

U O

DAS UNGER MAGAZIN N°29
IN UND UM ST. MORITZ

High Society





CELINE
PARIS





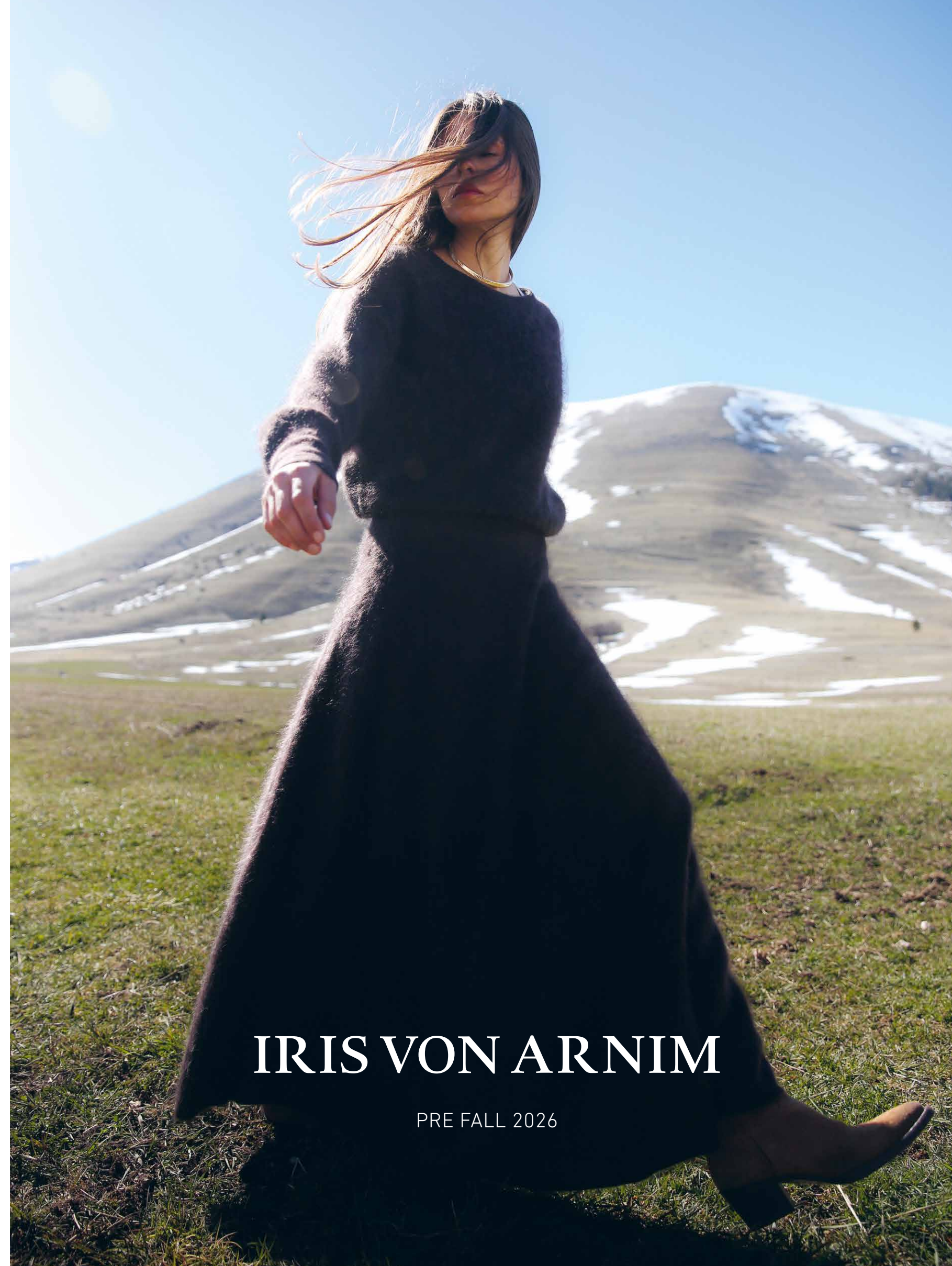
Chloé

© 2026 CHLOÉ SAS. ALL RIGHTS RESERVED.



BRUNELLO CUCINELLI







MaxMara

ELASTEN®

SPÜRE DEN UNTERSCHIED – WISSENSCHAFTLICH BELEGT.

INNOVATIVE NÄHRSTOFFKOMBINATION FÜR DIE HAUT VON INNEN

Modernste Wissenschaft in praktischen Trinkampullen: Der [HC]-Kollagen-Komplex® wirkt im ganzen Körper – für mehr Spannkraft und sichtbar weniger Falten. Produkteigene Studien bestätigen die nachhaltige Wirkung.

Kollagen ist der zentrale Baustein der Haut und verantwortlich für ihre Elastizität und Spannkraft. Mit zunehmendem Alter nimmt die körpereigene Produktion jedoch kontinuierlich ab.

- ✓ **Bewiesene Beauty-Wirkungen**
- ✓ **In Studien getestet***
- ✓ **Sichtbare Effekte nach 12 Wochen**
- ✓ **Apothekenqualität**
- ✓ **Das Original aus Deutschland**

STUDIEN ZEIGEN: KOLLAGEN IST NICHT GLEICH KOLLAGEN

Der besondere Ansatz von ELASTEN® liegt in der gezielten Kombination ausgewählter Inhaltsstoffe, die auf die Bedürfnisse der Haut abgestimmt sind. Spezifische Kollagenpeptide werden dabei mit hautrelevanten Mikronährstoffen ergänzt, um die Haut von innen zu unterstützen.

Mehrere placebo-kontrollierte, klinische Studien belegen die Wirksamkeit dieser Zusammensetzung und zeigen sichtbare Verbesserungen von Hautelastizität und Spannkraft. Damit leistet ELASTEN® einen wichtigen Beitrag zum Erscheinungsbild der Haut – für ein schönes und junges Aussehen.



FÜR SPÜRBAR GLATTERE HAUT
AM GANZEN KÖRPER.



ELASTEN. MEHR ALS NUR KOLLAGEN.

Für nähere Informationen erreichen Sie uns unter Tel. 05241 403 430. ELASTEN® ist ein Produkt von QUIRIS® Healthcare aus Gütersloh.

* Bolke et al., 2019, Streker, M. et al., Akt Dermatol, 2020, Laing et al., 2020, Dänhardt et al. 2025

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit dieser aktuellen Herbst/Winter-Ausgabe unseres Unger-Magazins wollen wir hoch hinaus – genauer gesagt: in die Berge. Sozusagen eine Hommage an die High Society im besten Sinne. Und dafür gibt es einen ganz besonderen Ort in den Schweizer Alpen, der sehr viele schöne Geschichten zu erzählen hat: St. Moritz. Das Team des Suvretta House hat uns auf besonders charmante Art empfangen und eine wunderbare Umgebung für zwei



Modestrecken geboten, die Ihnen einen Vorgeschmack auf die kommende Herbst/Winter-Saison geben sollen.

St. Moritz und Unger verbindet eine Haltung, die Luxus nicht künstlich inszenieren muss, um ihn spürbar zu machen. Stattdessen ist sie geprägt von zeitloser Eleganz, höchster Qualität und einer selbstverständlichen Souveränität. Wir sind den schönen Dingen des Lebens immer

zugewandt. Das bedeutet jedoch nicht, dass wir verkennen, was in der Welt passiert. Erlauben Sie mir deshalb, an dieser Stelle auf ein großartiges Projekt aufmerksam zu machen, das wir als Familienunternehmen gerne unterstützen: Skill Up! Unter dem Dach der Welthungerhilfe hilft die Initiative jungen Menschen in benachteiligten Regionen dabei, berufliche Perspektiven zu entwickeln und damit die Grundlage

für eine selbstbestimmte Zukunft zu schaffen. Vor Kurzem hatte ich die Gelegenheit, mich mit Gudrun Bauer, der Gründerin von Skill Up!, auszutauschen, und war sofort fasziniert von ihrer Leidenschaft. Wir haben sie gebeten, ihr Herzensprojekt einmal selbst vorzustellen, und dieser Bitte ist sie ohne zu zögern nachgekommen. Zum Schluss bleibt mir nur noch, Ihnen allen einen schönen Herbst zu wünschen!

HERZLICHST,
IHR FLORIAN BRAUN

Foto: Tino Rieger



Chopard



MAHLBERG

mahlberg.com

20
21

INHALT



Seite 18: Das Editorial von Florian Braun

SEITE 24: DAS EDITORIAL VON ANNE HALADIN

*Seite 26: Hohe Kunst – St. Moritz als
Sehnsuchtsort der Kulturszene*

SEITE 32: HEAVEN – EINE FASHION STORY

Seite 48: Time travel

SEITE 62: DAS BESONDERE GRAND HOTEL:
EINE REISE ZUM SUVRETTA HOUSE

SEITE 66: EINE KLASSE FÜR SICH
– EINBLICKE INS ELITE-INTERNAT LE ROSEY



ARMA

INHALT

Seite 68: Die Architektur der Alpen

SEITE 74: ENGADIN A LA CARTE – KULINARISCHE
EMPFEHLUNGEN VON CLAUDIA CANESSA

*Seite 76: Chancen schenken:
Gudrun Bauer über ihr
Herzensprojekt Skill Up!*

SEITE 80: EIN LEBEN FÜR DEN GUTEN GESCHMACK
– IM GESPRÄCH MIT CHRISTIANE ARP

SEITE 82: 50 JAHRE CASHMERE: IRIS VON ARNIM FEIERT JUBILÄUM

SEITE 86: DIE ESSENZ DER BERGE – WELLNESS ALS LEBENSSTIL

SEITE 86: UZWEI BOOK CLUB: EMPFEHLUNGEN
VON ROBERT EBERHARDT



LISA YANG 柔



Früher fühlten sich die Berge für mich erdrückend an, mich zog es ausschließlich ans Meer. Dann wanderte ich durch die Anden, durch bolivianische Hochebenen und durch Gebirge in Myanmar und ich fing an, mich für das Wandern, die Berge, die Blicke, die Luft, die Ruhe, das Licht zu begeistern. Und nun, mit Kind, ertappe ich mich dabei, wie ich genau der Mensch geworden bin, den ich früher belächelt habe – nämlich jemand, der jeden Sommer das gleiche Hotel in Südtirol bucht, mit Blick auf die Dolomiten. Und wie sich der anfühlt? Wie maximale Freiheit. Als Florian Braun und ich also darüber sprachen, das nächste Unger Magazin – das Sie nun in den Händen halten – in den Bergen zu fotografieren, war ich leicht zu begeistern. Und als Rungang Zhu und ich mit dem Auto spätabends von Mailand nach St. Moritz fuhren – die Serpentine weiter und weiter hinauf – wuchs die Vorfreude auf den nächsten Morgen, auf den Moment, wenn man die Vorhänge aufzieht und die ersten Sonnenstrahlen über die Berge schießen. Nun hatten wir es auch besonders schön, denn wir wohnten dort, wo wir auch die Modestrecke ab Seite 52 fotografierten: Im Suvretta House. Wie es dort ist, lesen Sie ab Seite 48. An dieser Stelle ein ganz herzliches Dankeschön an Florian Thöni und das ganz Team des Hauses, das uns willkommen geheißen hat, als wären wir die allerbesten Stammgäste. Fotografiert hat die Modestrecken Lilika Strezoska und ich bin sehr froh, dieses kleine Risiko mit ihr eingegangen zu sein. Denn: Lilika ist eigentlich keine Modefotografin, ihr Metier ist die Kunst und Reportage. Genau das habe ich gesucht und in Lilika gefunden: Jemanden, der Licht und Bewegung und besondere Momente mit viel Gefühl, einem Augenzwinkern und auf eine nicht-kommerzielle Art einfängt. Die Autorinnen dieser Ausgabe sind wie immer auf die Suche gegangen und haben sich intensiv mit St. Moritz und der Umgebung beschäftigt. Silvia Ihring kann Ihnen etwas über die Kunstszene berichten, ab Seite 26. Silke Roth warf einen Blick in das legendäre Internat Le Rosey. Und Marlene von Arnim erklärt, warum eine Reise in die Berge schon immer das war, was Ihnen Longevity heute verspricht. Ich selber sprach für diese Ausgabe mit Chritiane Arp über übergroße Blazer und das Finden des eigenen Stils. Außerdem interviewte ich Valentin von Arnim über das 50jährige Jubiläum von Iris von Arnim – einer Marke, mit der ich aufgewachsen bin und die sich für mich wie keine andere nach Zuhause anfühlt. In diesem Sinne: Kommen Sie mit uns in die Berge – genau jetzt und von Zuhause aus.

VIEL FREUDE BEIM ENTDECKEN,
IHRE ANNE HALADIN

Foto: Max Stürmer



www.altonakaviar.de

Never stop moving

Lass das Salz weg
nimm Kaviar



Since 1925.

