

FINANZ und WIRTSCHAFT

LUXE

I D E A L E

DOSSIER

Wer sind die Idealisten von heute?

KUNST

Exklusiv-Gespräch mit Marina Abramovic

PORTRÄTS

Die Männer des Jahres 2016 und ihre Ideale

REISEN

Johannesburg: Metropole im Aufbruch

AUTO

Schlösser, Spitzen und Vintage-Cars

Sergio Ermotti,
Mann des Jahres 2016
Kategorie Business



PATEK PHILIPPE

GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

Mehr Informationen erhalten Sie bei den unten genannten
Patek Philippe Partnern sowie im autorisierten Fachhandel.

Eine vollständige Liste unserer Partner in der Schweiz
finden Sie auf patek.com

Ascona

Doris Herschmann,
Piazza Giuseppe Motta/Lungolago

Basel

Gübelin AG, Freie Strasse 27
Seiler, Gerbergasse 89

Bern

Zigerli & Iff AG, Spitalgasse 14

Davos Platz

Chronometrie Stäuble, Promenade 71

Gstaad

Villiger Gstaad AG, Promenade

Interlaken

Kirchhofer Haute Horlogerie II,
Höheweg 56

Klosters

Maissen, Bahnhofstrasse 15

Lugano

Gübelin AG, Via Nassa 7
Mersmann SA, Via Nassa 5
Somazzi SA, Via Nassa 36

Luzern

Gübelin AG, Schwanenplatz

St. Moritz

Gübelin AG, Via Serlas/Palace Galerie

Vaduz/FL

Huber im Weissen Würfel

Zermatt

Haute Horlogerie Schindler SA,
Bahnhofstrasse 15

Zug

Lohri, Neugasse 9

Zürich

Patek Philippe Boutique at Beyer,
Bahnhofstrasse 31

Gübelin AG, Bahnhofstrasse 36



Eine Patek Philippe gehört einem
nie ganz allein.

Man erfreut sich ein Leben lang an ihr,
aber eigentlich bewahrt man
sie schon für die nächste Generation.



Jahreskalender Chronograph
Ref. 5960/1A



Mehr Privatsphäre
geht nicht.

**Und trotzdem kennt
man mich persönlich.**

SWISS First

Was auch immer Sie über den
Wolken am liebsten tun: Der
diskrete und persönliche Service
in SWISS First garantiert Ihnen,
dass Sie es ungestört tun kön-
nen. Geniessen Sie in aller Ruhe
ein gutes Buch, unser exzellentes
À-la-carte-Menü oder lassen
Sie einfach Ihre Seele baumeln.
Ihr Flight Attendant sorgt dafür,
dass es Ihnen an nichts fehlt.

swiss.com/first

A woman with short, wavy brown hair is shown in profile, looking out a window. She is wearing a white, long-sleeved button-down shirt and dark trousers. The scene is lit with warm, natural light from the window, casting a soft shadow of her head and shoulders onto the wall behind her. The wall has a textured, slightly pitted appearance.

 **SWISS**

A STAR ALLIANCE MEMBER 

Made of Switzerland.



Die L.U.C-Kollektion Jeder Bestandteil ein Meisterwerk

Die **L.U.C Quattro** birgt vier übereinandergelagerte unabhängige Federhäuser, die über einen patentierten Mechanismus miteinander verbunden sind und über eine Gesamtfederlänge von 1,8 Metern verfügen. Diese Konfiguration ermöglicht eine extrem konstante Energieversorgung für eine Gangreserve von neun Tagen sowie eine herausragende Präzision. Die Federhäuser werden wie alle anderen Komponenten des L.U.C-Kalibers 98.01-L von unseren Handwerkskünstlern in der Manufaktur Chopard von Hand verziert und vollendet. Die L.U.C Quattro verfügt über ein Uhrwerk mit Chronometer-Zertifikat der Offiziellen Schweizer Chronometerprüfstelle (COSC) sowie dem prestigeträchtigen Gütesiegel «Poinçon de Genève».





L.U.C QUATTRO

Chopard

BLACK BAY

EDELSTAHLGEHÄUSE
DURCHMESSER 41 MM
WASSERDICHT BIS 200 METER
MANUFAKTURWERK

Ästhetisches Erbe neu interpretiert. Die markanten Gestaltungsmerkmale, die einst zum Ruf der historischen Taucheruhren von TUDOR beitrugen, fließen in eine wahrhaft zeitgemäße Armbanduhr mit Vintage-Charakter ein.



Manufakturwerk TUDOR MT5602. Das Uhrwerk verfügt über eine Gangreserve von circa 70 Stunden, wird von einem Oszillator mit variabler Trägheit mit einer Siliziumfeder reguliert und wurde vom Schweizer Prüfinstitut *Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres* (COSC) offiziell zertifiziert.

#TUDORWATCH
TUDORWATCH.COM



TUDOR

LUXE

Magazin zur Ausgabe der «Finanz und Wirtschaft» vom 26. November 2016. LUXE ist eine gemeinsame Publikation von «Bilan» und «Finanz und Wirtschaft» und erscheint vier Mal jährlich.

**VERLAG Finanz
und Wirtschaft AG**

Werdstrasse 21,
Postfach, 8021 Zürich
Telefon 044 248 58 00,
Fax 044 248 58 15
www.fuw.ch, verlag@fuw.ch

VERLEGER

Pietro Supino

VERLAGSLEITER

Walter Vontobel

CHEFREDAKTOR

Mark Dittli

REDAKTION

Hans Uli von Erlach

ANZEIGENVERKAUF

Tamedia Publications
romandes
Werbemarkt
Werdstrasse 21 - 8021 Zürich
Tel. 044 251 35 75
publicite.zuerich@tamedia.ch

ART DIRECTOR

Enzed, Mélanie &
Nicolas Zentner,
Mathieu Moret

BILDREDAKTION

David Huc

MITWIRKENDE

Tonatiuh Ambrosetti, Sylvie Bernaudon, Jean-Cosme Delaloye, Etienne Dumont, Daniel Eskenazi, Richard Frémont, Jorge S. B. Guerreiro, Sarah Jollien-Fardel, Georg Kohler, Chandra Kurt, Olivia Lee, Patricia Lunghi, Chantal Mathez de Senger, Quentin Mouron, Marc Ninghetto, Patrick Oberli, Sylvie Roche, Christian Senti, Alexey Tarkhanov, François Wavre

ÜBERSETZUNG

Béatrice Aklin,
Sabine Dröschel, Gian Pozzy

BILAN LUXE**VERLEGER**

Tamedia Publications SA

CHEFREDAKTOR

Myret Zaki

REDAKTIONELLE LEITUNG

Cristina d'Agostino

MARKETING

Dahlia Al-Khudri,
dahlia.al-khudri@bilan.ch
David Olifson,
david.olifson@bilan.ch

FOTOLITHO

Images3 Lausanne

DRUCK

Stämpfli AG
Auflage 57 000
ISSN 1664-0152

EDITORIAL

Ideale – ganz aktuell?



Hans Uli von Erlach
Redaktion «Luxe»



Am Tag, an dem dieses Editorial geschrieben wurde, war der mexikanische Peso 15% im Minus, die Börsen von Tokio bis Wallstreet gerieten kurzzeitig in Panik, und die mitteleuropäische Welt rieb sich bei den Frühnachrichten die Augen, dachte, sie erwache aus einem schlechten Traum. Und sah: Er war wahr.

Und wir von der «Luxe»-Redaktion bereiteten just dieses Magazin vor zum Thema «Der ideale Mann». Wie das doch passte: Soeben hatten die USA ihren offenbar «idealen Mann» zum Präsidenten gewählt. Und damit die Erkenntnis der Soziologen bestätigt, dass Ideale sich ändern, von Kultur zu Kultur, von Gesellschaft zu Gesellschaft (lesen Sie auf Seite 40). Und auch über die Zeit – immerhin wählten die Amerikaner vor acht Jahren ein ganz anderes Ideal.

Dass auch im Idealismus der Begriff des Idealen mitschwingt, breitet der Philosoph Georg Kohler in seinen Gedanken über Idealisten aus (Seite 38). Wobei auch er zur Einsicht kommt, dass das Idealistische oft im Auge des Betrachters liegt: Wie unterschiedlich beurteilen Nachwelt und Gegenwart doch Helden der Geschichte, Märtyrerinnen gegen Despoten oder heutige Selbstmordattentäter.

Idealisten wollen wir die vier MÄNNER DES JAHRES zwar nicht nennen, die wir Ihnen im vierten Jahr in Folge in dieser «Luxe»-Ausgabe vorstellen. Vielleicht nicht einmal ideale Männer. Männer mit Idealen sind sie aber durchaus: der Musiker, Texter, Performer und Fleisch-, Wein- und Schokoladenproduzent Dieter Meier ebenso wie Formel-E-Weltmeister Sébastien Buemi, der UBS-CEO Sergio Ermotti und der Architekt Bujar Nrecaj. Und wenn wir schon beim Name Dropping sind: Auch Alberto Barbera (Festivaldirektor in Venedig), die Schweizer Idealo-Unternehmer Yonatan Parienti und Mathieu Roullier oder der japanische Snowsurf-Bauer Taro Tamai (seine Boards sind die teuersten und besten) haben Ideale, denen sie ihr Leben widmen. Argentinien's Künstler sowieso, denn ihre Arbeit im politisch instabilen Land «kommt dem Widerstand gleich», wie einer von ihnen erzählt (Seite 48).

Nicht unerwähnt lassen will ich das Gespräch mit Marina Abramović (Seite 44), einer grossartigen Performance-Künstlerin mit Idealen, vielleicht mit Idealismus sogar. «It's a Man's Man's World», sang mal James Brown. Aber eben: «But it would be nothing without a Woman or a Girl...»

Foto Titelblatt
Sylvie Roche



Inhalt



12 **REFLEX** Tonatiuh Ambrosetti / 14 **MUST HAVE** / 16 **AGENDA** / 20 **DIREKT AUS**
22 **CULTURE CLUB** Roppongi Hills Club / 24 **STILKUNDE** Donald Judd / 26 **ORTE**

DOSSIER



- 28 **PORTRÄTS**
Die Männer des Jahres 2016
und ihre Ideale
- 38 **PHILOSOPHIE**
Wer ist ein Idealist?
- 40 **GESELLSCHAFT**
Der ideale Mann
- 42 **PROKEKTE**
Bodenhaftung
- 44 **BOUDOIR**
Marina Abramović



PANORAMA



- 48 **KULTUR**
Buenos Aires
Das Potenzial der Kunst
- 52 **AUTO**
Schlösser, Spitzen und Oldtimer
- 55 **FILM**
La Mostra von Venedig
- 58 **SELEKTION**
Uhren und Schmuck

ERLEBEN



- 62 **REISEN**
Johannesburg
- 66 **PORTFOLIO**
Cognac
- 72 **MOTORRAD**
Gentlemen riders
- 74 **SHOOTING MODE**
Zwischenstop Paris
- 82 **ANDERSWO**
Snowsurf
- 84 **AUKTIONEN**
Flüssige Investition
- 86 **DIGILUXE**





L É M A N G R A N D B L E U

Caran d'Ache hat sich von der landschaftlichen Schönheit des Genfersees und seinem Farbzauber zu einem Schreibgerät inspirieren lassen, das Fernweh weckt und uns träumen lässt. Das Léman Grand Bleu Schreibgerät überrascht ebenso wie er blendet. Durchscheinender blauer Lack lässt die fein eingravierten Wellen so intensiv glitzern wie das kristallklare Seewasser. Erhältlich als Füllfederhalter, Tintenroller, Kugelschreiber und Minenhalter.

Caran d'Ache. Die Exzellenz des Swiss Made seit 1915.

CARAN D'ACHE
Genève

ZÜRICH – Löwenstrasse 19 • GENÈVE – Place du Bourg-de-Four 8 • Rue de la Corraterie 10

carandache.com



ÉCHO_05, Kodak Portra 4x5, Tirage Lambda

Reflex

«Luxe» erteilt der jungen Generation der diplomierten ECAL-Fotografen in jeder Ausgabe Carte blanche. Ein kreativer Blick mit Bezug zum Thema des Magazins.

«In jedem Bild nimmt der Moment, den ich bei der Aufnahme des Fotos erlebt habe, Gestalt an. Diese Erfahrung muss hinter der Kamera und nicht vor einem Computerbildschirm erlebt werden.»

Tonatiuh Ambrosetti ist in einem kleinen Dorf in der Nähe von Lugano aufgewachsen. Während seiner ersten Studienjahre kristallisierte sich sein Interesse für die Beziehungen zwischen Mensch und Natur heraus und wurde allmählich zu einem immer wiederkehrenden Thema seiner fotografischen Arbeit. Parallel dazu befasst er sich mit einer nicht objektiven und generativen Fotografie, die über die traditionellen Möglichkeiten von Bildern hinausgeht, und verwendet dazu auch Skulpturen, Gravuren und Zeichnungen. Dabei weigert er sich vehement, auf digitale Techniken zurückzugreifen. www.tonatiuh.ch



BVLGARI

ROMA

DIVAS' DREAM

Die ganze Welt schaut Reality-TV und zelebriert die Rückkehr ins ursprüngliche Leben in freier Natur. Über die andere Art, die Liebe zur Fauna zu manifestieren. **Patricia Lunghi**

NEWS
MUST HAVE

Animalisch

SOFA ALLIGATOR

Weiterentwicklung des berühmten Banquete-Sessels aus wiederverwerteten Stofftieren der Brüder Campana. Das Sofa ist aus ausgestopften Leder-Alligatoren in Spielzeugformat gefertigt, die auf eine Kupferstruktur aufgenäht sind. Limitierte Edition von acht Exemplaren.

Preis auf Anfrage



Courtesy of Estudio Campana.
Photo by Fernando Lascio

BEZAUBERND WILD

Der Panther, das traditionsreiche Emblem von Cartier, symbolisiert befreite Feminität. La Panthère ist eine Ikone aus Weissgold mit Brillanten und schwarzem Email, Weissgoldarmband mit Diamanten besetzt.

Preis auf Anfrage

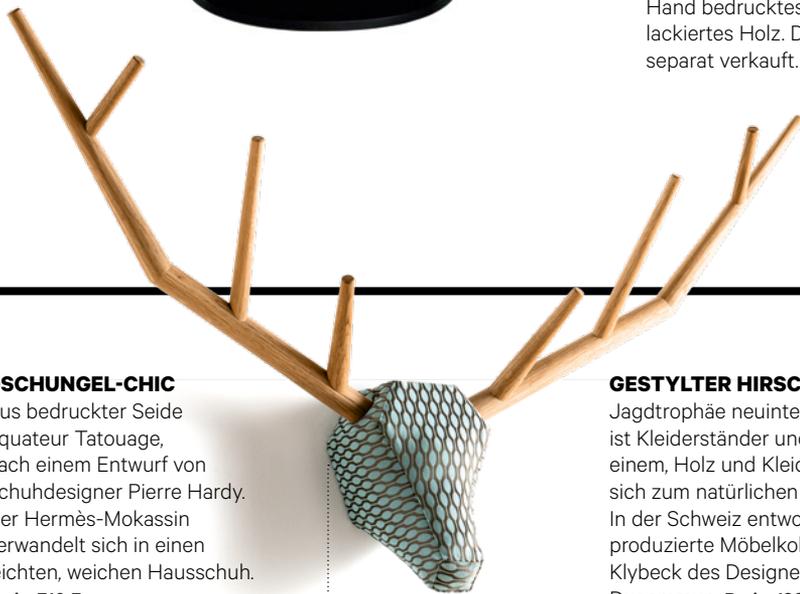


Vincent Mulvey@Cartier



VERFÜHRENDE SCHLANGE

Tischplatte Peccato Originale (Erbsünde) von Fornasetti. Von Hand bedrucktes, bemaltes und lackiertes Holz. Die Basis wird separat verkauft. **Preis: 18'000 €**



GESTYLTER HIRSCH

Jagdtrophäe neuinterpretiert. YY ist Kleiderständer und Skulptur in einem, Holz und Kleider verbinden sich zum natürlichen Ensemble. In der Schweiz entworfene und produzierte Möbelkollektion Klybeck des Designers Baptiste Ducommun. **Preis: 1360 Fr.**



DSCHUNGEL-CHIC

Aus bedruckter Seide Equateur Tatouage, nach einem Entwurf von Schuhdesigner Pierre Hardy. Der Hermès-Mokassin verwandelt sich in einen leichten, weichen Hausschuh. **Preis: 710 Fr.**



Unsere Schmuckstücke sind von der faszinierenden Innenwelt der Edelsteine inspiriert.
Erfahren Sie mehr über den Saphirring «Glowing Jellyfish» auf gubelin.com/deepsea

Etienne Dumont

NEWS
AGENDA

International

MADRID «RENOIR INTIMIDAD»

Taktile Empfindungen spielten beim sinnlichen Künstler Auguste Renoir (1841–1919) eine wesentliche Rolle. Sie sind denn auch das Motto der Retrospektive, die das Museo Thyssen Bornemisza zusammen mit dem Museo de Bellas Artes de Bilbao organisiert. Vom 18. Oktober bis 22. Januar 2017 sind über 70 der berühmtesten Werke des Impressionisten zu sehen, darunter die legendäre «Promenade», heute im Besitz des Getty Museum. www.museothyssen.org



VENEDIG «PAOLO VENINI E LA SUA FORNACE»



Um 1900 liegt die venezianische Glaskunst am Boden. Die Rettung kommt aus Mailand. Paolo Venini gründet 1925 das Unternehmen, das noch heute seinen Namen trägt. In seinen Glaswerkstätten entstehen nach alter Tradition gefertigte Objekte in modernen Formen und Schockfarben. Le Stanze del Vetro auf der Insel San Giorgio Maggiore zeigen bis 8. Januar 300 Werke, die zwischen 1930 und 1959, Todesjahr von Venini, kreiert wurden. www.lestanzedelvetro.org

LONDON «YOU SAY YOU WANT A REVOLUTION?»

Die 1960er-Jahre sind Londons «Swinging Sixties». In der damals konventionellsten Stadt Westeuropas geriet alles in Fluss, Musik, Mode, Film, Design, politischer Aktivismus. Wie sah dieses Jahrzehnt aus? Wie hat es unser Leben beeinflusst? Das Victoria & Albert Museum zeigt bis 26. Februar eine seiner typischen hochspannenden Ausstellungen. Im Blickpunkt die Jahre 1966 bis 1970, die als die radikalsten in Erinnerung bleiben. www.vam.ac.uk



LYON «CORPS REBELLES»

Auf dem vielfältigen Programm des Musée des Confluences steht bis 5. März 2017 eine Mammut-Ausstellung über die Geschichte des Tanzes im 20. Jahrhundert. Mit Kopfhörern ausgerüstet entdeckt der Besucher die sechs Hauptthemen, darunter Virtuoser Tanz, Politischer Tanz, Volkstanz. Filme sowie nicht weniger als acht Choreografien von Strawinskys «Sacré du printemps» vermitteln faszinierende Einblicke in die Welt des Tanzes. www.museedesconfluences.fr



LENS «DIE GESCHICHTE BEGINNT IN MESOPOTAMIEN»



Um 3000 v. Chr. entstanden zwischen Tigris und Euphrat die ersten Staaten, die über politische und administrative Strukturen verfügten. Während drei Jahrtausenden folgten grosse Zivilisationen, von den Sumerern bis zu den Assyryern. Die im 19. Jahrhundert gemachten Funde sind heute gefährdet, weshalb der Louvre eine grosse Ausstellung beschloss, die aufrüttelt. Nicht ganz nachvollziehbar, warum diese in der Louvre-Filiale im nordfranzösischen Lens gezeigt wird. 2. November bis 23. Januar. www.louvreens.fr



PIAGET POLO S

ENTDECKEN SIE DEN **FILM** AUF PIAGET.COM

PIAGET

Piaget Boutique
19, Grendelstrasse - Lucerne

Piaget Boutique
38, Bahnhofstrasse - Zurich

Piaget Boutique
40, rue du Rhône - Genève

Etienne Dumont

NEWS
AGENDA

Schweiz

ZÜRICH
«KIRCHNER –
DIE BERLINER
JAHRE»

1880 in Bayern geboren, übte Ernst Ludwig Kirchner seine Kunst erst in Dresden aus, bevor er sich in Berlin niederliess. Hier entstanden von 1911 bis 1917 seine besten expressionistischen Werke. Die gegensätzlichen Inspirationen bezog er einerseits vom pulsierenden Stadtleben, andererseits von der beschaulichen Ostseeinsel Fehmarn, die er 1908 entdeckte. Das Kunsthaus präsentiert vom 10. Februar bis 7. Mai 2017 eine Retrospektive der Berliner Jahre, die dem Umzug des Künstlers nach Davos vorausgingen. www.kunsthhaus.ch

YVERDON-LES-
BAINS
«POP ART MON
AMOUR»

Die aktuelle Form der Mangas entstand kurz nach dem Trauma der Atombomben in Japan. Es dauerte allerdings lange, bis diese Form von Comics in Europa bekannt wurde. Obwohl es vor 1990 nahezu keine Übersetzungen gab, sollten Mangas schliesslich unsere visuelle Umgebung mitprägen. Das Maison d'Ailleurs zeigt bis 30. April 2017 eine umfangreiche Ausstellung sowie zahlreiche Originalzeichnungen. www.ailleurs.ch

BASEL
«CLAUDE
MONET»

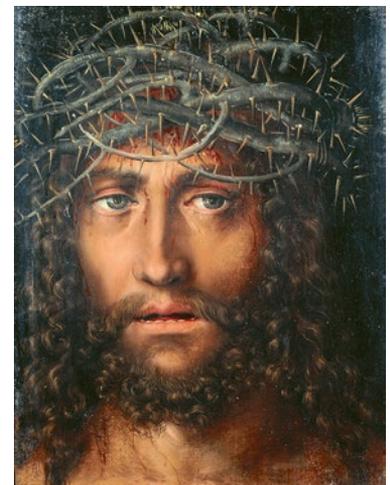
Er ist wieder da! Nach zehnjähriger Abwesenheit in der Schweiz ist der Beliebteste der Impressionisten vom 22. Januar bis 28. Mai in der Fondation Beyeler zu bewundern. Die Ausstellung steht unter keinem bestimmten Motto, denn das Museum in Riehen zeigt fünfzig Werke aus der ganzen Schaffensperiode des 1926 im Alter von 86 Jahren verstorbenen Künstlers. Beyeler besitzt mindestens drei wichtige Werke, darunter das gewaltige Triptychon «Nymphéas». www.fondationbeyeler.ch

GENÈVE
«DIE RÜCKKEHR
DER FINSTERNIS»

Nachdem die Fondation Bodmer die Entstehungsgeschichte Franksteins nachgezeichnet hatte, zeigt das Musée Rath vom 2. Dezember bis 19. März 2017 «Gothische Bilderwelten», wie sie seit dem 1816 veröffentlichten Roman von Mary Shelley entstanden sind. Dieser definitiv antikklassische Trend erhält in jeder Krise neue Aktualität. Die von einem Filmzyklus komplettierte Ausstellung präsentiert Werke ab 19. Jahrhundert bis heute. www.ville-geneve.ch/mah

BASEL
«ARCHÄOLOGIE DES HEILS»

1516 veröffentlichte Erasmus von Rotterdam in Basel seine Übersetzung des Neuen Testaments, ein Jahr später begann in Wittenberg die Reformation. Das Kunstmuseum beschäftigt sich bis 8. Januar 2017 mit der schmerzlichen Frömmigkeit, von der Ende des Mittelalters und Beginn der Renaissance geprägt waren. Zu sehen sind Werke von Cranach, Holbein und Grünewald, im Mittelpunkt steht das Bild von Christus, der in jener Epoche als «Mann des Leidens» wahrgenommen wurde. www.kunstmuseumbasel.ch



HUBLOT



HUBLOT

BOUTIQUES

GENEVE • GSTAAD • LUZERN

ZURICH • ZERMATT

hublot.com • f • t • i



Big Bang Unico Sapphire All Black.
Kratzfestes, rauchfarbenes Saphir-Gehäuse,
als Hommage an die außergewöhnliche
Expertise von Hublot. Eine unsichtbare Sichtbarkeit,
die das Manufakturkaliber UNICO enthüllt.
Auf 500 Exemplare limitierte Serie.



MOSKAU

Alexey Tarkhanov *Journalist*

Moskau will keinen urbanen Luxus

Seit zwei Jahren fühlen sich die Moskauer im Belagerungszustand. Die Stadtregierung hat eine Grossoperation lanciert mit dem Ziel, die Strassen zu renovieren und vor allem das Stadtzentrum aufzuwerten. Man sprach von «urbanem Luxus für alle».

