selbst sagt: «Dualität ist oft das, was das Leben bereichert».



-/As the sinuous body of a reptile crafted from red lace undulates, the gaze of a mysterious Asian beauty emerges. Layer upon layer of symbols, blending opposites like a Yin and Yang, form the composition of this special Year of the Snake issue's cover, signed by Marc Ninghetto. Evoking the freedom and graphic boldness of 1960s cinema posters, the design draws us into a whirlwind as contrasting as it is irresistible.

A renowned photographer in Geneva, Marc Ninghetto reveals here a lesser-known facet of his work: that of an artist inspired by beauty and aesthetics, which, in his own words, "hide in everything."

Born in Geneva, Marc Ninghetto trained under prominent fashion photographers. With a diploma from the prestigious photography school in Vevey (CEPV) in hand, he began his career in Paris before splitting his time between Geneva and the City of Light. For many years, he has been shooting for some of the world's most iconic luxury brands, capturing both the muses and the exquisite creations they represent. Yet behind the polished images and surface perfection lies a deeply creative spirit waiting to shine through.

With years of experience and an established reputation, Ninghetto felt the need to take a more artistic turn in his career in the early 2010s. The pivotal moment came in 2012 with his first solo exhibition, which was met with great acclaim. Art offered him a unique opportunity: to finally put on paper a personal, poetic vision that resonates universally, creating deeper, more intimate connections with his audience.

Photography, his chosen medium, becomes a mere pretext for staging beauty. Be it humans, objects, or landscapes, the thread that runs through all Ninghetto's works is their focus on aesthetics. Minimalist, gentle, and feminine, his creations marry delicacy with nostalgia. Like thoughts escaping from a creative mind, words sometimes appear scattered across his compositions, addressing those who pause to read them. His works are built from cut-outs and photographed elements that, at first glance, seem unrelated. Yet together, they create imagined worlds that play with scale and perspective.

**«Dualität ist oft
das, was das Leben
bereichert.»**

Since 2014, Marc Ninghetto has been exhibiting his work in various galleries across Geneva. He also collaborates with the watchmaking house MB&F and its galleries, where he enjoys immortalizing the character of Goldorak in unique locations around the world. So, is he an artistic photographer or a photographic artist? The question seems irrelevant, as Ninghetto himself notes: "Duality is often what makes life so rich." True to his words, he continues to blur the lines between art and photography, creating works that transcend categorization.



Das fantastische Epos des Grand Palais

Katia Baltera



Foto © Simon Lerat

Erbaut acht Jahre nach dem Eiffelturm, im Jahr 1897, steht das Grand Palais diesem in puncto architektonischer Meisterleistung in nichts nach. Drei Architekten, Henri Deglane, Albert Louvet und Albert Thomas, wurden mit dem Projekt beauftragt, das für die Weltausstellung 1900 unter dem Motto „Bilanz eines Jahrhunderts“ errichtet wurde. Ein gewaltiges Vorhaben!

So begann im Jahr 1897 eine pharaonische Baustelle, und 1900 wurde das Grand Palais mit der größten Glasüberdachung Europas eingeweiht – eine wahre Meisterleistung! Schon in seinen ersten Tagen zog das Gebäude Tausende von Besuchern an und etablierte sich schnell als einer der wichtigsten Kulturorte von Paris.

Seine außergewöhnliche Architektur vereint Stahl, Stein und Glas. Rund vierzig Künstler der damaligen Zeit verzierten das Monument mit architektonischen Elementen: Statuenfassaden, polychrome Mosaikfriese, Ornamente und monumentale Gruppen, die größtenteils dem damals neuen Stil, dem Art Nouveau, angehörten. Seit 1903 dient das Grand Palais als Austragungsort für prestigeträchtige Veranstaltungen und große Kunstausstellungen. Eine der bekanntesten und umstrittensten war die von 1905, in der Werke von Matisse, Derain, Vlaminck und anderen ausgestellt wurden – die sogenannten Fauves. Während einige Kunstkritiker diese neue, kühne Strömung begrüßten, wurde sie von der konventionellen Presse scharf kritisiert. Sogar Émile Loubet, der damalige Präsident der Republik, weigerte sich, die Ausstellung zu eröffnen.

Im 20. Jahrhundert spiegelte das Grand Palais sowohl die Visionen und Hoffnungen als auch die Konflikte und Umbrüche seiner Zeit wider. Während der beiden Weltkriege wurde es zum Lazarett und Rehabilitationszentrum umfunktioniert – und diente während des Zweiten Weltkriegs sogar der nationalsozialistischen Propaganda.

Im Laufe des Jahrhunderts erhielt das Gebäude nicht die Aufmerksamkeit, die es verdient hätte. Dies führte schließlich zu schweren technischen Schäden, sodass viele Bereiche des Grand Palais aus Sicherheitsgründen für die Öffentlichkeit geschlossen werden mussten.

Deshalb wurde das Grand Palais am 12. März 2021 für eine umfassende Restaurierung vollständig geschlossen, um es an moderne Standards anzupassen und seine ursprüngliche räumliche Struktur, die Wegführung und die Lichtverhältnisse wiederherzustellen.

Als historischer Mäzen des Grand Palais verpflichtete sich Chanel bereits 2018, die Restaurierung dieses großartigen Gebäudes mit 25 Millionen Euro zu unterstützen. Als Dankeschön wird der Haupteingang des Grand Palais den Namen Gabrielle Chanel tragen. Schon 2005 veranstaltete Chanel dort seine erste Modenschau – gefolgt von vielen weiteren. Die Hauptschiffhalle bot Karl Lagerfeld eine Bühne für einige der spektakulärsten Inszenierungen der Modegeschichte. Nach einer teilweisen Wiedereröffnung Ende 2024 sollen die Renovierungsarbeiten 2025 abgeschlossen sein. Chanel bekräftigte erneut seine enge Verbundenheit mit dem Grand Palais und stellte zusätzlich 30 Millionen Euro für die künstlerische und kulturelle Programmgestaltung 2024–2028 bereit.

„Das Grand Palais ist eine wunderbare Traumfabrik. Für uns gehört es zu den ikonischen Orten von Chanel, ebenso wie die Rue Cambon oder der Place Vendôme“, sagt Bruno Pavlovsky, Präsident der Modeabteilung von Chanel. Doch das Grand Palais verkörpert vor allem Paris und bleibt ein historisches Zeugnis, das über ein Jahrhundert hinweg von Glanz und Dramen geprägt wurde.

–/ Built eight years after the Eiffel Tower, in 1897, the Grand Palais rivals it in terms of architectural achievement. Three architects, Henri Deglane, Albert Louvet, and Albert Thomas, were commissioned to design the project for the 1900 Universal Exposition, titled “Assessment of a Century.” An ambitious endeavor!

It was a monumental undertaking that began in 1897. By 1900, the Grand Palais rose from the ground, crowned with the largest glass roof in Europe – a true feat of engineering! From its very first days, it attracted thousands of visitors, and its programming quickly established it as one of Paris’s premier cultural landmarks.

Its extraordinary architecture seamlessly blends steel, stone, and glass. Around forty artists of the time enriched the monument with architectural details: statue-adorned façades, polychrome mosaic friezes, ornamental motifs, and monumental sculptures, most of which embraced the Art Nouveau style. Since 1903, the Grand Palais has hosted prestigious events and major art exhibitions, including the infamous 1905 exhibition featuring works by Matisse, Derain, and Vlaminck – the so-called Fauves. While some critics welcomed this bold artistic movement, it was harshly criticized by the mainstream press. The reaction was so strong that Émile Loubet, then President of France, outright refused to inaugurate the exhibition.

Throughout the 20th century, the Grand Palais embodied both aspirations and struggles. During the two world wars, it served as a military hospital and rehabilitation center – and, in a darker turn, was used for Nazi propaganda during World War II.

Unfortunately, over the decades, the building did not receive the care it deserved, leading to serious structural issues that resulted in the closure of many of its spaces due to safety concerns.

On March 12, 2021, the Grand Palais was fully closed for an extensive restoration project, aimed at bringing it up to modern standards while restoring its original spatial flow, pathways, and natural light.

As a longtime patron of the Grand Palais, Chanel committed in 2018 to funding its restoration with €25 million. In recognition of this contribution, the main entrance of the Grand Palais will be named Gabrielle Chanel.

As early as 2005, Chanel held its first fashion show there – an event that was followed by many others. The main nave of the building provided the perfect stage for Karl Lagerfeld to conceive some of the most extravagant and unforgettable fashion spectacles in history. After a partial reopening at the end of 2024, the restoration work will be completed in 2025. Chanel has reaffirmed its commitment to the Grand Palais by pledging an additional €30 million to support its artistic and cultural programming from 2024 to 2028.

“The Grand Palais is a magnificent dream-making machine. For us, it is one of the iconic places of Chanel, just like Rue Cambon or Place Vendôme,” says Bruno Pavlovsky, President of Chanel’s fashion division.

However, beyond fashion, the Grand Palais is above all a symbol of Paris, a living testament to history, marked by both splendor and hardship for over a century.

Chiharu Shiota, die Erschütterungen der Seele (The Soul Trembles)

Katia Baltera

Das Grand Palais beherbergt bis zum 31. März eine einzigartige Retrospektive der zeitgenössischen japanischen Künstlerin Chiharu Shiota. Nur dieses außergewöhnliche Gebäude konnte ihren monumentalen Installationen gerecht werden: gewaltige Netzwerke ineinander verschlungener Fäden, mit denen sie den Raum skulptural gestaltet. Die heute 53-jährige Künstlerin stellt in den größten Museen der Welt aus und wird von einem breiten Publikum geschätzt, da ihr Werk unser tiefstes Unterbewusstsein anspricht.

Chiharu Shiota wurde 1972 in Kyoto geboren und wuchs in Kishiwada auf. Sie studierte Malerei an der Kyoto Seika University, wo sie sich auch intensiv mit Skulptur beschäftigte. Während dieser Studienzeit reiste sie viel und entdeckte unterwegs die Welt der Performancekunst und Installationen. Schließlich zog sie nach Hamburg, wo sie bei Marina Abramović, der Pionierin der Performancekunst, studierte.

Schon bald stellte sie fest, dass Malerei nicht ihr bevorzugtes Ausdrucksmittel war. Sie hatte das Gefühl, dass sie nichts hinzufügen konnte – weder zur Vergangenheit noch zur Gegenwart. Sie erzählt eine unglaubliche Anekdote: Eines Morgens, während sie sich in ihrer neunten Wohnung befand und nicht mehr genau wusste, wo sie war, nahm sie einen Faden, den sie in ihrem Zimmer fand, und begann, um ihr Bett und ihren Körper ein Netz zu spannen. Sie hatte das Gefühl, in den Raum hinein zu zeichnen, eine dreidimensionale Malerei zu erschaffen. In diesem Moment entdeckte sie ihr Medium, das es ihr ermöglichen würde, zu suchen, sich auszudrücken und Installationen zu erschaffen, die den Raum verändern.