Tradition seit 1925. Das Altonaer Kaviar Import Haus steht seit 100 Jahren für Kaviargenuss. In dritter Generation vereinen wir Leidenschaft und Erfahrung, um für eine der schönsten Delikatessen neu zu begeistern.





RAUES MAUERWERK, TRADITIONELLE ARVENHOLZ-MÖBEL UND KURATIERTE KUNST AN DEN WÄNDEN – DER DINING ROOM DER CHESA MARCHETTA HOLT ALPINE GEMÜTLICHKEIT INS JETZT.

Hohe Kunst

DIE ENGADINER BERGWELT ZIEHT BEREITS SEIT JAHRZEHNEN DIE KREATIVE ELITE AN – UND ERFINDET SICH DABEI IMMER WIEDER NEU.

Von Autorin Silvia Ihring

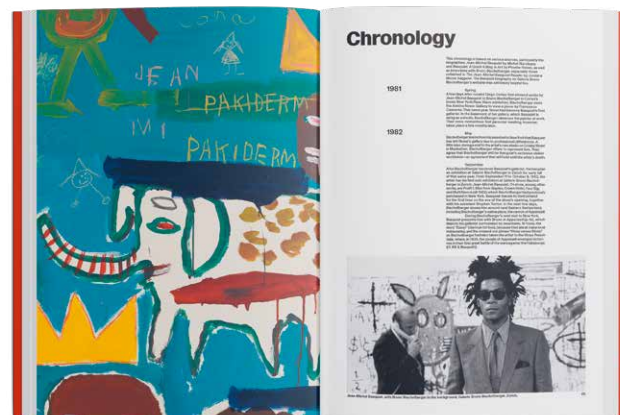
Der Unterschied zu New York hätte kaum größer sein können: Die Berge, die frische Luft, der Blick auf den See. Die Ruhe und Weite, die Möglichkeit, in die Wälder abzutauchen oder auch einfach durch den übersichtlichen Ortskern zu flanieren. Als der US-amerikanische Künstler Jean-Michel Basquiat im Jahr 1982 zum ersten Mal St. Moritz besuchte, muss er sich sofort ins Engadin verliebt haben. Siebenmal sollte er zurückkehren, viermal im Sommer und dreimal im Winter. Dabei entstanden mehrere Kunstwerke, die zum Beispiel Skifahrer, Kühe und sogar eine Bratwurst abbildeten.

Basquiat, schon damals ein junger Star der Kunstszene, war stets Gast von Bruno Bischofberger. Der legendäre Kunsthändler hatte ihn nach Europa geholt – und eben auch nach St. Moritz, wo er ein Ferienhaus besaß sowie die erste Kunstgalerie des Ortes betrieb. Bis heute gilt Bischofberger, der im vergangenen Mai verstarb, als einer der ersten Vertreter der Kunstszene, die in St. Moritz ab den 1960er-Jahren einen idealen Ort für Inspiration und kreativen Austausch für Kunstschaffende sahen. Wobei der Ort schon immer berühmte Besucher aus der Kultur anzog: Alberto Giacometti, Friedrich Nietzsche oder Thomas Mann gehörten zu ihnen.

Mit den Jahren wuchs die Szene – und mit ihr die Zahl der Räume, die sich ihr widmeten. Heute kann man St. Moritz und die umliegenden Dörfer durchaus als alpines Zentrum der Kunstwelt bezeichnen. Zum Beispiel eröffnete Vito Schnabel, Sohn des Malers und Regisseurs



DER COFFEE TABLE BAND „ENGADIN“ DOKUMENTIERT DIE PRÄGENDEN REISEN DER NEW YORKER KUNSTIKONE JEAN-MICHEL BASQUIAT IN DIE BERGE. HAUSERWIRTH.COM



IN DEN WERKEN, DIE VON SEINEN REISEN NACH ST. MORITZ INSPIRIERT SIND, ÜBERSETZT BASQUIAT ALPINE MOTIVE IN SEINE ROHE, EXPRESSIVE BILDSPRACHE.

Basquiat, Nietzsche, Mann: St. Moritz als Atelier der Visionäre.

Julian Schnabel, im Jahr 2015 eine Galerie in den früheren Räumen von Bruno Bischofberger. Die Galerie Hauser & Wirth betreibt hier seit 2018 eine Repräsentanz in einem Gebäude, das zum berühmten Badrutt's Palace Hotel gehört. Zudem macht die reisende Kunstmesse NOMAD jeden Winter Station in St. Moritz und bietet eine Plattform für zeitgenössische Kunst sowie Collectible Design.

Diese Vielfalt konnte sich auch etablieren, weil St. Moritz seit jeher ein Publikum anlockt, das sich davon angesprochen fühlt. Die alpine Jetset-Destination für die Wintermonate wurde schon von Stars wie Audrey Hepburn und Gunter Sachs besucht; die Grand Hotels des Ortes schmücken sich gerne mit dieser glamourösen Geschichte. Heute erzählen die modernen Villen am Hang sowie die vielen Luxusboutiquen im Ortskern davon, dass hier eine kaufkräftige Kundschaft über das nötige Budget und die entsprechenden Immobilien verfügt, die man mit großformatiger Kunst füllen kann.

Doch Wohlstand allein macht noch keinen inspirierenden Ort aus. St. Moritz bleibt ein Schweizer Dorf, in dem Geschichte, Landschaft und ein Festhalten an Traditionen dafür sorgen, dass die Intimität des Ortes nicht von Partys und Luxustourismus erdrückt wird. Davon erzählt auch das Segantini Museum, in dem man die Geschichte und das Werk des Malers Giovanni Segantini entdecken kann. Der 1858 geborene Künstler war eigentlich schon in der Mailänder Szene etabliert, entschied sich jedoch für ein Leben in den Schweizer Bergen, wo er mit Landschaftsmalereien die Einzigartigkeit des Engadins dokumentierte und damit große Erfolge feierte. Seine Geschichte zeigt, wie sehr die Schönheit und Abgeschiedenheit der Gegend Künstler inspirierte und immer wieder anzog.

Es sind heute auch die Hotels der Region, die dieses Erbe am Leben erhalten. Manuela und Iwan Wirth eröffneten im vergangenen Jahr in Sils Maria das Hotel „Chesa Marchetta“, ein kleines Refugium mit 13 Zimmern, einem exzellenten Restaurant und Kunstwerken von Giovanni Giacometti, Louise Bourgeois, Gerhard Richter oder Emma Kunz. Dem Kulm Hotel, einem geschichtsträchtigen Haus, gelang im vergangenen Winter ein Instagram-Coup, wie ihn sich jeder Hotelier erträumt: Das pinkfarbene „Pink Mirror Carousel“ auf dem zugefrorenen See vor dem Hotel dürfte das meistfotografierte Motiv der Saison im Ort gewesen sein. Natürlich wird es auch im kommenden Winter seine Runden drehen.



Für die Region gehört die Verbindung zur Kunst längst zur Identität, und das wird gefördert. Die Kulturstiftung St. Moritz organisierte beispielsweise im Spätsommer und Herbst eine Lichtinstallation der zeitgenössischen italienischen Künstlerin Marinella Senatore mit dem Namen „Reflection“. Die Idee war von einem wichtigen Kapitel der lokalen Geschichte inspiriert: So war der Samedaner Hotelpionier Johannes Badrutt nach seinem Besuch der Weltausstellung 1878 in Paris so fasziniert von den Möglichkeiten der neuen elektrischen Beleuchtungssysteme, dass er noch im selben Jahr in St. Moritz eine kleine Wasserturbine in Betrieb nahm. Im Sommer 1879 leuchteten die ersten in der Schweiz installierten elektrischen Kohlebogenlampen in den Belle-Époque-Sälen des Kulm Hotels. Es war das erste elektrische Licht der Schweiz.

Kunst hat seit jeher die Fähigkeit, Verbindungen zu schaffen: zwischen Vergangenheit und Gegenwart, zwischen Menschen und Orten, zwischen Kulturen und Generationen. In St. Moritz spiegelt das kulturelle Engagement wider, wie sich ein Ort ständig weiterentwickeln will – und sich dabei trotzdem treu bleibt.

Fotos: Philip Guston, Assouline (2), Cover of 'Jean-Michel Basquiat: Engadin' (2024) Courtesy Hauser & Wirth Publishers (2)



PESERICO



OCEAN DROPS

Ein neuer Ausdruck zeitgenössischer Schmuckkunst von Sofia Lynggaard Normann, Schmuckdesignerin bei OLE LYNGGAARD COPENHAGEN in dritter Generation

Mit „Ocean Drops“ erweitert Sofia Lynggaard Normann ihr vom Ozean inspiriertes Design-Universum. Die Kollektion umfasst Ringe, Ohrringe sowie Anhänger und spiegelt den Rhythmus des Meeres wider –

verkörpert durch tropfenförmige Diamanten, gefasst in 18-karätigem Gold. Jeder „Ocean Drop“ wird in höchster Sorgfalt von Hand gefertigt. Seine skulpturale Oberfläche ist von organischen, wellenartigen Formen geprägt, inspiriert von den feinen Spuren, die das Wasser im Sand hinterlässt. Von zeitloser Anmut verkörpert jedes Schmuckstück die mühelose Schönheit des Meeres.

JUWELIER
ARGENTVM

Hohe Bleichen 5, 20354 Hamburg · Tel. 040 357 11 580 · www.argentum.de

Fotografin: Lilika Strezoska
Styling: Rungang Zhu
Model: Osy Montero/Le Management
Hair & Make-Up: Sarah Gmür
Fotoassistentz: Niklas Schader
Realisation: Anne Haladin
Produktionsassistentz: Gwenda Reese

Heaven

*Wir reisen in die Berge und packen in unsere Koffer:
Cashmerepullis, lässige Hosen und die schönsten
Jacken und Mäntel der Saison.*

*Lammfelljacke von Utzon 3.870 Euro, Hose von Chloé 790 Euro,
Tasche von Phoebe Philo 3.600 Euro*



Diese Seite: Plaid von House of Lyria 1.050 Euro

Rechte Seite: Fleecejacke 1.920 Euro und Langarmshirt 890 Euro, beides von Miu Miu, weißes Shirt von Celine 650 Euro, Hose von Loewe 1.200 Euro





Linke Seite: Teddy-Weste von Max Mara 1.265 Euro, Strickjacke von Iris von Arnim 1.995 Euro, Jeans von Celine 890 Euro, Stiefel von The Row 1.810 Euro

Diese Seite: Daunenweste von Moncler 1.690 Euro, Pullover 1.950 Euro und Sonnenbrille 310 Euro, beides von Miu Miu



*Diese Seite: Mantel von Colombo 4.080 Euro, Pullover von Unger Collection 690 Euro,
Hose von Brunello Cucinelli 1.800 Euro, Stiefel von The Row 1.810 Euro*

*Rechte Seite: Daunenjacke von Herno 940 Euro, Zip-Pullover von Loewe 1.800 Euro,
Kordhose von Nili Lotan 560 Euro, Stiefel von The Row 1.810 Euro*





Mantel von Bottega Veneta 3.300 Euro, Rollkragenpullover von Unger Collection 320 Euro





Diese Seite: Jacke von Yves Salomon 7.950 Euro, Hose von Nili Lotan 830 Euro

*Rechte Seite: Mantel von Yves Salomon 4.500 Euro, Pullover von Khaite 2.280 Euro,
Rock von Blazé Milano 550 Euro, Tasche von Phoebe Philo 980 Euro, Stiefel von The Row 1.810 Euro*



*Kordmantel 1.785 Euro und Hose 1.695 Euro, beides von Dušan,
Stiefel von The Row 1.810 Euro*



PALOUSE RIVER, WASHINGTON STATE, UNITED STATES
PHOTOGRAPHED BY CLAYTON COTTERELL

FOR *THE GREAT OUTDOORS*

WOOLRICH.COM

WOOLRICH

JOHN RICH & BROS.

SUPERIOR
PERFORMANCE

EST.