Es tat sich ein echter Grabenkrieg auf. Sämtliche Trottoirs und Fussgängerü-

bergänge wurden gleichzeitig demoliert, Regenfälle überschwemmten die neuen Strassen. Jetzt machten die Moskauer ihrem Ärger lauthals Luft. Twitter und Facebook wurden mit Kritik geradezu überrollt. Die Rede war von Korruption, Unterschlagung, Vernachlässigung, Missachtung. Selbst der Ausdruck «Urbanismus» wurde zum Fluchwort. Aber es nützte alles nichts, wer vorwärtskommen wollte, musste laufen. Luxusboutiquen beklagten den Verlust von Kunden, da diese nicht zu Fuss gehen wollten. Seit langem an den Schutz ihrer Autos gewohnt, hatten sie keine Lust, sich auf Baustellen zu bewegen. Dennoch, die Bilanz ist paradoxerweise eher positiv. Das Stadtzentrum ist jetzt sauber, bequem und angenehm für Fussgänger und Velofahrer. Dennoch nimmt der Unmut zu. Urbaner Luxus

für jedermann wird nicht als Geschenk empfunden. Keine Rede von Gleichheit und Brüderlichkeit. Die von den Apparatschiks verordnete Wohltat erweist sich nicht als solche. Die Strassen von Moskau sind zur mit guten Absichten gepflasterten Hölle geworden.



NEW YORK

Jean-Cosme Delaloye *Journalist*

Dustin Moskovitz und der ultimative idealistische Luxus.

Die Nachricht verursachte viel Lärm: Dustin Moskovitz hat sich im September zum exklusiven Kreis der Milliardäre gesellt, die sich den Luxus leisten, den Ausgang der amerikanischen Präsidentschaftswahlen zu beeinflussen. 35 Millionen Dollar haben der Mitbegründer von Facebook und seine Ehefrau Cari Tuna ausgegeben, um den Einzug von Donald Trump ins Weisse Haus zu verhindern. Die amerikanischen Präsidentschaftswahlen seien zu einem Referendum dafür geworden, «was wir als Personen, als Nation und als Gesellschaft sein wollen», erklärten sie ihre Millionenspende in einem Post auf Medium.

Möglich wurde dieses Engagement von Dustin Moskovitz, Warren Buffet und Mark Cuban (für die Demokraten) und von PayPal-Gründer Peter Thiel und dem mächtigen Hedge-Fund-Chef Robert Mercer (für die Republikaner) durch die umstrittene Citizen-United-Entscheidung von 2010. Seither dürfen Unternehmen unbegrenzt Mittel zur Werbung für oder gegen politische Bewerber einsetzen. «Unsere Entscheidung ist uns nicht leichtgefallen, weil wir Vorbehalte gegen die Beweggründe aller haben, die versuchen, einen Wahlkampf mit viel Geld zu beeinflussen», liessen Dustin Moskovitz und Cari Tuna wissen. Sie rechtfertigten aber ihre Spende mit ihrem Idealbild und einer «tiefen Liebe zu Amerika und der Welt».

NEWS
WELTWEIT

Direkt aus...

Illustration: Nicolas Zentner



HONGKONG

Olivia Lee *Journalistin*

Die neue Welle der bewussten Konsumenten

In Asien verspüren wir nicht mehr den Drang, ohne das geringste Schuldgefühl mit Geld um uns zu werfen und ständig mehr zu konsumieren. Eine neue, wachsende Welle bewusster Konsumenten ist im Kommen. Sie leben nach dem Ideal «mache es richtig, fühle dich gut und lebe besser».

Dank der besseren Aufklärung und des breiten Angebots können sie die Waren und Dienstleistungen mit Bedacht und im Einklang mit ihren Überzeugungen wählen. Sie prüfen sogar die Auswirkungen des Unternehmens auf ihr Leben und, noch wichtiger, auf die Umwelt.

Neue soziale Unternehmen wie Green Monday (greenmonday.org) stiessen lokal und international auf grosse Beachtung. Sie fördern den verantwortungsvollen und bewussten Konsum, mit dem der ökologische Fussabdruck reduziert werden kann, indem sie sich kreativ und nicht aggressiv für ein gesünderes Leben einsetzen. Die Konsumenten sind nicht nur bei Lebensmitteln wählerischer geworden. Sie haben ihr Bewusstsein auch in Bezug auf die Verschwendung von Textilien geschärft, ganz nach dem Motto «recycle oder verzichte».

Die Hongkonger Unternehmen haben dieses neue Konsumverhalten erkannt. Letztes Jahr ist die Anzahl der Second-Hand-Kleidergeschäfte rasant gewachsen. Plattformen wie The Closeteur (thecloseteur.com) haben sich als Erfolgsmodell entpuppt. Nach Ansicht der Hongkonger Konsumenten ist es höchste Zeit, dass wir alle unsere Verantwortung wahrnehmen und zu den Auswirkungen unseres persönlichen Verhaltens auf die Umwelt stehen. Das fängt bei dem an, was wir kaufen, essen und tragen.

BLUÉDITIONS
BUCHERER
1888

TRIBUTE TO BLUE

Seit 1888 führt Bucherer ein beeindruckendes Sortiment der weltweit bedeutendsten Markenuhren. Aus der Zusammenarbeit zwischen Bucherer und einer Auswahl namhafter Uhrenpartner entstand eine einzigartige Uhrenkollektion – die Bucherer BLUE EDITIONS. Durch diese Zusammenarbeit konnten neue Standards bezüglich Innovationskraft und Kreativität gesetzt werden. Entdecken Sie die exklusiven Zeitmesser mit einem Tribut an die Farbe Blau – eine Farbe, die zu Einzigartigem inspiriert.

Exklusiv bei Bucherer erhältlich


CARL F. BUCHERER
LUCERNE 1888

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

Chopard


H. Moser & Cie.
VERY RARE

IWC
SCHAFFHAUSEN


JAEGER-LECOULTRE

LONGINES

PANERAI

PIAGET



Sarah Jollien-Fardel

NEWS
CULTURE CLUB

Roppongi Hills Club Hoch hinaus in Tokio

Mit seinem Ballungsraum, in dem über 42 Millionen Menschen leben, ist Tokio noch immer die grösste Stadt der Welt. Entsprechend illusorisch ist die Hoffnung, irgendwo zur Ruhe zu kommen. Da das Bedürfnis nach Erholung aber vorhanden ist, wurde der Roppongi Hills Club geschaffen, benannt nach Roppongi Hills, dem Quartier, in dem er errichtet wurde. Siebzehn Jahre hat es gedauert, bis der Komplex im Kreis Minato-ku fertiggestellt war. Er besteht aus Wohngebäuden, Geschäften, Kinos, Museen und Parks und ist an seinem Wahrzeichen, dem 54-stöckigen und nahezu

250 Meter hohen Mori Tower schon aus der Ferne zu erkennen. Im 51. Stock des Turms befindet sich der Club mit seiner sagenhaften Aussicht auf die Skyline Tokios. Er umfasst sieben Restaurants, zwei Bars, einen Bankettsaal und mehrere Privatsalons und organisiert regelmässig Kunstausstellungen. Apropos Kunst: Auf dem Vorplatz des Turms wacht die 10 Meter hohe Spinnenskulptur von Louise Bourgeois. Im Roppongi Hills Club geben sich viele Kaderleute die Klinke in die Hand, die in den Büros der unteren Etagen für namhafte Unternehmen wie Google, Ferrari, Goldman Sachs, Barclays, Time Warner und sogar die Pokemon Company arbeiten. Wer Zulass zu diesem erlauchten Kreis erhalten möchte, muss ganz schön tief in die Tasche greifen. CHF 12'000.- betragen die Aufnahmegebühren, hinzu kommt ein jährlicher Mitgliederbeitrag von CHF 2000.-. T-Shirts und zerrissene Jeans werden nicht geduldet. Dafür erfüllt Ihnen der clubeigene Concierge jeden Wunsch.

www.roppongihillsclub.com



HERMÈS - DIE WEITE DER NATUR

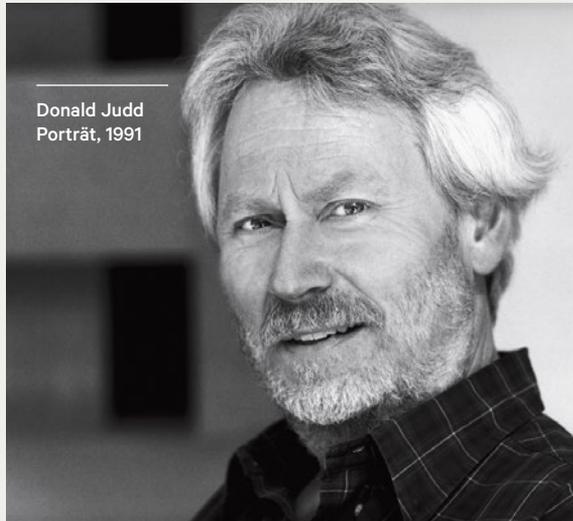


Patricia Lunghi

NEWS
STILKUNDE

Weniger ist mehr Minimal Art von Donald Judd

Aufs Wesentliche reduzieren: Dieser Ausdruck scheint für das Werk von Donald Judd erfunden. Sein ganzes Leben hat der amerikanische Künstler versucht, figurativen Elementen und jeder menschlichen oder organischen Spur eine plastische Form zu verleihen. Für den Hauptvertreter des Minimalismus durfte ein Kunstwerk auf nichts verweisen als auf sich selbst. Sein künstlerisches Vokabular ist frei von emotionalen Affekten. Es konzentriert sich aufs Wesentliche: Farben und Industriematerialien, sich wiederholende geometrische Figuren, die auf die Materie und reines Volumen reduziert sind. Von der Malerei ging Judd zur Bildhauerei



Donald Judd
Porträt, 1991

Judd Foundation

und schliesslich zu Möbeln über. Qualitätsbedacht wählte er die Hersteller selbst aus und schränkte den Verkauf seiner Objekte ein, als ein wesentlicher Aspekt seines Schaffensprozesses. Als er 1984 in der Schweiz war, entdeckte Judd die Firma Lehni in Dübendorf bei Zürich. Angehen von der präzisen Metallverarbeitung schuf er eine Sammlung aus 15 farbstarken Möbelstücken, die noch heute von Lehni produziert und vertrieben werden. Judd hegte eine Aversion gegen temporäre Ausstellungen und war in diesem Punkt unnachgiebig. Er zog es vor, seine Werke in permanenten Installationen zu zeigen, die er in seinem Atelier und bei sich zu Hause in New York und in Marfa, Texas, selbst eingerichtet hatte. Die Orte sind noch immer öffentlich zugänglich. Im Herbst 2017 eröffnet das MOMA in New York die erste grosse Retrospektive des 1994 verstorbenen amerikanischen Künstlers. Sie blickt mit über 100 Werken, Bildern, Skulpturen, Möbeln und Schriften zurück auf sein künstlerisches Schaffen und offenbart eindrücklich, wie seine Ästhetik eine ganze Epoche geprägt hat.

www.juddfoundation.org; www.lehni.ch



Donald Judd
Collection «Metal
Furniture», noch
heute von Lehni
produziert

HERMÈS - DIE WEITE DER NATUR



Das Atlasgebirge im funkelnden Licht, üppige Gärten in São Paulo, die weisse Wüste der Alpen – vier Destinationen, um Sonne und Schönheit des Winters zu geniessen. **Jorge S.B. Guerreiro**

NEWS
ORTE

Wintersonne



AL MAHA, MARRAKECH

In Marrakech wurden zahlreiche Riads in Hotels umgebaut. Das Al Maha aber übertrifft alle. Es ist nicht nur das grösste, sondern befindet sich mitten in der Kasbah, was ihm einen zusätzlichen Charme verleiht, da die meisten Luxushäuser der Stadt eher in den Palmenhainen zu finden sind. Das vom belgischen Architekten Charles Kaisin konzipierte Hotel verfügt über Spa mit Hamam im Untergeschoss, einen türkis leuchtenden Pool im Innenhof, eine riesige Dachterrasse mit atemberaubendem Blick auf die Stadt und das Atlasgebirge. www.almahamarrakech.com

ULTIMA, GSTAAD

Der luxuriöse Komplex besteht aus zehn Suiten und drei riesigen, aus altem Holz gebauten Chalets. Der Besucher ist gleich beim Betreten gebührend beeindruckt: Ein Sieben Meter hoher Baccarat-Lüster, ein von unten beleuchteter Onyxboden und ein gläserner Flügel geben den Ton an. Das Hotel verfügt über das italienische Gastrorestaurant Duchessa mit gegen Süden gelegener Terrasse, ein über 800 m² grosses Spa, Kino- und Spielsaal. Diskothek. Intimität und Diskretion ist hier die Devise. Ein Butler steht rund um die Uhr zur Verfügung. www.ultimagstaad.com



WALDHAUS MOUNTAIN RESORT & SPA, FLIMS

Das ehrwürdige Waldhaus stahl Harvey Keitel und Michael Caine im 2015 von Paolo Sorrentino gedrehten Film «Youth» fast die Show. Hollywoodmässig ging's dann weiter, das Hotel schloss die Tore und unterzog sich einem 40 Millionen teuren Lifting. Nach Totalrenovation und Gesamterneuerung erwarten vier Restaurants, drei Bars und ein spektakuläres Spa die Gäste. Am 9. Dezember 2016 wird die Eröffnung gefeiert. www.waldhaus-flims.ch



PALÁCIO TANGARÁ, SÃO PAULO

Ende der 1940er-Jahre beauftragte der italo-brasilianische Playboy Francisco «Baby» Matarazzo Pignatari den Architekten Oscar Niemeyer und den Landschaftsgestalter Roberto Burle Marx mit dem Bau des Palácio Tangará, der aber unvollendet bleiben sollte. Nun wird das in einem traumhaften Park im Zentrum von São Paulo gelegene Anwesen in das Luxushotel Tangará umgebaut. Die 141 grosszügigen, elegant gestylten Zimmer, davon 59 Suiten, blicken auf den üppigen Park. Chef des Restaurants ist der Franko-New Yorker Jean-Georges Vongerichten. Spa by Sisley. Die Eröffnung ist auf Anfang 2017 geplant. www.palaciotangara.com

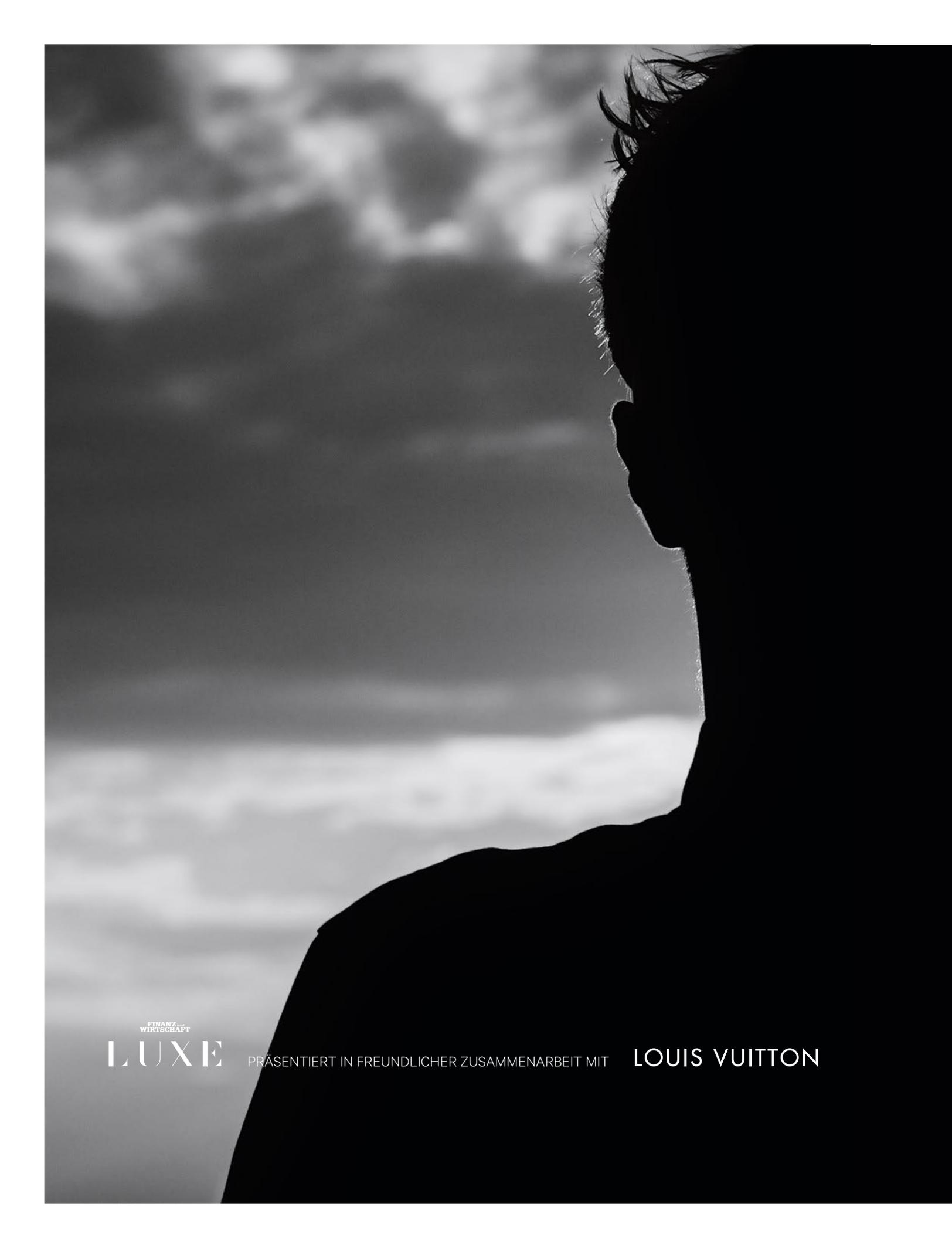
Erleben Sie
UNENDLICHE WEITEN

EMIRATES FIRST

Entspannen Sie sich in Ihrer Privatsuite, nehmen Sie eine erfrischende Dusche und genießen Sie vorzügliche Gourmet-Küche zu jeder Zeit.

Hello Tomorrow


Emirates



FINANZ
WIRTSCHAFT

LUXE

PRÄSENTIERT IN FREUNDLICHER ZUSAMMENARBEIT MIT

LOUIS VUITTON

Wie würden Sie sich definieren?

Ich bin Produzent. Ich stelle viele Dinge her, darunter Uhren (Dieter Meier war Besitzer der Marke Ulysse Nardin, die er 2014 an die Kering-Gruppe verkaufte, Anm. d. Red.), Schokolade, Wein, argentinisches Rindfleisch, Honig, Mandeln, Nüsse, Kaffee. Ich kreiere Kunstwerke, Musik, schreibe Drehbücher und Romane.

Vierzig Jahre nach Ihrem Debüt haben Sie vor kurzem mit Ihrem Weggefährten Boris Blank ein Album herausgegeben.

Toy ist Ende September erschienen. Es ist unser dreizehntes Album und enthält alternierend Songs und Instrumentales, unkonventionellen Pop.



*Ich liebe es, am
Ende des Tages
allein zu spielen,
Zwiesprache zu
halten mit meinem
Swing.»*

Yello stand kürzlich erstmals auf der Bühne.

Boris Blank und ich sind noch nie live aufgetreten. Vor 35 Jahren gab es eine kleine Präsentation unserer Gruppe vor einem Publikum in New York, das mehrheitlich aus Afroamerikanern bestand, die wegen des Sounds unserer Platte dachten, wir wären avantgardistische schwarze Künstler von der Ostküste der USA. Als wir schliesslich auf der Bühne standen, konnte niemand glauben, dass wir Schweizer waren.

Sie stehen nicht gerne auf der Bühne?

Ich persönlich habe immer gerne für mein Publikum auf der Bühne gespielt. Deshalb gründete ich vor ein paar Jahren die Gruppe Out of Chaos. Wir gaben etwa vierzig Konzerte. Boris Blank hat sich nie gerne in der Öffentlichkeit gezeigt. In Berlin war er ausnahmsweise damit einverstanden, denn wir konnten unsere elektronische Musik simul-

tan mit einem Dutzend Live-Musikern aufführen. Angesichts des Erfolgs dieser vier Konzerte haben wir beschlossen, demnächst auf Welttournee zu gehen.

Werden Sie weiterhin mit anderen Musikern arbeiten?

Wir haben für die Alben von Yello stets mit Gastsängern gearbeitet. Die berühmteste war Shirley Bassey. In Berlin traten wir mit der Chinesin Fifi Rong und mit Malia aus Malawi auf, zwei wunderbaren Sängerinnen.

Wer komponiert die Alben?

Tatsächlich verbringe ich sehr wenig Zeit damit, Musik zu machen. Boris ist da viel stärker als ich engagiert. Er bezeichnet sich als Klang-Maler und liebt es, gleichzeitig siebzig bis achtzig tönende Bilder zu malen. Deshalb nimmt er sich lange Zeit, ein Album zu produzieren. Wir müssen jedes Mal Stücke aus Dutzenden Werken auswählen. Meine Arbeit ist fantastisch, denn ich bin Gast seiner klingenden Bilder. Boris komponiert nicht, er kreiert ein Klanguniversum. Ich steuere dann Texte und Melodien bei. Dies geht sehr schnell, mehr als einen Tag brauche ich jeweils nicht dazu.

Was für ein Sänger sind Sie?

Am Anfang meiner Karriere habe ich nicht wirklich gesungen, ich war eher ein avantgardistischer Rapper. Später komponierten wir Melodien, unsere Songs wurden konventioneller, selbst wenn unsere Musik nach wie vor recht ungewöhnlich ist.

Sie haben auch eine Ausstellung in Berlin?

Ja, während mehr als dreissig Jahren fotografierte ich mich selbst in der Verkleidung diverser Figuren, für die ich Biografien ausdachte. Diese Fotos werden bis Ende November in der Galerie Judin gezeigt. Ich hatte das Glück, mehrmals in Deutschland ausstellen zu können. Erstmals 1972 an der Documenta, der weltweit wichtigsten Kunstmesse, die alle vier Jahre in Kassel stattfindet. Ich hatte damals eine Performance kreiert, die mich 22 Jahre später wieder an den gleichen Ort zurückführen sollte. Ich stand auf einer Metallplatte und Hunderte Leute, darunter der Bürgermeister der Stadt, schauten mich neugierig an.

Gibt es auch Ausstellungen in der Schweiz?

Hier werde ich von der Zürcher Galerie Grieder Contemporary vertreten, die für 2017 eine nächste Ausstellung plant.

Erzählen Sie uns etwas von Ihrem Schokoladenprojekt.

Wir haben ein Verfahren entwickelt, bei dem der Kakao kalt extrahiert wird, was es erlaubt, Schokolade ohne künstliche Aromen herzustellen. Wir sind die Ersten, die diese Methode anwenden, die der Schokolade einen aussergewöhnlich intensiven Geschmack verleiht. Sie ist in der Schweiz ab Februar 2017 unter der Marke «Oro di cacao» im Handel.

Sie sind seit langem Anhänger der biologischen Landwirtschaft. Ein Ideal?

Als ich vor rund zwanzig Jahren Argentinien entdeckte, hatte ich den Wunsch, biologische Landwirtschaft zu betreiben und Wein und Fleisch zu erzeugen. Ich erwarb in Patagonien am Rio Negro 15'000 Hektaren Land, wo ich seit kurzem auch Baum-, Hasel- und Pekannüsse produziere. Wir können eine pestizidfreie Landwirtschaft praktizieren, da es wegen des heissen Klimas weder Bakterien noch Pilze gibt. Und dank dem Rio Negro werden die Pflanzen genügend bewässert. Ideal, um Früchte dieser Art zu ziehen.

Planen Sie, eines Tages auch in einen Weinberg in Europa zu investieren?

Ich besitze Rebberge auf Ibiza, wo ich auf 500 m ü. M. Wein keltere. Ich bin der Erste, der auf der Insel auf dieser Höhe Wein anbaut.

Welches sind Ihre anderen Passionen?

Ich bin ein grosser Golfan. Schon als Kind spielte ich jeweils im Garten. Weil dies meinen Eltern zu gefährlich war, schrieb ich mich als Achtjähriger ganz allein in einem Club ein. Der Direktor lachte zuerst, erlaubte mir dann aber, für 50 Franken Mitglied zu werden. Später konnte ich mit der Junioren-Nationalmannschaft spielen. In Argentinien übe ich auf Poloterrains. Golf ist die einzige von den Europäern erfundene Disziplin, die Zen ist. Ich liebe es, am Ende eines Tages allein zu spielen, denn dann kann ich mit meinem Swing Zwiesprache halten.

MÄNNER DES JAHRES

Diese Ausgabe «Luxe Spezial Männer» ehrt im vierten Jahr in Folge Männer-Persönlichkeiten, die 2016 in der Schweiz von sich reden gemacht haben. **Cristina d'Agostino**

Business, Kultur, Sport und Design/Architektur waren die vier Kategorien, für die wir je vier Persönlichkeiten nominiert hatten, die mit ihrem Engagement und ihrem Erfolg überzeugten. Wir legten dabei Wert auf die Ausgewogenheit Deutschschweiz-Romandie, da «Luxe» in beiden Landesteilen erscheint (die französischsprachige Ausgabe mit dem Wirtschaftsmagazin «Bilan»). Die Jury aus Vertretern von Medien, Kultur und Wirtschaft hat schliesslich vier Gewinner gewählt, die mit ihrer Brillanz die Aktualität in unserem Land geprägt haben. Wir haben die «Männer des Jahres» zu einem exklusiven Gespräch getroffen, um mehr über ihre Ideen und ihre Erfolgsmotivation zu erfahren.