Den Besucher empfängt ein monumentales Kunstwerk: eine riesige Skulptur aus weißen Wollfäden, die kunstvoll miteinander verwoben sind. Diese gespannt und netzartig verteilten Fäden schweben förmlich in der Luft. Die bewusste Ästhetik dieser



«Where are we going?»
Chiharu Shiota. 2017-2024. White wool, wire, rope. Installation view: "Shiota Chiharu: The Soul Trembles", Mori Art Museum, Tokyo, 2019. Photo courtesy: Kioku Keizo, Mori Art Museum, Tokyo © Adagp, Paris, 2024



«Uncertain journey»
Chiharu Shiota.
2021.
Metal frame, red wool. Installation view: Taipei Fine Arts Museum. Photo: Guan-Ming Lin_2 © Adagp, Paris, 2024

Arbeit wirkt wie eine befreiende Einführung, bevor man sich mit den tiefgründigeren und ernsthafteren Themen auseinandersetzt, die das Werk der Künstlerin prägen.

Leicht und grafisch, ästhetisch und raffiniert – man betritt die Welt von Chiharu Shiota, in der Transparenz und Opazität koexistieren. Dieser formale Widerspruch erzeugt Räume, in denen die verführerische Ästhetik nicht das eigentliche Ziel des Werkes ist.

Ein besonders eindrucksvolles Beispiel ist „In Silence“. Als Kind erlebte Chiharu, wie das Haus ihrer Nachbarn in Flammen aufging, und musste tatenlos zusehen. Am nächsten Tag stand ein verkohltes Klavier im Garten, und ein ganz besonderer Geruch lag in der Luft. Dieses olfaktorische und visuelle Erlebnis wurde zur Grundlage ihrer Installation: ein verbranntes Klavier, gefangen in einem Gewirr aus Fäden in einem leeren Konzertsaal. Das Werk lädt dazu ein, über Klang und seine Abwesenheit nachzudenken. Die Mischung aus Dichte und Transparenz suggeriert eine traumähnliche Welt, in der eine Erinnerung präzise und doch verschwommen erscheint.

Die Installationen mit ihren endlos verschlungenen Wollfäden faszinieren und werfen Fragen auf. In «Uncertain Journey» erschafft Shiota ein gewaltiges Netz aus roten Fäden, das Bögen bildet und an Boote angrenzt. Der Besucher macht eine immersive Erfahrung, die an das Betreten einer Kathedrale erinnert. Etwas Heiliges geht von dieser wollenen Architektur aus, die von zerbrechlichen Booten getragen wird – eine poetische Metapher für die ständige Instabilität unserer Umwelt. Diese körperlich anstrengenden und fordernden Installationen entstehen wie ein Tanz, bei dem Shiota sich in einer rhythmischen Bewegung befindet, die einer formalen Strenge folgt.

Diese Retrospektive ist die bisher größte Ausstellung über Shiota in Europa. Sie offenbart ihr künstlerisches Schaffen, ihre Fragen, ihre Zerbrechlichkeit und Stärke, ihre Ängste – und ihre unglaubliche Fähigkeit, sich diesen zu stellen, sie zu verwandeln und in universelle Fragestellungen zu transzendieren. Vielleicht ist es genau das, was ihr Werk so berührend macht: eine Erfahrung im Herzen der Kunst – eine einzigartige Erfahrung.



«In silence»
Chiharu Shiota. 2002-2024.
Burned piano, burned chair,
black Alcantara thread.
Support for production:
Alcantara S.p.A. Installation
view: "Shiota Chiharu: The
Soul Trembles", Mori Art
Museum, Tokyo, 2019.
Photo courtesy: Sunhi Man,
Mori Art Museum

-/ The Grand Palais is hosting a unique retrospective of contemporary Japanese artist Chiharu Shiota until March 31st. Only a venue of this scale could accommodate her monumental installations, immense networks of interwoven threads, sculpting space in a way that is both breathtaking and profound. Now 53 years old, Chiharu Shiota exhibits in the world's most prestigious museums and is widely appreciated for her ability to speak to the deepest layers of the unconscious mind.

Born in 1972 in Kyoto, Shiota grew up in Kishiwada and studied painting at Kyoto Seika University, where she also explored sculpture. During her studies, she traveled extensively and discovered performance art and installation work. She later moved to Hamburg, where she studied under Marina Abramović, the pioneer of performance art.

Shiota quickly realized that painting was not her calling. She felt that she had nothing to add to what had already been done. She recounts a remarkable moment: One morning, while in her ninth apartment, unsure of where she was, she picked up some thread from her room and began weaving it around her bed and body. She felt as if she were drawing in space, creating a three-dimensional painting. It was in this moment that she found her medium – one that would allow her to explore, express herself, and create space-altering installations.

A monumental artwork greets visitors: a giant sculpture of interwoven white wool threads, intricately woven and suspended in the air. The deliberate aesthetic quality of this piece serves as a liberating introduction before delving into the more profound and somber themes that drive the artist's work.

Light and graphic, aesthetic yet deep – one enters Shiota's world, where transparency and opacity coexist. This formal paradox creates spaces that feel as though their beauty, however seductive, is not the ultimate goal. The threads she pulls and arranges in space symbolize connection – to others, to objects, to space, to time, and to memory. Rather than arising from conceptual thought, Shiota's inspiration often comes from emotion-driven experiences

that evolve into universal human concerns, such as life, death, and human relationships.

«In Silence» is a precise example of this. As a child, Chiharu witnessed her neighbors' house burn down, powerless to do anything. The next day, a charred piano stood in the garden, emitting a peculiar smell. This sensory memory, both visual and olfactory, inspired the installation. The burned piano, entangled in a web of threads in an empty concert hall, invites viewers to reflect on sound and its absence. This space, both opaque and transparent, evokes a dreamlike realm – a memory at once vivid and hazy.

Her installations, where wool threads are infinitely intertwined, captivate and provoke thought. In «Uncertain Journey,» a gigantic network of red threads forms arches anchored to boats. Visitors have an immersive experience, feeling as though they are stepping into a cathedral. Something sacred emanates from this woolen architecture, supported by fragile vessels – a poetic image of the constant instability of the world around us. These installations, demanding and physical in their creation, are constructed like a dance, with Chiharu performing movements that adhere to a strict formal discipline.

This retrospective of her work is the most extensive ever held for the artist in Europe. It reveals her journey and her questions, her fragility and strength, her fears, and her incredible ability to face them, transform them, and transcend them into universal inquiries. Perhaps it is for this reason that her work resonates so profoundly with a broad audience for whom Chiharu's art becomes an experience at the heart of creativity – an utterly unique experience.

Fermob

Französischer Hersteller von
farbenfrohen und nachhaltigen Möbeln

GOOD VIBES DESIGN*



NÄCHST-
GELEGENE
VERKAUFS-
STELLEN

*Design mit positiver Ausstrahlung

SCHWEIZ SHOP-IN-SHOPS AALTDORF Möbel Bär AG - GAMPELEN Blumenmarkt Dietrich - SURSEE Möbel Ulrich HÄNDLER BERN Edith anderegg - HATSWIL Wüthrich Pflanzen
- KRIENS Sitz&co - ZÜRICH Einzigtart Selected Design - WETTINGEN Atelier Le Coq

Foto: Louise Carrasco



Von Herzen und Hand: Dolce & Gabbana

Die Ausstellung „Von Herzen und Hand: Dolce & Gabbana“ öffnete am 10. Januar ihre Türen und wird bis zum 31. März zu sehen sein.

-/ The exhibition “From the Heart to the Hands: Dolce & Gabbana” opened its doors on January 10 and will close on March 31.

Katia Baltera

Dem Besucher erwartet ein wahres Feuerwerk der Kreativität: ein Überfluss an Farben, Stoffen, Rüschen, Plissees, Samt, Brokaten, Webarbeiten, Pailletten, Spitze, venezianischen Glasperlen, Federn, Seiden – und das ist erst der Anfang. Diese Pracht hinterlässt den Betrachter sprachlos.

Nach einem äußerst erfolgreichen Auftakt im Palazzo Reale in Mailand, wo sie restlos ausverkauft war, kommt die Ausstellung nun ins Grand Palais, die zweite Station ihrer Welttournee. Zum ersten Mal werden über 200 einzigartige Kreationen des italienischen Luxusmodehauses präsentiert.

Von Herzen und Hand: Dolce & Gabbana ist eine Liebeserklärung an die italienische Kultur, die Domenico Dolce und Stefano Gabbana seit jeher inspiriert. Sie zeichnet den ästhetischen Werdegang ihrer Kreationen nach – zunächst im Herzen geboren, dann von Hand in ihren Ateliers gefertigt. Die Ausstellung zeigt zudem exklusive Werke zeitgenössischer Künstler, die mit dem Universum von Dolce & Gabbana und der Kultur in einen Dialog treten.

Immer wieder tauchen Bezüge zu italienischen und flämischen Kunstwerken auf, oft wie Tapetenfragmente auf den Stoffen der Kleidungsstücke. Die Ausstellung ist in Szenerien konzipiert, in denen die Kleidungsstücke zu Akteuren werden. Jede neue Halle erzählt eine Geschichte mit einer spezifischen Symbolik. Eine der beeindruckendsten Inszenierungen ist zweifellos die Hommage an Sizilien. Die Ausstellung feiert die sizilianische Keramik und die prächtig geschmückten Kutschen, die bei traditionellen Festen reich verziert sind. Legendäre Figuren erscheinen auf den Krinolinen, während die hohen Federkopfbedeckungen von den prächtigen Verzierungen der Kutschpferde inspiriert sind. Alles ist schillernd, farbenfroh und voller Lebensfreude.

Die Halle des Films „Der Leopard“ (Luchino Viscontis Meisterwerk) entfaltet die Eleganz jener Epoche, in der Garibaldi die Vereinigung des Königreichs Italien vorantreibt. Die berühmte Spiegelgalerie des Palazzo Gangi in Palermo, in der die legendäre Ball-Szene gedreht wurde, wird in moderner Interpretation nachgestellt. In halbdurchlässigen Spiegeln erscheinen Szenen aus dem Film.





Auch die Welt der Oper, die Essenz des „italienischen Dramas“, wurde nicht vergessen: Eine ganze Halle ist der Bühnenkostümkunst gewidmet.

Die Ausstellung zitiert Werke von La Traviata bis Der Barbier von Sevilla, über Madame Butterfly hinweg. Brokatbestickte Stoffe, verzierte Accessoires, kunstvoll geschneiderte Gewänder – das Spektakel ist grandios, während im Hintergrund Luciano Pavarotti mit „Una furtiva lagrima“ verzaubert.

So wandert der Besucher von Saal zu Saal, von einem Wunder zum nächsten, von einer atemberaubenden Inszenierung zu extravaganten Bildern – bis er schließlich in das Herzstück der Ausstellung gelangt: das Atelier der Schneiderinnen. Dort, wo goldene Hände mit unglaublicher Präzision Perlenstickereien fertigen, Seidenblüten formen, Verzierungen auf Korsetts stecken oder Taft drapieren, offenbart sich die wahre Magie der Haute Couture. Diese detailreiche Inszenierung spiegelt die großen Ateliers in Mailand wider und würdigt jene Künstler, ohne die Mode nicht zur Kunst werden könnte.

Diese außergewöhnliche Ausstellung sprengt alle Superlative: Sie vereint Kunst, Musik, Folklore, Geschichte, jahrhundertaltes Handwerk und modernste Technologien. Sie verleiht der Mode eine Erhabenheit, die sie an die Spitze dessen hebt, was in diesem Bereich jemals geschaffen wurde.

–/ It is a feast of creativity, a profusion of colors, fabrics, gathers, pleats, velvets, brocades, weavings, sequins, lace, Venetian glass beads, feathers, silks – and that’s just the beginning – awaiting visitors, who will be left speechless by such splendor.