QUALITY
GOODS

1830

WOOLRICH WOOLEN MILLS

WOOLRICH, PENNSYLVANIA, USA

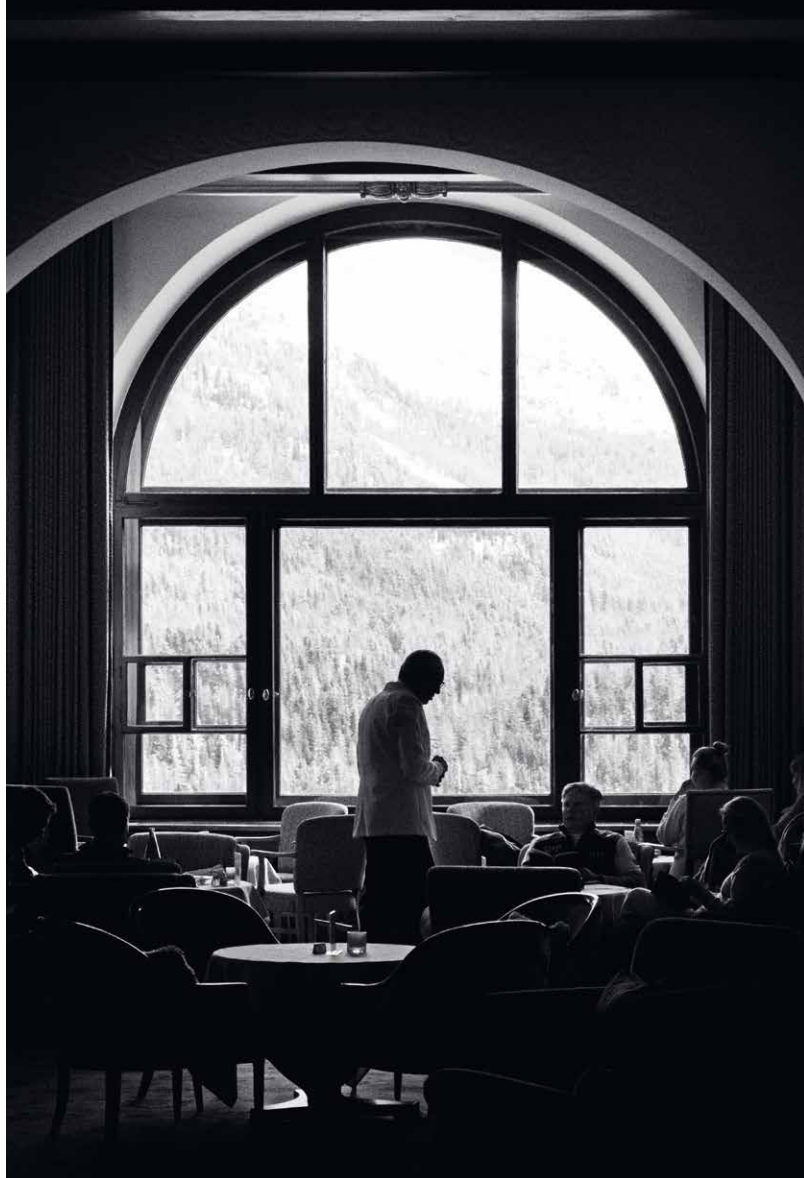


Andrea Karg
Founder & Creative Director at Allude
captured in the Mutual Building in Cape Town

Allude

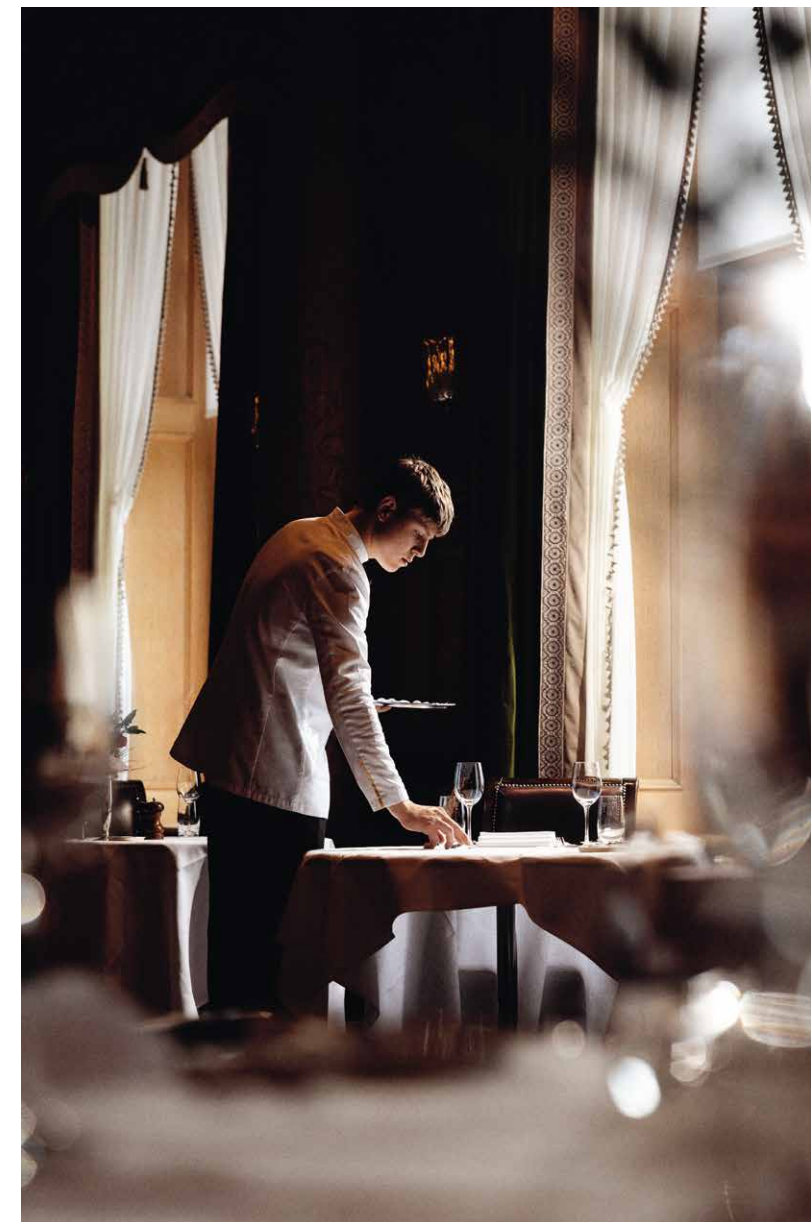
THE ART OF CASHMERE

allude-cashmere.com



die Hänge und verwandelt jede Tanne in eine Kerze. Die Berge gegenüber sind schon blau, das Haus ist noch golden. Ein freundlicher Mann nimmt mir den Koffer aus der Hand, noch bevor ich entschieden habe, ob ich ihn hergeben will. Es ist die erste von vielen kleinen Entscheidungen, die mir in den nächsten Tagen abgenommen werden – und es ist, das nur der Vollständigkeit halber, sehr angenehm. Ich erinnere mich wieder, warum ich Grandhotels so mag. Weil der Service so aufmerksam ist, dass man manche Frage gar nicht erst formulieren muss. Weil die Teppiche so voluminös sind, dass sie jeden Schritt schlucken. Weil die Ruhe und Atmosphäre einen sofort entspannen. Und falls man ein besonders schwerer Fall von Anspannung sein sollte, dann zieht einem spätestens die Rotlichtlampe, die in der Badezimmerdecke eingebaut ist, den Stecker und man legt eine Pause ein. In der Halle fällt mir zuerst etwas auf, was nicht da ist: Musik. Keine Playlist, kein Lounge-Geplätscher, kein diskreter Bass. Stattdessen hört man das Geräusch, das ein Sessel macht, wenn sich jemand hineinsetzt, leise klimpernd wird eine Kaffeetasche abgestellt. Der Rest ist Gespräch, halblaut, mehrsprachig. Es klingt wie ein Wartesaal für Leute, die auf nichts warten. Was ich sofort spüre: Es ist ein ganz besonderes Haus an einem besonderen Ort.

Wer sich die Geschichte des Suvretta House anlesen will, muss ein Jahrhundert zurück in der Zeit reisen. 1911 hatte der Hotelpionier Anton Bon eine Vision: Er träumte von einem Grandhotel in den Bergen, das anders ist, als alle anderen: Nicht im Ort, sondern über dem Ort. Nicht mitten im Betrieb, sondern in Ruhe. Das war damals riskant, weil ein Hotel ohne Promenade schwer zu erklären war. Heute ist es ein Geschäftsmodell.



Zusammen mit dem Schweizer Architekten Karl Koller setzte er seine Vision in die Tat um. Das Grand Hotel Suvretta House wurde am 16. Dezember 1912 eröffnet. Seit mehr als 100 Jahren wird das Suvretta House von der Familie Candrian-Bon behutsam in die Zukunft geführt. Sieben Generationen von Hoteliers haben das Suvretta House seitdem geführt. Sieben Generationen von Gastgebern. Man kann das für Nostalgie halten oder aber als Erklärung dafür sehen, dass hier nichts nach Konzern aussieht: Es gibt nicht alle zwei Jahre ein neues Farbkonzept, einen Tresen aus Terrazzo oder salbeifarbene Wände, weil es gerade in ist. Wäre altes Geld ein Hotel, dann wäre es das Suvretta House.

Am nächsten Morgen ist es kalt im Schatten und heiß in der Sonne, und man versteht innerhalb einer Viertelstunde, warum Europäer vor vielen Jahren beschlossen haben, dass dieses Tal ihnen guttut. Über Weihnachten, das erfahre ich, sind fast ausschließlich Stammgäste im Haus. Man muss einen Aufenthalt von mindestens zwei Wochen buchen – eine Regel, die anderswo betriebswirtschaftlicher Selbstmord wäre, funktioniert hier wie ein Türsteher: Wer nur mal kurz reinschauen will, um ein Foto zu machen, kommt gar nicht erst. Es ist eine Form des Luxus, die sich nicht kaufen lässt: Zeit, die man hier schon verbracht hat und eine Verbindung, die man zu den Gastgebern aufgebaut hat.

Am frühen Abend habe ich zwei Stunden Zeit und schlüpfe schnell in den Hotelbademantel. Dann begeben sich mich ins Spa, das seit Dezember 2025 neu ist: 4.670 Quadratmeter auf drei Ebenen, Pilates-Studio,

Das Haus über dem Wald

OBERHALB VON ST. MORITZ LIEGT DAS SUVRETTA HOUSE – EIN GRAND HOTEL WIE GEMACHT FÜR DIE INSZENIERUNG UNSERER MODESTRECKE. UND EIN ORT, DER DIE FRAGE BEANTWORTET, WAS WAHREN LUXUS AUSMACHT.

Von Chefredakteurin Anne Haladin



MAXIMALE ENTSPANNUNG: DAS NEUE SPA KOMBINIERT REGENERATION MIT BLICK AUF DIE ALPINE KULISSE.

Die letzte Kurve ist die beste. Man verlässt die Hauptstraße, lässt St. Moritz mit seinen Schaufenstern und seinem Verkehr hinter sich und fährt zwei Kilometer bergauf, an Tannen, Lärchen und einer kleinen Kapelle vorbei, immer weiter, bis man denkt, man habe sich verfahren. Dann öffnet sich der Wald, und da steht es mit seinen Türmchen und Erkern und einer Dachlandschaft wie ein Schloss, das jemand versehentlich im Gebirge vergessen hat. Suvretta. Das Haus über dem Wald. Es ist halb sechs an einem Tag Mitte Oktober, und das Licht macht hier oben, was es im Engadiner Herbst eben macht: Es legt sich über



KLASSISCHE SCHULE: IM GRAND RESTAURANT WIRD AUFMERKSAMER SERVICE SEIT GENERATIONEN ZELEBRIERT.



*Zeitlos, elegant
und wie eine
Einladung
zum Innehalten.*

Behandlungsräume, Rotlichtsauna, Kältebecken im Atrium und vieles, vieles mehr. So schön ein altes Grandhotel ist, so schön ist eben auch ein neues Spa. Ich schwimme meine Bahnen und schaue dabei auf die Berge. Auf einem Gipfel in der Ferne liegt ein kleines bisschen Schnee. Der Außenpool dampft in der kühlen Abendluft. Es ist leer, die meisten Menschen machen sich schon für das Abendessen fein. Den ganzen Tag über habe ich an 28 Dinge gleichzeitig gedacht, das fällt das Abschalten manchmal nicht leicht, hier aber geht es erstaunlich schnell.

Zum Dinner im Grand Restaurant zieht man sich um. 25 Meter lang ist der Saal, kassettierte Eichendecke, Platz für 200 Personen. Wer ohne Krawatte kommt, wird sich eine beim Concierge ausleihen müssen. Es erübrigt sich zu erwähnen, dass das Essen sehr fein ist. Dann fällt mir etwas an den Uniformen auf: kleine Sterne am Revers. Ein Stern für zehn Saisons. Ein Kellner trägt fünf goldene. 50 Saisons. Er hat die Enkel der Gäste bedient, die er bereits als Kinder erlebt hat.

Am nächsten Morgen reisen wir um 6 Uhr ab und werden so verabschiedet, wie wir empfangen wurden: umsorgt. Der Kaffee to go steht bereit für die Fahrt, dazu eine Papiertüte mit Proviant. Aufmerksam. Ich frage nach nichts, bedanke mich und während wir über die Serpentin in Richtung Mailand kurven, versuche ich mir vorzustellen, wie ich sie im Winter wieder bergauf fahre.