Bujar Nrecaj

Der 37-jährige schweizerisch-kosovarische Architekt wurde für ein Projekt im Kosovo in die Shortlist des «Aga Khan Award for Architecture 2016» gewählt. **Hans Uli von Erlach**

Was bedeutet diese Nomination für Sie?

Es ist für mich eine Ehre. Und die Nomination hilft vor allem, das Projekt der Bunateka, für das ich nominiert wurde, international bekannt zu machen: eine Bibliothek für Kinder und Jugendliche, die sonst kaum Möglichkeiten zum Lesen haben, dort hinzustellen, wo sie spielen und keine Berührungsängste haben: auf ihren Schulhof.

Bis heute gibt es in Ihrer Heimat Kosovo acht Ihrer Schülerbibliotheken. Es sollen noch mehr werden?

Natürlich, man kann sie überall auf der Welt aufstellen, wo Jugendliche keine Möglichkeit haben, eine Beziehung zu Büchern zu entwickeln.



Wer keine Träume hat, hat nichts zu verwirklichen»

Wie kam es zur Idee?

Ich wusste schon als Bub in dem Dorf in der Nähe von Prizren, dass ich hier einmal einen Beitrag leisten und schönere Häuser bauen wollte. Das liess mich nie los, auch nicht während meiner Ausbildung und meinen späteren Arbeitsstellen als Architekt in der Schweiz. Als es dann 2008 hiess – ich war gerade an einem Projekt, das der Architekt Edoardo Souto de Moura für den Novartis-Campus baute –, der Kosovo werde sich unabhängig erklären, spürte ich: Da muss ich dabei sein! Und am 17. Februar 2008, am Tag der Unabhängigkeitserklärung, ging ich hin.

...und trafen eine grosse Euphorie des Neubeginns!

Ja es war eine riesige Freude bei den Menschen. Jeder glaubte, jetzt wird etwas Neues, Gutes geschehen. Aber kaum einer unternahm etwas dafür. Ich habe versucht, die Euphorie in etwas Konkretes umzusetzen und habe meine Idee der Schulbibliothek ausgearbeitet, einen Pavillon aus Holz und Glas, der in der Realisierung rund 20 000 € kostet. Inklusiv die Bücher. Ich sprach im Freundeskreis über mein Projekt, über Träume, die Zukunft, kritisches Denken, über die Entwicklung dieser Gesellschaft – die meisten sagten: Du bist ein Träumer, wer will schon Bücher le-

sen, das kannst du nie realisieren. Genau das liess mich noch stärker an die Idee glauben.

Wie wurde Ihr Projekt aufgenommen?

Inzwischen ist es integriert und funktioniert. Aber zuerst ging ich ein Jahr lang mit Projekt und Modell in Pristina zu den Ministerien und von Botschaft zu Botschaft – im Kosovo zählt etwas oft mehr, wenn es aus Westeuropa kommt. Schliesslich hat der norwegische Botschafter zugesagt, die erste Schülerbibliothek zu finanzieren, nachdem alle anderen abgewinkt hatten. Ich habe gelernt: Wenn du keine Träume hast, hast du auch nichts zu verwirklichen! Wenn man von etwas voll und ganz überzeugt ist, kann man es realisieren. Und hier ist es! Die Freude darüber ist ein Luxus, den mir niemand nehmen kann.

Sie bauen ja auch in der Schweiz. Was ist der Unterschied zwischen den beiden Ländern bei Ihrer Arbeit?

Architekten experimentieren gern. Dazu hat man im Kosovo mehr Möglichkeiten als in der Schweiz, wo es mehr Einschränkungen gibt. Dort gibt es weniger Vorschriften, das Klima ist anders, da probiert man gerne mal etwas Neues aus. Das Potenzial in einem Land im Aufbau wie dem Kosovo erlaubt, ein Thema neu zu denken.

Ist es auch für Unternehmer aus dem Ausland einfacher, dort zu investieren?

Einfacher nicht wirklich. Aber es gibt dort noch sehr viel Potenzial, es ist noch alles möglich. Nur müsste von den Politikern noch sehr viel kommen, um dieses Potenzial auch wirklich zu nutzen und ausbauen zu können. Leider haben es viele von ihnen bisher versäumt, für die kreative Kraft im eigenen Land Raum zu schaffen. Es sind nicht nur die günstigen Arbeitskräfte, die westliche Investoren anlocken können. Es sind auch die Köpfe, die brachliegende Kreativität, die Energie dieser jungen Gesellschaft, die Lust darauf hat, etwas zu machen. Letztes Jahr haben zum Beispiel fünf junge Leute aus Pristina den Nasa Space Apps Challenge gewonnen.

Das Hotel Gračanica ist auch ein Projekt mit ideellen Zielen.

Die Initiative kam vom Schweizer Unter-

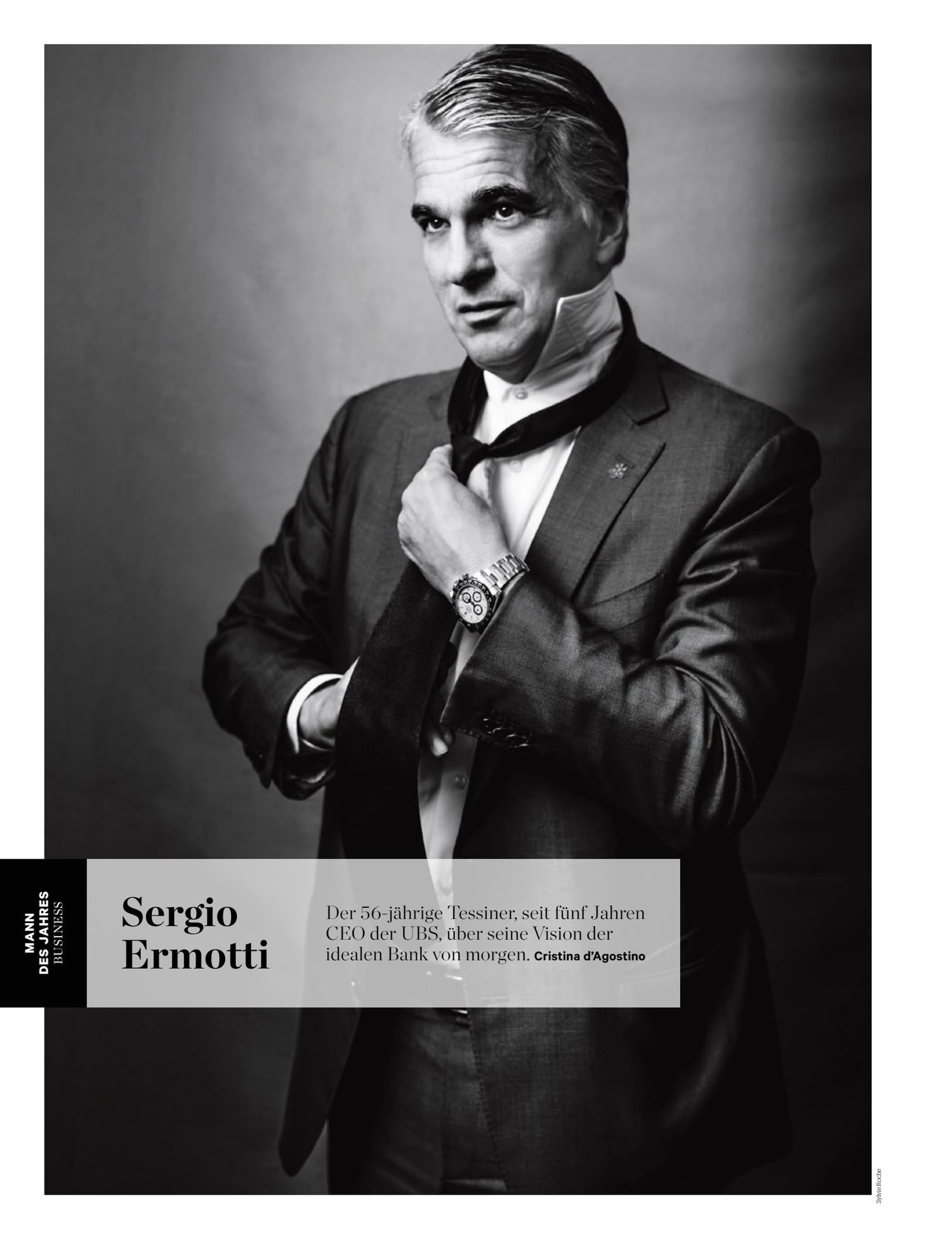
nehmer Andreas Wormser, der im ersten diplomatischen Büro der Schweiz im eben erst gegründeten Staat Kosovo für die Rückkehr der Flüchtlinge zuständig war. Er wollte ein Hotel mit Romas bauen um Touristen das Land näherzubringen. Das fand ich super – man findet selten Bauherrschaften, die klar wissen, was sie mit welchem Projekt erreichen wollen. Zu Beginn war ich skeptisch, auch weil das Hotel in Gračanica stehen sollte, einer serbischen Enklave im Kosovo, und die Serben waren ja seit Jahren und besonders nach dem Kosovo-Krieg unser Feindbild Nummer eins. Ich musste mir selber im Klaren sein: kann ich das? Will ich das? Das Ganze hatte für mich einen starken politischen, aber auch emotionalen Aspekt. Ich habe alles analysiert und sah: Das kann eine Perle werden! Die Idee ist toll, die Natur wunderbar und gleich vor dem Gelände liegen die Ruinen von Ulpiana begraben, der seinerzeit zweitgrössten römischen Stadt im Balkan. Inzwischen haben Archäologen damit begonnen, diese Stadt freizulegen. Schliesslich habe ich mich entschieden, das Projekt zu machen und es wurde wirklich wunderbar, auch für mein Land.

Sie haben dort ein veritables Designhotel hingestellt.

Ich wollte Räume schaffen, die zusammen mit der Umgebung ein Erlebnis sein sollten. Meine Architektur soll immer eine Geschichte erzählen. Vor allem reizte und freute mich, dass da nicht einfach ein reicher Investor kam und sagte: stell mir ein Superhotel hin. Sondern weil es ein Projekt war mit Romas für Romas, einer Minderheit. Es wurde ein multiethnisches, idealistisches Projekt, eine Art Friedensprojekt, in dem bis heute Albaner, Serben, Romas und Schweizer gut zusammenarbeiten. Entgegen aller vorherigen Skepsis, ob diese oft «verfeindeten» Ethnien zusammen funktionieren. Das Projekt Hotel Gračanica ist für mich ein Stück Schweiz mitten im Kosovo, mit aller Hospitality, dem Komfort und Design, die wir auch in der Schweiz schätzen.

Wo ist Ihre Identität? In der Schweiz oder im Kosovo?

(langes Überlegen) ... ich bin beides, beides ist mir sehr wichtig, ich identifiziere mich mit dem Hier und mit dem Dort. Den Sinn fürs Praktische finde ich in der Schweiz, die Emotionen hole ich mir von dort. In der Mitte zwischen beiden zu stehen, gibt mir ein Gefühl der Stärke.



MANN
DES JAHRES
BUSINESS

Sergio Ermotti

Der 56-jährige Tessiner, seit fünf Jahren CEO der UBS, über seine Vision der idealen Bank von morgen. **Cristina d'Agostino**

Die UBS hat die Turbulenzen im 2016 verhältnismässig gut überstanden. Wie sieht Ihre Bilanz des laufenden Jahres aus?

Das Jahr ist zwar noch nicht zu Ende, aber es entpuppte sich entgegen unserer Annahmen vor zwölf Monaten als viel komplizierter. Wobei unsere damaligen makroökonomischen Prognosen keineswegs günstig und schliesslich doch zu optimistisch waren. Es gab einen Rückgang des globalen Wachstums, die Einführung der Negativzinsen in Europa, eine grosse Unsicherheit in Zusammenhang mit dem geopolitischen Umfeld, Rechtsstreitigkeiten – vier Elemente, die die Psychologie der Märkte und der Kunden beeinflussten und weiterhin beunruhigen. Ich bin mit unseren Ergebnissen und der rigorosen Umsetzung unserer Strategie zufrieden. Allerdings gilt es, diese unter einem relativierenden Gesichtspunkt und in einem beunruhigenden Kontext zu betrachten.



In der Geschäftswelt ist es gefährlich, einem Ideal anzuhängen und die Realität zu ignorieren.»

Welches ist heute das Profil des idealen Bankers?

Ich denke nicht, dass sich der heutige Banker gross vom gestrigen unterscheidet. Er gehörte nie zu den beliebtesten Personen, oft aber zu den meist respektierten. Viele Fehler und Irrtümer haben Respekt und Vertrauen untergraben. Heute gewinnen wir diese in kleinen Schritten zurück.

Und die ideale Bank von morgen?

Sie muss über eine solide Vermögenssituation verfügen, dem Kunden Sicherheit vermitteln, sie muss ihre finanziellen Ressourcen effizient bewirtschaften, und zwar nicht nur bezüglich Kosten, sondern auch hinsichtlich Kapital und Liquidität. Die Bank muss fähig sein, Risiken des Marktes, aber auch der Reputation abzuwägen. Wenn sie diese Bedingungen nicht erfüllt, ist es schwierig, als vertrauenswürdige Institution angesehen zu werden. Ich würde zudem noch drei

Elemente anfügen, nämlich Kompetenz und nachhaltige Performance – zugunsten der Kunden und Aktionäre – sowie die Haltung, mit der sie diese Kompetenzen ausübt: Integrität als unabdingbarer Teil der Unternehmenskultur. Schliesslich muss die Bank von morgen die Avantgarde in der Nutzung der Technologien sein.

Das Vertrauen des Kunden: Ein Ideal, das sich auf digitale Akteure überträgt, welche die Banken der traditionellen Kundenbindung berauben?

Nein. Mit Blick auf die vergangenen vierzig Jahre war der Finanzsektor zwar einer der ersten, der neue Technologien nutzte. Heute sind wir die grossen Anwender. Selbst wenn der technologische Wechsel extrem schnell vor sich geht, wird er nicht sofort umgesetzt. Ich stelle dies in unserem Alltagsgeschäft fest. Heute beschäftigen wir uns mit der Technologie 4.0, aber eigentlich sind es die gleichen Diskussionen, die wir in den 1990er-Jahren führten, als wir über Internet und den Umgang damit redeten. Technologie ist kein Big Bang, der über Nacht eintrifft. Es ist eine Evolution, an der wir teilnehmen und zu welcher wir einen aktiven Beitrag leisten. Denn die Fintechs brauchen Kunden und Inhalte. Es sind Kanäle, die alimentiert werden müssen.

Zürich und Genf sind im jüngsten Global Financial Centre Index auf rückläufiger Position, während London, New York, Singapur oder Hongkong als massgebende Finanzplätze eingestuft werden. Wird die UBS vermehrt auf diese Zentren setzen?

Zürich und Genf sind für unsere in- und ausländischen Aktivitäten von strategischer Bedeutung. Daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Wir sind eine Bank, die eine starke schweizerische Identität behalten will, gleichzeitig ist die UBS eine globale Bank und Leader im Wealth Management Private Banking. Der Grund, weshalb andere Finanzplätze schneller wachsen, liegt in der Entwicklung des globalen Wachstums. Asien und Amerika schaffen Wohlstand, Europa schrumpft. Für die Schweiz bedeutet dies das Risiko einer geringeren Globalität. Dazu kommt, dass im Management des Finanzplatzes Schweiz viele Fehler gemacht wurden. Viele glauben, das Er-

reichte sei die Normalität und vergessen, dass in Jahrzehnten Geschaffenes sehr schnell verloren gehen kann.

Ist, wer Erfolg haben will, besser disruptiv oder idealistisch?

Idealismus definiert sich prioritär aufgrund von Kriterien der Ethik und der professionellen Kompetenz. Diese sind unabdingbar. Wenn Disruption bedeutet, diesen Parameter zu vernachlässigen, so ist diese für mich keine Option. Im Gegenzug muss man ab einem bestimmten Level das Spiel und dessen Regeln beherrschen. Man muss bereit sein, ein nicht mehr funktionierendes Business aufzulösen oder neu zu dimensionieren. In der Geschäftswelt ist es gefährlich, einem Ideal anzuhängen und die Realität zu ignorieren.

Welches sind Ideale, die Sie in Ihrem Leben aufgegeben haben? Und welche haben Sie gefunden, an die Sie ursprünglich nicht gedacht haben?

Ich glaube, ich habe stets gemäss meinen persönlichen Idealen gelebt. Ich hatte das Glück, in meiner Arbeit schnell eine finanzielle Unabhängigkeit zu erreichen. Ich war also nie Geisel dieser Dynamik, konnte somit stets handeln und vor allem sagen, wie und was ich dachte. Vielfach musste ich einen Preis dafür bezahlen, bei bestimmten Beziehungen oder Political Correctness. Aber langfristig und trotz Kollateralschäden erwiesen sich diese ehrlichen Meinungsäusserungen als sehr positiv. Aber ich gebe zu, in meiner heutigen Position beisse ich mir öfter auf die Zunge als früher. (lächelt)

Welches sind die idealen Bedingungen, um Innovation zu generieren?

Man soll niemals glauben zu wissen, wie die Zukunft in fünf bis zehn Jahren aussieht. In der Innovation kommt es vor allem darauf an, flexibel zu sein, um bei Änderungen schnell handeln zu können. Im Weiteren muss man offen sein für andere Realitäten. Dies war auch der Grund, weshalb wir letztes Jahr 600 Fintechs zu einer gemeinsamen Initiative luden, denn wir sind uns bewusst, dass in unserem Business die Mitarbeitenden nicht allein agieren können. Mit diesen 600 Fintechs haben wir statistisch grössere Erfolgchancen.

Sébastien Buemi

Der Formel-E-Weltmeister 2015-2016 Sébastien Buemi ist kompromisslos, wenn's um Leistung geht. Sein Ziel ist es, die Perfektion zu erreichen. **Patrick Oberli**

_____ **Ist ein Weltmeister ein perfekter Mensch?**

Natürlich nicht. Mein Ziel ist es, sowohl im Sport als auch im Privatleben weiterzukommen. Besser zu werden, bedeutet harte und kontinuierliche Arbeit.

_____ **Wo ist es schwieriger: im privaten oder sportlichen Bereich?**

In beiden. Sport ist für mich zwar sehr wichtig, das gelungene Privatleben (Sébastien Buemi ist seit Februar Vater eines Sohns, Anm. d. Red.) hat aber absoluten Vorrang. Auch meine Haltung ist nicht dieselbe. In Bezug auf meine Leistung als Rennfahrer gehe ich möglichst keine Kompromisse ein, um besser zu werden.



Vorwärts- kommen ist eine Obsession»

_____ **Bis Leistung zur Obsession wird?**

Erfolg im Automobilrennsport ist ein Gesamtpaket. Um zu gewinnen, braucht es ein gutes Fahrzeug und einen guten Fahrer. Ein sehr guter Pilot in einem schlechten Auto funktioniert nicht, umgekehrt ebenso wenig. Es braucht die gute Kombination. Das Niveau ist sehr hoch. Selbst wenn man das Gefühl hat, sehr gut zu sein, gibt es immer noch etwas, das man besser machen kann. Vielleicht bin ich tatsächlich leistungsbesessener. Als Pilot ist man stets auf der Suche nach der unmöglichen Perfektion. Mit der Zeit wird es zur Obsession. Konkurrenzfähig zu sein, heisst, sich nie zufriedenzugeben, immer mehr zu wollen.

_____ **Im Team hängen Sie von vielen Leuten ab. Wie gibt man den Gewinnergeist weiter?**

Indem man sich mit guten Leuten umgibt. Es ist Teil der Arbeit des Piloten zu wissen, wie man eine Gruppe zusammenschweisst, um vom Team das Maximum zu bekommen. Die Herausforde-

rung besteht darin, so weit zu kommen, dass jeder über sich hinauswächst.

_____ **Haben Sie ein Rezept dafür?**

In meinem Sport steht der Pilot ständig im Rampenlicht, im Gegensatz zu den Ingenieuren und Mechanikern, die ebenso wichtig sind. Es sind kleine Gesten, mit denen man die Mechaniker zu einem noch grösseren Einsatz ansprechen kann, auch wenn sie dadurch erst später nach Hause gehen können. Es ist zum Beispiel wichtig, die Leute am Morgen persönlich zu begrüssen oder ihnen einen schönen Abend zu wünschen. Das braucht etwas Zeit, aber selbst kleine Zeichen zahlen sich aus. Man darf nicht vergessen, dass etwa die Mechaniker keine grossen Saläre beziehen. Damit sie sich ein Bein ausreissen, sich ganz für dich einzusetzen, muss die Beziehung gut sein. Aber das ist natürlich noch nicht alles.

_____ **Zum Beispiel?**

Es gilt, die Mitarbeiter zu führen. Und weil man bei einem Auto sehr viel perfektionieren kann, muss man Prioritäten setzen. Ansonsten verzettelt man sich und erhält so nicht eine wirklich bessere Leistung.

_____ **Sie sind Weltmeister der Formel E, der sauberen Rennautos also. Ist Ökologie eines Ihrer Ideale?**

Ja, wobei ich mich nicht als strammen Umweltschützer bezeichnen würde. Ich glaube, es ist Aufgabe jedes Einzelnen, seinen Lebensstil zu überwachen.

_____ **Die Formel E ist nicht Ihr einziges Gebiet. Sie sind auch in Langstreckenrennen aktiv und arbeiten als Formel-1-Testfahrer.**

Das ist eine Herausforderung. Ich bin zeitlich sehr beansprucht. Im Moment geht das gut, denn die FIA bemüht sich, die Meisterschaftstermine nicht kollidieren zu lassen. Ich hoffe, dies ist auch weiterhin der Fall.

_____ **Ist es einfach, von einer Kategorie zur nächsten zu wechseln?**

Am Anfang ist es ziemlich kompliziert. Denn man gewöhnt sich an ein Auto, an

die Körperstellung, an das Lenkrad, an die zahlreichen Abläufe. Dann ist alles anders. Aber man passt sich schnell an.

_____ **Welches ist die anspruchsvollste Kategorie?**

In Bezug aufs reine Fahren eindeutig das Elektroauto wegen des Ungleichgewichts, denn die Batterie ist im hinteren Teil eingebaut. Sie ist sehr schwer, da sie viel Leistung erbringen muss. Das ist im Automobilsport sehr ungewöhnlich, denn in den anderen Kategorien sucht man die Ausgewogenheit, indem das Gewicht hälftig vorn und hinten verteilt ist.

_____ **Also nicht die F1, wo die Geschwindigkeit ja viel höher ist?**

Nein. Dennoch: Die Formel 1 ist und bleibt die Königskategorie. Diese Rennen stehen im Mittelpunkt der Medien, die Spitzengeschwindigkeiten sind sehr hoch, der Einfluss der Aerodynamik ist gross. Aber es macht wenig Sinn, Formel E und Formel 1 zu vergleichen, die beiden haben nichts miteinander zu tun.

_____ **Weshalb?**

Die Konzepte sind verschieden. Natürlich wäre es möglich, die Formel E schneller zu machen, aber das ist nicht das Ziel. Es ist Absicht der FIA, dass diese Kategorie als Labor für den «power train» funktioniert, nämlich für die Entwicklung von Elektromotor, Getriebe und allem, was mit dem Antrieb in Verbindung steht. Es wird mehr Geld in die Elektrotechnologie als in Aerodynamik oder Gewicht investiert. Ziel ist der Wissenstransfer auf die Personalfahrzeuge. Man gibt also nicht Geld aus, um irgendwelche Spoiler einzubauen.

_____ **Möchten Sie in die F1 zurück?**

Warum nicht? Aber es müsste eine gute Gelegenheit geben. Ich möchte nicht in die Formel 1 zurück, nur um sagen zu können, dass ich einige Rennen absolviert habe. Das Projekt muss gut sein. Leider gibt es heute nicht viele Rennställe, die finanziell wirklich gesund sind. Ich bin mit meiner aktuellen Situation sehr zufrieden. Doch sollte sich ein schönes Angebot ergeben, würde ich es natürlich prüfen.