After a hugely successful launch at the Palazzo Reale in Milan, where it was met with a complete sell-out, the exhibition arrives at the Grand Palais as the second stop on its world tour, bringing together for the first time more than 200 unique creations from the luxury fashion house. “From the Heart to the Hands: Dolce & Gabbana” is a love letter to Italian culture, a constant source of inspiration for Domenico Dolce and Stefano Gabbana. Tracing the aesthetic journey of their creations, first nurtured in their hearts and then crafted by hand in their ateliers, the exhibition also showcases original works by contemporary artists who engage in dialogue with the world of Dolce & Gabbana and its cultural roots. Many references to Italian and Flemish artworks are often woven into the fabrics like pieces of tapestry.

The exhibition is designed in “tableaux”. The garments take center stage in a series of theatrical displays, with each room offering a fresh scene imbued with precise symbolism. One of the most extraordinary is undoubtedly the homage the two designers pay to Sicily.

The influence of Sicilian ceramics and the island’s richly decorated carriages, often adorned with intricate motifs during traditional festivities, is exuberantly showcased. Legendary figures appear on crinolines, and towering feathered headpieces are inspired by the plumes that decorate the horses’ harnesses. Everything is vibrant, dazzling, and joyful.

The Leopard Room (a nod to Luchino Visconti’s cult film “The Leopard”) exudes the elegance of the era when Garibaldi emerged as the architect of the Kingdom of Italy’s unification. The Hall of Mirrors at the Palazzo Gangi in Palermo, where the famous ball scene was filmed, is reinterpreted with a modern twist. In semi-reflective mirrors, scenes from the film magically appear.

The world of opera, the quintessence of «Italian drama,» has naturally not been forgotten, and one room is dedicated entirely to stage costumes. The references are abundant, ranging from “La Traviata” to “The Barber of Seville” and “Madame Butterfly”. Cascades of embroidered, decorated, accessorized, and intricately constructed fabrics create a spectacularly grandiose scene, all while Pavarotti enchants us with “Una furtiva lagrima”.

And so, visitors wander from room to room, marvel to enchantment, breathtaking staging to extravagant tableaux, until they reach the innermost sanctuary: the atelier. This is the realm of the couturières fairy-like hands without whom none of this creativity could come to life. This vast couture workshop, where golden fingers string pearls, shape silk flowers, pin ornaments onto corsets, and drape taffeta over busts, is, of course, a staged homage to the sprawling ateliers at the heart of Milan. It pays tribute to those without whom haute couture could never take form.

This exceptional exhibition is one of superlatives: it brings together art, music, folklore, history, centuries-old expertise, and cutting-edge techniques. It elevates fashion to a noble art form, reaching the pinnacle of what has ever been achieved in this domain.

ESCAPE

EXPLORA: E LA NAVE VA... – 40 JAHRE SNOW POLO IN ST. MORITZ



Elvis und Priscilla Presley © Bettmann/Getty Images

„E la nave va...“

Vieles an Bord der Explora I erinnert an den stilvollen Auftritt einer privaten Yacht – einfach alles grosszügiger: mehr Raum, mehr Privacy, mehr Flexibilität.

-/ Much aboard the Explora I is reminiscent of the refined elegance of a private yacht, only on a larger scale: more space, more privacy, more flexibility.

„Höher, schneller, weiter“ war bei der Entwicklung dieser neuen Generation von exklusiven Kreuzfahrtschiffen nicht das Ziel. Die Explora I und II sollen vielmehr ein Yachtfeeling vermitteln und sind mit allen Selbstverständlichkeiten ausgestattet, die unaufdringlichen Luxus ausmachen. Geht es hier also um grössere Dimensionen, sind vor allem die eleganten, 35 bis 280 m² grossen Suiten gemeint, die überdurchschnittlich viel Platz und Privatsphäre bieten.

“Higher, faster, further” was not the aim when developing this new generation of exclusive cruise ships. Instead, Explora I and Explora II aim to recreate the feeling of a luxury yacht, equipped with every detail that defines discreet luxury. When we talk about larger dimensions, we mean the sophisticated suites ranging from 35 to 280 square meters, offering an exceptional amount of space and privacy.



Ihre raumhohen Fenster und privaten Sonnenterrassen bringen das Meer in greifbare Nähe. Diese allgegenwärtige Verbundenheit mit dem Ozean liegt Alexa Aponte Vago, der Tochter des Gründers von MSC, Gianluigi Aponte und kreative Kraft hinter der hauseigenen Explora-Flotte, ganz besonders am Herzen. Das ist auf dem Schiff aus jedem erdenklichen Winkel spür- und sichtbar, in der lichtdurchfluteten Lounge sogar mit spektakulärem 270-Grad-Blick. Solche genüsslichen Momente zu kreieren ist genau Aponte Vagos Vision: „In luxuriösem Ambiente schaffen wir unvergessliche Erlebnisse, damit Sie sich an Bord ganz wie zu Hause fühlen.“

Um diesen Anspruch in jeder Hinsicht zukunftsweisend umzusetzen, zogen der leitende Architekt Antonio di Nenno und sein Team fünf führende Architektur-Studios hinzu, die zahlreiche kleine Welten mit jeweils einer ganz eigenen Handschrift gestalteten. Gut erkennbar in den elf Restaurants und Lounges. Wie es zu jeder schicken Raumgestaltung gehört, wird der jeweilige Stil mit hochwertigen Möbeln renommierter Brands unterstrichen. Hier setzen Minotti, Flexform oder Molteni&C mit ihren ikonischen Stücken von Gio Ponti die Akzente – fast wie Kunstwerke: Mal prominent wie die Skulpturen von Yves Dana in der Lobby, wo sie als Blickfang dienen und sich nahtlos in das einzigartige Design des Schiffes einfügen; manchmal fast unbemerkt im Hintergrund wie in den Suiten, wo die sorgfältig kuratierten Lithografien oder kleineren Objekte für eine noch wohnlichere Ambiance sorgen.

Their floor-to-ceiling windows and private sun terraces bring the sea within reach, creating a seamless connection with the ocean. This omnipresent bond with the sea is particularly dear to Alexa Aponte Vago, daughter of MSC founder Gianluigi Aponte and the creative force behind the Explora fleet. It is evident in every corner of the ship, especially in the light-flooded lounge with its spectacular 270-degree view. Creating such serene, indulgent moments is precisely Aponte Vago's vision: “We create unforgettable experiences in a luxurious setting so that you feel completely at home on board.”

To bring this vision to life, chief architect Antonio di Nenno and his team enlisted five leading architecture studios, each contributing their distinctive touch to different spaces. This is clearly visible in the eleven restaurants and lounges, where each interior is elevated by high-end designer furniture. Renowned brands such as Minotti, Flexform, and Molteni&C add signature elements, including iconic Gio Ponti designs, almost like art pieces. Some, like Yves Dana's sculptures in the lobby, serve as striking focal points, seamlessly integrated into the ship's refined aesthetic.



Gerade so, als wäre man in der Owner's Residence zu Besuch, denn die Kunstwerke sind aus der privaten Sammlung der Eignerfamilie Aponte und repräsentieren ihren kultivierten Sinn für Ästhetik. Leiser Luxus, der neue Maßstäbe in der Luxuskreuzfahrt setzt. Sogar das ultimative Show-Teil, die Lounge mit der Astern Bar und dem Infinity Pool, die das Londoner Büro SMC entworfen hat, hält sich mit viel verlegtem Holz, beige-farbenen Daybeds und einem Hauch Gold in der Tiefe des Beckens vornehm zurück. Umgeben vom tiefblauen Meer könnte diese elegante Szenerie sogar als Fotosujet von Slim Aarons durchgehen.

So einmalig wie das Flair auf diesem Schiff ist, so entspannt sind auch die Landgänge – für Entdecker ebenso wie für Geniesser! Beide schätzen vermehrt die Vorzüge des Slow-Travels. Also einmal etwas auszulassen, um den Moment zu genießen, oder die Extra-Meile zu gehen, um etwas genauer zu erkunden. Auch hier halten die Explora Journeys Schiffe Schritt mit der Zeit, denn ein weiteres Merkmal, das sie auszeichnet, ist die Entschleunigung ihrer Angebote: Kleine Häfen und unbekannte Destinationen werden bewusst länger angefahren, damit Zeit bleibt, eine Stadt oder Insel wirklich zu erleben. Welches klassische Kreuzfahrtschiff bietet schon die Möglichkeit, einen Sonnenuntergang an Land zu genießen?

Others, such as curated lithographs and small objects in the suites, subtly enhance the warm and inviting ambiance, making it feel like a visit to the Owner's Residence. Indeed, the artworks on board come from the Aponte family's private collection, reflecting their cultivated sense of aesthetics. This is discreet luxury, setting new standards in high-end cruising. Even the ship's standout feature, the lounge with the Astern Bar and Infinity Pool, designed by London-based SMC, embodies refined elegance. The expansive wood flooring, beige-hued daybeds, and subtle gold accents shimmering in the pool's depths exude a timeless sophistication – a setting so impeccably styled, it could easily be the subject of a Slim Aarons photograph.

Just as unique as life on board, the shore excursions are designed for both explorers and connoisseurs, embracing the philosophy of slow travel. More and more, travelers appreciate the art of skipping the rush, choosing to linger and savor a moment, or to venture further for a deeper experience. Explora Journeys aligns with this ethos, offering an unhurried and immersive way of discovering destinations. Small harbors and lesser-known places are deliberately visited for longer stays, ensuring there is ample time to truly experience a city or an island. After all, how many traditional cruise ships offer the rare luxury of watching a sunset from land?

40 Jahre Snow Polo in St. Moritz

St. Moritz feierte das 40-jährige Jubiläum des Snow Polo World Cup – eine perfekte Verbindung aus Eleganz und Sport in einer einzigartigen alpinen Kulisse.

-/ St. Moritz celebrates 40 years of the Snow Polo World Cup, blending elegance and sport in a uniquely alpine setting.



**„Eine sportliche und
glamouröse Tradition
in großer Höhe.“**

Im Januar dieses Jahres zelebrierte St. Moritz das 40. Jubiläum seines legendären Snow Polo World Cup, eines Events, das Eleganz und Adrenalin auf dem zugefrorenen See der berühmten Alpenstation vereint. 1985 von Reto Gaudenzi ins Leben gerufen, hat dieses einzigartige Turnier weltweit eine kühne Idee in einen unverzichtbaren Treffpunkt verwandelt, der jedes Jahr die besten Polo-Spieler der Welt und ein glamouröses internationales Publikum anzieht.

Dieses außergewöhnliche Turnier ist nicht nur eine Sportveranstaltung auf höchstem Niveau, sondern auch eine Verkörperung des luxuriösen Geistes von St. Moritz, der wohl berühmtesten Destination in den Schweizer Alpen. Legendäre Hotels wie das Badrutt's Palace und das Kulm Hotel empfangen Gäste in einer prächtigen Ambiente, während das Polo Village mit seinen exklusiven gesellschaftlichen Veranstaltungen das Erlebnis über die Spiele hinaus verlängert.

Als Symbol für Innovation und Zusammenarbeit hat sich der Snow Polo World Cup über die Jahre stets neu erfunden und ist heute ein Erfolgsmodell, das alpine Traditionen mit internationaler Strahlkraft vereint. Eine Feierlichkeit, die das wahre Wesen von St. Moritz widerspiegelt: kühn, elegant und zeitlos.