Fotos: Suvretta House, Digitale Massarbeit (2), Enrico Costantini



Fotografin: Lilika Strezoska, Styling: Rungang Zhu, Model: Osy Montero/Le Management, Hair & Make-Up: Sarah Gmür
Fotoassistent: Niklas Schader, Realisation: Anne Haladin, Produktionsassistent: Gwenda Reese

Time travel

*Die neue Mode erinnert uns ein bisschen an die Siebziger,
ein bisschen an die Achtziger und vielleicht passt sie genau
deshalb so wahnsinnig gut in das Suvretta House, in dem
die Zeit auf eine schöne Art ein bisschen stehen geblieben ist*

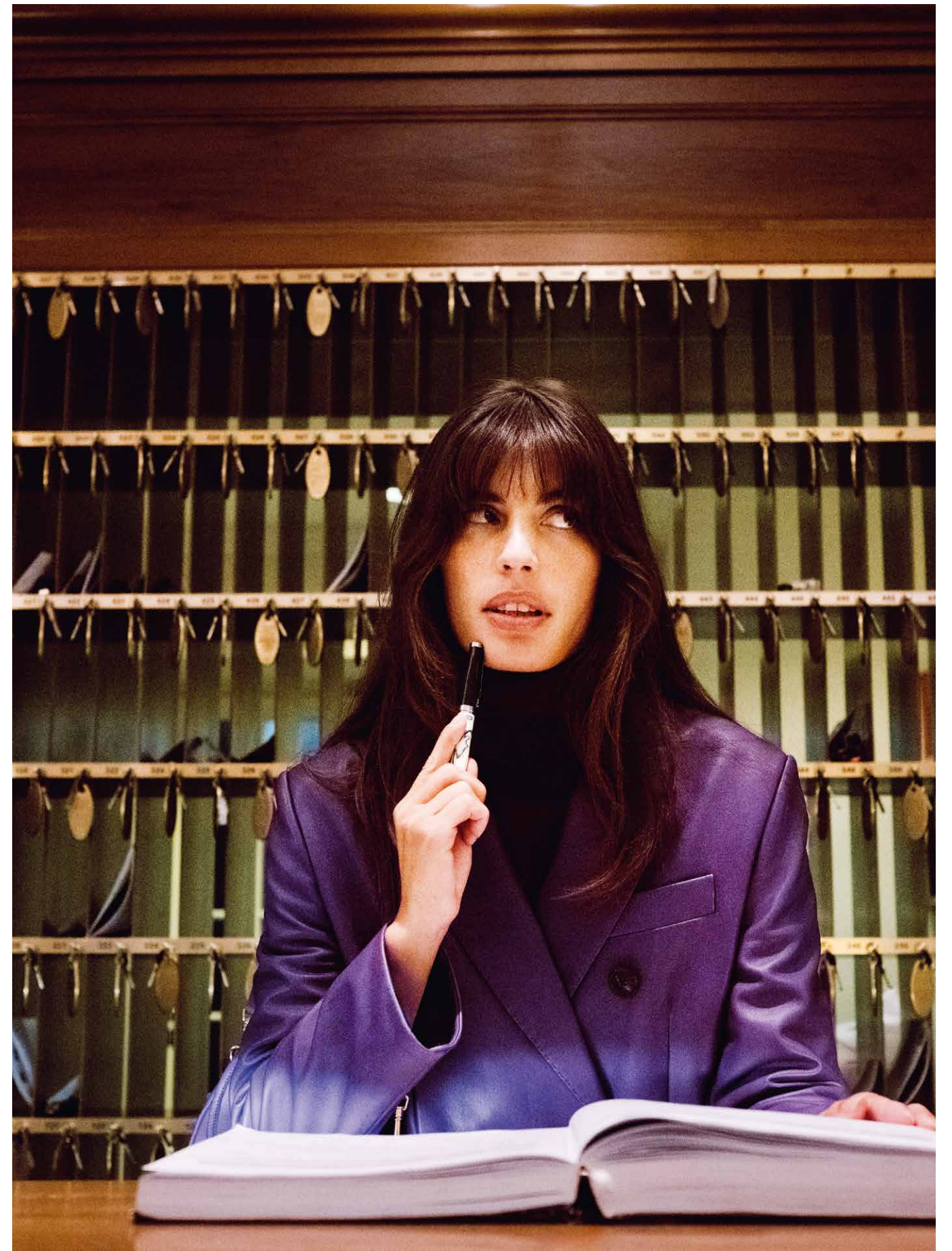
Samtjacke von Meta Campania Collective 1.400 Euro, Hose von The Row 1.790 Euro



Diese Seite: Mantel von Brunello Cucinelli 6.600 Euro

*Rechte Seite: Jacke 3.800 Euro, Top 650 Euro,
Hose 1.300 Euro und Schuhe 1.400 Euro, alles von Celine*



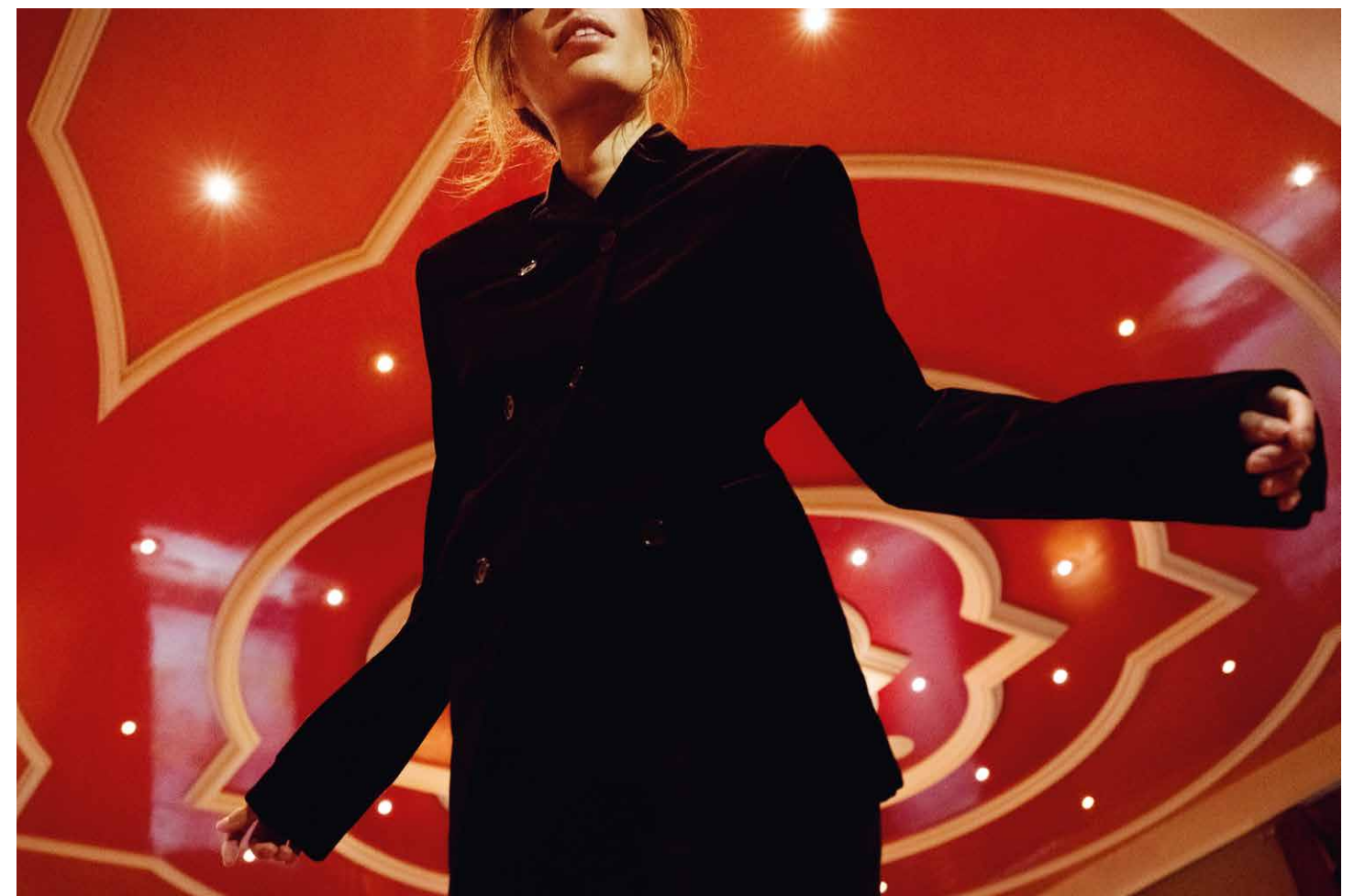


Lilafarbener Ledermantel 10.000 Euro, Rollkragenpullover 1.500 Euro, Tasche 2.200 Euro, alles von Celine



Linke Seite
 Samtkleid von Blazé Milano 1.350 Euro,
 Tasche von Celine 2.800 Euro, Schuhe
 von The Row 1.190 Euro

Diese Seite
 Samtblazer von Khaite 2.580 Euro





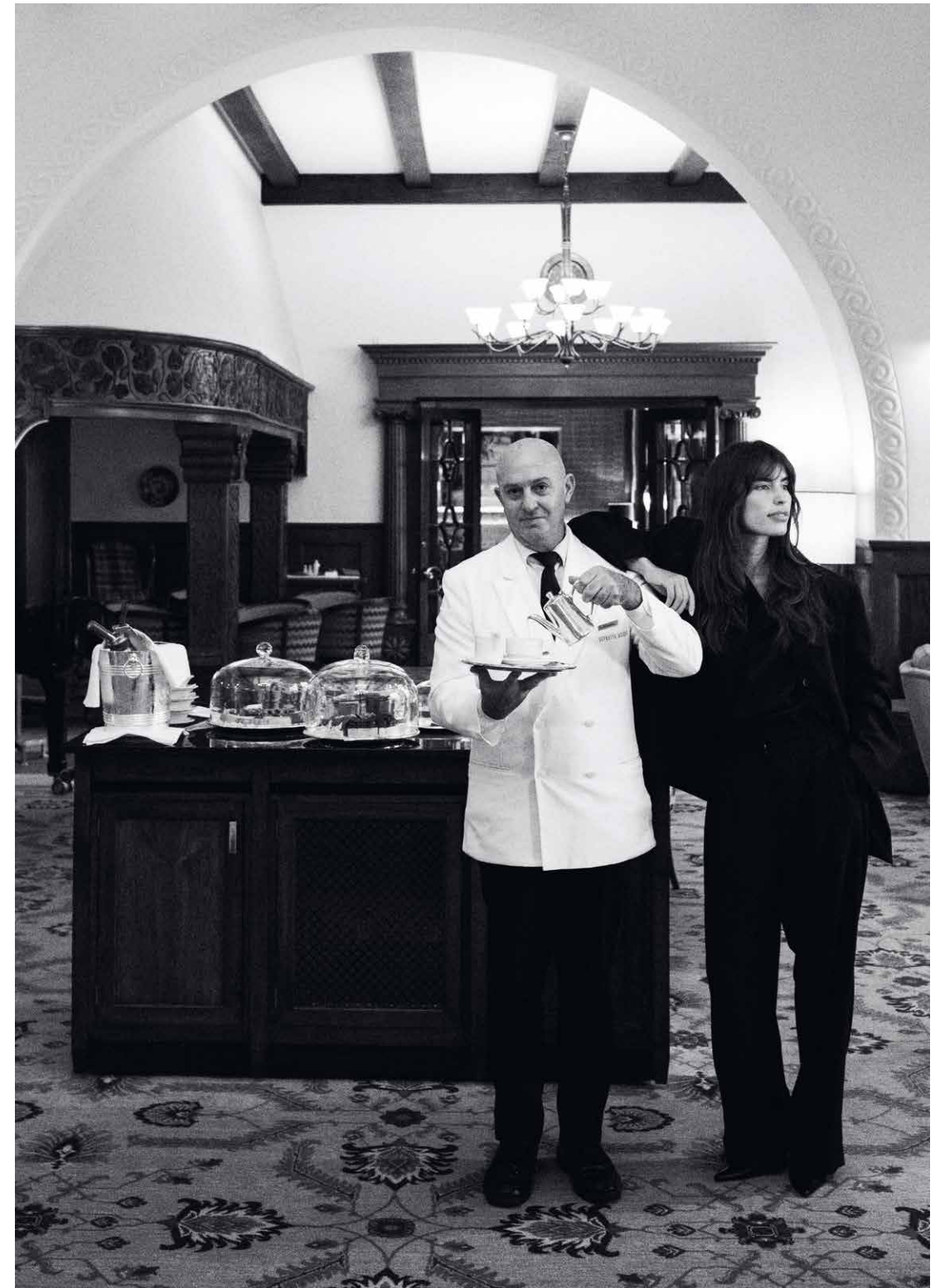
Diese Seite
Blazer von Jil Sander 2.150 Euro,
Hose von Brunello Cucinelli 1.000 Euro

Rechte Seite
Satinjacke von Liberowe 1.700 Euro





Ein ganz herzliches Dankeschön an unsere Shooting-Location, das Suvretta House, und das gesamte wunderbare Team!