MANN
DES JAHRES
KULTUR

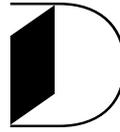
Dieter Meier

Nach vier ausverkauften Konzerten Ende Oktober im Kraftwerk in Berlin gaben Dieter Meier und Boris Blank, die beiden Musiker der legendären Yello bekannt, sich möglichst bald wieder auf der Bühne zurückzukehren. **Chantal Mathez de Senger**

Über Idealisten nachdenken heisst über den Menschen nachdenken; seine Natur und das, was ihn vor allen anderen Lebewesen auszeichnet. Nämlich: bewusst und aus freien Stücken sich für etwas einzusetzen, das weit über das eigene Dasein und dessen Selbsterhaltungszweck hinausreicht. Das kann kein Tier. **Georg Kohler**

DOSSIER
PHILOSOPHE

Über Idealisten nachdenken



Die Fähigkeit, sich auf ein Ideal hin selbst zu überschreiten, ist das erste Merkmal. Das zweite trennt Idealisten von denen, die wir Realisten nennen. Diese könnten – als Menschen – zwar tun, was Idealisten tun, aber sie wollen es nicht; um eines Ideals, einer geistig-universellen Idee willen wollen sie nicht auf die Befriedigung persönlichster Wünsche verzichten und nicht ihren, tief ins Menschenherz eingesetzten Trieb nach individueller, egozentrischer Macht radikal begrenzen.

— **Wer ist ein Idealist?** Franz von Assisi zum Beispiel, oder Henri Dunant und Sophie Scholl, die für ihren Protest gegen den Hitlerismus hingerichtet wurde. Besonders viele Idealisten findet man in Heldensagen, auf der Bühne und im Film: El Cid, Don Carlos, La Traviata und die Zeuginnen der Humanität von John le Carrés Romanen.



_____ Sind Idealisten also Helden, Ausnahmefiguren des Guten?

Das zu bejahen, wird schwierig, wenn wir uns an andere Menschen erinnern, die auch - gemäss dem ersten und dem zweiten Merkmal - «idealistisch» handelten; Leute wie die Selbstmordattentäter von 9/11, erbarmungslose Revolutionäre vom Schlag Robespierres, «Idealistinnen» wie die Farc-Kämpferinnen Kolumbiens, die keine übertriebene Mühe haben, den ideologischen Feind zu erschliessen, aber zugleich bereit sind, sich für ihr Ideal zu opfern. Eine zwingende Verbindung zwischen dem Idealisten und dem Guten gibt es also nicht. Denn zum einen ist es keineswegs klar, was in einer besonderen Situation «das Gute» ist (je nach Perspektive erscheint uns jemand als abgrundtief böser Terrorist oder als Märtyrer der heiligen Sache), zum anderen neigt der radikale Idealist zu einer Härte und Entschiedenheit - gegen sich genauso wie gegen die Mitmenschen -, die purer, selbstgerechter Fanatismus sein kann.

_____ **Auch wenn** es auf den ersten Blick so aussieht: Idealisten sind als solche weder die mehr oder weniger wirklichkeitsfremden Botschafterinnen der besseren Welt noch die von alltäglichen Pflichten entbundenen Träger einer grossen Mission. Zu beidem können sie werden und beides ist

selten gut. Was also verbindet ihre besondere Eigenschaft (die Freiheit, über die normalen Lebensbedingungen hinauszuwachsen) mit Prinzipien und Zielen, die nicht von vornherein zweifelhaft oder ambivalent sind? Ich schlage vor, eine weitere Differenz einzuführen: die Trennung zwischen dem moralisch jederzeit zu erwartendem Idealismus und dem ausserordentlichen, grandiosen Idealismus. Es ist die Differenz zwischen dem Idealismus, der uns allen zugemutet ist, und jenem Idealismus, der die Heldinnen und Heiligen auszeichnet.

_____ **Die erste Art** findet sich schon mit und in der Goldenen Regel. Denn nicht aus Selbstinteresse soll man dem Anderen nicht antun, was man selber nicht erleiden möchte, sondern aus Achtung vor ihm als einem Mit-Menschen; um seiner selbst willen also. Wir haben ihm als unseresgleichen zu begegnen; und wir sollen das nicht bloss deswegen tun, damit es uns besser geht und wir einen Vorteil gewinnen. Das wäre Ausdruck von kalkulierender Egozentrik. Wir sollen es tun - und wir tun es -, weil der Andere für uns mehr ist als ein blosses Mittel; was allerdings nur dann möglich ist, wenn wir uns nicht mehr als Mittelpunkt der Welt begreifen, sondern als Mitspieler eines grösseren Ganzen, das uns - ego und alter ego - gemeinsam übertrifft und umgreift.

Mag sein, dass das für viele Ohren allzu philosophisch-abstrakt klingt. Wem das so vorkommt, dem schlage ich vor, sich zu fragen, wann er das letzte Mal jemandem geholfen hat. Ich zweifle nicht, dass er ein Beispiel finden wird. Und weshalb hat er geholfen? Aus Eigeninteresse? weil es Anstand und Sitte verlangten? Oder aus

Empathie; aus dem Gefühl heraus, etwas tun zu wollen, das gut ist für den Anderen, aber nicht unbedingt nützlich für einen selbst? - Eben dies ist die Haltung, die die Goldene Regel verlangt. Wir entsprechen ihr vielleicht öfter, als wir glauben.

_____ **«Einspruch!»,** murmelt plötzlich die Realistin, die wir allzu lange nicht haben reden lassen: «Auch eine Handlung aus Mitleid oder Empathie ist doch ein Tun zugunsten unseres Wohlbefindens, letztlich ein egozentrischer Akt!»

Gewiss, Motive sind Motive; ihnen zu folgen, erleben wir stets als mehr oder weniger befriedigend. Doch darum, weil wir sie erleben, können wir sie auch qualifizieren. Und da zeigt sich ein deutlich wahrnehmbarer Gegensatz zwischen Gefühlen altruistischer und Gefühlen egoistischer Natur. Gegen die elementare Tatsache dieser Unterscheidbarkeit und ihrer Bedeutung ist die zusätzli-

che Tatsache, dass es Freude macht, einem Mitmenschen geholfen zu haben, kein triftiges Argument.

Dennoch sollte man die Stimme der Realistin nie vergessen, wenn wir uns um den Idealisten kümmern. Die skeptische Realitätstüchtigkeit, für die sie eintritt, braucht es, um jene Ambivalenzen zu meistern, die den Idealismus immer wieder zu vergiften drohen. Sie erinnert die Gefahren allzu grosser, allzu zutraulicher Naivität. Sie mahnt

vor der Neigung, in fanatischer Unbelehrbarkeit zu erblinden. Und unbestechlich, wie sie mit ihrem klaren Geist ist, beleuchtet sie unsere Versuche, die eigenen Grössenphantasien hinter Helferdealen zu verstecken.

_____ **Zum Mindesten** wir Normalo-Idealisten haben viele Gründe, realistisch zu sein, wenn wir die eigenen Kräfte mit den Idealen vergleichen, die wir zu haben glauben. Der Umschlag vom enttäuschten Menschenfreund in den Zyniker oder resignierten Weltverächter ist nicht umsonst ein wichtiges Thema der Literatur. Man denke nur an Molières «Menschenfeind».

Von den grossen, den singulären Idealisten und Idealistinnen war schon die Rede; mit Namen wie dem heiligen Franz oder Sophie Scholl. Wir bewundern deren Mut und Selbstlosigkeit und wir wissen zugleich, wie wenig sie uns Durchschnittsidealisten zum Vorbild taugen. Wissen wir es wirklich? Natürlich, es sind Ausnahmefiguren; und jedenfalls in den genannten Beispielen wahrhaft Verkörperungen der Güte und des Guten. Doch sie blieben Menschen wie wir. Durch sie erschliesst sich nicht die Übermenschlichkeit einer fremden Welt, sondern das, was - auch - zur innersten Natur des, also jedes Menschen gehört: mehr sein zu können als der und die, die wir jetzt gerade sind. Und manchmal eben sehr viel mehr als eine kleinliche Ich-AG.

In jeder Form des Idealismus zeigt sich, was menschliches Leben gut und gelungen sein lässt: die freie und freundliche Zuwendung zum Anderen, zu dessen Anspruch auf unser Gehör. Im Grossen wie im Kleinen.

In jeder Form des Idealismus zeigt sich, was menschliches Leben gut und gelungen sein lässt: die freie und freundliche Zuwendung zum Anderen, zu dessen Anspruch auf unser Gehör. Im Grossen wie im Kleinen.

Georg Kohler ist Philosoph und emeritierter Professor für politische Philosophie an der Universität Zürich

Der Macho ist out, aber als Softie darf und will er dennoch nicht gelten. Es ist heute nicht einfach, der «ideale Mann» zu sein. Die Frage ist: Muss er das überhaupt? **Hans Uli von Erlach**

DOSSIER
GESELLSCHAFT

Der ideale Mann

Ein Mann soll im Leben drei Dinge tun: ein Haus bauen, einen Sohn zeugen und einen Baum pflanzen», sagte einmal der Volksmund. Die Reihenfolge ist freiwillig. Denn das Bild vom sogenannten idealen Mann ist fließend, verändert sich von einer Gesellschaft zur anderen, von Generation zu Generation. Und jede Kultur hat ihren eigenen Kodex, was ein Mann erfüllen muss, um ein Mann zu sein.

Das **Dreierlei Publikum** will der Mann in erster Linie als Ideal genügen: Dem Chef und Kollegen in Job und Freizeit, der Partnerin und/oder den Frauen allgemein, und vor allem sich selbst. Das beginnt schon bei der Äusserlichkeit. Wobei hier die Männer-Idealvorstellungen der Frauen zu jenen der Männer ziemlich divergieren. Das britische Modehaus Jacomo befragte 1000 Kundinnen und stellte fest: Der perfekte Mann ist absoluter Durchschnitt. Nicht zu sehr trainiert, nicht zu sehr gestylt, eher aus der Kategorie Sofa-Kuschler denn Fitnessstudio-Adonis. Ein bisschen Bauch ist 72% der Damen sympathischer als ein Sixpack, das Männer selbst so gerne hätten. Das hat allerdings auch viel mit ihrem Selbstwertgefühl zu tun. Psychologen wissen das. Und Dr. Yuan Yao weiss es, Mitbegründerin und Direktorin der Gentlemen's Clinic in Zürich und Genf, wo Männer durch ambulante minimalinvasive Eingriffe Haarverluste, zu fette Körper, Augenlider

oder sogenannte Männerbrüste korrigieren. Und zunehmend auch jenes Teil vergrössern oder verdicken lassen, das «gesellschaftlich als die ultimative physische Manifestation von Männlichkeit betrachtet wird», wie Frau Yao sagt. Eine heute vielgefragte Behandlung: die Barttransplantation für Herren, die sich an Lücken im heute ultimativen Dreitagebart stören. Vor allem jüngere Klienten wünschen das. Was die Schönheitsmediziner der Gentleman's Clinic überrascht: «Die Gäste sind erstaunlich jung: zu zwei Dritteln unter 40, davon ein grosser Teil unter 35» Wobei die jungen durch Social Media, wo sie ihre Fotos posten, unter grösserem Druck stehen als ältere. Männer wollen jedoch nicht aussehen wie andere Männer, wie Beckham, Clooney oder andere Ikonen. Yuan Yao: «Unsere Kunden streben nach einem individuellen Männerideal. Sie wollen so aussehen wie die beste Version von sich selber!»

Dr. **Diana Baumgarten**, wissenschaftliche Assistentin beim Zentrum Gender Studies der Uni Basel, sagt: «Das Idealbild des Mannes verändert sich über die Zeit und ist je nach Gesellschaft verschieden. Niemand entspricht ihm zu 100 Prozent, aber alle befassen sich damit. Die einen versuchen es zu erreichen. Die anderen grenzen sich bewusst davon ab und beziehen sich somit dennoch darauf.» Sportlich und gesund zu sein, ist heute eines der wichtigsten Kriterien für ideale Männlichkeit, befand Dr. Baumgarten in einer qualitativen Studie des Zentrums. «Das Ideal: Man ist als Mann gesund und leistungsfähig. Viele, vor allem jüngere Männer, erhalten sich nicht gesund, weil Gesundheit einen Wert an sich hat, sondern weil sie dadurch leistungsfähig für die Erwerbsarbeit bleiben.» Einen Job zu haben, ist das Kriterium, über das sich ein Mann heute am stärksten identifiziert. Baumgarten: «Darüber funktioniert auch die Gesellschaft: Erwerbstätigkeit schafft Anerkennung und ermöglicht dank dem Lohn, an dieser teilzuhaben. Das klassische Ideal in der Theorie ist der weisse, heterosexuelle, leistungsfähige, erwerbsorientierte Mann.» Wer diesem Bild nicht entspricht, kann innerhalb der Männergesellschaft selbst diskriminiert werden. «Diskriminierung gibt es nicht nur zwischen Männern und Frauen.» Die meisten Männer entwerfen für sich jedoch ein individuelles Ideal.

Soziologen sprechen darum im Plural von Männlichkeiten. Viele versuchen, ihre Identität aus verschiedenen Bereichen zu kombinieren. Etwa eine hohe Erwerbsorientierung mit dem idealen Vater. «Ein Paradoxon», sagt Diana Baumgarten: «Väter wollen anwesend sein, geistig und emotional involviert und gleichzeitig der Ernährer, der bei einer 42-Stunden-Woche ja meist auswärts arbeitet.» Auch die Frauen liegen da oft falsch, wenn sie einen Mann wollen, der immer da ist und an ihrem Leben teilnimmt und gleichzeitig einen hohen Lohn heimbringt.

Heute spricht man oft von einer Sinnkrise des modernen Mannes, der nicht mehr weiss, wie er Karriereziele mit Kinderwagenschieben, Spitzenlohn mit Windeln wechseln, sportliche Höchstleistung mit vorbildlicher Familienrolle unter einen Hut bringen soll. Erstens, erinnert Diana Baumgarten, war es für Frauen längst ein Thema, viele Rollen gleichzeitig erfüllen zu müssen. «Und zweitens ist es in einer komplexen Welt eine naive Vorstellung, sein Profil auf einen Punkt eindampfen zu wollen. Der Mann darf emphatisch sein, Gefühle haben und zeigen und dann wieder der taffe Typ sein. Das ist keine Krise, sondern ein Potenzial!»

Entwarnung für den Stress, einem Idealbild entsprechen zu müssen, gibt auch Tiago Pedroso, Direktor der Herrenboutique Brioni in Zürich. «Der moderne Mann sieht ein gutes Outfit nicht mehr als etwas, das er tragen muss, sondern als etwas, das er gerne trägt. Was früher für ihn verpönt war, Freude an schönen Stoffen zu haben, Accessoires zu tragen, unterstreicht heute seine Persönlichkeit. Er ist über aktuelle Ästhetik informiert. Bei Mode sollte es keine No-Goes geben. Wenn einer bunte Socken tragen möchte und dazu eine Hose bis an die Knie, und das sein bewusster Entscheid ist, dann ist mir das lieber, als wenn einer zum fünfundzwanzigsten Mal dieselbe Chinohose kauft. Ich finde es immer schön, wenn ein Mann seine persönliche Ästhetik gefunden hat.» Für den Herrenausstatter ist es aber «absolut störend, dass sich beruflich sehr hochgestellte Klienten oft zu sehr von ihrer Frau und deren Idealbild beeinflussen lassen. Dass einer CEO eines internationalen Konzerns ist, sich aber nicht für die Farbe seines Pullovers entscheiden kann.»

«So soll es bleiben, auch
wenn ich 70 bin. Darum
plane ich schon jetzt.»

Credit Suisse Finanzplanung
Für alles, was kommt.

credit-suisse.com/finanzplanung

Jetzt vorsorgen:
Säule 3a
5,81%*
p. a. Rendite
Performance
2011–2016



Was treibt jene hyperaktiven Unternehmer an, die mit unerschütterlichem Tatendrang für humanistische Ideen eintreten? Was haben sie dem einfachen Bürger voraus? Ein Lebensideal, für das sie mit vollem Einsatz kämpfen. Erklärung anhand von zwei Beispielen ganz ohne propagandistische Hintergedanken. **Sarah Jollien-Fardel**



Aus seinem früheren Leben als Finanzspezialist hat **Jonathan Parienti** seine marineblauen, perfekt geschnittenen Anzüge und einen scharfen Blick für den Kapitalismus behalten. Er fing mit 20 in einer Bank an, «um das System zu verstehen», sagt er mit einer Ernsthaftigkeit, die man unmöglich infrage stellen kann. 2013 verliess er die Finanzwelt mit einem grossen Wissensschatz. «Die Finanzkrise von 2008 habe ich hautnah erlebt. Ich sah die Grenzen und Schäden, die der Kapitalismus anrichten kann.» Der Ruin von Bear Stearns und der Konkurs von Lehman Brothers hinterliessen tiefe Spuren, die ihn schliesslich dazu veranlasst haben, das soziale Netzwerk Horyou für karitative und humanitäre Organisationen zu gründen. Ausgehend vom Namen Horyou (H für Hu-

«Sein Leben nicht in den Dienst des Materiellen stellen, sondern es mit anderen leben».

Jonathan Parienti

manity, OR für die Wahlmöglichkeit, YOU für jedermann), den sein Vater erfunden hat, stellte er viele Überlegungen an und diskutierte mit Personen aus seinem Umfeld. Im April 2012 rief er schliesslich mit einem kleinen Team Horyou ins Leben und im Dezember 2013 lancierte er das aktionsorientierte soziale Netzwerk für das Allgemeinwohl. Heute umfasst die Gemeinschaft 250'000 Personen in 180 Ländern, 1000 angemeldete und vom Team überprüfte Non-Profit-Organisationen, Verbände und Stiftungen sowie 300 Künstler und Intellektuelle. Auf Horyou besteht die Möglichkeit, mit einem «Light» (das Pendant zum Like auf Facebook) einen guten Zweck zu unterstützen oder ein Projekt mit der netzwerkeigenen sozialen Währung «Spotlight», mitzufinanzieren.

DOSSIER
PROJEKTE

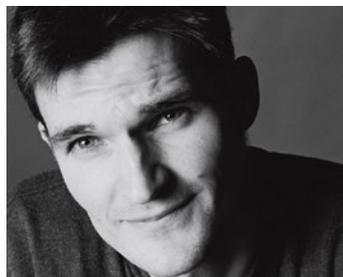
Idealisten mit Bodenhaftung

Sie sind Missionare der neuen Art, beseelt von festen, durchaus realistischen Überzeugungen. Brillant und mit beneidenswertem sozialem Status hätten sie sich in ihren erlesenen Sphären bewegen können, ohne sich weiter Gedanken zu machen. Man hätte es ihnen nicht vorgeworfen. Der eine, ein Banker, hat seine erfolgreiche Karriere an den Nagel gehängt, um das soziale Netzwerk Horyou zu gründen, das humanitäre Organisationen mit Internetnutzern in Kontakt bringt. Der andere leitet die kreative Schreinerei Eskiss und setzt sich dafür ein, dass sich Unternehmer, Künstler und Dienstleistungserbringer für gemeinsame Zwecke zusammenschliessen, wobei kein Kopf den anderen überragen soll. Sie üben sich nicht in philosophischem Idealismus, sondern lassen ihren Worten Taten folgen. Binsenwahrheiten wie «allein ist man nichts, gemeinsam ist man stärker» lassen sie nicht gelten. Ihre Aktionen sind fassbar und mehr als nur Konzepte auf dem Papier. Irgendwer muss ja den Anfang machen. Sie tagtäglich an Ort und Stelle engagieren, damit die Welt auch anderen offensteht, lautet ihr Credo. Oder wie es einer von ihnen unmissverständlich formuliert: «50 zu werden und ichbezogen zu sein und in einer Welt, die aus dem Ruder läuft, auf einem Berg Gold zu sitzen, das interessiert mich nicht.»

Sie haben das Charisma eines Gurus und die Aura eines Vordenkers, aber auch einen Eifer, der genauso begeistert wie nerven kann. In ihnen brennt ein Feuer und sie setzen ein unbändiges Vertrauen in den Menschen. Um es mit Jonathan Parientis Worten auszudrücken: «Sein Leben nicht in den Dienst des Materiellen stellen, sondern es mit anderen leben».

«Man muss Qualität anstreben und nicht Gewinn.»

Mathieu Rouiller



Im November 2016 fand in Marrakesch parallel zur offiziellen cop22 die dritte Sigef statt. Bei diesen Treffen geht es nicht um Virtuelles, sondern um Greifbares, und es steht viel auf dem Spiel. «2014 haben wir die erste Sigef organisiert», sagt **Mathieu Rouiller**. «Dort sollte sich zeigen, ob wir auf dem richtigen Weg sind. Entweder, das Ganze blieb virtuell oder die Leute waren bereit, sich zu treffen und sich einzubringen.» Das zweite war der Fall. Dem gelernten Schreiner gelang es, die Unternehmen miteinander in Kontakt zu bringen, um die Bedürfnisse einer anspruchsvollen Kundschaft zu erfüllen, die sich nicht auf die Walliser Berge beschränken. «Solange man im Wallis nicht miteinander angestossen hat, kennt man sich nicht», erklärt er das Walliser Networking. Zusammen mit James Martenet und Maxime Curdy gründete er die Schreinerei Eskiss, die sich auf individuelle Raumgestaltung spezialisiert und die er seit 2009 als Geschäftsführer leitet. Schon bald malte sich Mathieu Rouiller seine ideale Welt aus, in der alle am

gleichen Strick ziehen, um die Kunden zufriedenzustellen. Aus diesem Gedanken heraus liess er die Marke «MOEST» eintragen. Sie beruht auf den drei Werten Respekt, Qualität und Passion. Unternehmer, Künstler und Lebensmittelhersteller arbeiten vertikal in einer positiven Dynamik. «Niemand wird vom Kreis ausgeschlos-

sen, solange er nicht ins Zentrum drängt», sagt Rouiller. «Wenn wir uns nach den Medien oder der Politik richten, gibt es Probleme. Wir streben Qualität und nicht Gewinn an. Das Gleiche gilt übrigens für unsere Architekten. Auch sie sollen aus ihren vier Wänden herauskommen und sich nicht in den Mittelpunkt stellen.» MOEST besteht aus drei Abteilungen: Martigny Design Group, ein Verband aus 70 Unternehmen, «aber es könnten eines Tages 7000 werden, die Anzahl ist nicht begrenzt», so Rouiller, Estamp SA, das Produktschaffende (Kunstwerke, Möbel usw.) vereint, und Eskal SA, der Orte der Begegnungen angehören und die als Schaufenster und Botschafterin der beiden genannten Firmen wirkt, aber auch regionale Produkte verkauft. Die Idee ist an sich nicht neu, der theoretischen Struktur liegen menschliche Werte zugrunde, die der umtriebige Mathieu Rouiller unterstützt, aber nicht für sich allein beansprucht. 2018 wird in Champex «Au Club Alpin» eingeweiht. Es soll aus einem Hotel mit Spa und Gourmet-Restaurant, einem Pedalo für Zigarrenraucher, einem integrierten Kunstwerk, einem schwebenden Whirlpool und tausend anderen Details bestehen, die zusammen mit dem Kunden und Geschäftsmann Michel Thétaz minutiös erarbeitet werden. Thétaz wird sich als Team-Manager des Veloteams IAM zurückziehen und in Martigny ein Velogeschäft eröffnen. Kompliziert? Eigentlich nicht. An einem Abend bei einer guten Flasche Wein wird alles klarer.

MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE



KALPAGRAPHE

Roségoldgehäuse
Automatikaufzug
Chronograph mit Datumsanzeige
Hermès Alligatorband

Made in Switzerland

parmigiani.ch

PARMIGIANI
FLEURIER

Erst wurde sie verunglimpft, später nannte man sie die Meisterin der künstlerischen Performance. Lange Zeit benutzte Marina Abramović Geist und Körper, um ihre Ängste bei der Erforschung des Menschlichen zu bekämpfen. Im «Institute Abramović» unterrichtet sie junge Künstler und führt so ihr Werk weiter. **Cristina d'Agostino**

PANORAMA
BOUDOIR

Marina Abramović Idealistin der Wahrheit

Marina Abramović hat das Aussehen einer Frau ohne Alter, das Gesicht glatt ohne künstliche Hilfe, die langen Haare verschwinden im schmucklosen schwarzen Kleid aus mattem, robustem Stoff. Sie wirkt in den Gängen des Genfer Luxushotels fast ein wenig gebrechlich. Im Frühstückssaal sitzt sie zufälligerweise in der Nähe von drei Burka tragenden Frauen, deren Blick ähnlich seltsam melancholisch ist. Die Künstlerin lotet die Grenzen von Körper und Geist aus, die sie als Gefängnis empfindet. Ihre Performances gelten heute als wegweisend. 1974 forderte sie in «Rhythm 0» Mut, Boshaftigkeit und Ängste des Publikums heraus, indem sie ihnen ihren Körper auslieferte und sogar zum Töten einlud. 2010 die Performance «The Artist Is Present» im MoMA, als sie still auf einem Stuhl sitzend dem Besucher in die Augen schaute und ihn so animierte, in sich selbst einzutauchen. Sie bezeichnet sich lieber als «Warrior» denn als spirituelle Meisterin einer Kunstrichtung. 1946 in Belgrad unter der kommunistischen Diktatur geboren, versuchte die Künstlerin lange Zeit, die Repressionen zu verstehen, die ihr Land prägten. Ihre 1997 an der Biennale von Venedig aufgeführte Videoperformance «Balkan Baroque» wurde mit dem Goldenen Löwen ausgezeichnet. Heute setzt Marina Abramović viel Vertrauen in die neue Generation. Anlässlich der Scopus Gala in Genf erklärt sie, weshalb die neurowissenschaftliche Forschung ebenfalls Teil ihrer Kunst ist und wie sie das Publikum in ihre Experimente einbezieht, um dem Wahrheitsideal zum Durchbruch zu verhelfen.