-/ This past January, St. Moritz marked the 40th anniversary of its iconic Snow Polo World Cup, an event that combines elegance and adrenaline on the frozen lake of the resort. Created in 1985 by Reto Gaudenzi, this one-of-a-kind tournament has turned a bold idea into an unmissable rendezvous, annually attracting the world's best polo players and a glamorous audience from across the globe.

More than just a showcase of high-level sport, this exceptional tournament embodies the luxurious spirit of St. Moritz, the iconic Swiss Alpine resort. Legendary hotels such as Badrutt's Palace and the Kulm Hotel host guests in opulent surroundings, while the Polo Village and its social events extend the experience far beyond the matches.

A symbol of innovation and collaboration, the Snow Polo World Cup has continuously reinvented itself to become a model of success, blending Alpine traditions with international appeal. This celebration reflects the very essence of St. Moritz: bold, elegant, and timeless.

BEAUTY & HEALTH

IN MEINER BEAUTY-TASCHE DIESEN WINTER – BEAUTY GEMS –STUDIO VVO: YOGA & MORE



Estée Lauder an der Theke des Kaufhauses Famous-Barr in St. Louis, 1968 © W.C. Runder / The Leonard A Lauder Estée Lauder Companies Archives



In meiner Beauty-Tasche diesen Winter

Von der Stadt bis in die Berge – hier sind die saisonalen Essentials von Clarins, die in deine Beauty-Routine integriert werden sollten.

-/ From city streets to mountain peaks, discover the must-have Clarins products of the season to incorporate into your beauty routine.

Mit sinkenden Temperaturen benötigt die Haut speziell angepasste Pflege und Make-up, das den Winterbedingungen standhält. Ich habe die Highlights der Saison von Clarins unter die Lupe genommen und die besten Produkte ausgewählt, die dich durch den Winter begleiten. Darunter befinden sich sowohl ikonische Pflegeklassiker als auch Innovationen, die sich mühelos in jede Routine einfügen – egal, ob du ein Beauty-Experte oder eher minimalistisch bist.

-/ With temperatures dropping, your skin needs tailored care and makeup that stands the test of winter. I've explored Clarins' seasonal highlights and selected the best products to support you all winter long. These include iconic staples and innovative newcomers that seamlessly integrate into your routine, whether you're a beauty expert or prefer a minimalist approach.

Double Serum, das must-have

Das legendäre Double Serum von Clarins wurde 2024 komplett neu formuliert und in seiner neunten Generation veröffentlicht. Ein echter Bestseller, der mit den Fortschritten der Wissenschaft Schritt hält, um ein immer höheres Maß an Exzellenz zu erreichen. Diese neue Formel, entwickelt von der Clarins-Forschung, ist noch wirksamer und basiert auf den neuesten Erkenntnissen der Epigenetik – der Wissenschaft, die untersucht, wie Umweltfaktoren unser genetisches Erbe beeinflussen. Dieser Ansatz, genannt Epi-Ageing, basiert auf einer grundlegenden Entdeckung: Nur 15 % unserer genetischen Veranlagung bestimmen die Hautalterung. Der Rest kann durch einen gesunden Lebensstil positiv beeinflusst werden. Fünf Jahre Forschung waren nötig, um diese Erkenntnisse in ein Fläschchen zu übersetzen. Inspiriert von der Pflanzenwelt, hat sich Clarins für eine bislang noch nie in der Kosmetik verwendete Pflanze entschieden: den biologischen Riesenschilf aus der Provence. Diese widerstandsfähige Pflanze hilft, 100 % der epigenetischen Veränderungen durch den Lebensstil zu neutralisieren, wodurch das neue Double Serum noch effektiver auf die fünf lebenswichtigen Hautfunktionen wirkt. Mit 95 % Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs folgt die Formel dem Golden Ratio von zwei Dritteln wasserbasierten und einem Drittel lipidhaltigen Komponenten – eine Zusammensetzung, die dem natürlichen Hydrolipidfilm der Haut nachempfunden ist.

Nach nur einem Monat reduziert das Double Serum die Auswirkungen des Epi-Ageing auf den Teint und die Ebenmäßigkeit der Haut um 46 %. Nach vier Wochen sind Falten und Poren weniger sichtbar, die Haut ist fester und strahlender. Die klassische Version des Serums ist ideal für den Winter, da sie für Komfort und Glow sorgt, während sie leicht unter dem Make-up bleibt. Die Light-Version ist perfekt für den Sommer oder für Hauttypen, die zu Unreinheiten neigen. Dank ihrer leichten Textur und schnellen Absorption ist sie auch bei Männern sehr beliebt.



Double Serum: the ultimate must-have

A few months ago, we discussed Clarins' legendary Double Serum, which was completely revamped in 2024 with its 9th generation release. A true bestseller, it continues to evolve with advancements in science, reaching ever higher levels of excellence. The all-new formulation, developed by Clarins Research, is more effective than ever, drawing on the latest progress in epigenetics – the science of how the environment influences our genetic heritage.

Clarins' groundbreaking discovery, called Epi-ageing, revealed that only 15% of skin aging is determined by our genetic makeup. The rest can be mitigated with a healthy lifestyle. Five years of research translated these findings into a single bottle. Staying inspired by the plant kingdom, Clarins introduced an entirely new ingredient to cosmetics: organic Provence reed. Highly resilient, this plant helps neutralize 100% of the epigenetic changes caused by lifestyle factors, giving the new Double Serum increased efficacy on the five vital skin functions.

Made with 95% naturally sourced ingredients, its composition follows Clarins' signature golden ratio: 2/3 water-based and 1/3 oil-based, mimicking the skin's hydrolipidic film.

After one month of use, the Double Serum reduces the impact of Epi-ageing on radiance and skin tone homogeneity by 46%. Within four weeks, wrinkles and pores are visibly diminished, the skin feels firmer and more radiant. Ideal for winter, the classic version ensures comfort and glow, while remaining lightweight under makeup. Meanwhile, the Light version is perfect for summer or blemish-prone skin, offering a lighter finish and near-instant absorption, making it popular among men as well.

**Extra-Firming Innovation:
Schonen Sie Ihre Kollagenreserven**

Die Extra-Firming-Linie von Clarins erhält diesen Winter ein Update, um noch effektiver zu werden. Diese Produktreihe wurde entwickelt, um die Haut zu festigen, und spricht damit die meisten Anliegen an, wenn es um eine umfassende Anti-Aging-Lösung geht. Während Kollagen lange als entscheidender Faktor für eine jugendlich aussehende Haut galt, das mit zunehmendem Alter natürlicherweise abnimmt, hat die Clarins-Forschung eine neue Strategie entwickelt: die Fähigkeit der Hautzellen, ihre eigenen Kollagenreserven zu bewahren. Ähnlich wie ein Sparkonto für die Haut hilft die Extra-Firming-Linie dabei, die Kollagenproduktion frühzeitig zu aktivieren und ihre Regeneration zu fördern, damit die Haut länger straff und jugendlich bleibt. Diese Strategie basiert auf einer einzigartigen Kombination aus drei leistungsstarken Wirkstoffen: Kollagen-Polypeptid, Pekannuss-Extrakt und Bio-Mitracarpus-Extrakt.

Die Ergebnisse sind sichtbar: Die Haut erscheint fester und strahlender. Die Wangenknochen wirken praller, Falten, Pigmentflecken und Zeichen von Müdigkeit sind gemildert, die Gesichtskonturen und das Volumen erscheinen gestrafft, die Hautstruktur ist verfeinert und fühlt sich samtig an. Der Teint wirkt erfrischt und voller Vitalität.



**Extra-Firming innovation:
protect your collagen reserves**

The iconic Extra-Firming range gets a winter makeover, boosting its already impressive effectiveness. Dedicated to maintaining skin firmness, these products address key anti-aging concerns.

While collagen is widely recognized as essential for youthful skin, Clarins Research has shifted focus to our cells' ability to "save" their collagen reserves. Think of it as a savings plan for your skin's elasticity, investing early to preserve its youth. The Extra-Firming range works proactively to stimulate collagen production with a symbiotic trio of powerful actives: collagen polypeptide, pecan extract, and organic mitracarpus extract.

The result? Firm, radiant skin. Cheekbones look plumper, wrinkles and dark spots fade, and tired-looking skin is revitalized. Contours are lifted, skin texture is refined, and its velvety softness restored. The face radiates inner vitality and energy.



Ein perfekter Teint von morgens bis abends

Im Winter möchte jeder einen perfekten Teint, der den ganzen Tag hält, ohne auf Komfort und Feuchtigkeit verzichten zu müssen. Egal ob Regen, Schnee oder Wind – die ultraleichte Formel der neuen Skin Illusion Full Coverage-Foundation ist ein echter Game-Changer für die Haut. Sie bietet hohe Deckkraft, lässt die Haut jedoch atmen und sorgt für ein natürliches Finish. Keine maskenhaften Effekte mehr – die Gesichtszüge bleiben ausdrucksstark, dank eines dreidimensionalen pflanzlichen Netzwerks, das sich den natürlichen Bewegungen der Haut anpasst. Diese Foundation ist nicht nur Make-up, sondern auch Pflege. Sie besteht zu 80 % aus aktiven Inhaltsstoffen, die speziell für ihre hautfreundlichen Eigenschaften ausgewählt wurden. Dank der Kombination aus niedermolekularer Hyaluronsäure, pflanzlichem Mikropatch und Zinkgluconat reduziert sie Unreinheiten innerhalb von nur 28 Tagen um 20 %. Für Stadtbewohner bietet der Anti-Pollution- und Blaulicht-Schutzkomplex eine wirksame Barriere gegen äußere Umwelteinflüsse. Die Foundation ist in 36 Nuancen erhältlich und passt sich somit jeder Hautfarbe und jedem Hauttyp an.

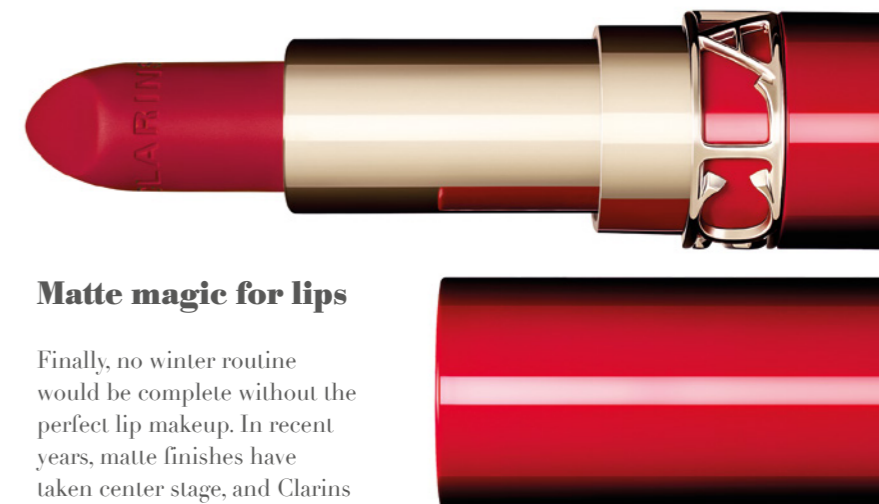


A flawless complexion from morning to night

In winter, we all want a flawless complexion that lasts all day without compromising comfort or hydration. Whether it's raining, snowing, or windy, the ultra-lightweight formula of Skin Illusion Full Coverage is a true blessing for the skin. Providing high coverage while allowing the skin to breathe, it's the perfect foundation for a natural finish. Gone are the days of the mask-like effect – this formula enhances facial expressions with a 3D plant mesh that moves with your skin. Both a makeup product and skincare, Skin Illusion Full Coverage contains 80% active ingredients chosen for their skin benefits. Hydrating, purifying, and mattifying, it reduces imperfections by 20% in just 28 days, thanks to the combined action of low molecular weight hyaluronic acid, a plant-based micropatch, and zinc gluconate. For those living in urban environments, the anti-pollution and blue light complex creates a protective barrier against external aggressors. Easy to apply and available in 36 shades, it suits all skin types and tones.