Linke Seite: Blazer von Dries van Noten 1.395 Euro, Hose von Gabriela Hearst 1.420 Euro, Schuhe von The Row 1.190 Euro

Diese Seite: Blazer 3.730 Euro, Hose 2.760 Euro und Schuhe 1.190 Euro, alles von The Row



*Abendkleid von Tom Ford
3.290 Euro, Ohrringe
von Celine 390 Euro*



ZIMMERMANN



Von Chefredakteurin Anne Haladin

„Mode hat das Zeug, uns zu jemand anderem zu machen“

CHRISTIANE ARP WAR 18 JAHRE CHEF-REDAKTEURIN DER VOGUE, IST GRÜNDUNGS-MITGLIED DES FASHION COUNCIL GERMANY UND PRÄGT SOMIT DIE DEUTSCHE MODE, WIE KAUM EINE ANDERE. EIN GESPRÄCH ÜBER OVERSIZE-SAKKOS, GLAUBWÜRDIGKEIT UND KLEIDUNGSSTÜCKE, DIE EINEN FINDEN.

Letzten Monat gab es bei UZWEI eine Auswahl an Stücken von Doppelreihern, Ihrem neuesten Projekt. Was ist Doppelreihern eigentlich genau?

Doppelreihern ist die Idee von drei Frauen, drei Stylistinnen: Josefa Rodriguez, Wiebke Bredehorst und mir. Wiebke und ich kennen uns seit über 40 Jahren. Wir haben irgendwann zusammengesessen und gebrainstormt, was man denn machen kann, wenn man älter wird – und worin man glaubwürdig und authentisch ist. Wiebke hat dann von ehemaligen Mitarbeiterinnen erzählt, aber auch von Bekannten und Patenkindern, die vermehrt Vintage kaufen, aus ganz unterschiedlichen Gründen: Nachhaltigkeit, aber natürlich auch finanzielle Mittel. Dieses Gespräch war eigentlich die Geburtsstunde unseres Vintage-Labels Doppelreihern. Wir beide sind fast gleich alt und fanden, dass es gut wäre, wenn noch jemand Jüngeres an Bord ist, um noch eine

andere Sicht auf Mode und darauf, wie sie konsumiert wird, zu geben. Also haben wir Josepha Rodriguez gefragt, weil wir sie sehr schätzen – und sie hatte Lust. Der Name Doppelreihern steht für den Stil, den wir alle drei haben. Wir sind schon unterschiedlich, aber am Ende ist vieles von dem, was wir tragen, fast eine Uniform. Ich mag das Wort nicht, aber ich benutze es jetzt einfach mal, um es zu verdeutlichen, denn es ist irgendwie immer eine Art Anzug. Es ist immer eine Hose, ein Hemd oder ein T-Shirt und eine Jacke übergeworfen. Dann haben wir nach einem Namen gesucht, und irgendwann war da Doppelreihern, ein deutsches Wort, das uns verortet – wir machen ja nur Pop-up-Stores und verkaufen nicht online.

Wie kam es zum Zusammenschluss mit Unger?

Der Kontakt kam über einen guten Freund von Wiebke, der Doppelreihern sehr verbinden ist. Wir hatten ohnehin über einen Pop-up in Hamburg nachgedacht. Nach drei Pop-ups in Berlin, haben wir uns gefreut, nach Hamburg zu kommen und zu gucken, wie wir hier wahrgenommen werden.

Warum passen Unger / UZWEI und Sie so gut zusammen?

Ich kaufe nach wie vor auch aus den neuen Kollektionen, aber verbinde diese Stücke immer mit meinen alten Teilen. Diese haben für mich eine genauso wichtige Bedeutung wie die neueren. Ich habe eigentlich mein ganzes Leben lang meine Kleider aufbewahrt – und „Kleider“ steht jetzt stellvertretend für alles, was da so in den Schränken liegt. Ich habe ganz selten etwas weggegeben, weil ich an vielen Dingen hänge und bei jedem Kleidungsstück weiß, wann ich es angehabt habe oder zu welchem Anlass es gepasst hat. Ich meine damit nicht jeden schwarzen Pulli, aber ein Jackett oder aufwendigere Tops. Denn Mode ist für mich nicht wirklich Bekleidung. Bekleidung schützt uns und nützt uns – vor Kälte, vor Hitze, vor Scham. Mode hat das Zeug, uns zu jemand anderem zu machen, und das ist das, was ich liebe: dass wir andere Facetten von uns zeigen können.

Es geht Ihnen auch um den Dialog.

Ja. Es könnte jemand zu Doppelreihern bei UZWEI kommen und sagen: Ich habe mir eine neue Jacke gekauft, gibt es etwas, das dazu passt? Das ist eigentlich das, was wir wollen: Kommunizieren und dass daraus eine Community wird. Menschen kommen, finden etwas, vielleicht auch mal nichts, dann aber ein Gespräch oder lernen jemanden kennen. Vielleicht trifft man in unserem Pop-up-Store bei UZWEI jemanden, der sich gar nicht vorstellen konnte, bei UZWEI zu kaufen. Und umgekehrt finden wir es toll, wenn wir durch das Haus laufen und dort eine traumhafte Jacke von Sacai hängt und wir eine Hose dazu haben.

Die Verbindung Aus alt und Neu – beschreibt diese Verbindung auch Ihren eigenen Stil?

Ich bin auf dem Land groß geworden, und der Zugang zu Mode war damals ein anderer. In den 1960er-Jahren, als ich geboren wurde, und auch Anfang der 1970er-Jahre, gab es nichts, was ich bei Versandhäusern hätte bestellen wollen. Mode kam nicht zu einem nach Hause und es gab auch keine Boutique in dem kleinen Ort, in dem ich aufgewachsen bin. Trotzdem war da dieses große Interesse – und die Suche nach einem eigenen Stil. Dazu kommt, dass das Frauwerden in den Teenagerjahren ja auch nicht so einfach ist, für mich war das jedenfalls nicht einfach, herauszufinden, wer ich sein wollte und wie ich meinen Platz finde. Dann habe ich im Kleiderschrank meines Opas einen Anzug gefunden. Ein großer, schwerer, schwarzer Anzug. Dazu Unterhemden, die vorne geknöpft waren und zu lange Ärmel hatten. Ich zog es an, die Jacke war viel zu groß, und es war ein ganz toller Look. Jahre später habe ich genau das auf dem Laufsteg bei Yohji Yamamoto gesehen. Teile waren auf einmal groß, sie verhüllten den Körper, es ging nicht um Weiblichkeit, sondern um etwas ganz anderes. Ich hatte das Gefühl, dass diese große Jacke mich stärkt. Und während ich das erzähle, merke ich, wie ich mich aufrichte. Dieser Stil hat mich geprägt. Heute findet man bei Doppelreihern genau das: Oversized-Jackets, große Hosen, die mit Gürteln enger gebunden. Die Entscheidung, sich zu verhüllen und diese zu großen Formen zu wählen.

Foto: Axl Jansen

Ein Oversized-Blazer steht wirklich jeder

Würden Sie sagen, das steht jeder?

Ich glaube ganz fest daran, ja. Es signalisiert „Hier bin ich“, aber gleichzeitig kann ich mich auch darin verstecken. Ja, ich glaube ein Oversized-Blazer ist ein Kleiderstück, das gehört wirklich in jeden Kleiderschrank.

Sie waren viele Jahre Chefredakteurin der deutschen Vogue und sind Vorstandsvorsitzende und Gründungsmitglied des Fashion Council Germany. Ich erlebe im Berliner Salon immer wieder, wie viel Zeit Sie sich nehmen, gerade für die jungen Designerinnen und Designer. Nun widmen Sie sich Mode aus der Vergangenheit. Wie ergänzt sich das?

Mir war die Förderung von Nachwuchstalenten immer wichtig. Ich habe es auch als meine Aufgabe als Chefredakteurin gesehen, unseren Leserinnen und Lesern zu zeigen, was wir entdeckt haben. Und das mache ich weiter, das ist zu einer Passion geworden und die gibt man ja nicht einfach mit einer Visitenkarte ab. Ich denke auch, dass meine Erfahrung zählt – diese über 40 Jahre, in denen ich mich mit Mode beschäftigt habe und so privilegiert arbeiten konnte. Dass ich heute vielleicht ab und an gehört werde, wenn es um Mode geht, und dass ich meinen Namen nutzen kann, um Talente aus Deutschland zu fördern und sichtbar zu machen. Das möchte ich gern tun. Außerdem muss sich viel für eine bessere Zukunft verändern. Dafür braucht es alle Formate, aber vor allem neue Ideen, und die kommen gerade von den jüngeren Designerinnen und Designern. Das Thema Nachhaltigkeit zum Beispiel reduziert sich ja nicht nur auf die Produktion – ganz am Ende geht es um einen respektvollen Umgang mit Menschen und der Natur.

Sie haben Modedesign studiert und als Stylistin gearbeitet. Haben Sie jemals über ein eigenes Label nachgedacht?

Dieses Gefühl, mit Mode Geschichten zu erzählen – das habe ich ja viele Jahre machen können. Ich habe mir manchmal vereinzelt Teile gewünscht, die es nicht gab, aber es war nie mein Wunsch, eine eigene Kollektion zu entwickeln. Trotzdem war es wichtig für mich, das Handwerk zu verstehen, weil mir das sowohl beim Styling geholfen hat als auch dabei, Kollektionen zu beurteilen.

Würden Sie uns verraten, was Sie zuletzt bei Unger oder UZWEI gekauft haben?

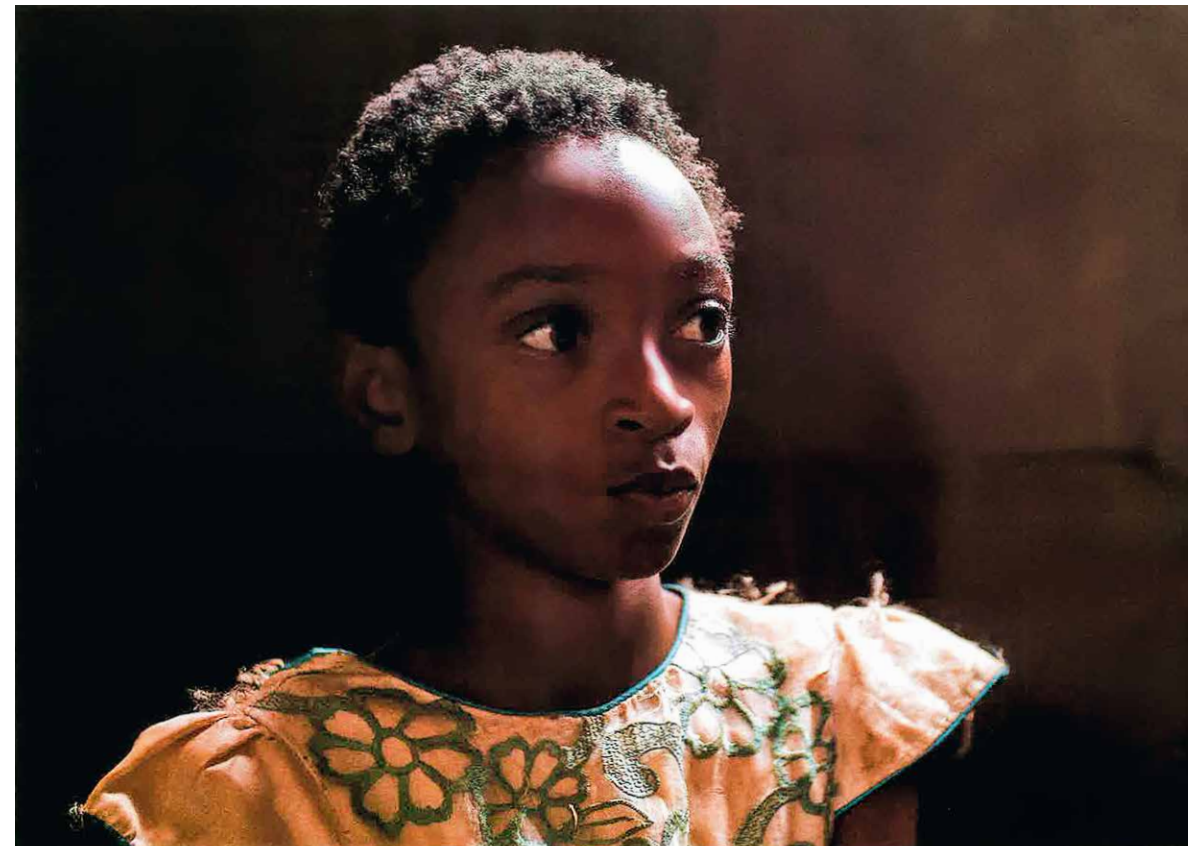
Zwei schwarze Hosen von The Row. Wobei ich bestimmt sehr viele schwarze Hosen habe, die auch alle so geschnitten sind, aber ich hatte irgendwie das Gefühl, diese beiden fehlen mir noch. Man wird ja manchmal von Teilen gefunden. Das ist übrigens das, was KI im Moment noch nicht kann. Man geht zu Unger und möchte eigentlich gar nichts kaufen und dann ist da etwas das man unbedingt haben möchte – das meine ich mit gefunden werden. Und dann, wenn man dieses Stück trägt, dann wird es etwas ganz Eigenes.