— **Marina Abramović, weshalb diese Suche nach dem Wahrheitsideal durch die Performance? Was löst diese aus?**

Ich habe soeben meine Memoiren zu Ende geschrieben, in denen ich von meinen Erfahrungen spreche (Walk Through Walls, Verlag Crown Archetype). Ich habe dieses Buch geschrieben, in der Hoffnung, künftige Generationen zu inspirieren. Alles begann mit einer ersten, prägenden Erinnerung, als ich als Vierjährige mit meiner Grossmutter im Wald spazierte. Sie ist eine zentrale Person, denn sie hat mich aufgezogen. Ich entdeckte eine Schlange, meine Grossmutter schrie, ich aber blieb ruhig, denn ich hatte noch nie so etwas gesehen und somit auch keine Vorbehalte. Die Angst meiner Grossmutter und die Wucht ihrer Gefühle faszinierten mich. Seit damals glaube ich, dass es wichtig ist, sich mit dem Unbekannten auseinanderzusetzen, auf das Angstauslösende zuzugehen.

— **Wie alt waren Sie, als Sie sich für Kunst zu interessieren begannen?**

Ich habe immer gewusst, dass ich Künstlerin werden wollte. Ich war sehr jung, als ich zu malen begann. Ich malte meine Träume. Als Vierzehnjährige stellte ich meine ersten Bilder aus, im Alter von 21 Jahren begann ich meine Klang-Performances, denn ich wollte neue Medien erforschen. Dies war der Moment, als ich mit meinem Körper zu arbeiten begann. Mein Körper ist das Instrument.

— **Sie sagen, dass Sie dieser Kunst Ihr Leben geopfert haben?**

Wissen Sie, wenn man sich selbst ist, gibt es eigentlich keine Opfer. Es stimmt, ich habe beispielsweise nicht erlebt, Mutter zu sein. Ein Kind zu haben, bedeutet Verantwortung und Präsenz. Ich konnte diese Erfahrung nie machen, denn ich bin es, die meine Kunst verkörpert. Ich bin Teil meines Werks, ich bin meine Kunst. Im Gegensatz zum Gemälde, das man auf Reisen schicken kann, ist es mein Ich, das reisen und sich mit anderen Menschen konfrontieren muss. Ich bin immer in Bewegung, mein Atelier ist die Welt.

— **Am Anfang war es schwierig, oft hatten Sie kein Geld.**

Das war so. Performance ist keine Kunst, mit der man Geld verdient. Das ist der Unterschied zu andern Kunstformen. In den meisten Fällen wird Kunst zur Ware, die so und so viele Millionen teuer ist. In meinem Fall ist dies nicht möglich, eine Performance muss immateriell sein. Ich bin auch nie wegen des Marktes irgendeine Kompromisse eingegangen. Hingegen wird meine Kunst ständig durch ein neues Publikum bereichert. Ich weiss, dass ich auf dem richtigen Weg bin, denn meine Besucher sind sehr jung, in den meisten Fällen unter dreissig.

— **Was hat sich geändert, seit der Erfolg da ist?**

Ich trage mehr Verantwortung. Aber der Erfolg ist so spät gekommen, so dass ich ihn philosophisch betrachte. Oder wie Woody Allan sagen würde: «Heute bist du ein Star, morgen ein schwarzes Loch.» Erfolg ist gefährlich, wenn er schon im jungen Alter eintritt. Man kann verrückt werden, sich als Gott empfinden. Als Künstler ist man exponiert, der Kritik ausgesetzt. Ich bin stets meinen Intuitionen gefolgt, habe mein Bestes gegeben. In den 1970er-Jahren hat mich die Szene belächelt, heute hat sich die Meinung geändert.

— **Was denken Sie über zeitgenössische Kunst und die kolossalen Summen, die dafür bezahlt werden?**

Es gibt zwei Welten. Jene der langjährigen Sammler, die sich für Kunst interessieren und auf intelligente Weise Kunst zusammentragen. Und jene der Investoren, die mit der Kunst nichts am Hut haben, sondern nur ans Geld denken. Diese depressieren mich. Die Rekordsummen, die einzelne Werke erzielen, helfen nicht der Kunst, sondern nur den Investoren. Die Sichtbarkeit des Werks geht an den Käufer.

Marina Abramović.
Portrait with Golden Lips
Fine Art Print, Blattgold
24 Karat, 2009

« Es ist wichtig, sich dem
Unbekannten auszusetzen, auf das
Angstausslösende zuzugehen. »





Marco Anelli. Courtesy of the Marina Abramović Archives

Scopus Gala, Genf 2016. Performance von Marina Abramović und Sir Norman Foster

fer über, in den meisten Fällen geht es der Kunstwelt verloren und kann nicht mehr in den Museen bewundert werden. Dies entspricht nicht der Absicht des Künstlers. Performances sind weniger teuer, leben im Rhythmus der Wirtschaftskrisen und steigen wie Phönix aus der Asche auf. Ein Perpetuum mobile.

Sie haben die Einladung an die Scopus Gala angenommen, die das ELSC (The Edmond and Lily Safra Center for Brain Sciences) der Hebräischen Universität Jerusalem unterstützt. Weshalb?

Es ist wichtig, die neurowissenschaftliche Forschung zu unterstützen, denn diese bringt uns der Wahrheit näher. An der Soiree wurde Geld für das neue Gebäude gesammelt, für welches Ehrengast Norman Foster kostenlos die Architektur konzipiert hat. Ich kreierte speziell für diesen Anlass ein interaktives Werk. Ich bewundere diesen Mann und grossen Architekten sehr. Für ihn wollte ich etwas sehr Persönliches schaffen und verlangte ein Scan seines Gehirns. Norman Foster war einverstanden. Schliesslich wurde diese 1:1-Reproduktion mit Gold überzogen. Doch ich wollte auch die englische Seite dieses Mannes ansprechen, der wie jeder echte Engländer Teeliebhaber ist. Also dachte ich an einen Teekrugwärmer und kreierte einen «Himnwärmer» aus lichtempfindlichem und mit Licht aufladbarem Material. Die Performance war jener einzigartige Moment, als das leuchtende Genie auf der Bühne erschien. Ein Mix von Humor und Immaterialität.

Erklären Sie das Konzept der «Golden Lips», die Sie für Scopus Gala kreierte haben.

Ich liebe die humane Dimension der tibetanischen Philosophie. Es gibt da einen Brauch, bei dem eine Mischung aus Gold, Honig, Getreide und Pfefferkorn dem knapp einjährigen Kind verabreicht wird, welche die Hirnzellen nähren sollen. Heute sind Wissenschaftler dabei, die Wirkung von Gold auf das Gehirn zu erforschen. Aus diesem Grund kreierte ich für jeden Gast die Golden Lips. Es gibt zwei Formen von Wissen, das intuitive und das wissenschaftliche. Oft nimmt das intuitive die Zukunft vorweg, wobei es in der Regel sehr lange dauert, dessen Richtigkeit wissenschaftlich zu beweisen.

Weshalb interessieren Sie sich für Neuroforschung? Weshalb diese Verbindung mit Ihrer Kunst?

Russische und amerikanische Wissenschaftler sind sehr an meinen Performances interessiert, vor allem an jenen, wo man sich während über acht Stunden nicht bewegt, wo man monatelang in einem Raum eingeschlossen ist, wo man Menschen ansieht, die einem gegenüber sitzen. Man legte mir Sensoren um meinen Kopf, welche die Vibrationswellen meines Gehirns und jene der mir gegenüber sitzenden Person massen. Dank Informatik wurden diese Wellen oder Verknüpfungen visualisiert, wie unterbewusste Kommunikation. Das war sehr erstaunlich und viel weitergehend als Telepathie. Die Forscher waren an diesem Experiment interessiert, weil ihr Wissen über das Unterbewusste unendlich klein ist. Der Körper, das Gehirn faszinieren mich als Experimentierinstrumente. Das Verstehen vollzieht sich ausschliesslich durch die Erfahrung des Individuums. Deswegen habe ich die «Abramović-Methode» entwickelt. Instrumente also, damit das Publikum mit sich selbst in Kontakt treten kann.

Erklären Sie uns bitte diese Methode.

Alle diese Dinge, die uns umgeben, Elektronik und Internet, hindern uns, in unser Inneres einzutauchen. Die Technologie macht uns zu Invaliden. Deshalb bitte ich Menschen, die einer Performance beiwohnen möchten, alle diese Geräte abzugeben. Davon befreit, versinken sie nach und nach in sich selbst und sind bereit für diese Erfahrung. Dies ist auch der Grund, weshalb mein Publikum sehr jung, oft nicht mal fünfzehn Jahre alt ist. Diese jungen Leute sind unsere Zukunft. Je älter wir werden, desto misstrauischer

und ängstlicher begegnen wir Änderungen. Die Jugend sucht das Experimentieren, die Konfrontation, das Verständnis neuer Universen.

Loten Sie immer noch täglich Ihre Grenzen aus? Empfinden Sie noch Angst?

Selbstverständlich. Ich könnte jeden Tag zusammenbrechen. Der Körper hat seine Grenzen, ich fürchte mich immer noch vor allem. Es geht nicht darum, ein Superheld zu werden, sondern Schmerz, Angst, Zeitlichkeit zu verstehen. Das Ego ist das schlimmste Gift überhaupt. Ich habe mein eigenes getötet, als ich meine künstlerischen Instrumente den Jüngeren überliess.

Wie stehen Sie zum Geld?

Bis vor kurzem hatte ich nie Geld. Heute kann ich endlich meine Rechnungen bezahlen und komfortabel leben. Es gab eine lange Zeit, wo ich im Auto lebte und alle Tankstellen mit Dusche kannte. (lacht) Aber ich fühlte mich nie arm. Geld ist so virtuell, stört unser Bewusstsein. Ich kann die Welt nicht ändern, ich kann nur mich selbst ändern. Der Schlüssel liegt in der Arbeit mit der jungen Generation.

Ihre Beziehung zur Schönheit?

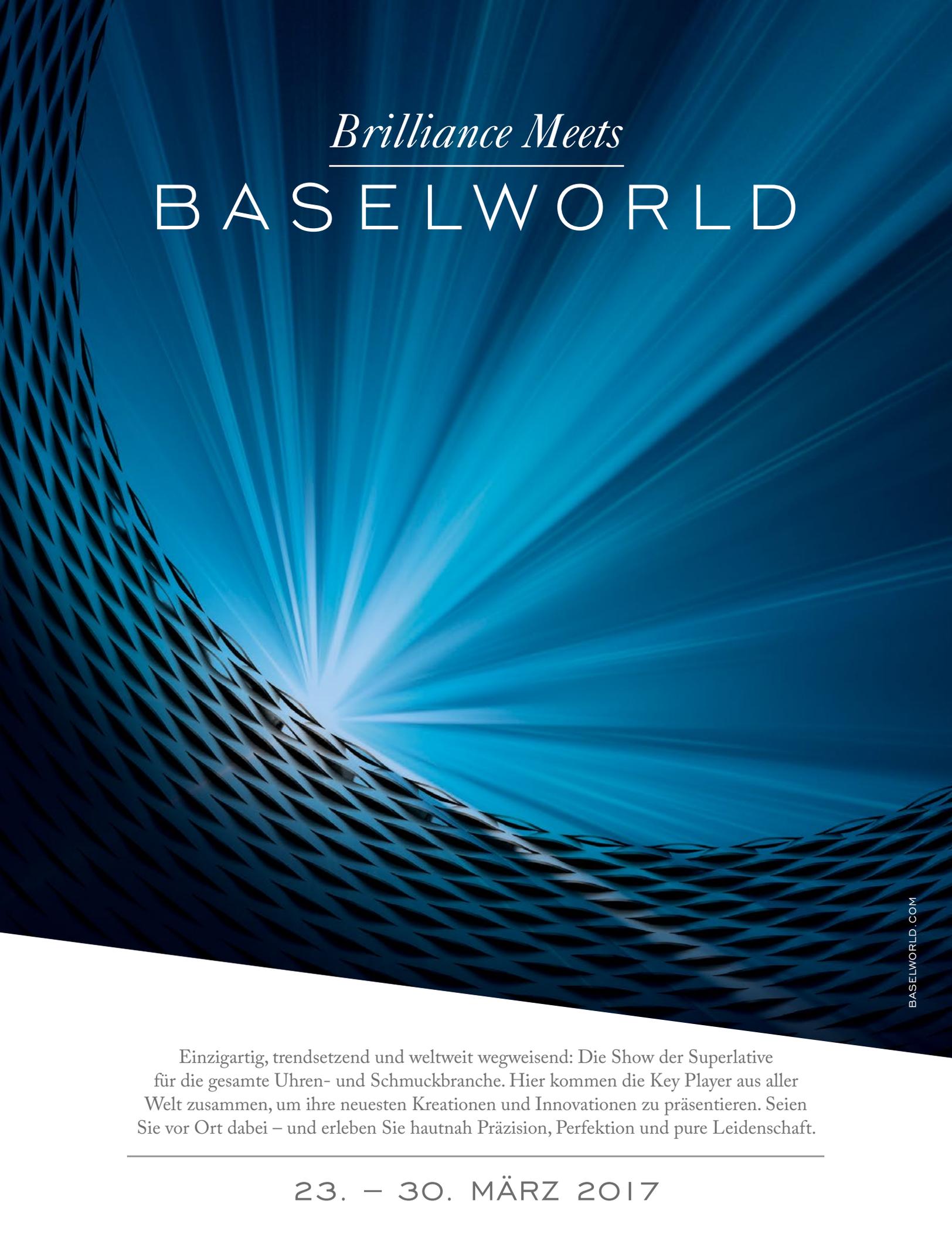
Ich liebe Schönheit, denn sie entsteht aus der Einfachheit. Kunst ist jedoch nicht Schönheit. Sie ist nur ein Teil davon, weil Kunst auch stören und von der Zukunft reden muss, Kunst muss politisch, sozial sein.

Ist der Tod Ihre letzte Performance?

Es gibt das Theaterstück «The Life and Death of Marina Abramović» von Bob Wilson mit drei Särgen. In Wirklichkeit wird es sicher mehrere geben. Ich denke darüber nach. Ich werde sie mit Tausenden Dingen füllen, mit Eitelkeiten, Kritikern, mit allem, was mich betrifft, und natürlich auch mit meinem Körper. Anschliessend wird alles verbrannt. Und ich werde frei sein. (lacht)

Sollen Künstler mit der Wirtschaft zusammenarbeiten?

Ich habe für meine diesbezügliche Meinung viel Kritik eingesteckt. Doch - wer finanziert Kunst? In der Vergangenheit waren es Könige, Päpste, die Aristokratie, heute sind es Banker und Industrielle. Wenn wir als Künstler Interessantes schaffen können, dann sollen wir dieses Geld nutzen.



Brilliance Meets
BASELWORLD

Einzigartig, trendsetzend und weltweit wegweisend: Die Show der Superlative für die gesamte Uhren- und Schmuckbranche. Hier kommen die Key Player aus aller Welt zusammen, um ihre neuesten Kreationen und Innovationen zu präsentieren. Seien Sie vor Ort dabei – und erleben Sie hautnah Präzision, Perfektion und pure Leidenschaft.

23. – 30. MÄRZ 2017

PANORAMA

KULTUR

Buenos Aires Das Potenzial der Kunst

Die Kunstszene der argentinischen Hauptstadt sprüht vor Energie. Viele junge Künstler haben sich im Stadtteil Villa Crespo niedergelassen, wo die Mieten noch relativ niedrig sind. Obwohl Buenos Aires als künstlerischer Hotspot international noch eher unbekannt ist, wird sie die erste Partnerstadt der Art Basel Cities. **Daniel Eskenazi**

Big Brother,
2010. Arbeit aus
Papierblättern,
Motoren und
Licht von Eduardo
Basualdo.





1. El silencio de las sirenas, 2014. Harz, Rohre, Wasser. Arbeit von Eduardo Basualdo, weltweit bekannter argentinischer Künstler.

2. 2002. Floralis Genérica war ein Geschenk des argentinischen Architekten Eduardo Catalano. Die Blume aus Eisen und Aluminium stellt das Emblem von Buenos Aires dar. Sie öffnet sich bei Sonnenaufgang und schliesst sich bei Sonnenuntergang.

3. Esteban Tedesco ist einer der grössten Sammler argentinischer Gegenwartskunst. In 40 Jahren hat er rund 2000 Kunstwerke erworben.

In der argentinischen Kunstszene brodelt es. Seit der Jahrtausendwende haben in den Stadtteilen Palermo und Villa Crespo Dutzende von Galerien ihre Pforten geöffnet. Die Einrichtung mehrerer Museen von internationalem Ansehen ist bestimmt mitverantwortlich für diese neue Dynamik. Malba zum Beispiel, das 2001 vom Unternehmer Eduardo Costantini gegründete Museum für lateinamerikanische Kunst, zählt Werke von Frida Kahlo, Fernando Botero und Guillermo Kuitca zu seiner ständigen Sammlung. Und auch die Fundación Proa im Stadtteil La Boca konnte sich in den letzten zwanzig Jahren ein internationales Renommee aufbauen. Dank der Sogwirkung dieser Institution wurden in den letzten drei Jahren mehrere Galerien, wie beispielsweise Isla Flotante und Barro, eröffnet.

Barro setzt den Fokus seit 2014 auf zeitgenössische argentinische Künstler. «Einige sind international bekannt, so zum Beispiel Marcelo Pombo, Moinca Giron und Nicola Costantino. Aber wir fördern auch junge Künstler», betont Juliana Fontalva, Assistentin bei Barro. Das Ziel bleibt jedoch dasselbe: Man will die argentinischen Künstler im Ausland bekanntmachen, entweder über Künstlerresidenzen für die jüngsten oder mithilfe der namhaftesten Galerien in Berlin, Paris und den USA. «Die argentinische Gegen-

wartskunst hat sich in den letzten sechs bis sieben Jahren stark entwickelt. Die Künstler sind kreativer und motivierter und vermehrt an internationalen Kunstmessen vertreten. Trotzdem gibt es noch ein grosses Potenzial, das es auszuschöpfen gilt», stellt sie fest.

Die neue argentinische Kunstszene

Die Eroberung des ausländischen Kunstmarktes durch argentinische Kunstschaffende nahm in den 1960er-Jahren ihren Anfang. Die 1965 in Buenos Aires eröffnete Galerie Ruth Benzacar spielte bei dieser Entwicklung eine Vorreiterrolle. 1966 nahm sie an der ARCO Madrid teil und wurde in wenigen Jahrzehnten zu einer internationalen Referenz. Nach dem Tod ihrer Gründerin im Jahr 2000 übernahm deren Tochter Orly Benzacar das Zepter. Nur ein Jahr später erlebte Argentinien die grösste Wirtschaftskrise seiner Geschichte. «Ich habe mich trotzdem entschieden, die Internationalisierung unserer Galerie voranzutreiben und 2002 argentinische Künstler an der ersten Art Basel Miami zu präsentieren», erzählt sie. Gleichzeitig vertraute sie auf junge argentinische Künstler, die noch nie eine Einzelausstellung hatten und rief den Kunstwettbewerb Curriculum Zero ins Leben. Zwischen 2002 und 2012 konnten Dutzende von Künstlern in den Gruppenausstellungen der Galerie mit

ihren Werken an die Öffentlichkeit gelangen. Für die Gewinner des Wettbewerbs wurde jeweils eine Einzelausstellung organisiert. Die Auslese kann sich sehen lassen: «Der zweite Preisträger war Adrián Villar Rojas, ein mittlerweile weltweit anerkannter Künstler. Dank Curriculum Zero wurden auch Nicanor Aráoz, Eduardo Navarro, Luciana Lamothe und Eduardo Basualdo entdeckt. Der Wettbewerb brachte in der Krisenzeit eine neue Künstlerszene hervor und gab ihr Impulse, die für die Entwicklung der jungen argentinischen Kunstschaffenden dringend notwendig war», versichert sie. Während der Wirtschaftskrise gründete Eduardo Basualdo mit vier anderen Künstlern die Gruppe Provisorio Permanente (2002). «Dadurch konnten wir Installationen mit sehr geringen finanziellen Mitteln gestalten, uns weiterbilden und eine gemeinsame Energie entwickeln. Wir haben auch industrielles Material aus Fabriken verwendet, die wegen der Krise geschlossen wurden. Unser Konzept bestand darin, eine Art zeitgenössische urbane Archäologie zu schaffen, aber die Krise selbst war nie ein künstlerisches Thema. Sie hat uns nur veranlasst, diese Gruppe ins Leben zu rufen», erzählt der international bekannte Künstler.

Einer, der in Künstler wie Eduardo Basualdo investiert, ist Esteban Tedesco, einer der grössten argentinischen Samm-



Genzalo Maggi

«In Argentinien kommt die Karriere als Künstler dem Widerstand gleich!»

Alejandro Parisi

ler zeitgenössischer Kunst. In vierzig Jahren hat er um die 2000 Werke gekauft. «Heute konzentriere ich mich vor allem auf junge argentinische Kunstschafter zwischen 20 und 30 Jahren wie Joaquín Boz, Alexis Minkiewicz oder Eduardo Navarro und Andrea Villa, die allerdings bereits über 30 sind», bekräftigt er. «Zu den älteren zählen Jorge Macchi und Guillermo Kuitca, aktuell wohl die besten argentinischen Künstler.»

Die Krise als kreativer Impuls

Laut Tedesco hat sich die argentinische Künstlerszene seit der Wirtschaftskrise von 2001 stark verbessert. Die Krise war quasi der Zünder, der der argentinischen Kunst zur Explosion verhalf. Vor allem auch Frauen erlangten Bekanntheit. In den 2000er-Jahren stellten lokale Künstler ausserdem vermehrt im Ausland aus. «Generell sind die Preise aber vor allem im internationalen Vergleich relativ tief geblieben», stellt Esteban Tedesco fest. Der fünfzigjährige Maler Alejandro Parisi teilt diese Meinung: «Die Preise der Kunstwerke sind sehr niedrig und schwankend. Ohne Unterstützungsbeiträge oder Preisgelder können die Künstler kaum überleben, denn der Markt ist sehr klein. Viele geben nebenbei Kurse. Die Bourgeoisie, die in den 1950er- bis 1970er-Jahren Kunst kaufte, ist mit der Diktatur und den darauffolgenden Krisen verschwunden. In Argentinien

kommt eine Karriere als Künstler quasi dem Widerstand gleich», fügt er an.

Die finanziellen Umstände haben viele junge Künstler dazu bewegt, sich in Villa Crespo niederzulassen, denn dort sind die Mieten noch günstig. «Ich kenne ungefähr zwanzig Künstler, die wie ich in den letzten Jahren in diesen Stadtteil gezogen sind», sagt der 28-jährige Bildhauer Alexis Minkiewicz. Sein Kunststudium hat er unterbrochen. «Ich beschloss, meine Ausbildung über eine Assistenz bei Bildhauern und Künstlern zu machen, um etwas Geld zu verdienen, denn ich hatte weder eigene finanzielle Mittel noch Unterstützung. Dabei habe ich gelernt, die Materialien und ihre Beschaffenheit zu verstehen und zu beherrschen. Sie sind bei meinen Arbeiten das Wichtigste. Heute werden meine Installationen von Sammlern und über staatliche Subventionen finanziert», erklärt er. Die Kuratorinnen Alejandra Aguado und Solana Molina Viamonte haben für die Gründung von Móvil ebenfalls private und staatliche Unterstützungsbeiträge erhalten. Ihr 2014 eröffneter Raum für zeitgenössische Kunst verfolgt keine kommerziellen Ziele. Er richtet sich an junge Kunstschafter, die noch nie eine Einzelausstellung hatten. «Wir möchten ihnen eine Plattform bieten, damit sie kreativ sein können und wir unterstützen sie finanziell, damit sie Werke eigens für unseren Raum schaffen. Damit



füllt Móvil in Buenos Aires eine Lücke», unterstreicht Aguado. Die Kunstszene habe sich in Buenos Aires in den letzten Jahren stark entwickelt, hält die Argentinierin fest. «Die Künstler sind sehr motiviert und haben Lust, etwas zu gestalten, ihnen fehlen aber die Plattformen. Die Entfernung von Buenos Aires zum internationalen Kunstmarkt ist problematisch», bedauert sie.