Matte Magic für Ihre Lippen

Um diese winterliche Beauty-Routine abzurunden, darf ein perfektes Lippen-Make-up nicht fehlen. In den letzten Jahren hat sich in diesem Bereich viel getan. Besonders bei matten Texturen hat Clarins eine Revolution herbeigeführt: Anstatt die Lippen auszutrocknen, bieten die neuen Formulierungen intensive Pflege und langanhaltende Farbe. Joli Rouge Velvet und Lip Water verkörpern diesen neuen Standard und sorgen für intensive, langanhaltende Farbergebnisse bei maximalem Tragekomfort. Joli Rouge Velvet, ein echtes Symbol für Eleganz und Innovation, vereint 70 Jahre Clarins-Expertise. Mehr als nur ein matter Lippenstift, ist es eine bahnbrechende Formel in Sachen Textur, Komfort und Pflege – mit dem Versprechen eines matten Finishs, das bis zu vier Stunden hält, ohne nachzuschminken. Lip Water ist ideal für diejenigen, die das Gefühl von ungeschminkten Lippen lieben. Mit einem Wasseranteil von 75 % bietet es maximale Feuchtigkeit und ist gleichzeitig kussfest. Mit 97 % Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs sorgt es für ein langanhaltendes Tattoo-Finish, das bis zu 24 Stunden hält.



Matte magic for lips

Finally, no winter routine would be complete without the perfect lip makeup. In recent years, matte finishes have taken center stage, and Clarins has redefined the game with innovative formulas that care for your lips without drying them out. The Joli Rouge Velvet and Water Lip Stain exemplify Clarins' dual focus on comfort and long-lasting performance. A symbol of elegance and innovation, Joli Rouge Velvet encapsulates 70 years of Clarins expertise. More than just a matte lipstick, it's a revolution in texture, comfort, and care, promising a flawless matte finish that lasts up to four hours without touch-ups. Meanwhile, Water Lip Stain caters to those who love the feeling of bare lips. Made with 75% water, it delivers unparalleled hydration while being kiss-proof. Offering a tattoo-like effect that lasts 24 hours, its formulation boasts 97% naturally derived ingredients.

Beauty gems

Die Beauty-Must-haves der Saison für strahlende Haut.

-/The season's beauty must-haves for radiant skin.



01 Red Camellia Cream, Red Camellia Revitalizing Serum **N°1 DE CHANEL**



02 Bio-identical rehydrating serum **Nescens**



03 Skin-refining foam cleanser **Swissline**

04 Re-Nutriv Ultimate Diamond Age Reversal Eye cream **Estée Lauder**

05 Future solution LX Concentrated Brightening softener

Future solution LX Total Regenerating cream **Shiseido**



05



04



Yoga & more

Das Studio VVOO entfaltet seine Magie schon beim Betreten: Sanfte Naturtöne und federleichte Textilien schaffen eine Atmosphäre, die alle Sinne umhüllt.

The VVOO studio works its magic the moment you step inside: Soft natural tones and airy, feather-light textiles create an atmosphere that awakens all the senses.



VVOO

Dufourstrasse 90, 8008 Zürich
vvo.ch

Mit diesem anmutigen Rückzugsort hat die renommierte Katonah Yoga-Lehrerin Aylin Karadayi ihre Vision verwirklicht, eine geschmackvolle Oase für ganzheitliches Wohlbefinden zu schaffen. Zum Angebot gehören traditionelle Yogapraktiken ebenso wie modernes Wellbeing. Gemeint sind etwa Chinesische Teezeremonien, die sonntags zur Achtsamkeits- und Genussübung einladen. Oder Ayurveda-Massagen, die noch lange nachklingen vielleicht begleitet von einem der handverlesenen Wellness-Produkte aus dem Online-Shop.

-/With this elegant retreat, renowned Katonah Yoga teacher Aylin Karadayi has brought her vision to life – crafting a sophisticated oasis for holistic well-being. The program features both traditional yoga practices and modern wellness experiences. These include, for instance, Chinese tea ceremonies, which invite you to embrace mindfulness and indulgence on Sundays, or Ayurvedic massages whose effects linger long after the session – perhaps complemented by one of the carefully curated wellness products from the online shop.

URBAN

SHOPPING – DESIGN – GASTRO – HOTELS



Derby Spectator schaut durch sein Fernglas, 1923

Hommage an die Reduktion

Im Salon des Neumarkt 17 treten Kunst und Design in einen harmonischen Dialog. Gut vorstellbar, wie die Werke von Anne-Marie Fischer im privaten Rahmen wirken.

-/ In the salon of Neumarkt 17, art and design engage in a harmonious dialogue. It's easy to envision how Anne-Marie Fischer's works would complement a private setting.



'Woodland Stories' by Anne-Marie Fischer
Im Salon Neumarkt 17, 8001 Zürich
20 März - 30 April 2025
neumarkt17.ch/frederiquehutter.ch

Entstanden ist die Ausstellung ausgehend von der Galeristin Frédérique Hutter in Zusammenarbeit mit dem visionären Zürcher Möbelhaus Neumarkt 17. Im stilvollen Ambiente des Salons werden die abstrakten Bilder durch die Klarheit des Interieurs verstärkt – eine feinsinnige Verbindung von Natur, Architektur und Malerei. Gezeigt werden zwei Werkgruppen der renommierten Zürcher Künstlerin: kraftvolle, farbintensive Gemälde sowie schwarz-weiße Tuschmalereien, die an Kalligrafie erinnern. Anne-Marie Fischers Werke zeichnen sich durch eine eindringliche Gegenüberstellung unterschiedlicher Elemente aus, welche ein dynamisches Spannungsfeld erzeugen. In ihren Malereien treffen massive, dunkle Figuren auf leere, helle Flächen. Dieses Prinzip der Kontraste zeigt sich nicht nur in der Farb- und Formgebung, sondern auch auf einer inhaltlichen Ebene: Kontrolle und Zufall, Dichte und Leere, strenge Komposition und freie Geste. Es sind keine statischen Kompositionen, sondern Bildräume, in denen Bewegung und Stille in einem feinen Gleichgewicht miteinander existieren.

-/ This exhibition, curated by gallery owner Frédérique Hutter in collaboration with the visionary Zurich furniture store Neumarkt 17, showcases the abstract paintings against the backdrop of a stylish interior – a subtle blend of nature, architecture, and art. Two distinct groups of works by the renowned Zurich artist are on display: powerful, vibrant paintings alongside black-and-white ink pieces reminiscent of calligraphy.

Anne-Marie Fischer's works are characterized by a compelling juxtaposition of contrasting elements that create a dynamic field of tension. In her paintings, massive, dark figures encounter empty, light spaces. This principle of contrast is evident not only in color and form but also on a conceptual level: control and chance, density and emptiness, strict composition and free gesture. These are not static compositions but rather pictorial spaces where movement and stillness coexist in delicate balance.



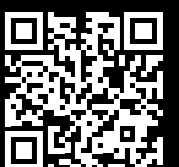
DESIGN YOUR HOME GYM

Technogym Boutique
Pelikanstrasse 5, 8001 Zürich
Tel 043 558 98 60

Technogym Showroom
Werkstrasse 36, 3250 Lyss
Tel 032 387 05 12



Mehr entdecken



Der grosse Auftritt

Mit der Neugestaltung des Pfister Stores mitten in der Zürcher City erhält auch «Mobitare home of Design» mehr Raum für die Inszenierung seiner modernen Möbel.

-/With the redesign of the Pfister store in the heart of Zurich, „Mobitare home of Design“ also gains more space to showcase its modern furniture.



Mobitare at Pfister
Neumühlequai 12, 8001 Zürich
pfister.ch



Wo Pfister 1922 eingezogen ist, präsentiert er sich nach der kürzlichen Renovierung einmal mehr besonders stilvoll: hell, übersichtlich, einladend und mit einem ausgeprägten Sinn für Ästhetik. Eine erlesene Auswahl an hochwertigen Möbeln und einzigartigen Accessoires sprechen für sich. Die Liebhaber exklusiven Interieurs und zeitloser Eleganz können sich freuen! Mit dieser neuen Ära wird unter anderen auch die Marke Maana Studios eingeführt, ein junges Schweizer Label, das Teppiche in Zürich entwirft und sie im Atlasgebirge herstellen lässt. Doch nicht nur die Vielfalt an außergewöhnlichen Wohnwelten, bei denen Design und Qualität verschmelzen, macht den Besuch zu einem Erlebnis. Im denkmalgeschützten Gebäude bekommen Pfister und Mobitare mit der erweiterten Plattform auch noch ein charmantes Café dazu. Dieses soll Kundinnen und Kunden ebenso willkommen heissen, wie externe Besucher: Leicht vom Walcheplatz über den Haupteingang zugänglich, könnte es zum neuen Hotspot an der Limmat werden.

-/Where Pfister moved in back in 1922, it now presents itself in an especially stylish manner after a recent renovation: bright, spacious, inviting, and with a strong sense of aesthetics. A carefully curated selection of high-quality furniture and unique accessories speak for themselves. Lovers of exclusive interiors and timeless elegance will be delighted! As part of this new era, the Maana Studios brand is also being introduced, a young Swiss label that designs rugs in Zurich and has them made in the Atlas Mountains. But it's not only the variety of extraordinary living spaces, where design and quality merge, that makes the visit an experience. In the heritage-protected building, Pfister and Mobitare also have a charming café as part of the expanded platform. This space is meant to welcome both customers and external visitors alike. Easily accessible from Walcheplatz through the main entrance, it could become the new hotspot along the Limmat river.

Originalität, die

[feminines Substantiv]

Unsere Art, Sie zu überraschen



By **Hôtel N'vY** ★★★★★

© Rue de Richemont 18, 1202 Genève

Grieder wird Bongénie

Der neue Grieder, der jetzt Bongénie heisst, ist DAS Stadtgespräch. Zu reden gibt, neben der einzigartigen Gestaltung der lichtdurchfluteten Etagen, auch das Bistro.

-/The new Grieder, now called Bongénie, is the talk of the town. In addition to the uniquely designed, light-filled floors, the bistro is also a hot topic of conversation.

Während sich die einen mit Vergnügen in der immensen Luxusboutique verlieren, gehen die andern auf Spurensuche nach Émile, dem dazugehörigen Bistro-Restaurant und seiner Lounge im Parterre. Zugänglich ist dieses architektonische Schmuckstück tagsüber sowohl von den Verkaufsfächern der ersten zwei Etagen aus als auch durch den separaten Eingang von der Strasse her. So kann man, unabhängig von den Ladenöffnungszeiten, den ersten Kaffee am Morgen und den letzten vor Mitternacht bei Émile trinken.