Skill Up! – für eine Welt ohne Hunger

BILDUNG BEDEUTET ZUKUNFT:
GUDRUN BAUER ENGAGIERT
SICH MIT DER INITIATIVE SKILL
UP! FÜR BENACHTEILIGTE
JUGENDLICHE IN AFRIKA. EIN
PERSÖNLICHER ESSAY ÜBER
BEGEGNUNGEN IN KENIA UND
DIE KRAFT DER HOFFNUNG.



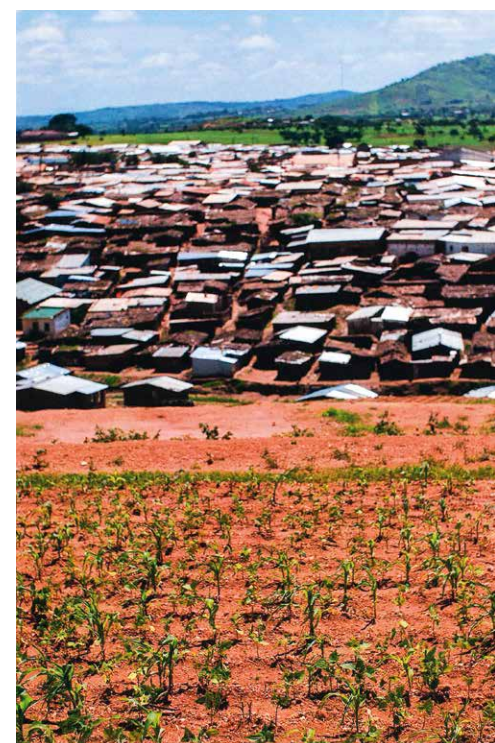
ZAINABU KABASAMBU HAT BEI SKILL UP! KFZ-MECHANIK
GELERNT – ALS ERSTE FRAU IN UGANDA!



*„Der Besuch von Kibera
hat meinen Wunsch, zu
helfen, mehr zu tun,
noch verstärkt.“*

Seit mittlerweile 20 Jahren arbeite ich partnerschaftlich mit der Welt-
hungerhilfe in eigenen, von mir finanzierten Projekten zusammen.
Wir sind in 14 Ländern tätig, vor allem in Afrika. Vor 13 Jahren habe
ich mit dem Unternehmer und Pferdeliebhaber Ulli Kasselmann
zum Beispiel die Initiative „Reiten gegen den Hunger“ gegründet, die
vor allem Spenden auf Reitturnieren generiert. Und vor 13 Jahren hat
sich mit dem Ausbildungsprogramm „Skill Up!“ eine neue Dimension
der Hilfe erfolgreich entwickelt. Mit Skill Up! – „Qualifiziere dich!“ –
erhalten junge Menschen die unterschiedlichsten Berufsausbildun-
gen, die ihnen eine konkrete Perspektive für eine nachhaltige Zukunft
bieten. Die Lehrgänge sind dabei auf den Bedarf sowie auf die poli-
tischen, wirtschaftlichen und geografischen Möglichkeiten der jewei-
ligen Länder zugeschnitten. Hauptsächlich stehen Elektrotechnik,
Metallarbeit, Kfz-Handwerk sowie eine Koch- oder Schneiderlehre zur
Wahl. Hinzu kommen Kurse für Buchhaltung, Geschäftsleitung oder
auch Computerkurse.

Besonders wichtig ist mir herauszuheben, dass 70 Prozent der Absol-
ventinnen und Absolventen Frauen sind. Die Geschlechterrolle der





ZUHÖREN UND VERSTEHEN
- BEI IHREM BESUCH IM
KENIANISCHEN KIBERA SPRACH
GUDRUN BAUERDIREKT MIT
DEN BEWOHNERN.



Frauen zu verändern, das ist in ländlichen Gebieten Afrikas nicht so einfach. Immer noch dominiert das Patriarchat. In diesem Jahr haben 35.000 junge Menschen ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und können damit ihre Existenz in ihrer Heimat sichern.

Im Südwesten von Kenias Hauptstadt Nairobi befindet sich Kibera, einer der größten Slums Afrikas mit etwa 450.000 Bewohnern. 80 Prozent von ihnen sind junge Menschen unter 35 Jahren – ohne Schulbildung, ohne Berufsausbildung, ohne Einkommen. Die Familien leben nicht, sie hausen vielmehr in Bretterunterkünften mit einem Raum, vier Personen und mehr sind keine Ausnahme. Ich habe Kibera besucht, „unter Polizeischutz“. Das Slum-Gebiet ist kein Ort der Harmonie, des Friedens; es ist ein Ort der Unmenschlichkeit, der Kriminalität, der Schlägereien, des Raubes. Junge Menschen hungern herum, ohne Arbeit, ohne Aufgaben und ohne Perspektive. Gewalt ist an der Tagesordnung, insbesondere unter den jungen Männern.

Der Besuch dieses Ortes hat mich nicht nur erschüttert, er hat mich traumatisiert – und bei mir gleichzeitig den Willen zu helfen, noch viel mehr zu tun, verstärkt!

Ich kann die Welt nicht retten, aber ich kann sie ein wenig besser machen. Wir alle wissen, dass Bildung der Schlüssel für eine friedliche Welt ist, eine Welt ohne Hunger, ohne Kriege. Ich glaube an den Leitsatz von Sir Peter Ustinov, einem großen Philanthropen, der sagte, dass unsere Hilfe kein Tropfen auf den heißen Stein ist, sondern wie ein Tropfen im Meer, der nie verloren geht. Und wenn wir einen Menschen retten, verändern wir vielleicht nicht die Welt, aber wir verändern definitiv die Welt dieses Menschen.

IHRE GUDRUN BAUER

IHRE UNTERSTÜTZUNG

Bankverbindung für Spenden:

Bauer Charity GmbH

IBAN: DE87 2003 0000 0015 9037 43

BIC: HYVEDEMM300

UniCredit Bank



Fotos: Skill-Up!

„Iris ist Bach und Techno“

Von Chefredakteurin Anne Haladin

DIE MARKE IRIS VON ARNIM WIRD 50. EIN GESPRÄCH MIT VALENTIN VON ARNIM ÜBER PRODUKTENTWICKLUNGEN, MARKETING UND MÜTTER.



DER ETWAS ANDERE SPIELPLATZ: IRIS VON ARNIM MIT DEM DAMALS FÜNFJÄHRIGEN VALENTIN.

Iris von Arnim hat – korrigiere mich, wenn etwas nicht stimmt – 1968 nach einem schweren Autounfall mit dem Stricken angefangen. Aus einer Notlage wurde eine Marke. Wie präsent ist diese Gründungsgeschichte heute noch?

Sehr präsent! Und ja, das stimmt. Mein Vater war der Chefarzt der Uniklinik in Heidelberg, Orthopäde, 20 Jahre älter. Er hat ihr nach dem Unfall die Beine gerettet – so haben sich die beiden kennengelernt. Iris lag damals lange im Krankenhaus, es gab keine Handys und noch nicht mal einen Fernseher auf dem Zimmer, glaube ich. Ihr war jedenfalls furchtbar langweilig. Irgendwann brachte ihr ein Freund Wolle und Stricknadeln mit. Sie konnte aber nur rechts und links stricken, keine Zöpfe, nichts Kompliziertes, also überlegte sie: Wie mache ich daraus einen schönen Pullover? Dann bringe ich eben die Farben zusammen und kombiniere sie immer wieder anders. So schaffte Iris die ersten changierenden Regenbogeneffekte. Das hatte bis dahin keiner gemacht. Sie hatte immer ein ganz intuitives Gefühl für Schönheit und dafür, wie Farben zusammengehören. Dieses besondere Talent ist der Ursprung der Marke.

Und damit begann die Firmengeschichte.

Ja, Iris hat meinen Vater noch schwanger verlassen, ist von Heidelberg nach Hamburg gezogen und hat gesagt: Ich versuche das jetzt richtig. Sie gründete ein Unternehmen ohne Rücklagen. Hatte sie 100 Pullis verkauft, nahm sie den gesamten Gewinn und investierte ihn wieder in neues Garn. Aus der Zeit ließen sich viele Geschichten erzählen, eine meiner liebsten geht so: Mein Vater hatte Iris Mitte der 70er-Jahre in den Almhof Schneider in Lech eingeführt. Es war sein Lieblingsort. Kurz nach der Trennung, nun als alleinerziehende Mutter, fuhr Iris mit mir und ihrem ersten selbst verdienten Geld wieder in den Almhof. Allerdings reichte es nur für drei Tage. Also brachte sie einen Sack voller Pullover mit und veranstaltete eine Modenschau mit all den Töchtern der Gäste. Da waren die Töchter der deutschen Wirtschaft plötzlich alle Models. Der Sack voller Pullover war im Handumdrehen verkauft, denn solche Pullover hatte noch niemand gesehen, und Iris und ich blieben gleich zehn Tage im Hotel.

Was für eine tolle Geschichte!

Ja, und es ist mehr als das. Dieser Spirit, dieser Mut, sich zu trauen, loszugehen, der ist bis heute total präsent. Die Grundwerte für die Marke



ALLES BEGANN MIT EINEM REGENBOGEN-UND DER GABE, DABEI DEN RICHTIGEN TON ZU TREFFEN. IN DIESEM JAHR WIRD DEM IKONISCHEN DESIGN EINE GANZE JUBILÄUMSKOLLEKTION GEWIDMET.

hat Iris vor 50 Jahren mit ihrer Persönlichkeit geschaffen: Iris ist Bach und Techno – sie hat beide Seiten in ihrem Leben. Sie kommt aus einer Uradelsfamilie und ist gleichzeitig ein wilder Hippie. Diesen Charakter der Marke wird es immer geben. Natürlich entwickeln wir Techniken und Design weiter, aber den Ursprung stellen wir nicht infrage.

Wie kam es dann zum Erfolg?

Auf einer Messe in Düsseldorf mietete sie einen Stand – zwischen Handtüchern und Kerzen, gar nicht bei der Mode, sie wusste ja nicht, wie eine Messe funktioniert. Aber die Leute fanden sie trotzdem, weil sie Pullover gemacht hat, die anders waren. Es gab damals kein Strick-design wie heute. Die großen Designerkollektionen, das war alles Konfektion, wirklich genäht und geschnitten: Blazer, Anzüge, Kleider – aber kein Strick. Michael und Susanne Braun gehörten damals übrigens zu ihren allerersten Kunden. Der richtige Durchbruch kam dann aber auf Sylt.

Auf Sylt?

1977, ja. Sie hatte den Regenbogenpullover entwickelt. Die Leute auf Sylt entdeckten diesen bunten Pulli, und irgendwann liefen dort alle damit herum. Dann kam die „Bunte“ und schrieb eine Geschichte über Iris und die „Für Sie“ brachte den Pullover sogar auf den Titel.

Genau diesem Regenbogenpullover habt ihr nun eine ganze Jubiläumskollektion gewidmet. Wie viele Prototypen braucht es eigentlich, bis ein Pullover sitzt?

Das ist ein sehr experimenteller Prozess. Wir brauchen drei, vier Prototypen, bis ein Teil wirklich perfekt ist. Bei einem Grundteil nicht – aber sobald es komplexer wird oder eine besondere Färbung dazukommt, dauert es. Außerdem probiert Iris vorher tatsächlich noch jedes Teil an.

Jedes Teil?

Ja, und meistens ist sie erst mal ein bisschen unzufrieden. Dann gibt sie ihre Korrekturen.

Iris trifft also nach wie vor viele Entscheidungen.

Ja, sie sagt immer noch: Das mag ich nicht, das ist noch nicht perfekt. Oder auch: Das finde ich gut. Aber am liebsten möchte sie überrascht werden. Und es gibt seltene Momente, da holt sie tatsächlich noch die



Stricknadeln raus und strickt selbst etwas nach, was sie gesehen hat.

Übrigens: Meine Mutter liebt eure Marke und hat viele Strickjacken im Schrank – auch welche, die 20 Jahre alt sind. Für mich bedeuten diese Stücke ein Kindheitsgefühl, und zwar eins von: Alles ist in Ordnung. Wenn es mir schlecht ginge, würde ich zu meiner Mutter fahren, mich in einen ihrer Cashmere-Cardigans kuscheln, aufs Sofa legen und denken: Es wird schon wieder.