Der Markt sei zwar klein und etwas abgelegen, könne aber mit vielen Vorteilen punkten, versichert Patrick Foret, Leiter der Art Basel Cities. In der argentinischen Hauptstadt gebe es eine Vielzahl herausragender, international noch eher unbekannter Künstler, Galerien und Museen. Buenos Aires wurde deshalb im September als erste Partnerstadt ausgewählt, um deren zeitgenössische Kunst auf internationaler Ebene zu fördern. «In Südamerika ist die Kunstszene von Buenos Aires die mit dem grössten Potenzial, da sie herausragende Kunst hervorbringt und ihr lediglich die Plattform fehlt, sich grössere Bekanntheit zu verschaffen. Unser Netzwerk umfasst 500 Galerien auf der ganzen Welt, die sich die Kunstszene in Buenos Aires ansehen werden. Ausserdem haben uns Dutzende von grossen Sammlern signalisiert, dass sie gerne nach Buenos Aires kommen möchten, aber bisher noch auf die richtige Gelegenheit gewartet haben.» 2017 ist es so weit.

4. Alexis Minkiewicz: Ausstellung Resero Va im Centro Cultural Recoleta, Mai 2016.

5. Die Galerie Barro wurde 2014 im Stadtteil La Boca eröffnet und konzentriert sich auf argentinische Künstler, die sie auf internationaler Ebene fördert.

Oldtimer-Wettbewerbe erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Mehr als nur gerade ein Vintage-Trend, erzählen sie die Geschichte des Automobils und faszinieren die im digitalen Zeitalter aufgewachsene Generation. Ein Mythos, dem «Chantilly Arts et Élégance Richard Mille» seit drei Jahren erfolgreich frönt. Mit einem Hauch Aristokratie dazu. **Cristina d'Agostino**

Schlösser, Spitzen und Oldtimer



Die dritte Ausgabe des Concours bestätigte dessen Renommee als Rendez-vous der Supersammler: 13 500 Besucher kamen zum Château de Chantilly, eine Stunde ausserhalb von Paris.

Über die Alleen des vom Gartenbaukünstler Le Nôtre gestalteten Parks des Château de Chantilly rollt der Alfa Romeo 8C 2900B Lungo Berlinetta aus dem Jahr 1938, gebaut vom Karosseriebauer Touring, triumphierend zum Sieg. Nach einem harten Wettbewerb erringt das Fahrzeug vor dem Alfa Romeo 8C 2300 Roadster Figoni 1932 von Martin Eyears den «Grand Prix Best of Show du Concours d'Etat». In dieser Königskategorie starten rund hundert in einundzwanzig Kategorien eingeteilte Fahrzeuge. Der amerikanische Besitzer und Sammler

Jon Shirley ist entzückt. Er hat damit die Gewissheit, dass dieser Sieg den Wert seines Fahrzeugs erhöht. Dies ist einer der Trümpfe solcher Schönheitswettbewerbe. Isabelle de Sadeleer, diesjähriges Jurymitglied, Sammlerin antiker Autos und Mitbegründerin des Automobilclubs Gstaad, bestätigt es: «Ein Fahrzeug, das an einem Concours d'Élégance gewinnt, besitzt in den Augen der Käufer einen viel höheren Wert. Schon die Teilnahme genügt. Die Tatsache, dass das Automobil zum Wettbewerb zugelassen wird, ist Bestätigung genug. Denn es sind die Schönsten, die daran teilnehmen.»

Ziele des Concours d'Élégance: eine Hommage an das Automobil und Wertsteigerung der Fahrzeuge

Selbst wenn der Oldtimermarkt und die Investoren ruhiger geworden sind und die Rekorde nicht mehr ins Unermessliche abheben, hat die Auto-Passion der vergangenen zehn Jahren zu einer richtigen Renaissance der kunstgerecht renovierten, legendären Fahrzeuge geführt und den Concours d'Élégance als Laufsteg dieser Schönheiten entstehen lassen. So ist Chantilly Arts et Élégance Richard Mille, ein vor drei Jahren von Peter Auto, dem unbestrittenen



Der Ferrari California Spider, einst im Besitz von Jean Todt, im Hof der Résidence Richard Mille, reserviert für seine VIP-Kunden.

Der Alfa Romeo 8C 2900B Lungo Berlina von 1938, Karosserie von Touring, gewann den Grand Prix Best of Show vor 100 anderen Spitzenwagen.



sserdem seit Jahren die Tour Auto, an der Fahrer aus aller Welt teilnehmen. Für Patrick Peter ist es Ehrensache, dass nur aussergewöhnliche Fahrzeuge zugelassen sind. Die technischen Kontrollen sind sehr streng, es gibt keine Nachbildungen, und auf die Diversität von Modellen und Marken wird grosser Wert gelegt.»

Das Schloss Chantilly ist ein geschichtsträchtiger Ort, der von den Fürsten Condé bewohnt und mit Unterstützung des Aga Khan renoviert wurde. Für den Anlass eine einmalige Visitenkarte, selbst in den Augen der Amerika-

ner von Pebble Beach. Zusammen mit Patrick Peters prallem Adressbuch war der Erfolg quasi garantiert. Denn das Ehepaar Peter kennt praktisch sämtliche Sammler schöner Autos. Es organisiert Pebble Beach, Tour Auto, kümmerte sich um die Neulancierung von Le Mans Classic - alles Anlässe, wo sich die Reichsten dieser Welt treffen. Ziel des Concours d'Élegance ist auch, die Kategorien der «vergessenen Fahrzeuge» in den Mittelpunkt zu rücken sowie moderne Boliden ins Programm aufzunehmen und damit die Geschichte des Automobils weiterzuschreiben. Isabelle de Sadeleer: «Patrick Peter ist das Kunststück gelungen, elegante Oldtimer mit schönen Fahrzeugen der Moderne und der Zukunft zusammenzubringen. In Chantilly gibt es Concept Cars und Super Cars, man beschränkt sich also nicht auf antike Fahrzeuge. Patrick Peter hat dem Anlass neuen Atem eingehaucht und die Kotierung der Fahrzeuge gefördert. Er arbeitet eng mit Autobauern zusammen, erweitert das automobile Universum, sodass vermögende Sammler vermehrt auf der Suche nach Oldtimern sind, die sich für die Wettbewerbe von Patrick Peter -Tour Auto, Chantilly oder Le Mans Classic - eignen. So werden die Autos zu neuem Leben erweckt. Beispiel: Der BMW M1 Procar wurde nirgends zugelassen und war insofern wertlos, bis er am Concours von Patrick teilnahm und wertmässig auf Höhenflug ging.

Leader in diesem Bereich, ins Leben gerufener Wettbewerb, einer der Höhepunkte. Isabelle de Sadeleer: «Während zwei Jahren haben Patrick und Sylviane Peter unermüdlich am unglaublichen Aufstieg des Concours d'Élegance von Chantilly gearbeitet und ihn zu einem ebenso unverzichtbaren Wettbewerb gemacht wie die von Pebble Beach in den USA oder der Villa d'Este in Italien, die zu den wichtigsten gehören. Andere haben es ebenfalls versucht, aber niemandem ist es in so kurzer Zeit gelungen, einen solchen Bekanntheitsgrad zu erreichen. Die magische Formel heisst Leidenschaft. Das Paar organisiert au-



Dialog der Passionierten mit Richard Mille und Jean Todt

Hauptsponsor des Events ist der Uhrmacher Richard Mille, Liebhaber schöner Maschinen. Er begnügt sich aber nicht damit, dem Event einfach seinen Namen zu geben, sondern gestaltet ihn auch mit seinem Freund Patrick Peter. Selbst Sammler alter Fahrzeuge, ist er überaus glücklich, dieser Fangemeinde anzugehören. Am Eingang der Location «Richard Mille» gleich neben dem Schloss, wo er seine Kunden empfängt, thront ein legendärer Ferrari. Er gehört Jean Todt, dem illustren Rallye-Piloten, Patron der Ferrari Formel 1 zur Zeit von Michael Schuhmacher und heute Präsident der FIA. Auch Jean Todt ist vor Ort, um seine fünfzigjährige Laufbahn zu feiern. Begegnung mit zwei Liebhabern automobilier Preziosen.

Richard Mille, Sie hatten die Idee für diesen Concours?

Richard Mille. Ja, sie ist das Ergebnis eines guten Gesprächs mit Patrick Peter. Wir unterhielten uns über Kosten, über das gewünschte Niveau usw. Unser Ziel war das Bestmögliche, das war keine Frage. Patrick Peter hat den Sinn für Grösse. Das Geld ist gut angelegt, denn ich weiss, dass er stets die beste Option wählt und nie knausrig ist.

Weshalb dieser Concours?

Richard Mille. Vor dem Krieg gab es in Frankreich eine echte Tradition von Concours d'Élégance für Oldtimer. Der Grund war, dass viele Marken mit Karosseriebauern, wahren Couturiers, zusammenarbeiteten: Chapron, Figoni, Falaschi usw. Diese konstruierten grossartige Fahrzeuge, die man heute in den Museen bewundert. Nach dem Krieg setzten die Italiener und die Amerikaner die Tradition fort. Da war es nichts als logisch, dass Frankreich dieses Erbe wieder übernimmt, mit viel Eleganz und Können. Wir hatten sogar an Versailles gedacht, aber die Umgebung von Chantilly ist dermassen prächtig, die



Anlage erlaubt zudem eine ideale Durchführung. Nach drei Jahren ist der Event solide verankert.

Richard Mille und Jean Todt, Sie sind beide Sammler. Welches ist Ihre jüngste Errungenschaft?

Richard Mille. Ein Talbo aus den Fünfzigerjahren, den ich am Le Mans Classique im Juli gekauft habe.

Jean Todt. Der Begriff Sammler ist etwas präventios. Ich mag Autos und habe das Privileg, einige zu besitzen. Ich bin nach wie vor leidenschaftlich, neugierig. Ich bin mir aber meines Privilegs sehr bewusst. Auf meinen Reisen begegne ich immer wieder vielen Menschen in Schwierigkeiten. Deshalb glaube ich, dass man etwas zurückgeben muss. Meine Frau Michelle Yeoh ist Botschafterin des guten Willens des Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen, PNUD, ich bin Präsident der FIA.

Jean Todt, welches ist das Auto, das Sie am meisten lieben, mit welchem verbinden Sie starke Erinnerungen?

Jean Todt. Mein Lieblingsfahrzeug nimmt am Concours nicht teil, ist aber hier (er deutet auf den Ferrari im Hof). Dieser Ferrari California Spider gehörte mir, als ich 24 Jahre alt war. Ich besass damals kein Geld und hatte ihn für 1000 \$ gekauft. Der Motor war kaputt, und ich war glücklich, ihn für 4000 \$ weiterzuverkaufen. Vor einigen Monaten rief mich ein Engländer an. Er besuchte mich mit diesem Fahrzeug...

Lösen Sie sich von Zeit zu Zeit von Ihren Objekten?

Richard Mille. Ich stelle fest, dass ich kein Materialist bin. Ich mag es, Sachen zu besitzen, aber ich bin kein zwanghafter Sammler. Ich liebe es, Dinge zu bewundern und sie lebendig zu machen. Still-

leben und. Automobilmuseen interessieren mich hingegen nicht. Man muss mit den Objekten leben.

Jean Todt, denken Sie mit Nostalgie an Ihre grosse Ferrari-F1-Epoche zurück?

Jean Todt. Keineswegs. In meinem Leben gab es zwischen zwei Karrieren nie Übergangsphasen, und viele bezeichneten mich als verrückt. So wurde ich innerhalb eines Tages vom Rallye-Beifahrer zum Rennchef bei Peugeot, innerhalb einer Nacht F1-Teamchef bei Ferrari. Es ging alles immer schnell. Aber hier in Chantilly und dank der Hommage an meine Karriere bin ich gezwungen, Rückschau zu halten. Ich bin gesund und motiviert und denke nur daran, was ich morgen tun werde: Sitzungen mit der FIA und den Vereinten Nationen als Delegierter für Verkehrssicherheit.

Richard Mille (links), Presenting Sponsor des Events im Gespräch mit Jean Todt und Michelle Yeoh.



Das Auktionshaus Bonhams präsentierte in Chantilly Fahrzeuge diverser Kategorien. Während der Mercedes-Benz 500 K Roadster 1935 (verkauft für 5'725'357 Fr.) die Sammlerherzen höher schlagen liess, kamen andere Objekte nicht über den Mindestschätzwert hinaus. Weht auf dem Markt des Sammlerfahrzeugs ein anderer Wind?

Antwort von Philip Kantor, Direktor Europe Motor Cars bei Bonhams

«Mehrere Parameter haben sich geändert. Während sechs Jahren stiegen die Preise fast täglich, innerhalb von zehn Jahren um 700%. Die Autos rentierten besser als ein Bankkonto. Ein Ferrari steigerte seinen Wert jährlich um 20%. Schliesslich wurden aus den Fahrzeugen Finanzprodukte, die nicht beim Käufer blieben. Der Markt brach ein. Heute ist die Situation korrigiert. Die echten Sammler kehren zurück, denn sie wissen, dass sie jetzt realistische Preise bezahlen. Sie suchen Fahrzeuge, die sehr interessant, selten und wertvoll sind. Bei «normaleren» Fahrzeugen sind die Preise um 20% zurückgegangen.»

Seine Tipps

«Man investiere in einen Blue Chip, stets in grosse Werte und in Autos, die zwischen 1980 und 2000 gebaut wurden. In dieser Kategorie ist der Mehrwert hoch. Beispiel: Ein Audi Quattro Sport Coupé oder ein BMW M1 werden heute für durchschnittlich 500'000 € verkauft, Tendenz steigend. Ab sofort sind auch die Ferrari der Jahrgänge 1995 bis 2005 mit mechanischem Getriebe interessant.»



Die Mostra Venedig ist eine Wundertüte. Jedes Jahr wartet sie mit einer exklusiven Alchemie aus hollywoodschen Superproduktionen und Autorenfilmen auf. Währenddessen entsteht am Rande des roten Teppichs eine Art Idealbild der Filmkunst. **Cristina d'Agostino**

PANORAMA
FILM

Mostra Venedig Ein Ideal auf Erfolgskurs

Der Lido ist etwas Besonderes. Weder die Croisette, noch die Planches, noch die Piazza Grande strahlen diese Magie aus, die beim Publikum jeden Abend von neuem die unbändige Lust weckt, ein Kino der anderen Art zu entdecken. Die Mostra von Venedig ist grandios und doch schlicht, glamourös und zugleich intim. An die Filmschaffenden und ihre Werke stellt sie hohe Ansprüche. 2901 Filme waren dieses Jahr im Rennen, nur 20 wurden für den Hauptwettbewerb ausgewählt. Es wird aber nicht nur der goldene Löwe vergeben. Neben dem Hauptpreis, der dieses Jahr an den philippinischen Film «The Woman Who Left» ging, werden zahlreiche weitere

2901

Filme waren dieses
Jahr im Rennen

20

Filme ausgewählt
für den
Hauptwettbewerb

Auszeichnungen verliehen. Festivaldirektor Alberto Barbera versucht so, ein breites Bild über das aktuelle Schaffen zu vermitteln. Die Reihe «Orizzonti» zum Beispiel fördert die aktuellsten und neuartigsten Ausdrucksformen. Filmstars, die im Blitzlicht der Fotografen über den roten Teppich schreiten, sind nur ein kleiner, aber wesentlicher Teil dieser Alchemie. Sie haben das älteste Filmfestival der Welt zu dem gemacht, was es heute ist: eine mondäne, internationale Kulturveranstaltung. Wenige Jahre nach der Vergabe des ersten goldenen Löwen im Jahr 1934 beehrte Marlene Dietrich das Festival mit ihrer Anwesenheit und machte damit den Weg frei für den Glamour am Lido.

Sponsoren wollen Inhalt

Auch 2016 vereinte «La Serenissima» wieder das Who's who der Filmwelt. Michael Fassbender, Alicia Vikander, Emma Stone, Mel Gibson, Jude Law, James Franco und andere Hollywoodgrößen gaben sich in Venedig ein Stelldichein. Es ist aber nicht dieser Starauflauf, der Sponsoren anlockt. Daniel Riedo, CEO der Schweizer Uhrenmarke Jaeger-LeCoultre, die sich seit elf Jahren als Hauptsponsor des Festivals engagiert, sieht den Hauptvorteil im Inhalt: «Wir wären nicht am Festival interessiert, wenn es sich nur auf das Show-off auf dem roten Teppich beschränken würde. Die kulturelle Verankerung ist aus meiner Sicht äusserst wichtig. Und die ist bei der Mostra gegeben - nicht nur durch die Qualität der Filmauswahl, sondern auch dank historischer Aspekte. Wir finanzieren die Restauration alter Filme, die ohne externe Hilfe verloren gingen, und pflegen seit elf Jahren enge und sehr gute Kontakte mit den Organisatoren. Trotzdem haben wir natürlich ein beschränktes Budget, aber die Mostra bleibt in einem vernünftigen Rahmen. Seit drei Jahren unterstützen wir zudem die Scuola di San Rocco, denn wenn wir uns für eine Veranstaltung entscheiden, dann richtig. Wir versuchen, uns auch in die Kultur des Landes einzubringen. Inhalt ist wichtig. Glamour um des Glammers Willen interessiert uns nicht.»



Daniel Riedo,
Chiara Mastroianni
und Gemma
Arterton



«Wir sind nicht an einem Festival interessiert, das sich nur auf den roten Teppich beschränkt. Die kulturelle Verankerung ist mir äusserst wichtig.»

Daniel Riedo, CEO Jaeger-LeCoultre

Bislang machte uns Toronto viel Konkurrenz. Für amerikanische Produktionsfirmen war es einfacher und günstiger, dort für ihre Filme zu werben. Das hat sich geändert. Wir hatten das Glück, gleich drei Jahre in Folge einen Oscarfilm in einer Weltpremiere zeigen zu können: «Gravity», «Burn Man» und «Spotlight». Die Amerikaner haben begriffen, dass die Werbung in Venedig im Gegensatz zum vor allem auf den nordamerikanischen Markt ausgerichteten Festival von Toronto internationalen Wirkung zeigt und ihnen der Ruf der Mostra zusätzlichen Mehrwert bringt. Heute sind sie sich bewusst, dass die Mostra als Sprungbrett für die Oscars sehr nützlich sein kann. Dieses Jahr haben nicht wir uns an sie, sondern sie sich an uns gewandt, damit wir ihre Filme anschauen. Die US-Studios verhalten sich heute ganz anders. Die Aufbauarbeit zahlt sich allmählich aus.

Und China?

Natürlich ist China sehr wichtig, aber dort gibt es Quoten. Nur 10 bis 15 Prozent der ausländischen Filme werden zugelassen. Dadurch haben mit Ausnahme der Grossproduktionen nur sehr wenige Filme Zugang zum chinesischen Markt. Die Amerikaner sind deshalb auf den europäischen und den internationalen Markt angewiesen.

Begegnung mit Festivaldirektor Alberto Barbera

Was halten Sie von der Auswahl 2016?

Es ist ein allgemein sehr gutes Kinojahr. Sogar das Festival von Cannes war besser als sonst. Es sind überdurchschnittlich viele Filme erschienen und die Qualität ist höher. Dadurch ist uns auch die Auswahl leichter gefallen. Wir mussten sogar auf einige Filme verzichten, die wir in anderen Jahren berücksichtigt hätten. Das Timing der Produktionen spielt hier eine grosse Rolle.

Vor drei Jahren äusserten Sie sich frustriert, dass die amerikanischen Filme nur

spärlich vertreten waren. Wiederholt sich das Szenario dieses Jahr?

Nein, amerikanische Filme sind viele dabei, vielleicht sogar zu viele (lacht). Sieben stehen in der Endauswahl. Ich wiederhole mich: Wir erleben ein fantastisches Jahr. Von September bis Dezember kommen Dutzende interessanter Filme ins Kino. Alle sind oscarwürdig. Leider waren einige nicht rechtzeitig für die Mostra fertig, so auch jene von Martin Scorsese, Robert Zemeckis und Ang Lee.

Wie erklären Sie sich diese Entwicklung?

Der Preis von Jaeger-LeCoultre «Glory to the Filmmaker» ging 2016 an den iranischen Filmemacher Amir Naderi.



Italienische Filme stehen dieses Jahr hingegen nur wenige im Wettbewerb. Weshalb?

Auch das ist von Jahr zu Jahr verschieden. Die meisten grossen Filmemacher wie Matteo Garrone, Nanni Moretti und Marco Bellecchio hatten ihren Film bereits vorher beendet. Eine schizophrene Situation. Die Qualität der durchschnittlichen italienischen Produktionen ist enttäuschend. Italien legt mehr Wert auf Quantität als auf Qualität, und das ist ein grosser strategischer Fehler. Es gibt aber auch Filmschaffende, die versuchen, sich abzuheben und mit neuen Sprachen experimentieren. Wir haben Regisseure gewählt, die Abwechslung bringen. Der italienische Film ist noch immer lebendig. Ich hoffe wirklich, dass er nicht nur mitelmässige Komödien hervorbringt und die Lage nicht aussichtslos ist.

Und die Schweizer Filme?

Die Schweizer Produktion ist lokal und richtet sich an ein heimisches Publikum. Exportmöglichkeiten sind kaum vorhanden. Dieses Problem haben übrigens viele europäische Filme. In der Schweiz werden aber viele Co-Produktionen realisiert, und das ist eine Stärke. Ich bin überzeugt, dass Co-Produktionen momentan das Erfolgsrezept sind.

Welche Besonderheiten der Mostra sprechen die Sponsoren an? Die Partnerschaft mit Jaeger-LeCoultre zum Beispiel besteht nun schon seit elf Jahren.

Ja, uns verbindet eine wunderbare Partnerschaft, weil wir eng zusammenarbeiten. Wir diskutieren und führen gemeinsam Projekte durch. Den Preis «Glory to the Film Maker» haben wir zusammen geschaffen. Dahinter steckt die Idee, einen Filmschaffenden und seine Karriere zu würdigen. Brian de Palma, Agnès Varda, de Oliveira und dieses Jahr der Iraner Amir Naderi haben diese Auszeichnung schon erhalten. Jaeger-LeCoultre engagiert sich auch in der Restauration klassischer Filme. Ein wichtiger Aspekt, denn die Filmwelt von morgen kann man nur bauen, wenn man das Kino von früher kennt. Das Gedächtnis zu wahren ist wichtig.

Weltweit entstehen immer mehr Festivals. Wird dadurch das Geld knapper, weil es sich stärker verteilt?



Ein Saal der Mostra ist ausschliesslich dem virtuellen Kino reserviert

Nein. Wenn irgendwo auf der Welt ein neues Festival entsteht, ist auch die Nachfrage vorhanden. Ohne Interesse des Publikums gibt es keine Filmszene. Die Marktsituation ist hingegen sehr kompliziert. Der Filmverleih wird immer selektiver und beschränkt sich fast nur noch auf Mainstream-Filme. Anspruchsvollere Arthouse-Filme haben einen zunehmend schwierigen Stand. Festivals können diese Art Filme retten. Die vielen Tausend Festivals auf der Welt stellen eine Art Parallelmarkt, eine Alternative zu den traditionellen Kinosälen dar. Oft können Produzenten nur drehen, weil sie wissen, dass sie ihren Film an 200 bis 300 Festivals zeigen können. Damit können sie einen Teil der Produktionskosten finanzieren. Auch aus diesem Grund gibt es auch immer mehr Festivals.

Wie ist das Budget der Mostra aufgeteilt und wie sieht ihre finanzielle Situation aus?

Wir haben mit 12 bis 13 Millionen Euro ein sehr knappes Budget. Zum Vergleich: Cannes stehen 22 Millionen Euro zur Verfügung, Berlin 24 Millionen Euro und Toronto 40 Millionen Dollar.

Sonia Bergamasco, Präsentatorin der Mostra-Ausgabe 2016



Die Mostra schafft mit deutlich weniger Mitteln gleich viel. Es ist ein Alptraum (lacht), wir sind ständig auf der Suche nach neuen Partnerschaften. Vielleicht sieht die Situation nächstes Jahr besser aus. Ein neues italienisches Gesetz sollte uns mehr Subventionen bringen.

Was zeichnet die Mostra aus?

Sie ist das älteste Filmfestival der Welt. Es ist eine Ehre und ein Zeichen von Qualität, dabei zu sein, was auch an unserer strengen Auswahl liegt. Dieses Jahr umfasst die offizielle Auswahl nur 60 Filme. Wir setzen auf Qualität, nicht auf Quantität.

Was fehlt Ihnen noch?

Abgesehen von Geld? (lacht). Strukturen, die immer auf dem neusten Stand sind. Wir haben schon viel unternommen, die Bedingungen sind gut, aber es entsteht ständig neuer Bedarf. Wir bräuchten auch mehr Mitarbeitende. Das Festival wird von nur zwölf Personen vorbereitet. Ich würde uns als Familienorganisation bezeichnen (lacht).