Émile Brunshawig, Namensgeber und Vorfahre der Besitzerfamilie von Bongénie, hätte es gefallen. Denn als der stilbewusste Grand Seigneur in den 20er Jahren zum Familien-Unternehmen stiess und es die nächste Dekade leitete, brachte er eine Noblesse ins Warenhaus, wie er sie von den tonangebenden New Yorker Kaufhäusern Saks oder Lord & Taylor kannte. Diesem anspruchsvollen Auftritt ist das Haus bis heute, auch am neuen Standort, treu geblieben. Die renommierte Pariser Innenarchitektin Sarah Poniatowski ging aber bei der Entwicklung des Gestaltungskonzeptes für die Lounge und das Bistro noch einen Schritt weiter: «Die Idee war, diesem Ort mit unseren Farbcodes eine lebendige Seele zu geben; es sollte extrem warm und doch frisch werden.» Das ist ihr mit viel Holz und einzigartigen Farbkombinationen gelungen. Gemeint sind etwa die türkisfarbenen Emaill-Platten auf den Holztischen, die Barstühle aus ockerfarbenem Leder oder die petrolfarbenen Samt-Sessel in der Lounge.

-/While some happily lose themselves in the immense luxury boutique, others set out in search of Émile, the adjoining bistro-restaurant and its ground-floor lounge. This architectural gem is accessible during the day both from the first two levels of the store and through a separate entrance from the street. This way, regardless of the store's opening hours, visitors can enjoy their first coffee of the morning and their last one before midnight at Émile.

Émile Brunshawig, the namesake and ancestor of the Bongénie owners, would have approved. As a style-conscious grand seigneur, he joined the family business in the 1920s and led it for the next decade, introducing a refined elegance to the department store – one inspired by the iconic New York retailers Saks and Lord & Taylor. This commitment to sophistication remains at the heart of the brand, even at its new location. However, renowned Parisian interior designer Sarah Poniatowski took the design concept for the lounge and bistro one step further: „The idea was to infuse this space with our signature color codes, giving it a vibrant soul; it needed to feel extremely warm yet fresh.“ She achieved this vision with an abundance of wood and unique color combinations – such as the turquoise enamel plates on wooden tables, ochre leather barstools, and petrol-blue velvet armchairs in the lounge.

Bongénie
Bahnhofstrasse 3, 8001 Zürich
bongenie.ch



Öffnungszeiten Émile Restaurant & Bar
Montag bis Samstag von 7.30 Uhr bis Mitternacht.

Nichts wirkt inszeniert, weit und breit ist kein Bling-Bling in Sicht. Doch alles ist sehr hochwertig, vieles nach Mass gefertigt. So geht Luxus heute. Mit Sarah Poniatowskis Handschrift gestaltet, wirken weder die Lounge noch das Bistro neu eingerichtet. «Deshalb kann man sich mit der DNA meiner Marke sofort wohl fühlen», sagt die Designerin. Woher sie dieses Gespür hat? Jedenfalls nicht von einer Designschule, denn eine solche hat sie nie besucht. Vielleicht von ihrem Vater, der jahrelang bei Vogue engagiert war? Ihre Antwort ist ein vielsagendes Schmunzeln. Es sei aber sicher eine Frage der Kultur, sagt sie, «denn in meiner Erziehung hat man mir beigebracht, die Dinge bewusst zu betrachten.» Das scheint plausibel, denn Sarah Poniatowskis Mutter war Innendekorateurin, und ihre Schwester ist eine erfolgreiche Schmuckgestalterin. Dieser Familie, die in direkter Linie vom polnischen König abstammt, wurde Stilempfinden und Talent scheinbar in die Wiege gelegt.

Was die Innenarchitektin in gut 20 Jahren daraus gemacht hat, lässt sich sehen: «Maison Sarah Lavoine» hat 130 Angestellte, die gemeinsam mit ihr Hotels umbauen, Ferienhäuser und Cafés einrichten oder Kleiderkollektionen und Wohnaccessoires entwerfen. Sogar der Louvre lud Sarah Poniatowski 2021 ein, Objekte für den Museumsshop zu entwerfen. Das habe Ausstrahlungskraft um die ganze Welt, sagte die Designerin. Eine exklusive Auswahl von Sarah Lavoine Wohnaccessoires, inspiriert vom eleganten Ambiente des Émile Restaurants, ist jetzt auch bei Bongénie erhältlich.

Nothing feels staged, and there's no flashy bling in sight. Yet everything is of the highest quality, with many elements custom-made. This is what modern luxury looks like. Designed with Sarah Poniatowski's signature touch, neither the lounge nor the bistro feels newly furnished. „That's why people can immediately connect with the DNA of my brand,“ she explains. Where does her instinct for design come from? Certainly not from a design school – she never attended one. Perhaps from her father, who worked for years at Vogue? Her knowing smile suggests as much. But she insists it's also a matter of culture: „I was raised to observe things with awareness.“ That makes sense, given that her mother was an interior decorator and her sister is a successful jewelry designer. This family, which traces its lineage directly back to Polish royalty, seems to have inherited both an innate sense of style and exceptional talent.

What Sarah Poniatowski has built over the past 20 years is remarkable: her brand Maison Sarah Lavoine now employs 130 people, transforming hotels, designing holiday homes and cafés, and creating clothing collections and home accessories. Even the Louvre invited her in 2021 to design pieces for its museum shop – a project with global reach, as she proudly notes. Now, an exclusive selection of Sarah Lavoine home accessories, inspired by the elegant ambiance of Émile, is available at Bongénie.



Simply-city

Das Basler Label Lamarel hat in Zürich einen zweiten Shop eröffnet, der nicht nur durch seine Kollektion, sondern auch seine Innenausstattung auffällt.

-/The Basel-based label Lamarel has opened a second shop in Zurich – one that stands out not only for its collection but also for its interior design.

„Unser Ziel ist es, nicht nur Mode zu kreieren, sondern die perfekte Capsule Wardrobe zu schaffen, damit jede Person in nur fünf Minuten fertig angezogen ist, um in den Tag zu starten“, sagt die Gründerin von Lamarel, Sandra Rodrigues Pinto. Könnte klappen, denn Mode steht hier für Basics. Ihre Schlichtheit überlässt den grossen Auftritt der Raumbestaltung: Neben hochwertigen, eigens für Lamarel designten Tapeten und Teleskopregalen im Mid-Century-Stil runden Möbelklassiker wie das De Sede Sofa das Bild ab.

-/„Our goal isn't just to create fashion, but to curate the perfect capsule wardrobe so that everyone can get ready for the day in just five minutes,“ says Lamarel founder Sandra Rodrigues Pinto. And it just might work, because here, fashion means timeless basics. Their simplicity allows the interior design to take center stage: alongside high-quality wallpaper and mid-century-style telescopic shelves custom-designed for Lamarel, classic pieces like the iconic De Sede sofa complete the picture.

Lamarel
Nüscherstr. 1, 8001 Zürich
shoplamarel.com

Eleganz oder Extravaganz?

Der neue Concept Store «Le Parterre 33» von Meister 1881 Juwelier hat das Potenzial, zum exklusiven Hotspot für internationale Schmuckmarken zu werden.

-/The new concept store Le Parterre 33 by Meister 1881 Juwelier has the potential to become an exclusive hotspot for international jewelry brands.

Zusätzlich zu den handgefertigten Juwelenkreationen der «Meister 1881 Collection» ist im Parterre des Traditionshauses an der Bahnhofstrasse eine inspirierende Welt für Schmuckliebhaberinnen entstanden, die das Aussergewöhnliche suchen. Sorgfältig kuratierte Marken aus Paris, Athen, London, Beirut, Amsterdam und Venetien bieten eine faszinierende Vielfalt. Viele davon sind in der Deutschschweiz nur hier erhältlich. So kann jede Kundin mit einem individuellen Akzent ihren persönlichen Stil perfektionieren.

-/Alongside the handcrafted pieces from the Meister 1881 Collection, the ground floor of the traditional Bahnhofstrasse boutique has been transformed into an inspiring haven for jewelry lovers seeking the extraordinary. Carefully curated brands from Paris, Athens, London, Beirut, Amsterdam, and Veneto offer a captivating selection – many of which are available exclusively here in German-speaking Switzerland. This allows every customer to refine her personal style with a unique, individual touch.

Le Parterre 33 by Meister 1881
Bahnhofstrasse 33, 8001 Zürich



Signature



Visit us at Signature,
Bahnhofquai 11 · 8001 Zurich

PROFESSIONAL OFFICE SPACE AVAILABLE NOW IN BAHNHOFPLATZ ZÜRICH

Unlock the freedom and choice to reimagine how you work. Choose from an unparalleled range of workspace solutions and locations designed to help your business thrive. Stay focused and productive and benefit from a happier, healthier way of working with Signature.

Offices
Coworking
Meeting Rooms

Talk to us

+41 44 551 98 10

Visit us



«Endless Narratives»

Gucci verwandelt seine Schaufenster in kunstvoll inszenierte Bühnen, auf denen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft immer neu ineinander verschmelzen.

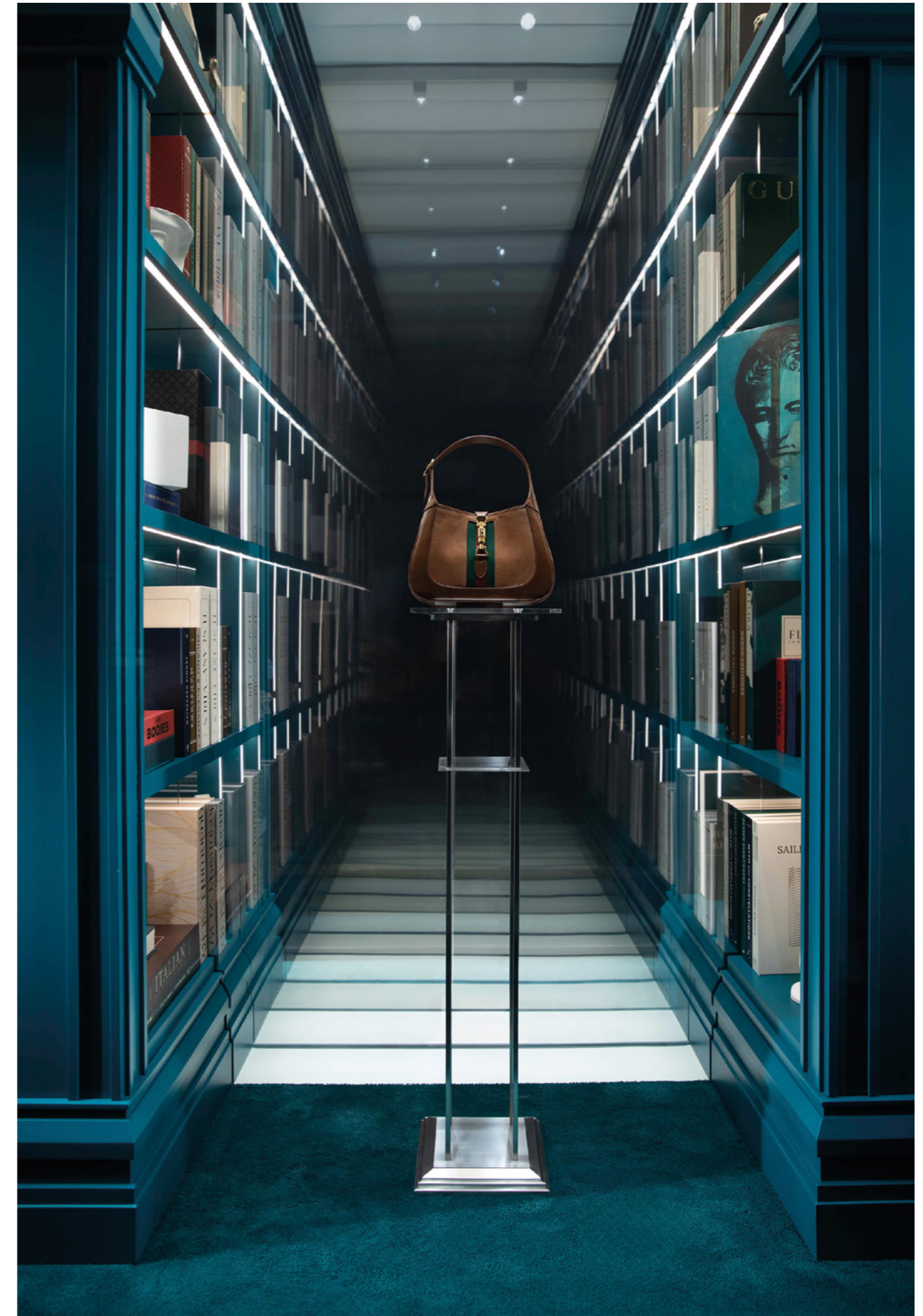
-/ Gucci transforms its shop windows into artfully staged platforms where the past, present, and future continuously merge.