Dieses Gefühl zu vermitteln, das du gerade

DIE KUNST DER KONTINUITÄT: IRIS VON ARNIM, DIE DEM KASCHMIR SEINE SEELE GAB, UND VALENTIN, DER SIE IN DIE ZUKUNFT TRÄGT.



beschreibst, ist genau unser Ziel. Wir haben ja auch mal eine Kollektion mit Claudia Schiffer gemacht. Als ich Claudia damals kennenlernte, stellte sich heraus: Sie hatte die Marke genau wie du durch ihre Mutter kennengelernt. Iris von Arnim war die Lieblingsmarke ihrer Mama, und genau so vertraut hat sie sich angefühlt.

Meine Mutter würde allerdings auch sagen: Früher war die Qualität besser, weil es weniger Pilling gab.

Das liegt daran, dass die alten Teile einfach nicht mehr pillen. Und sie werden über die Jahre auch weicher, wenn man sie wäscht. Dadurch hast du das Gefühl, die älteren Stücke seien besser. Die Pullover, die du heute kaufst, werden sich auch in zehn Jahren besser anfühlen als jetzt. Denn Kaschmirhaare sind kurz, sagen wir zwischen 0,5 und 2,5 Zentimetern, sie werden übereinandergelegt und versponnen, und durch die Reibung kommen die zu kurzen Fäden heraus – das ist das Pilling. Normalerweise hört das beim guten Pulli irgendwann auf, denn dann ist die Oberfläche wirklich clean.

Ich habe gelesen, du investierst mehr in Produktentwicklung als in Marketing. Wie verteidigt man das heute?

Das stimmt. Als Kunde hast du nichts davon, wenn wir nur laut sind. Und unsere Kunden wollen normalerweise auch nicht die lautesten Marken tragen – oder wie viele Balenciaga- und Versace-T-Shirts hast du zu Hause? Wenn wir den besten Pullover machen, dann ist das ein echter Mehrwert. Das ist die Mission und das wird sie immer bleiben. Wir wollen, dass du bei deiner Mutter einen Pulli von uns aus dem Schrank holst. Und vielleicht bekommt den irgendwann dein Sohn. Wir sind keine Marke, die den großen, breiten Markt abdecken soll und wir müssen auch kein Weltkonzern werden. Für Leute, die Qualität schätzen – für die machen wir das. Ich glaube, wir müssen weiter den besten Pullover machen. Und daraus ergibt sich auch: Wenn wir unsere Qualität verlieren, ist das für uns das Gefährlichste überhaupt.

Mal von Iris zu dir: Wann hast du gewusst, dass du in das Unternehmen einsteigen wirst?

Ich glaube, ich habe zum ersten Mal richtig darüber nachgedacht, als sie mich gefragt hat. Das kam erst 2006, oder Ende 2005. Da war ich schon vier Jahre in New York bei Goldman Sachs. Ich glaube, sie hatte so etwas wie eine Midlife-Crisis – da gehen ja alle Menschen mal durch und wollen irgendwas ändern. Und dann fragte sie mich: Interessierst du dich eigentlich für den Laden? Ich glaube, sie brauchte einfach Hilfe. Damit setzte der ganze Gedankenprozess erst ein. Ich dachte: Das ist so ein schönes Juwel, dieses Unternehmen. Eigentlich wollte ich noch einen MBA in Cambridge machen, stattdessen habe ich 2006 meinen Job gekündigt und bin nach Hamburg zurückgekommen.

Seitdem führt ihr die Firma gemeinsam. Gibt es einen Moment, in dem du dir wünschst, sie würde loslassen – und einen, in dem du froh bist, dass sie es nicht tut?

Absolut. Wenn du so lange an etwas arbeitest, fällt Loslassen schwer, das kann jeder nachvollziehen. Es gibt Momente, in denen wir zum Beispiel über den Webshop diskutieren oder über Investitionen und unterschiedlicher Meinung sind, dann denke ich: Iris, das ist wirklich nicht mehr deine Verantwortung. Klar darf sie mitsprechen, aber sie muss das nicht mehr tun. Und dann wiederum gibt es Momente, in denen sie beim Design etwas sieht, was sonst niemand sieht. Ihr Maßstab ist einfach wahnsinnig hoch. Ich finde, jeder, der bei uns anfängt, sollte das mitbekommen: sich nie schnell zufriedenzugeben. Für Designer, Techniker und Produktionsleute kann das hart sein – fast eine persönliche Beleidigung. Wenn ein Pullover sich nicht verkauft hat, dann war der Pullover nicht gut genug, sagt Iris. Und dann kommt sie ins Lager und analysiert jedes Teil, das übrig geblieben ist. War es der Schnitt, die Farbe, das Material, das Muster, der Look? Sie hat ja so angefangen, dass sie alles selbst gemacht und selbst verkauft hat – deshalb interessiert sie bis heute jedes Detail. Das ist anstrengend, aber auch richtig cool. Und da sie das schon 50 Jahre lang macht, kann sie diesen Anspruch eben glaubwürdig vorleben. Das ist heute eine Seltenheit, und ich finde es gut, dass alle im Unternehmen das mitbekommen.

Fotos: Charlotte Schreiber (3), Sven Hoffmann, PR

30
YEARS OF
TIMEFUL
CREATIVITY

ROBERTO COIN

C
CABOCHON
SEIT 1990

Alstertal Einkaufszentrum (AEZ) · Heegbarg 31 · 22391 Hamburg
Tel.: 040 60 82 46 98
www.juwelierecabochon.com
info@juwelierecabochon

robertocoin.com

Dakora Johnson wears Venetian Medallions & Navarra collections

Engadin à la carte

CLAUDIA CANESSA KOCHT IM RESTAURANT AMARU DES KULM HOTELS IN ST. MORITZ UND IST MIT 16 GAULT & MILLAU-PUNKTEN AUSGEZEICHNET. DIESE FÜNF BESONDEREN FOOD-SPOTS BESUCHT SIE IMMER WIEDER.



Protokoll: Silke Roth

WO GIBT ES DEN BESTEN KAFFEE AM MORGEN?

Im Café Belmont. Ich gehe dort sehr gerne auf eine Tasse vorbei. Es ist klein, stilvoll und wunderbar entspannt – also der perfekte Ort, um St. Moritz langsam erwachen zu sehen.



DER SCHÖNSTE ORT FÜR EINEN APERITIVO?

Das ist eindeutig die Lobby des Kulm Hotels. Die Atmosphäre ist wunderbar elegant, und der Blick über den St. Moritzersee gehört für mich zu den schönsten überhaupt. Am liebsten sitze ich am Fenster mit einem Glas Wein oder einem Cocktail und beobachte, wie sich das Licht über dem See ganz langsam verändert.

WELCHE IST DIE CHARMANTESTE SKIHÜTTE?

Das ist schwierig! In St. Moritz hat jede Skihütte ihren ganz eigenen Charme. Ich könnte mich ehrlich gesagt nicht für eine entscheiden. Es kommt immer auf den Tag, das Wetter und die Stimmung an. So landet man eigentlich jedes Mal in einer anderen Hütte – genau das liebe ich am Skifahren hier.



WO VERBRINGT MAN EINEN BESONDEREN ABEND?

Meiner Meinung nach im La Scarpetta, denn es ist viel mehr als ein Restaurant. Ich habe dort Freunde, liebe die Atmosphäre und fühle mich immer sofort wohl. Ein Ort für einen schönen Abend, gutes Essen und noch bessere Gesellschaft.

Fotos: PR



DER GASTRO-SPOT, DEN MAN IN DIESER SAISON NICHT VERPASSEN SOLLTE?

Natürlich das Amaru! Wir bringen hier die Aromen meiner Heimat Peru ins Engadin und verbinden traditionelle Zutaten mit japanischen, mexikanischen und weiteren internationalen Einflüssen. Das ist eine ganz andere Facette von St. Moritz und hoffentlich ein Erlebnis, das in Erinnerung bleibt.



AUFFÄLLIG IST NUR DER CAMPUS VON LE ROSEY - WER HIER LERNT, BLEIBT STRENG GEHEIM.



Die große Pause nicht auf dem Schulhof, sondern beim Rudern auf dem Genfersee verbringen. Zur Schulversammlung im Konzertsaal zusammenkommen, in dem bereits Phil Collins und die Berliner Philharmoniker aufgetreten sind. Und nach den Weihnachtsferien wechselt nicht nur das Klassenzimmer, sondern gleich die ganze Schule ihren Ort. Seit 1916 zieht Le Rosey jeden Winter für drei Monate von Rolle am Genfersee auf den Chalet-Campus nach Gstaad. Der jährliche Umzug ist dabei nur eine von vielen Besonderheiten des Schweizer Internats. 1880 gegründet, zählt das Institut zu den wohl legendärsten Bildungsadressen der Welt. Heute leben und lernen 460 Schüler und Schülerinnen zwischen acht und 18 Jahren hier. Die Liste der Alumni führt durch Königshäuser und Society-Dynastien. König Juan Carlos I. von Spanien und Fürst Rainier III. von Monaco gingen hier ebenso zur Schule wie die Kinder von Diana Ross, John Lennon und Elizabeth Taylor. Für prominente oder sehr vermögende Familien liegt der Reiz von Le Rosey in der Anonymität: Hier können ihre Kinder einfach Mitschüler sein – nicht „Sohn oder Tochter von ...“. Wer jetzt goldene Wasserhähne oder Zimmerservice erwartet, wird jedoch überrascht. Die Zimmer sind schlicht, fast spartanisch, und je zwei Jugendliche teilen sich einen Raum. Das Taschengeld zahlt die Internatsleitung einmal pro Woche aus, je nach Alter zwischen 20 und 120 Schweizer Franken. Diese Normalität ist sorgfältig organisiert und kostspielig – ein Schuljahr kostet etwa 170.000 Euro. Darin enthalten sind Unterricht, Unterkunft und Verpflegung ebenso wie Schulbücher, Skipässe, Segeln, Reiten, Golf, Bergexpeditionen und sogar der Transport der persönlichen Dinge zwischen Rolle und Gstaad. Bleibt die Frage: Was bringt man Kindern bei, die vermutlich nie arbeiten müssten? Eine Menge, denn die Tage sind eng getaktet. Sport gehört natürlich dazu, Engagement wird erwartet. In KI-Workshops entwickeln die Schüler Avatare und Geschäftsmodelle oder lernen in Leadership-Kursen, Verantwortung zu übernehmen und zusammenzuarbeiten. Und auch am Esstisch gehört jede Geste zum Lehrplan: Zum Dinner serviert man sich gegenseitig unter den Augen des Maitre d'Hôtel. Man nennt das hier „School for Life“. Das klingt erst einmal nach jenen großen Worten, die sich in den Hochglanzbroschüren von Privatschulen sehr gut machen. Vielleicht steckt dahinter aber ein erstaunlich bodenständiger Gedanke: Wer mit allen finanziellen Möglichkeiten aufwächst, soll einen eigenen Weg finden, statt sich darauf zu verlassen, dass ohnehin viele Türen offenstehen.

Eine Klasse für sich

EIN CAMPUS AM GENFERSEE, CHALETS IN GSTAAD UND PRINZEN ALS MITSCHÜLER: DAS IST DAS ELITE-INTERNAT LE ROSEY. EIN BLICK HINTER DIE TÜREN.

Von Autorin Silke Roth



KITION.COM

Fotos: PR



CHESA FUTURA



Zwar stammt die Chesa Futura in St. Moritz aus der Feder des britischen Stararchitekten Norman Foster, doch ist sie durch und durch schweizerisch. Das 2004 erbaute „Haus der Zukunft“ – der Name stammt aus dem Rätoromanischen – verbindet futuristisches Design mit traditionellem Engadiner Handwerk. Und genau deshalb wirkt das kieselsteinförmige Bauwerk nicht wie ein Fremdkörper, sondern schmiegt sich harmonisch an den Südhang des Ortskerns. Es wird von acht massiven Stahlstützen getragen, die Fassade wurde mit Tausenden handgefertigten Lärchenholzschindeln verkleidet. Das Gebäude auf über 1.800 Metern Höhe beherbergt zehn luxuriöse Wohnungen, weshalb es nur von außen besichtigt werden kann.

Steile Hütten

EINE ENTDECKUNGSREISE ZU VIER BAUWERKEN,
DIE ALPINE ÄSTHETIK NEU DEFINIEREN.