Sie haben die Mostra zweimal geleitet.

Das erste Mal von 1999 bis 2001. Damals war gerade das digitale Zeitalter angebrochen und die Filmindustrie stand vor einem Umbruch. Alle waren skeptisch, obwohl wir ja eigentlich einen historischen Moment, eine Revolution erlebt haben. Als ich 15 Jahre später zurückgekehrt bin, war alles anders. Ein Festival ist ein Ort der kritischen Beobachtung. Deshalb haben wir uns auch dem Virtual Reality Cinema geöffnet. Alle glauben daran. Von Spielberg bis Mendes brennen alle grossen Regisseure darauf, mit dieser neuen Filmsprache zu experimentieren. Ein Saal der Mostra ist nur für solche Produktionen reserviert. Wir haben dort den ersten Spielfilm gesehen. Er setzt neue Grenzen.

Was war Ihr schönstes Erlebnis?

Da gab es viele! Als ich vor fünf Jahren zurück nach Venedig kam, bot mir Thomas Anderson an, seinen neuen Film «The Master» im völligen veralteten 70-mm-Format zu zeigen. Wir haben wie die Verrückten gearbeitet, damit die Qualität stimmte. Später schrieb mir Thomas Anderson, dass die Vorführungen dieses Films in der Academy in Los Angeles und an der Mostra die besten waren. Ein wunderbares Kompliment.

Hypnotische Kraft

Gold, Diamanten oder Edelsteine – Materialien, die die Schönheit der Natur in sich tragen und ihre hypnotische Kraft atmen. Luxe zeigt Ihnen eine Selektion von Uhren und Schmuck der neusten Winterkollektionen.

Foto: Marc Ninghetto – Styling: Sylvie Bernaudon



Hublot, Big Bang Ferrari, Carbon unidirektional, Automatikwerk, Stunde, Minute, Sekunde, Chronograph, 25'900 Fr.



Breitling, Exospace B55 night mission, Chronograph, Werk SuperQuartz, Titan, 8340 Fr.

Tudor, Tudor Heritage Black Bay Dark, schwarz beschichteter Edelstahl, Stunden, Minuten, zentrale Sekunde, Automatikwerk, 4250 Fr.





Vacheron Constantin,
Overseas III, 18-Karat-Roségold, Stunden, Minuten, zentrale Sekunde, Datum, Automatikwerk, 37'800 Fr.



Audemars Piguet,
Royal Oak Frosted Gold, 18-Karat-Roségold, Stunden, Minuten, zentrale Sekunde, Datum, Automatikwerk, Preis auf Anfrage



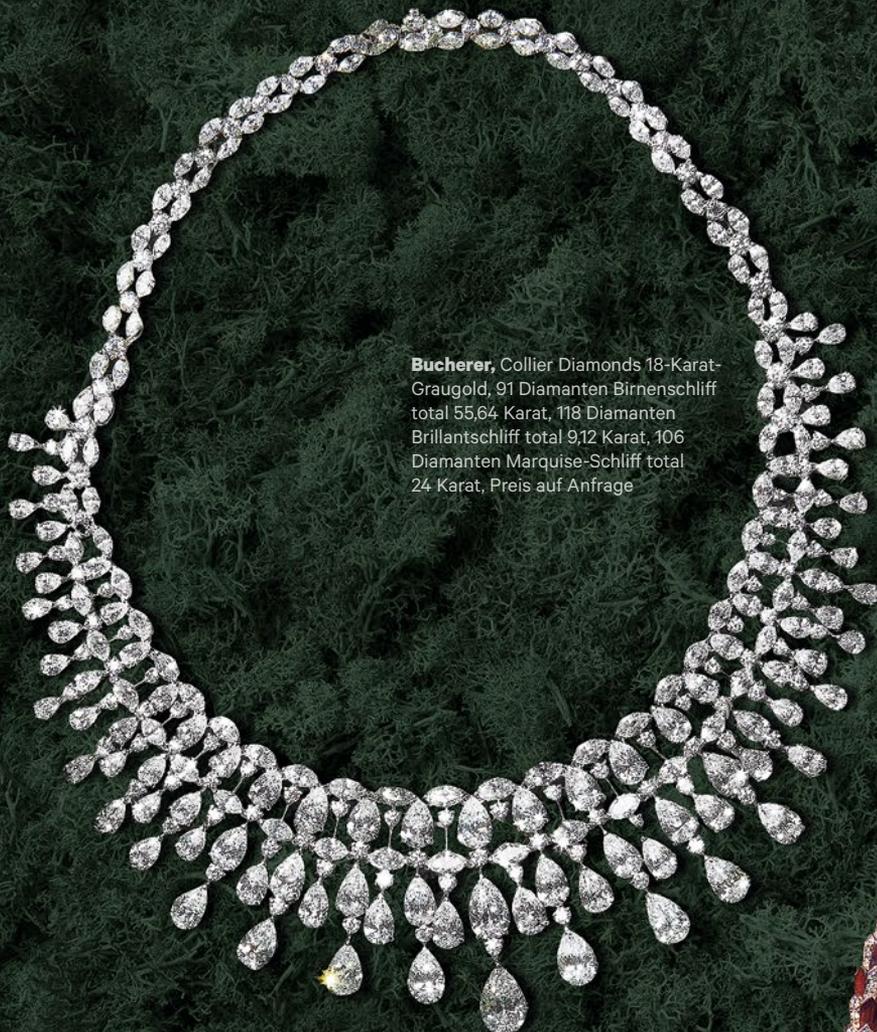
FP Journe, Octa Divine, 18-Karat-Rotgold, Stunden, Minuten, kleine Sekunde, Automatikwerk, 44'280 Fr.



Patek Philippe, Jahreskalender, 18-Karat-Roségold, Stunden, Minuten, kleine Sekunde, Monat, Datum, Mondphase, Automatikwerk, 42'300 Fr.



Louis Vuitton,
Fifty Five, 18-Karat-Roségold, Stunden, Minuten, zentrale Sekunde, Automatikwerk, 18'600 Fr.



Bucherer, Collier Diamonds 18-Karat-Graugold, 91 Diamanten Birnenschliff total 55,64 Karat, 118 Diamanten Brillantschliff total 9,12 Karat, 106 Diamanten Marquise-Schliff total 24 Karat, Preis auf Anfrage

Hermès, Bracelet Ever Chaîne d'ancre, Silber 925 und 6,49 Karat braune Diamanten, 38'200 Fr.



Gübelin, Bracelet PARAIBA, Weissgold, sieben Turmaline Cabochon-Schliff total 17,51 Karat, Diamanten Brillantschliff total 10,78 Karat, Preis auf Anfrage



Cartier, Bracelet Trinity, Weissgold, Gelbgold, Roségold und Diamanten, Preis auf Anfrage

Bulgari, Collier Serpenti Haute Joaillerie, Roségold, Snakewood, zwei Diamanten Birnenschliff 0,86 Karat und Pavé-Diamanten 16,9 Karat, Preis auf Anfrage



Tiffany, Blumenblüten-Bracelet Victoria™, Platin und Diamanten, Diamanten Birnenschliff total 2,95 Karat, Diamanten Brillantschliff total 2,31 Karat, Diamanten Marquise-Schliff total 0,99 Karat, 36'700 Fr.





Chopard Precious,
18-Karat-Weissgold,
ganz mit Diamanten
besetzt (Birnen-,
Trapez-, Marquise-
und Brillantschliff),
Quarzwirk, Stun-
den, Minuten,
Preis auf Anfrage



JLC, Reverso One
Duetto pavée,
Graugold, mit 250
Diamanten besetzt,
Handaufzug,
Stunde, Minute,
269'000 Fr.



Rolex, Oyster
Perpetual Datejust
Pearlmaster 39,
Graugold und Saphire,
Automatikwerk, Stun-
den, Minuten, zentrale
Sekunden, 83'200 Fr.



Piaget, Limelight
Gala Haute
Joaillerie, 18-Ka-
rat-Graugold, mit
741 weissen Dia-
manten besetzt,
Quarzwirk,
Preis auf Anfrage



ERLEBEN

REISEN

Johannesburg Betriebsame Metropole mit beruhigender Wirkung

Eine Oase der Ruhe in einer Stadt, die sich mitten im Umbruch befindet: Johannesburg ist hektisch und wirkt trotzdem beruhigend. **Quentin Mouron**



Johannesburg hatte lange einen schlechten Ruf. Die südafrikanische Metropole galt als gefährlich und hässlich. Hier hielt man sich nicht länger als nötig auf, stieg höchstens auf ein anderes Flugzeug um oder mietete ein Auto, um nach Kapstadt und in den Kruger Nationalpark zu fahren. Johannesburg war zum Zwischenstopp verkommen. Doch schon beim Verlassen des Flugzeugs merkt man, dass eine andere Ära angebrochen ist. Die Metropole will ihr Image aufpolieren und wieder zum afrikanischen Reiseziel per se werden. Man soll sie nicht mehr nur für Transits missbrauchen. Dieser angestrebte Sinneswandel zeigt sich in der Umgestaltung ganzer Viertel (Maboneng oder Melville, die bis vor fünf Jahren noch fast menschenleer waren), in der wiedergewonnenen Sicherheit (Johannesburg Central Business District ist keine No-Go-Area mehr) und in der Eröffnung aussergewöhnlicher Betriebe und Lokale (aus Gandhis südafrikanischer Bleibe wurde ein Gästehaus). Zugegeben, die Schönheit von Johannesburg offenbart sich nicht auf den ersten Blick. Man muss sich auf die Stadt einlassen, denn Schönheit bedeutet hier nicht schrille Augenwischerei und lautes Geprotze.

Eine Stadt im Umbruch

Die Zersplitterung der Metropole in viele verschiedene, oft voneinander abgegrenzte Viertel und das Fehlen eines wirklichen Stadtkerns machen es schwierig, sie in ihrer ganzen komplexen Vielfalt zu erfassen. Johannesburg ist ein Kaleidoskop aus vielen Einzelteilen: Johannesburg CBD mit seinen imposanten Wolkenkratzern, wo Tag und Nacht wild hupende Minibustaxis verkehren (eine veritable Institution in Südafrika) und auf den Strassen vor allem am Wochenende die Hölle los ist (Südafrikaner feiern gern und demonstrieren das lautstark); das einst verruchte Newtown-Viertel, heute fest in der Hand von Studenten und Treffpunkt der südafrikanischen Jugend; das Geschäftsviertel Sandton, in dem sich unzählige Banken niedergelassen haben und Einkaufszentren wie Pilze aus dem Boden schießen; und schliesslich das am Stadtrand gelegene Soweto, ein familiäres Arbeiterviertel, bunt, voller Leben, und Heimat von Nelson Mandela und Desmond Tutu. Alle diese Viertel blühen und gedeihen, was durchaus wörtlich zu nehmen ist. Die eindruckliche Vegetation wirkt wie ein



Manuel Zabena

Der Duft der Jacarandas und der Gesang der Vögel empfängt die Besucher des Satyagraha House.

Maboneng und Melville sind nicht nur die neuen In-Quartiere. Sie sind auch authentische Labors der Versöhnung mit der Geschichte.

Verbindungsglied zwischen den Quartieren. Die vielen Parks und kleinen Wälder machen Johannesburg zu einer der grünsten Städte der Welt. Alles andere als einheitlich ist hingegen die Architektur. Kolonialbauten aus dem frühen 20. Jahrhundert stehen neben hochmodernen Herrenhäusern, Glasbuildings und ärmlichen Stein- und Wellblechhütten. Die City lässt sich zwar nur schwer als Gesamtbild erfassen, dafür bietet sie die Möglichkeit, sich immerwährend neu zu erfinden. Bestes Beispiel: das aus Baustellenmaterial errichtete «Shipping Containers Center». Dank dieser bunt zusammengewürfelten Welt wird die Erkundung der einzelnen Viertel zu spannenden, völlig unterschiedlichen Erlebnissen.

Am Freitagabend ging ich im Orbit Club auf Tuchfühlung mit dem neuen Szeneviertel Braamfontein. Ein mit afrikanischen Einflüssen gemischter Be-bop, lokale Weine, eine angenehm ausgelassene, irgendwie mystische Stimmung machten den Abend unvergessen. Mein erster Kontakt mit der Stadt war ein voller

Erfolg. Am Tag darauf besuchte ich das Maboneng-Viertel. Ein Dorf in einer Stadt, ein Mikrokosmos, in dem Afrika und Europa sich endgültig versöhnt haben, gemeinsam eine entspannte, künstlerisch geprägte Atmosphäre pflegen und zuversichtlich in die Zukunft blicken. Es beheimatet Skulpturenausstellungen, kleine Gaststätten und ein paar hervorragende Restaurants. Bestens eingestimmt setzte ich meine Erkundungstour in der grossartigen Galerie Everard Read im Rosebank-Viertel fort. Die lichtdurchflutete, hundertjährige Institution reist den Besucher aus seiner beruhigenden Sicherheit. Hier wird ohne Rücksicht auf persönliche Befindlichkeiten über die Zukunft der südafrikanischen Gegenwartskunst diskutiert. Über den Wert des einen Künstlers, die nächste Ausstellung des anderen. Die tiefeschürfenden, beunruhigenden Werke einer Pauline Gutter, die intimen, ausdrucksstarken Kreationen eines Alessandro Papetti und der fliessende Pinselstrich à la Bacon eines Stephen Conroy konfrontieren den Betrachter mit einer anderen Realität. Wie abgehoben verlässt er die Galerie.

Mein zweiter Ausflug führte mich ins Melville-Viertel, einen Stadtteil, der sich im Umbruch befindet und nie zur Ruhe kommt. In dem temporeichen Alltag wird mit unfassbarer Geschwindigkeit immer Neues geschaffen. Man wird das Gefühl nicht los, intensiver zu leben als anderswo. Tempo ist in Jo'Burg aber nicht oberflächlich, sondern tiefgründig, ebenso wie





Das Satyagraha House, einst das Zuhause von Gandhi, ist heute ein Gästehaus mit Herzlichkeit, Ruhe und allem Komfort.

Maboneng und Melville mehr sind als nur Szeneviertel. Sie sind Labors der Versöhnung, die geduldig, aber bestimmt und unvermeidbar vorangetrieben wird. Im Apartheid-Museum wird die südafrikanische Geschichte einfühlsam erzählt. Fasziniert, betroffen und entsetzt lässt man das Geschehene Revue passieren. Obwohl es konsequent nach vorne blickt, verleugnet Johannesburg seine Vergangenheit nicht. Die Nationalhelden werden stolz gefeiert. Mandela und Tutu scheinen zu schmunzeln und dieser Stadt, die einst unvorstellbaren Schmerz und Erniedrigung erlebte und sich zur Stadt der Vergabung und des Wiederaufbaus entwickelt hat, aufmunternd zuzuzwinkern.

Himmliche Ruhe

Mitten in dieser lauten Hektik, dieser brodelnden Energie und dieses überbordenden Lichtermeers liegt eine Oase des Friedens, ein Ort der Entspannung, diskret verborgen in der rastlosen Stadt. Im Satyagraha House, in dem einst Gandhi wohnte, kommen Körper und Geist zur Ruhe. Den Urheber der indischen Unabhängigkeit und spirituellen Anführer verband eine starke und oft vergessene Liebesbeziehung mit Südafrika, wo er sich insgesamt fast zwanzig Jahre aufhielt. Dort hat er die Grundlagen seiner Philo-

sophie gelegt. Seine südafrikanische Geschichte nahm 1907 in einem Haus, das sein Freund und Architekt Hermann Kaltenbach entworfen hat, Gestalt an. «Nichts ist in den Resultaten der Technik, was nicht zuvor in der Metaphysik gewesen ist», schreibt Peter Sloterdijk. Diese Aussage erhält ihre volle Bedeutung, wenn man Kaltenbachs Werk betrachtet. Das Haus scheint, als wäre es nicht mit Händen, sondern mit den Gedanken von Gandhi erschaffen worden. Seine Lehren nehmen in Form von Linien, Volumen und Eisenbeschlägen Gestalt an. Das Haus ist ein Manifest. Rocco Erdam Bosman hat es in ein Gästehaus umfunktioniert. Heute ist das Satyagraha House ein Ort der Erholung und der Besinnung, an dem sich Modernität mit Tradition verbindet. Der betörende Duft und das starke Violett der Jacaranda, der liebliche Gesang der Vögel und die angenehme Frühlingsmilde nehmen den Besucher sofort gefangen. Ein gepflasterter Pfad führt zu den Zimmern. Das strohbedeckte Dach und die weissen, sanft gerundeten Wände wirken wunderbar einladend. Im Innern knistert ein Feuer. Viel Holz, ein Salontisch am Kamin und eine Terrasse unter zwei hundertjährigen, von Gandhi gepflanzten Bäumen schaffen ein gemütliches Ambiente. In der Suite sorgen einige moderne Elemente für

The Orbit

81, De Korte Street

Hochburg des südafrikanischen Jazz. Im Orbit können Neulinge und Kenner in eine Welt eintauchen, die immer wieder von neuem entdeckt werden sollte. Ein Muss für Musikfans!

Hell's Kitchen

4, 7th Street

Das Hell's Kitchen ist ein schräges, barockes «Rock-chic-Restaurant» mitten in Melville.

Apartheid-Museum

Northern Park Way und Gold Reef Road

Das würdevolle, zugleich spielerische Apartheid-Museum wird stetig ausgebaut. Besonders eindrücklich ist die Sektion über den Kampf der südafrikanischen Frauen.

I Was Shot in Jo'burg

264, Fox Street

Im dynamischen Maboneng-Viertel. Junge Künstler erfinden den sonst ewig gleichen Souvenir-Shop auf kreative Weise immer wieder neu.

44 Stanley

44, Stanley Avenue

Ansammlung unkonventioneller Shops für spannende Funde: Buchantiquariat, indisches Kunsthandwerk, Designer, Weinbar. Ideal, um sich eine Pause zu gönnen, zu staunen und sich verzaubern zu lassen.

den nötigen Komfort, ohne das Wesen des Gebäudes zu verraten. Der Gedanke, in einem Zimmer zu schlafen, das Gandhi einst bewohnt hat, mag vielleicht anfangs etwas einschüchternd wirken, doch schon bald überwiegt das unbeschreibliche Glücksgefühl, ein solches Privileg erleben zu dürfen. Im Satyagraha House spürt man überall die Bewunderung für Mahatma. Das Gästehaus entspricht seinem Wesen: kein Pool, kein Riesens Bildschirm und kein Spa, dafür aber eine bewusst einfach gehaltene Ausstattung, verknüpft mit einem einwandfreien Service und gutem Geschmack. Gandhis ehemaliges Wohnhaus ist kein in Philosophie gehülltes Gebäude. Vielmehr wurde es - im Sinne der von Sloterdijk erwähnten Technik - nach einer Philosophie erbaut. Ein schönes Beispiel dafür, wie Ruhe und Bewegung neben- und miteinander bestehen und sich sogar versöhnen können.

Wir danken der Genfer Reiseagentur Voyageur du Monde für die massgeschneiderte Organisation unserer Reise. www.voyageursdumonde.ch

PORTFOLIO

COGNAC

Eintauchen in die Welt der Eaux-de-vie

«Luxe» lädt zur Expedition in das Universum des Cognacs. Entdecken Sie die Schönheit des Savoir-faire bei Hennessy. Dieses exklusive Portfolio entstand mit Unterstützung des 250 Jahre alten Cognac-Hauses.

100 Aromennuancen: Die komplexeste Verbindung verschiedener Eaux-de-vie und eine grosse Herausforderung an das Savoir-faire bei Hennessy. Ambitiöses Ziel ist die dauerhafte Kontinuität des Geschmacks. Mit 370'000 Barriques aus Limousin-Holz verfügt Hennessy über einen der weltweit grössten Vorräte. Das 250 Jahre alte Cognac-Haus trägt zum Erhalt uralter Handwerke bei: Winzer, Brenner, Küfer, Kellermeister und sogar Kalligrafen. Exzellenz wird gross geschrieben, erstklassige Fässer sind Pflicht. Denn ohne gutes Holz gibt es keinen guten Cognac. Daher ist nur das Beste gut genug, nämlich Holz von 100- bis 150-jährigen Eichen aus den Limousin-Wäldern. Es ist grobkörnig und enthält Vanille-, Rauch- und Röstaromen, die dem Eau-de-vie sein unvergleichliches Aroma verleihen. Im Fass erhält der Weinbrand seine herrliche Farbe, von goldgelb bis honigbraun. Um die Fruchtnote zu optimieren, wird bei Hennessy mit dem Weintrester destilliert. Für einen Liter Eau-de-vie von 70 Grad Alkoholgehalt braucht es durchschnittlich neun Liter Wein. Diese durch die Destillation erhaltene Konzentration ist eines der Mysterien der Produktion, bei der Alkohol, Feuer, Wasser, Kupfer und Backstein interagieren.

Der 1774 erbaute «Chai du fondateur»
wurde nach dem Kauf 1850 zum
Reifekeller und ist heute der älteste
Chai von Hennessy.







Hennessy hat den international renommierten Künstler Arik Levi gebeten, eine Schatulle für den Blend Hennessy-8 zu kreieren. Sie umschliesst die Karaffe aus acht mundgeblasenen Ringen in Baccarat-Kristall, Hommage an die acht «Maitres Assembleurs» und an die acht darin vereinten Eaux-de-vie.





Hennessy verwendet Holz von Limousin-Eichen,
die zwischen 100 und 150 Jahre alt sind.



Immer mehr Gentlemen Riders paradieren in Anzug und Krawatte auf ihren auf Hochglanz polierten Motorbikes. Über einen Trend auf zwei Rädern und den Café-Racer-Style in Perfektion. **Jorge S. B. Guerreiro**

ERLEBEN
MOTORRAD

Der Ride der gestylten Gentlemen

Sonntag, 25. September: Über 57'000 hochelegante Damen und Herren promenieren in den Strassen von 503 Städten in 90 Ländern auf ihren funkelnden Motorrädern. Es ist der Distinguished Gentleman's Ride (DGR), ein jährlich stattfindendes Event mit dem Ziel, Geld für die Prostatakrebsforschung zu sammeln.

Dieses Jahr kam die stolze Summe von 3,5 Millionen Dollar zusammen. Das Treffen ist aber nicht nur ein karitativer Anlass, sondern auch Vorwand für Motorradfreaks jeglicher Provenienz, ihrer Passion zu frönen, die Bewegung ist die Krönung des Café-Racer-Styles. Dieser stammt aus England und steht für massgeschneiderte Vintage-Motorräder mit tiefem Lenker und ohne jeglichen aerodynamischen Firlefanz. Der Fahrer selbst muss «dapper» sein, das heisst elegant, gepflegt, distinguished eben. Der Distinguished Gentleman's Ride wurde 2012 in Sydney von Mark Hawwa gegründet. Auf die Idee brachte ihn ein Foto von Jon Hamm alias Don Draper, der Hauptfigur aus der Kultserie «Mad Men», der im eleganten Anzug auf einem schicken Zweirad posiert.

«Die Grundidee war, einen Tag lang Liebhaber solcher Zweiräder weltweit zusammenzubringen. In Australien werden Motorbiker noch heute misstrauisch betrachtet, man assoziiert sie gerne mit Schlägertypen und anderen bösen Buben. Ich wollte diese Vorurteile brechen und ein positives Image kreieren», erklärt Mark Hawwa. Der Erfolg seiner Idee überstieg alle Erwartun-

3,5

Millionen Dollar wurden gespendet in

503

Städten aus

90

Ländern

gen. Schon am ersten Anlass nahmen 2500 Motorradfans in 64 Städten in der ganzen Welt teil. Mark, vom Erfolg völlig überrascht, überlegte sich, wie man davon profitieren könnte. 2013 beschloss er, das Event mit etwas Sinnvollem zu verknüpfen, nämlich mit der Prostatakrebsforschung. 2016 ergänzte er diese mit Suizidprävention. «Dem Prostatakrebs fallen in der ganzen Welt zahllose Männer zum Opfer, aber die Krankheit ist nach wie vor ein Tabu. Indem man darüber spricht, fördert man die Prävention und erhöht die Sensibilität für die Notwendigkeit, sich ab 40 Jahren regelmässig kontrollieren zu lassen. Dies kann Leben retten.» Um die gesammelten Gelder optimal zu verteilen, arbeitet Distinguished Gentleman's Ride mit der Stiftung Movember zusammen. Diese ebenfalls australische Vereinigung ist heute die weltweit grösste Bewegung für die Gesundheit des Mannes. Die Spenden werden in den Ländern eingesetzt, wo sie gesammelt wurden.

Parallel zu ihrer Liebe für klassische Motorräder legen die Gentlemen ihr ganzes Augenmerk auf das Outfit. Mit dem Look der Hells-Angels-Biker haben sie wenig am Hut, sie orientieren sich lieber an den eleganten Sixties. Mark Hawwa: «Der Trend Satorial Riding zieht immer mehr Menschen an, denn er impliziert Ritterlichkeit und Sinn für Inszenierung. Unter den Teilnehmern, sie sind achtzehn bis über sechzig Jahre alt, gibt es auch solche, die sich gewöhnlich nicht so stilvoll kleiden und sich speziell für den Anlass in Schale werfen.»