Gucci
Bahnhofstr. 39, 8001 Zürich
gucci.com



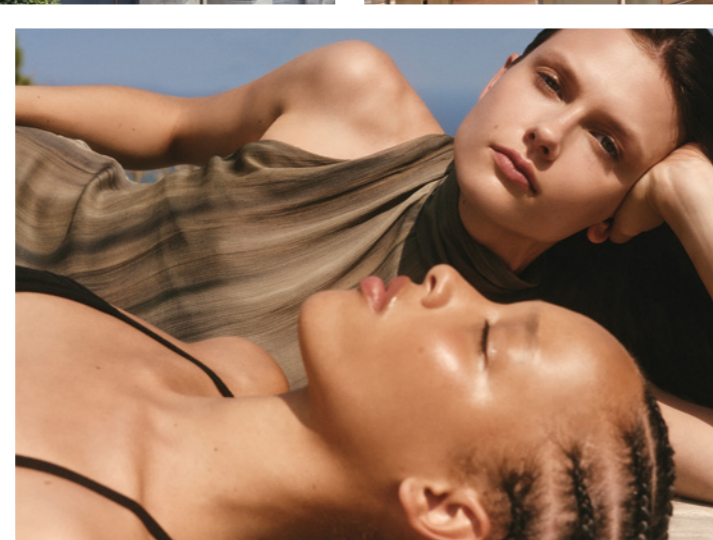
Under the guidance of renowned artist Luca Pignatelli, known for his works that blend history and modernity, the new window concept aims to tell a compelling story. For this project, Pignatelli has created 80 new pieces, including mirrored bookshelves filled with antique sculptures, manuscripts, and iconic artifacts. These elements are constantly interchanged, adapting to each new collection and becoming a living work of art. This concept will inspire Gucci stores worldwide throughout the year. It seamlessly combines the heritage and innovative spirit of the House, allowing emotions and bold visions to emerge as they carry the brand's legacy into the future – a poetic invitation to experience the essence of Gucci in an entirely new way.



Finally!

Endlich ist sie da, die Sonnencreme mit dem hohem Schutzfaktor, die sich hauchzart auftragen lässt. Damit könnte sie bald zur täglichen Routine avancieren.

-/ At last it's here! The sun cream with a high protection factor that can be applied very delicately. So it could soon become part of your daily routine.



Parfumerie Spitzenhäuser AG
Börsenstrasse 14, 8001 Zürich
spitzenhäuser.com

The Sunscreen SPF50 Creme
Augustinus Bader
augustinusbader.com

Diese luxuriöse Creme verspricht sogar noch mehr; als nur die Haut zu schützen; sie wirkt gleichzeitig feuchtigkeitsspendend und unterstützt die Zellerneuerung, um das Erscheinungsbild des exponierten Teints zu verbessern – auch bei Männern. Dass sie das wirklich kann, ist ihr zuzutrauen, denn sie gehört zu den Frühlingsneuheiten der renommierten Pflegelinie Augustinus Bader. Der Leipziger Universitätsprofessor zählt zu den weltweit führenden Forschern auf dem Gebiet der Stammzellen und der Biomedizin.

-/ But this luxurious cream does more than shield the skin; it also hydrates and supports cell renewal, enhancing the appearance of exposed skin – even for men. And its effectiveness is something we can trust, as it's one of the latest spring innovations from the renowned Augustinus Bader skincare line. The Leipzig-based university professor is one of the world's leading researchers in stem cell science and biomedicine.



Chez Philippe / Bar Grill
Rue du Rhône



Domaine de Châteauvieux
Satigny - Genève



Café des Négociants
Carouge



Denise's Art of Burger
Rue du Rhône



Les Aviateurs
Rue du Rhône

THE TASTE OF GENEVA

PHILIPPE-CHEVRIER.COM

Laurent-Perrier präsentiert Grand Siècle Iteration N°24 in Magnum



Foto © Leif Carlsson

Synonym für Exzellenz und Kühnheit reinventiert Laurent-Perrier die Kunst des Champagners mit der Grand Siècle Iteration N°24 in Magnum. Diese außergewöhnliche Cuvée verkörpert die Suche nach dem perfekten Jahr; ein einzigartiges Konzept, das Jahrgänge überwindet, indem es die besten Eigenschaften von drei komplementären Jahren – 2008, 2007 und 2006 – vereint. Eine visionäre Idee, die 1959 von Bernard de Nonancourt entwickelt wurde und Grand Siècle zu einer ikonischen Referenz macht.

Das Magnum-Format, das eine längere Reifung erfordert, offenbart die ganze Komplexität und Tiefe dieser Iteration N°24. 2019 in Flaschen abgefüllt, profitiert sie von zusätzlicher Lagerzeit, um ihre Eleganz und aromatische Kraft zu entfalten, während sie ihre charakteristische Frische bewahrt.

Lucie Pereyre de Nonancourt, die vierte Generation der Gründerfamilie, verkörpert den Geist dieser ikonischen Cuvée. Als Enkelin von Bernard de Nonancourt führt sie das Familienvermächtnis fort und verleiht Grand Siècle eine moderne Vision. Ihr Engagement spiegelt die Philosophie von Laurent-Perrier wider: Tradition und Innovation zu verbinden, um außergewöhnliche Champagner zu schaffen. Mit dieser Iteration N°24 in Magnum bekräftigt Laurent-Perrier sein Engagement für Exzellenz und bietet ein unvergessliches sensorisches Erlebnis sowie eine Feier der französischen Lebensart.



-/ Synonymous with excellence and boldness, Laurent-Perrier reinvents the art of champagne with the Grand Siècle Iteration N°24 in magnum. This exceptional cuvée embodies the quest for the perfect year; a unique concept that transcends vintages by combining the best attributes of three complementary years – 2008, 2007, and 2006. A visionary idea conceived in 1959 by Bernard de Nonancourt, making Grand Siècle an iconic reference.

The magnum format, requiring extended aging, reveals the full complexity and depth of this Iteration N°24. Launched in bottle in 2019, it benefits from additional cellar time to unveil its elegance and aromatic power while preserving its characteristic freshness.

Lucie Pereyre de Nonancourt, the fourth generation of the founding family, embodies the spirit of this iconic cuvée. Granddaughter of Bernard de Nonancourt, she continues the family legacy while bringing a modern vision to Grand Siècle. Her commitment reflects Laurent-Perrier's philosophy: blending tradition and innovation to create exceptional champagnes.

With this Iteration N°24 in magnum, Laurent-Perrier reaffirms its commitment to excellence, offering an unforgettable sensory experience and a celebration of the French art de vivre.



Foto © Vincent Junier



Genuss auf Japanisch

Eines gelingt dem Dolder Grand immer wieder mit Bravour: seine Gäste stilvoll zu überraschen. Neuestens mit dem japanischen Pop-up Restaurant MIYU.

-/The Dolder Grand never fails to impress – consistently delighting its guests with stylish surprises. The latest? The Japanese pop-up restaurant MIYU.

Der Name MIYU steht für Schönheit und Sanftheit – Werte, die sich in Atsushi Hiraokas Sushis widerspiegeln: Sie sehen aus wie zarte kleine Kunstwerke. Um diese Perfektion zu erreichen, erlernte er über neun Jahre hinweg die Feinheiten der traditionellen japanischen Kochkunst, die er im Laufe seiner Karriere modernisierte. Seit Mai 2023 bereichert der Spitzenkoch die Kulinarik des Dolder Grand als Küchenchef des Omakase-Restaurants Mikuriya. Bis Ende Mai lädt der Spitzenkoch Atsushi Hiraok ins elegante Pop-up.

-/The name MIYU embodies beauty and gentleness – values reflected in Atsushi Hiraoka's sushi, which resemble delicate works of art. Achieving this level of perfection took years: he spent nine mastering the intricacies of traditional Japanese cuisine before modernizing it throughout his career. Since May 2023, the acclaimed chef has enriched the Dolder Grand's culinary scene as head chef of the Omakase restaurant Mikuriya. Until the end of May, he invites guests to experience his elegant pop-up.

The Dolder Grand
Kurhausstrasse 65, 8032 Zürich
thedoldergrand.com



Back in Town

Zürich hat die Strozzi's mit offenen Armen empfangen, als sie kürzlich ihr zweites Restaurant mitten in der der Stadt eröffneten – da wo alles anfing.

-/ Zurich welcomed the Strozzi family with open arms when they recently opened their second restaurant in the heart of the city – where it all began. twist and bold creativity.

Es gab Zeiten, da rockten Urs und Helen Strozze mit einer gehörigen Portion Italianità und mutigen Konzepten gleich mehrere Gastrobetriebe in der Stadt. Dann übernahm Sohn Denis, reduzierte und fokussierte die Geschäfte zusammen mit Helen auf das traumhaft gelegene Strandhaus in Herrliberg, das für mediterranes Essen, gute Musik und vor allem gute Stimmung bekannt ist. Diese DNA gibt auch bei «Strozzi's Pelikan» den Ton an; doch mit der extravaganten Einrichtung gehen sie noch einen frechen Schritt weiter.

-/ In the past, Urs and Helen Strozzi made waves in several restaurants across the city, infusing them with a vibrant dose of Italianità and bold concepts. Then their son Denis took over, streamlined the operation, and, together with Helen, focused the business on the beautifully located Strandhaus in Herrliberg, renowned for its Mediterranean cuisine, great music, and, above all, a wonderful atmosphere. This DNA also sets the tone at 'Strozzi's Pelikan,' but here they take it a cheeky step further with extravagant furnishings.

Strozzi's Pelikan
Pelikanstr. 73, 8001 Zürich
+ 41 44 211 13 13 / strozzi.ch

RSVP

PEOPLE & EVENTS: EINE BILDERGALERIE DER SCHÖNSTEN FESTABENDE



Frank Sinatra im Sands Casino in Las Vegas, 1959 © Shawshots / Alamy



Estée Lauder press lunch

Am 22. Januar veranstaltete Estée Lauder ein intimes Presse-Lunch im eleganten Signau House & Garden Boutique Hotel in Zürich, um seine neueste Innovation vorzustellen: die Re-Nutriv Ultimate Diamond Age Reversal Eye Crème. Während der Veranstaltung genossen die Gäste luxuriöse Mini-Behandlungen und erhielten exklusive Einblicke von Experten in die Langlebigkeit der Haut. Dieses immersive Erlebnis spiegelte das Prestige und die Wirksamkeit der Re-Nutriv-Linie von Estée Lauder wider und definierte die Zukunft hochleistungsfähiger Augenpflege neu.

Fotos © Katerina Stankevich



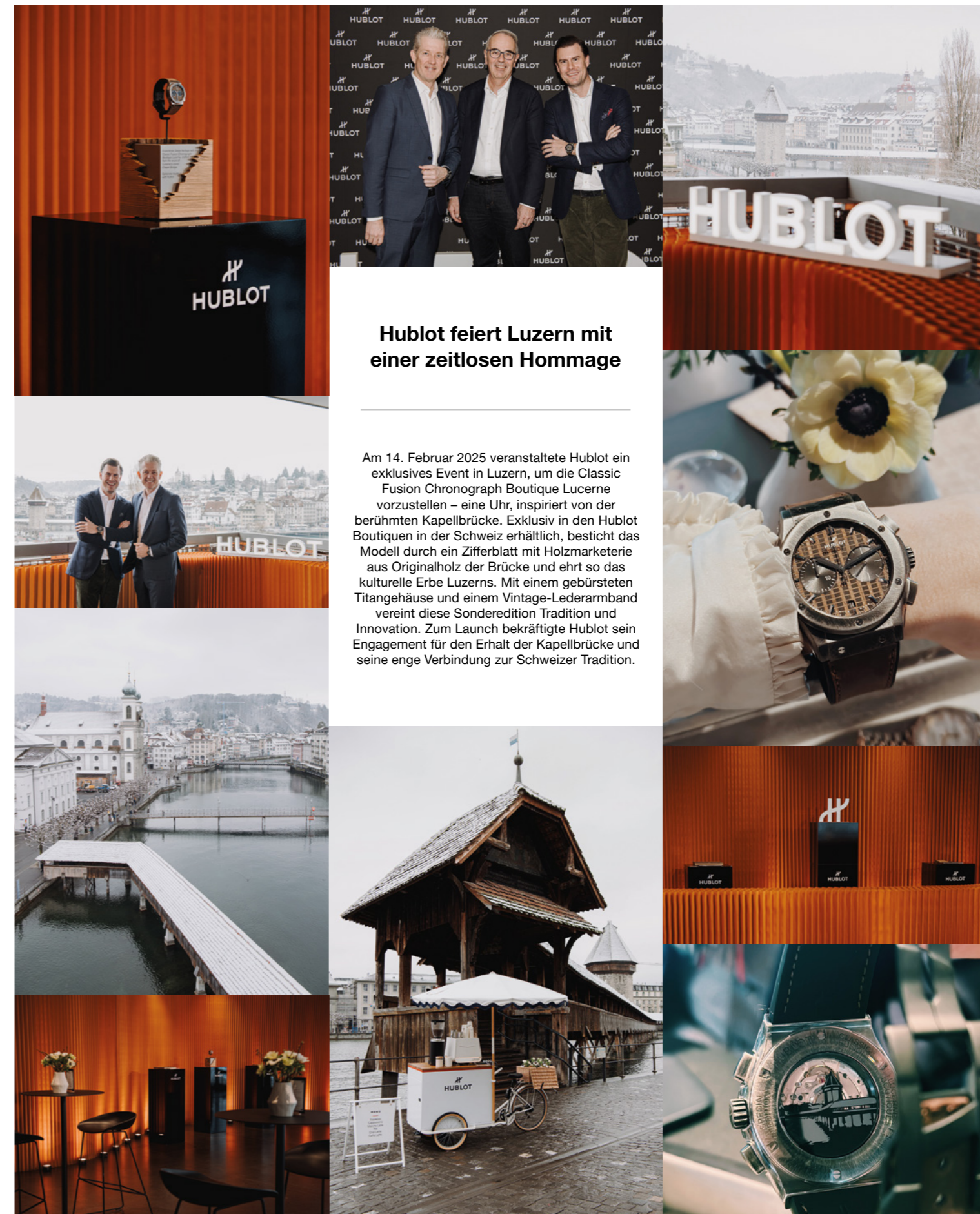
Etam feiert die Eröffnung seiner ersten Boutique in Zürich

Die ikonische Dessous-Marke Etam setzt ihre Expansion in der Schweiz fort. Nach ihrem Erfolg in der Westschweiz erobert das traditionsreiche Unternehmen nun die Deutschschweiz mit der Eröffnung seiner ersten Boutique in Zürich. Im belebten Einkaufsbereich des Zürcher Hauptbahnhofs gelegen, bringt das neue Geschäft Etams unverwechselbare Mischung aus Eleganz und Innovation einem noch breiteren Publikum näher. Zur Feier dieses Meilensteins fand Ende 2024 ein exklusives Presse-Event statt, das das Wachstum und Engagement der Marke für ihre Schweizer Kundschaft würdigte.



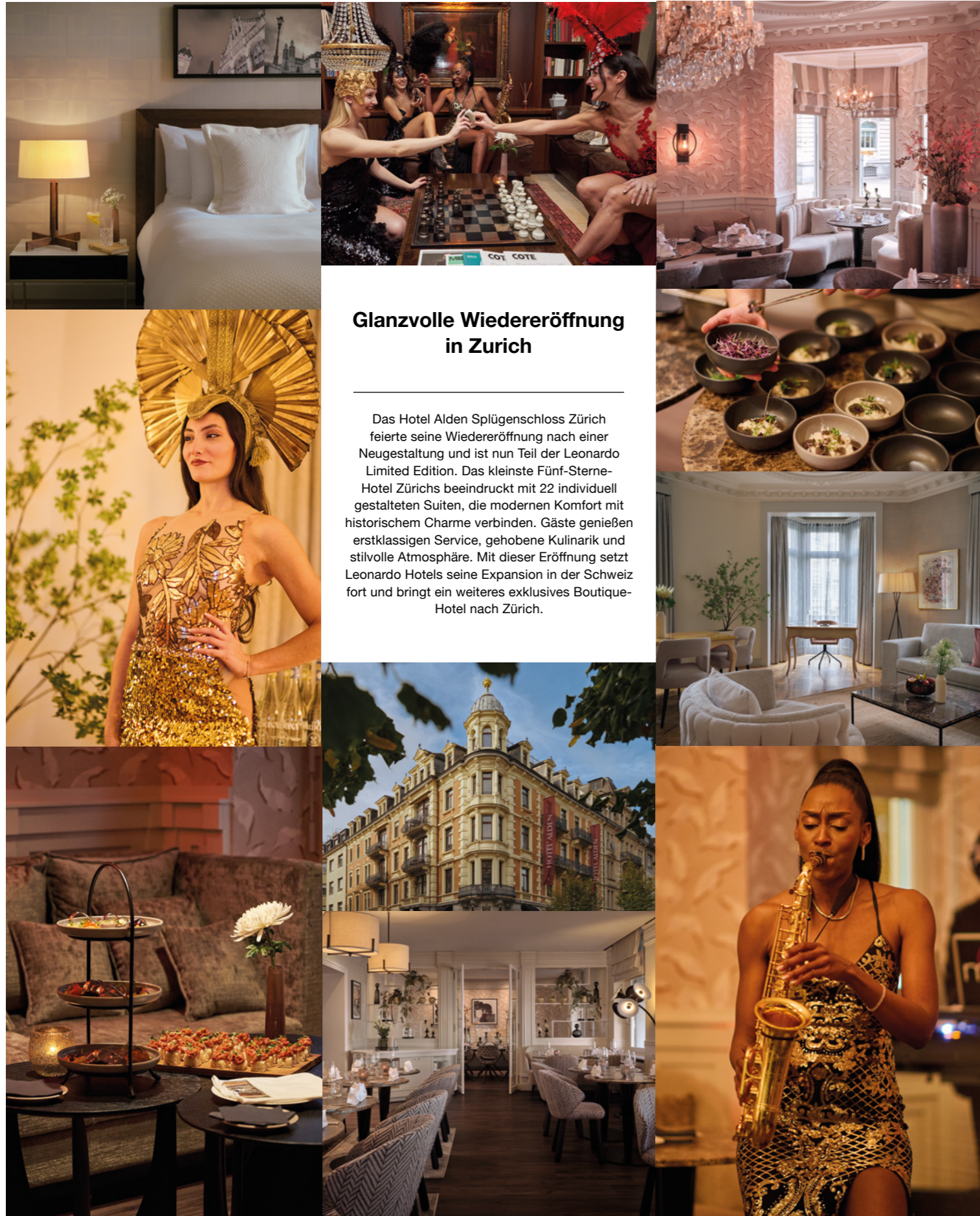
Hamilton x Air Zermatt: 13 Jahre Partnerschaft

Am 14. Dezember trafen sich Pressefreunde und Partner von Hamilton auf dem Heliport von Air Zermatt, um die Khaki Aviation X-Wind Auto Chrono Air Zermatt Edition als Vorpremiere zu bestaunen. Die Uhr ist für Abenteurer bestimmt und wurde zu Ehren der Partnerschaft des Uhrenhauses mit der Rettungsgesellschaft sowie der kürzlich erfolgten Eröffnung des Hamilton x Air Zermatt Shops im Skiort entworfen.



Hublot feiert Luzern mit einer zeitlosen Hommage

Am 14. Februar 2025 veranstaltete Hublot ein exklusives Event in Luzern, um die Classic Fusion Chronograph Boutique Lucerne vorzustellen – eine Uhr, inspiriert von der berühmten Kapellbrücke. Exklusiv in den Hublot Boutiquen in der Schweiz erhältlich, besticht das Modell durch ein Zifferblatt mit Holzmarketerie aus Originalholz der Brücke und ehrt so das kulturelle Erbe Luzerns. Mit einem gebürsteten Titangehäuse und einem Vintage-Lederarmband vereint diese Sonderedition Tradition und Innovation. Zum Launch bekräftigte Hublot sein Engagement für den Erhalt der Kapellbrücke und seine enge Verbindung zur Schweizer Tradition.



Glanzvolle Wiedereröffnung in Zürich

Das Hotel Alden Splügenschloss Zürich feierte seine Wiedereröffnung nach einer Neugestaltung und ist nun Teil der Leonardo Limited Edition. Das kleinste Fünf-Sterne-Hotel Zürichs beeindruckt mit 22 individuell gestalteten Suiten, die modernen Komfort mit historischem Charme verbinden. Gäste genießen erstklassigen Service, gehobene Kulinarik und stilvolle Atmosphäre. Mit dieser Eröffnung setzt Leonardo Hotels seine Expansion in der Schweiz fort und bringt ein weiteres exklusives Boutique-Hotel nach Zürich.

LALLIER

CHAMPAGNE
Aÿ - FRANCE





SPEEDMASTER 38 MM

Blending iconic Moonwatch design with refined minimalist style, the Speedmaster 38 mm is a popular choice with women across the world. The classic look of OMEGA's most famous chronograph has been enhanced with a rich combination of materials and colors, including stainless steel and 18K Sedna™ Gold, and is now set against a bezel with sparkling diamonds. Most captivating of all, this Certified Chronometer features a "sapphirine" dial with brown and white, completing an elegantly styled timepiece that truly shines in quality.

Ω
OMEGA