Unter ihnen sind viele Unternehmensführer und Manager. Diese sozioprofessionelle Kategorie ist stark vertreten. «Nachdem sie in Karriere und Privatleben investiert haben, kehren die Vierzigjährigen zu ihren ersten Liebhabereien zurück und kaufen ein «Fahrrad» fürs Weekend. Auch Frauen fühlen sich vermehrt davon angezogen. An unserem ersten Ride im 2012 waren nur drei Prozent Frauen, jetzt sind es jährlich mehr. Was uns natürlich sehr freut», so Mark.

Eine Vision, die Ludovic aus Genf bestätigt. Er ist Kader in einem Family Office und stolzer Besitzer eines prächtigen orangen Motorrads der Marke BMW, das von der Garage Motomillesime in Vézenaz renoviert wurde. Auch er erwähnt spontan die TV-Serie «Mad Men». «Es ist ein Lebensstil, eine Kultur, welche die Fifties und Sixties zelebriert. Diese Vintage-Passion ist ein generelles Phänomen, sie betrifft Möbel, Kleider und natürlich Motorräder.» Als junger Mensch leistete er sich ein Solex, später eine Vespa. Seither sind Zweiräder Teil seines Lebens. Alljährlich überholt er ein altes Motorrad und macht sich damit auf einen Roadtrip. Er besitzt bereits vier Maschinen und hat keineswegs die Absicht, sich damit zu bescheiden. «Steve McQueen besass zweihundert Räder. Bei den Café Racers wird alles Überflüssige entfernt und nur die wichtigsten Teile behalten. So entstehen Unikate. Dieses Prinzip gefällt mir auch in andern Bereichen des Lebens.» Ludovic ist Mitglied diverser Motorrad-Clubs und beteiligt sich an der Organisation des Distinguished Gentleman's Ride in Genf. Er schätzt dabei die Toleranz, die gegenseitige Unterstützung und das Pflegen der gemeinsamen Leidenschaft. Auch im Berufsleben manifestiert er diesen Geist und kleidet sich entsprechend: Fliege und melierte Tweed-Westen sind ein Muss.

Ganz im Zeichen der Zeit ist diese Idee der Freiheit das zentrale Element des Konzepts, das erlaubt, loszuziehen, ohne gerade über die Stränge zu schlagen. Im hochstrukturierten Alltag ein ganz nützliches Ventil. Der Trend ist natürlich den grossen Marken nicht verborgen geblieben, dessen exponentielles Wachstum auch für Sponsoren interessant ist. Etwa für Triumph Motorcycles oder die Uhrenmarke Zenith. Die Marke aus Le Locle stellte im letzten



Mike Mansland



Mike Mansland



Mark Hawwa gründete Distinguished Gentleman's Ride 2012

57 000

elegante Ladies und Gentlemen nahmen dieses Jahr weltweit teil



Manjiv Bessoni Photographies

Der Event unterstützt die Prostatakrebs-Forschung und die Suizidprävention

Die Schweizer Uhrenmarke Zenith ist Partner des Spektakels und hat eigens dafür die Uhr Heritage Pilot Ton-Up kreiert



Mark Niggelitto

Mike Mansland

Frühling an der Basel World ein speziell für diese Partnerschaft konzipiertes Modell vor, die Heritage Pilot Ton-Up. Anlässlich der Präsentation versammelten sich Biker in der Nähe des Salons und liessen die Maschinen röhren. «Diese Partnerschaft ist ganz natürlich entstanden», erklärt Mark Hawwa. «Zenith ist seit langem im Bereich der klassischen Automobile aktiv. Da war es ganz logisch, diese Unterstützung auch auf Vintage-Motorräder auszudehnen. Dank dem Engagement der Zenith-Leute haben wir nicht nur finanzielle Unterstüt-

zung erhalten, sondern auch eine unschätzbare Medienpräsenz. Natürlich will Zenith Uhren verkaufen. Aber uns verbinden gemeinsame Werte, eine Passion.» Mark plant, auf diesem Trend zu kurven und das Label DGR weiterzuentwickeln. «Noch sind wir ein ganz kleines Team, unsere Priorität ist die Organisation unseres Jahresevents. Längerfristig planen wir aber die Lancierung einer Accessoires-Kollektion - Manschettenknöpfe, Einstecktücher, Krawattennadeln -, die für den ultimativen Gentleman's-Rider-Look sorgt.»

Weste reversibel,
gesteppt
Hemd V
Klassische Hose
Slim Jersey
Sneakers Frontrow
Anthracite
Tote Bag Explorer
Monogram Eclipse
Uhr Voyager GMT
Roségold, 41,5 mm

LOUIS VUITTON



Weste Jersey
Klassische Hose
Slim Jersey
Sneakers Frontrow
Anthracite
Foulard Patchwork
Square
Uhr Voyager GMT
Edelstahl 41,5 mm
LOUIS VUITTON





Kleid, Mischwolle
und Lammlleder
Jupe aus
Mischseide
Boots Digital
Gate Argent
Ohringe
Wish Bone
Handtasche PeAte
Malle Monogram
Reverse

LOUIS VUITTON



Besticktes Kleid,
Seide und
Lammleder

Seiden-Unterkleid

Boots Star
Trail Black

Tasche Camera
Box, Kalbsleder
und Monogram

LOUIS VUITTON

Z W I S C H E N S T O P P P A R I S

Paris, der ideale Zwischenhalt. Auf Boulevards, über Dächern, unter den Brücken.
Da zelebrieren verliebte Pärchen ihre eigene Geschichte, im perfekten Outfit
aus der Herbst-Winter-Kollektion Louis Vuitton. Paris, die ewige Inspiration,
widerspiegelt sich in der Geometrie der Kleider, den gestickten Motiven, den edlen
Materialien. Paris: wie eh und je Synonym für Eleganz.





Art Direction
Cristina d'Agostino,
Nicolas Zentner

Fotografie
Richard Frémont

Assistent
Grégoire Machavoine

Models
Benoit Bouisset
@ Marilyn Agency
Getriin Kivi
@ MademoisSIE

Styling
Yordane Weingarten

Frisur und Make-up
Luc Lapôte

Unser Dank geht an
LOUIS VUITTON
sowie an das Hôtel
RENAISSANCE Paris
République für
den freundlichen
Empfang unseres
Fototeams.

ER
Lederjacke
Klassische Hose
Slim Jersey
Sneakers Frontrow
Anthracite

SIE
Seidenjupe
Mantel,
Wollgemisch
Boots Star
Trail Black
LOUIS VUITTON



Mantel reversibel
Karakoram
Hemd V
Klassische
Hose Slim
Derby Baikal
Ardoise
Uhr Voyager GMT
Roségold, 41,5 mm

LOUIS VUITTON



ER
Weste Karakoram
Hemd V
Klassische
Hose Slim
Derby Baikal
Ardoise

Uhr Escale Spin
Time, Calibre LV77

SIE
Besticktes
Pailletten-Kleid,
Mischseide und
Lammlleder
Boots Star
Trail Blue
Ohringe
Wish Bone
Manchette
Over the strap,
Lammlleder und
Monogram

LOUIS VUITTON



Die Boards von Taro Tamai sind die Rolls Royces auf Pulverschnee. Nicht nur, was ihren exklusiven Preis betrifft, sondern auch ihren ebenso exklusiven Fahrkomfort. Gleitkomfort eher, denn seine Fans nennen es fliegen, wenn sie von Big Fish, Rocket Fish und Super Fish & co. schwärmen. **Hans Uli von Erlach**

ERLEBEN
ANDERSWO

Snowsurf Boarden wie fliegen

Taro Tamai ist schon lange eine Legende in der japanischen Snowboard-Szene. Seine Begeisterung für den weissen Sport führte ihn von seiner Heimat in die entferntesten, einsamsten und schönsten Schneegebiete der Erde. Doch am meisten Schnee fällt in Niseko, der Kleinstadt auf Hokkaido, der nördlichsten Insel Japans. Und die kalten, sibirischen Winde sorgen hier für den schönsten Schnee der Welt, den die Einheimischen Niseko Powder nennen. Hier ist Taro Tamai geboren und hier fand er seine Passion. Zwei Passionen, müsste man sagen. Denn Taro ist einerseits leidenschaftlicher Snowboarder im weiten Gebirgsmassiv des Annupuri und an den unberührten Schneehängen des knapp 1900 Meter hohen inaktiven Vulkans Yoteizan (wegen seiner markanten Form auch «Little Fuji» genannt). Er ist aber auch ebenso angefressener Surfer auf dem nahen japanischen Meer.

Diese beiden Erfahrungen wollte Taro Tamai kombinieren. Denn «als das Snowboarden begann, ging es darum, Freude zu haben in der Natur, den Berg auf eine neue Art zu spüren. Aber dann wurde es kommerzialisiert, die Bretter wurden wie Skateboards, nicht mehr der Genuss stand im Vordergrund, sondern der Nervenkitzel, waghalsige Sprünge wurden wichtiger als das Gefühl für Schnee und Boden.» Er versuchte, das elegante Surfgefühl vom Wasser auf den Schnee zu bringen. «Ich wollte surfen am Berg!» Um 1990 begann der talentierte Tüftler, neue, vom Surfbrett inspirierte Snowboards zu entwickeln. Weil auch Surfbretter je nach Wellenbewegung verschieden gestaltet sind, suchte er nach verschiedenen Shapes für das Gleiten im Schnee. Als charakteristisch dafür entwickelte Taro den Schwalbenschwanz am Ende und die leichte Anhebung des vordersten Teils des Boards. Für die Konstruktion verarbeitete er vor allem Bambus, ergänzt



Typisch für Taros Schnee-Surfbretter ist die Schwalbenschwanz-Form.

dieses leichte und gut federnde Material auch mit anderen Holzarten. «Wir experimentieren viel mit verschiedenen Hölzern, jede Kombination hat ihre Eigenschaften für verschiedene Gelände- und Schneevarianten, ebenso wie die unterschiedlichen Formen, Längen und Breiten der Bretter», sagt Taro Tamai. Für das neue Feeling vom riding in the snow erfand er den Ausdruck Snowsurf, und viele seiner Bretter spielen, der Form ihrer Schwanzflosse entsprechend, mit dem Begriff Fisch: Rocket Fish (der kleinste, 1450 mm lang), Big Fish (1630 mm) oder Super Fish (1760 mm). Bald gründete Taro die Firma Gentemstick, wo seither seine Bretter hergestellt werden. Mitten in Niseko übrigens, wo, zum Experimentieren neuer Surfbrett-Versionen, der beste Schnee der Welt vor der Haustüre liegt. Fabriziert werden die Produkte weitgehend in Handarbeit. «Es ist wichtig, dass der Mensch den letzten Schliff macht, das garantiert höchste Qualität.» Und hat sei-

« Es ist wichtig, dass der Mensch den letzten Schliff macht, das garantiert höchste Qualität. »

Inzwischen stellt Gentemstick viele unterschiedliche Snowsurf-Bretter her.

nen Preis: um die 1000 \$ kostet ein Snowsurfboard von Taro Tamai bei Gentemstick, je nach Finish auch mehr.

Von Niseko aus ist inzwischen eine veritable Snowsurf-Revolution entstanden. Namhafte Snowboard-Fachleute und -Rider pilgern immer wieder zu Taro Tamai, um seine neusten Boards auszuprobieren, wovon es heute Duzende von Varianten gibt. Und schwärmen von deren Wendigkeit, von optimaler Bodenhaftung und gleichzeitigem Feeling des Gleitens, ja des Fliegens mit dem High-end-Produkt, von seiner Leichtigkeit und seiner Stabilität, von den Qualitäten im tiefen Pulverschnee und vom optimalen Carving der Kanten. Einer schrieb nach dem Probefahren des neuen Spoonfish 152: «Taros Bretter kehren Zurück zu den Wurzeln unseres Sports, zum Erlebnis mit der Natur. Sie sind entworfen, um mit dem Berg zusammenzuarbeiten, anstatt in ihm den Gegner zu sehen.»

Handarbeit: Taro Tamai gibt seinen Snowsurfs den letzten Schliff.

www.gentemstick.com

Die globale Nachfrage nach Fine Wines ist gross und entsprechend boomen die Weinauktionen. Besonders gesucht sind Raritäten aus den klassischen europäischen Weinbauregionen, allen voran Burgund und Bordeaux. **Chandra Kurt**

ERLEBEN
AUKTIONEN

Weinauktionen Flüssige Investition

Das Genfer Auktionshaus Baghera Wines hat soeben 12 Burgunder von Henri Mayer für 61'200 Franken verkauft - das entspricht 5'100 Franken pro Flasche. Was im ersten Moment nach viel tönt, ist es nicht einmal. Bei Christie's liegt der Rekord bei 476'280 \$ für 12 Flaschen Domaine de la Romanée-Conti von 1978, und 12 Flaschen des Bordeaux Château Cheval Blanc des legendären Jahrgangs 1947 wechselten ihren Besitzer 2013 in Paris für 179'792 \$. Der Preis gewisser Weinflaschen steht heute in keinem Verhältnis mehr zu ihrem Inhalt. Denn die Weinpreise für die Weinelite der Fine Wines ist seit dem Dotcom-Boom astralisch in die Höhe geschossen. Nichtsdestotrotz bilden Weine nach wie vor ein sehr gutes Investment, da die Nachfrage gross ist und die Produktion limitiert.

Die Anzahl von sogenannten Fine Wines ist relativ überschaubar. 95% dieser Weine stammen aus den klassischen Weinbauregionen Europas, primär aus Bordeaux und dem Burgund, mit einigen Ausnahmen aus Italien, Kalifornien oder der Région Rhône (siehe Kasten). Die Nachfrage nach diesen Provenienzen ist seit den 90er Jahren drastisch gestiegen. Damals, vor dem Kollaps der Börse, hatten viele in der Finanzwelt sehr viel Geld, und es entstand eine neue Szene von sehr wohlhabenden Samm-



34915

Dollar für 12 Flaschen des La Tâche 2009, verläuft bei Christie's Hongkong am 21. März 2014



34300

Dollar für 4 Flaschen des Haut-Brion 1945, verkauft bei Sotheby's New York am 19. Mai 2016

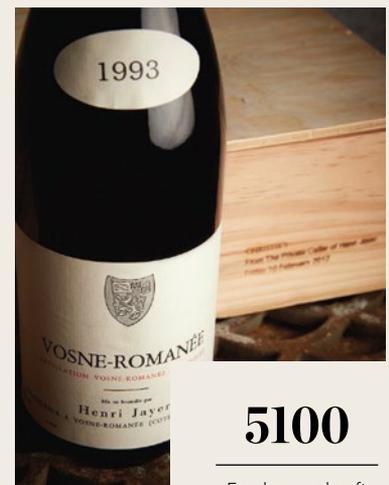


500

Euro, Richtpreis für den Masseto 2013, soeben auf dem Markt

80 Prozent nicht mehr im üblichen Weinhandel zu finden. Weinauktionen sind auch ein guter Spiegel der allgemeinen wirtschaftlichen Lage - geht es ihr gut, steigen die Weinpreise, geht es schlecht, fallen sie. Auktionen sind aber auch eine ideale Gelegenheit, um sich ein Bild über die Weinelite zu machen. Beim Studieren des Auktionskatalogs findet man nicht nur heraus, dass immer wieder dieselben Namen auftauchen, sondern auch, welches die Spitzenweine der Welt sind. Sehr interessant ist das Angebot an alten Portweinen oder Madeiras. Es kann gut und gerne vorkommen, dass man über 100-jährige Abfüllungen findet.

Idealerweise hat man vor der Versteigerung Gelegenheit, die Weine zu verkosten. Je nach Auktionshaus besteht etwa eine Stunde vor Beginn die Möglichkeit, den einen oder anderen Wein zu probieren. Das ist insofern interessant, wenn zum Beispiel die grössere Sammlung einer Person verkauft wird und man durch die Verkostung erkennen kann, wie die Weine gelagert waren. Denn einer der problematischsten Punkte bei der Auktion ist die Tatsache, dass man nicht weiss, in welchem Zustand die Weine sind. Einmal gekauft, können sie nicht zurückgegeben werden. Es wäre auch falsch vorauszusetzen, dass alle Auktionshäuser genau prüfen, woher die Ware kommt. Je elitärer das Haus, umso besser wird kontrolliert.



5100

Franken, verkauft bei Baghera Wines Genf, am 11. Oktober 2016

lern. Sie kamen zu den Weinauktionen in New York, London, Paris oder Hongkong, um zu sehen, um gesehen zu werden und um Weine zu unvernünftig hohen Preisen zu kaufen. Inzwischen ist auch der Markt in Asien neu erwacht. Wein ist zum neuen Statussymbol geworden, das entsprechend gesucht und gekauft wird. Diese zwei Trends und die Tatsache, dass Wein ein limitiertes Gut ist, hat einerseits zu den hohen Preisen geführt, andererseits auch zum Auftauchen zahlreicher Fälschungen.

Daher sollte man heute beim Kauf an Weinauktionen auf Folgendes achten: Dass man mit einem guten, solventen Händler arbeitet, der idealerweise schon länger auf dem Markt ist und dass man die Quelle kennt und weiss, woher die Weine kommen. Im Internet findet man auch zahlreiche dubiose Angebote. Am besten kommen die Weine direkt vom Weingut zur Auktion. Dadurch vermeidet man die zahlreichen zuvor stattgefundenen Besitzerwechsel. Das Risiko von Fälschungen ist jedoch auch hier enorm. Vermehrt bringen Weingüter fälschungssichere QR-Codes oder Etiketten an den Flaschen an, die Herkunftsgarantie und Rückverfolgbarkeit des Weins erlauben.

Nichtsdestotrotz sind Weinauktionen ideale Gelegenheiten, um rare Topweine und gesuchte Jahrgänge zu finden und Trouvaillen zu machen. Denn was an Weinauktionen verkauft wird, ist zu



5288

Pfund für den
Château Pétrus
1928, verkauft bei
Christie's London am
20. Oktober 2016

Will man seine eigenen Weine einreichen, schickt man am besten eine Liste der Weine an diverse Auktionshäuser und fragt nach, ob sie am Verkauf interessiert wären und zu welchem Preis. Unbedingt ist dabei der Jahrgang anzugeben und wie die Weine verpackt sind (geschlossene 6er- oder 12er-Originalkiste oder Einzelflaschen).

Sichere Werte: Die Top-Blue-Chip-Weine

Mit diesen Provenienzen investieren Sie richtig (Auswahl). Die sogenannten Blue-Chip-Weine kosten bereits viel, wenn sie auf den Markt kommen, gewinnen aber in der Regel an Wert:

Bordeaux

Ausone,
Cheval Blanc,
Haut-Brion,
Lafite-Rothschild,
Lafleur,
Latour,
Margaux,
Mission Haut-Brion,
Mouton Rothschild,
Pétrus,
Le Pin.

Burgund

Domaine de la
Romanée-Conti
(DRC),
Henri Mayer,
Rousseau A.

Champagne

Krug,
Roederer Cristal,
Dom Pérignon.

Übrige

JL Chave
(Hermitage),
Gaja (Piemont),
Masseto (Toskana),
Ornellaia (Toskana),
Rayas (Château-
neuf-du-Pape),
Sassicaia
(Toskana),
Screaming Eagle
(Kalifornien).

Spezialisierte internationale Auktionshäuser

Sotheby's,
Christie's,
Acker Merrall & Condit
New York & Hongkong

www.sothebys.com
www.christies.com
www.ackerwines.com

Spezialisierte Schweizer Auktionshäuser

Baghera Wines,
Franz Wermuth,
Steinfels
Weinbörse

www.bagherawines.com
www.weinboerse.ch
www.franzwermuth.ch
www.steinfelsweine.ch



MONDOVINO

DIE WEINWELT FÜR JEDEN GESCHMACK.

Unsere Weinexperten empfehlen:



**Coop Fine Food
Champagne Grand Cru
Prestige Bonnaire, 75 cl**

39.50

(10 cl = 5.27)

Preis und Leistung perfekt.

Eine feine Perlage, die Aromen von Zitrus, Ananas und Nüssen transportiert. Chardonnay sorgt für eine cremige Struktur bei mineralischer Frische. Weitere Weinempfehlungen finden Sie auf mondovino.ch

Coop verkauft keinen Alkohol an Jugendliche unter 18 Jahren. Erhältlich in grossen Coop Supermärkten sowie unter coopathome.ch und mondovino.ch

Für mich und dich.

Jorge S.B. Guerreiro

Digiluxe



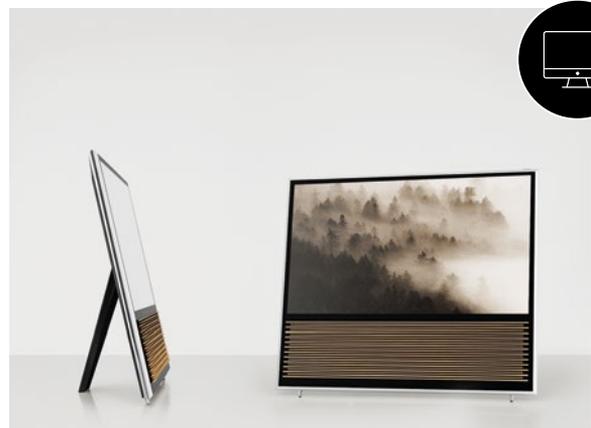
Sofort, die erste Sofortbildkamera von Leica

Offenbar musste Polaroid 2007 die Produktion ihrer Sofortbildkamera erst einstellen, damit die berühmten «Polas» ein Revival erleben. Inzwischen gibt es die Polaroid zwar wieder, aber auch andere Marken haben das Potenzial von Instantbildern erkannt. Die jüngste im Bunde ist Leica. Die renommierte deutsche Marke mischt den Markt mit ihrer ersten Instantkamera Sofort auf. Und die kann natürlich mehr als die Konkurrenzprodukte. Neben Einstellungen für Fokussierungsentfernung, Belichtungszeit und Blitz bietet sie ein Programm für Selfies und einen Selbstauslöser. Das kleine Wunderwerk ist in Orange, Mint und Weiss erhältlich und wird durch umfangreiches Zubehör wie z.B. Tragetaschen, Tragriemen und Präsentationsboxen ergänzt. www.leica-camera.com



Gehen Sie mit dem Porsche Panamera auf die Jagd

Der exklusive Automobilhersteller Porsche veranstaltet in der Schweiz einen eher ungewöhnlichen Wettbewerb, bei dem es die neue viertürige Sportlimousine Panamera zu gewinnen gibt. Einfach die App «New Panamera» aufs Smartphone laden, sich etwas in Geduld üben und 14 Fragen (davon eine Schätzfrage, bei der es einen Wert so genau wie möglich einzuschätzen gilt) richtig beantworten. Für jede korrekte Antwort erhält man eine Zahl als Hinweis. In der richtigen Reihenfolge ergeben die 14 Zahlen die GPS-Koordinaten der Stelle, an dem der Porsche versteckt ist. www.panamerahunt.ch



Beovision 14, der Android-Fernseher von Bang & Olufsen

Bang & Olufsen enthüllt den Beovision 14, ein Ultra-HD-LED-TV-Gerät (4K) der neuesten Generation. Wie immer hat der dänische High-End-Elektronikerhersteller besonders viel Wert auf ästhetisches Design gelegt. Die klaren Linien des Fernsehgeräts werden durch die Eichenholzlamellen der Lautsprecherabdeckung unterstrichen. Vor allem aber punktet dieses Modell durch die Vielzahl an Verbindungsmöglichkeiten, an die kein anderer Fernseher herankommt. Dank der Android-TV-Plattform kann man Fotos, Filme oder Musik schnell und einfach hochladen, sich mit einem Tastendruck mit dem Tablet oder Smartphone verbinden oder auf neue Streamingformate wie HEVC zugreifen. Den Fernseher gibt es als 40- oder 55-Zoll-Ausführung. www.bang-olufsen.com



Augmented Paper: Montblanc verbindet analoge und digitale Aufzeichnungen

Wie der Name verrät, handelt es sich bei Augmented Paper um ein «verbessertes» Notizbuch, das analoge mit digitalen Aufzeichnungen verknüpft und Handgeschriebenes (Notizen, Texte oder Skizzen) zur Bearbeitung und Archivierung auf ein mobiles Gerät (Smartphone) lädt. Das Montblanc Augmented Paper Set besteht aus einem Lederumschlag und einem Kugelschreiber, der über eine App automatisch all Ihre Aufzeichnungen und Kritzeleien digitalisiert und auf ein mobiles Gerät überträgt. Er speichert ohne Verbindung bis zu 100 Seiten, erkennt Ihre Handschrift und sendet das Geschriebene direkt an Ihr Textverarbeitungsprogramm. www.montblanc.com