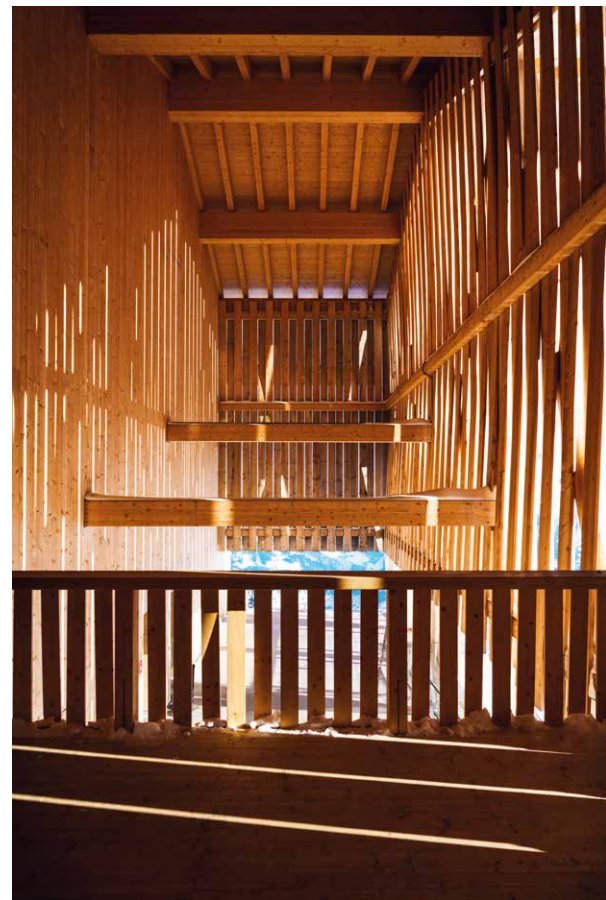
Von Autorin Mira Wiesinger

Ob Museum, Schule, Kirche, Bahnhof, Brücke, Sessellift oder Kuhstall – die Schweizer Architektur beeindruckt weit über die Landesgrenzen hinaus und setzt weltweit Maßstäbe. Mit minimalistischen, skulpturalen und monumentalen Bauten haben Architekten wie Le Corbusier, Luigi Snozzi, Mario Botta, Peter Zumthor oder das Büro Herzog & de Meuron den Baustil des Landes geprägt und sind Vorbilder für ganze Generationen geworden. Insbesondere die Schweizer Gegenwartsarchitektur setzt mit Präzision, Qualität, ehrlichen Materialien und einer Symbiose aus traditionellem Handwerk und radikaler Moderne einen hohen Standard. Das ist wörtlich zu verstehen: Gestalterischer Mut, nachhaltige Bauweise und eine unvergleichliche Beziehung zur Natur ziehen sich wie ein roter Faden bis hinauf auf Helvetias Gipfel. So wie diese vier schwindelerregend schönen Gebäude, die sinnbildlich für die hohe Kunst der Schweizer Architektur stehen.



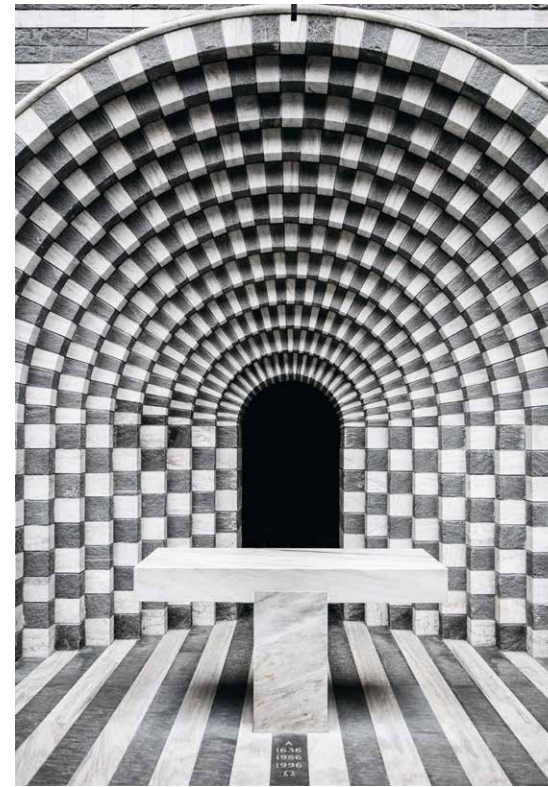
GIPFELGEBÄUDE AUF DEM CHÄSERRUGG

Errichtet aus rund 3.600 Tonnen lokalem Schweizer Fichten- und Tannenholz gefertigt, verbindet das Gipfelgebäude auf 2.262 Metern klassische Zimmermannsdetails mit moderner Ingenieursarbeit. Es vereint zugleich die Bergstation der Luftseilbahn, ein Gipfelrestaurant und eine Aussichtsplattform unter seinem Dach, das dank einer tief heruntergezogenen Konstruktion selbst extremen Schnee- und Windlasten auf dem Ostgipfel des Chäserrugg trotz. Verantwortlich für den flachen Bau aus dem Jahr 2014 zeichnet das Baseler Architekturbüro Herzog & de Meuron. Sitznischen mit raumhohen Fenstern bieten im Sommer wie im Winter perfekt gerahmte Postkarten-Ausblicke auf die Berglandschaft des Toggenburgs.



SAN GIOVANNI BATTISTA

Als 1986 das halbe Bergdorf Mogno samt seiner Kirche aus dem 17. Jahrhundert von einer Lawine zerstört wurde, galt es, am Ende des Lavizzarats dem heiligen Johannes dem Täufer eine neue Kirche zu errichten. Exakt auf dem Grundriss des Vorgängerbaus begann 1992 deshalb der Bau der Chiesa di San Giovanni Battista nach Plänen von Mario Botta. Der Entwurf folgt der Ausrichtung sowie Höhe der alten Kirche und integriert zwei Glocken aus dem Jahr 1746, die die Naturkatastrophe überstanden hatten. Der zylindrische, fensterlose Bau auf 1.180 Metern beeindruckt mit seinem Chiaroscuro-Muster aus weiß-grauem Peccia-Marmor und dunklem Vallemaggia-Granit sowie einem dramatischen Lichtspiel, das durch ein schräges Glasdach entsteht.



SKULPTURALE
ANDACHT: MARIO
BOTTAS MEISTERWERK
IN MOGNO IST WENIGER
GOTTESHAUS IM
KLASSISCHEN SINN ALS
EIN DESIGN-MANIFEST
AUS STEIN UND LICHT.
DIE BIS ZU ZWEI
METER DICKEN
MAUERN AN DER
HANGSEITE SIND
JEDOCH KEIN REINES
STILMITTEL, SONDERN
FUNGIEREN ALS
SCHUTZSCHILD GEGEN
KÜNFTIGE LAWINEN.



SANTA MARIA DEGLI ANGELI

Hoch über dem Luganersee und dem Lago Maggiore thront auf 1.567 Metern Höhe die Kirche Santa Maria degli Angeli auf dem Monte Tamaro. In dem mächtigen Bau von Mario Botta aus dem Jahr 1996 vereinen sich Kapelle, Aussichtsplattform, eine 65 Meter lange Brückenkonstruktion und ein innenliegender Gang mit Bullaugen, die je nach Blickwinkel spektakuläre Ausschnitte der umliegenden Bergwelt eröffnen. Für dieses markante Bauwerk orientierte sich der Architekt an afrikanischen Masken und der Ziegelarchitektur der Sahara. Letzteres zeigt sich besonders in einer Verkleidung aus rötlichem Naturstein, die es schafft, die schiere Masse des Betonbaukörpers organisch in das Alpenpanorama zu integrieren.



Fotos: C. Sonderegger, André Meier, Luca Crivelli, Kyle Kotajarvi, PR (3)

Luna sospeso mit revolutionärer Occhio fireball Lichtquelle, Gestensteuerung und »color tune«. Entdecken Sie die Magie von Luna auf occhio.com.



Occhio

light my soul

Cramer
Leben Sie jetzt

Cramer Möbel + Design GmbH
Kieler Straße 301 | 22525 Hamburg
Tel. 040 - 54 73 78 0
cramer.de



VOM EINFACHEN DAS
GUTE: KLARE LUFT,
WASSER UND WEITE.
WELLNESS MUSS
NICHT KOMPLIZIERT
SEIN, UM WIRKUNG
ZU ZEIGEN.

Die Essenz der Berge

WARUM DIE ALPEN SCHON IMMER DAS WAREN,
WAS WIR HEUTE LONGEVITY NENNEN.

Ein persönlicher Einblick
von Beauty-Expertin
Marlene von Arnim

Lange bevor Begriffe wie Longevity, Nervensystem-Regulation oder Biohacking in aller Munde waren, gehörten kalte Bergseen, frische Luft, Kräuter und natürliche Bewegung einfach zum Leben in den Alpen. Ich bin in Lech am Arlberg aufgewachsen, mein Vater produziert hier bis heute Käse, meine Großmutter brachte mir schon als Kind die Welt der Heilkräuter näher. Und meine Mutter lebte ganz selbstverständlich nach dem Mondkalender – viele Arbeiten im Garten oder rund ums Haus richteten sich nach seinem Rhythmus. Damals erschien mir all das ganz gewöhnlich. Erst Jahre später wurde mir bewusst, dass das, was heute als moderner Wellness-Lifestyle gefeiert wird, für viele Menschen in den Bergen seit Generationen Alltag bedeutet.

Vielleicht ist genau das der Grund, warum die Alpen gerade eine echte Renaissance erleben. Während wir in den Städten versuchen, an den Schrauben des Alltags zu drehen oder die Gesundheit zu optimieren, haben die Berge ihren eigenen Takt nie verloren. Man steht mit der Sonne auf. Man verbringt jede freie Minute draußen. Bewegung ist kein Termin im Kalender, sondern Teil des Tages. Man geht zu Fuß, arbeitet körperlich, sitzt weniger und orientiert sich am Licht und an den Jahreszeiten. Was heute als Circadian Health beschrieben wird, war dort schon immer Teil des Lebens. Und vielleicht liegt genau darin die höchste Form von Luxus: nicht in immer aufwendigeren Spa-Menüs





Das Licht und die Natur geben den Takt für die Auszeit in den Alpen vor.

oder neuen Biohacking-Gadgets, sondern in einem einfachen Lebensstil, der sich über Jahrhunderte bewährt hat. Die Alpen sind längst mehr als eine klassische Ski-Destination oder ein Sehnsuchtsort für den nächsten Familienurlaub. Immer mehr Kreative, Unternehmer und Designliebhaber zieht es in die Berge – nicht nur im Winter, sondern das ganze Jahr über. Die Berge sind der Gegenentwurf zur Großstadt. Sie versprechen Ruhe statt Reizüberflutung, Natur statt Bildschirm und einen Reset, den kein City-Spa bieten kann.

St. Moritz steht heute ebenso für zeitgenössische Kunst, Design und internationale Kultur wie für hervorragende Skipisten. Formate wie die Messe NOMAD oder kleine Galerien machen den Ort zu einem kreativen Treffpunkt weit über die Wintersaison hinaus. Gleichzeitig entwickelt sich Südtirol zu einer der spannendsten Regionen Europas. Architektur, Kulinarik und Design verschmelzen hier mit einer Landschaft, die durch ihr besonderes Mikroklima perfekte Bedingungen für Gemüse, Kräuter, Wein und Obst bietet. Es ist genau diese Verbindung aus alpiner Klarheit und mediterraner Leichtigkeit, die den besonderen Reiz der Region ausmacht.

Auch die Hotellerie erzählt eine neue Geschichte. Häuser wie das eriro verzichten bewusst auf klassischen Luxus und setzen stattdessen auf Reduktion, regionale Materialien, Handwerk und Stille. Der wahre Luxus liegt heute nicht mehr im Überfluss, sondern im Weglassen. Im hauseigenen Hantwerck-Stadl stehen Gästen die Ursprungsmaterialien der Alpen – Holz, Stein, Gräser und Erde – zur Verfügung, um traditionelle Handwerkstechniken wie Töpfern, Schnitzen oder Kränzebinden selbst auszuprobieren. Es geht nicht darum, beschäftigt zu werden, sondern selbst wieder kreativ zu werden. Die Bergwelt inspiriert dabei nicht nur den Körper, sondern gleichermaßen den Geist und die eigene Schaffenskraft – ein Gedanke, der den neuen alpinen Luxus vielleicht besser beschreibt als jede Spa-Behandlung.

Dasselbe gilt für die Bewegung. In den Bergen trainiert man selten, um Kalorien zu verbrennen. Man bewegt sich, weil es ganz selbstverständlich dazugehört. Eine Wanderung zum Sonnenaufgang, eine Trailrunning-Runde durch den Wald oder eine Pilates-Session mit Blick auf die Gipfel fühlen sich weniger nach Training als nach einem natürlichen Teil des Tages an. Denn die gesündeste Bewegung ist vielleicht jene, über die man gar nicht nachdenkt. Ähnlich verhält es sich mit der Regeneration. Heute sprechen wir von Cold Plunge, Breathwork oder Nervensystem-Reset. In den Bergen geschieht vieles davon fast nebenbei: ein Sprung in den eiskalten Bergsee, klare Höhenluft, lange Spaziergänge und eine Landschaft, die den Blick automatisch in die Ferne lenkt. Die Natur nimmt Tempo aus unserem Alltag. Sie verlangt nichts von uns – und genau deshalb gibt sie uns so viel zurück.

Auch die Ernährung folgt in den Bergen einem anderen Rhythmus. Während wir immer neue exotische Superfoods um den halben Globus

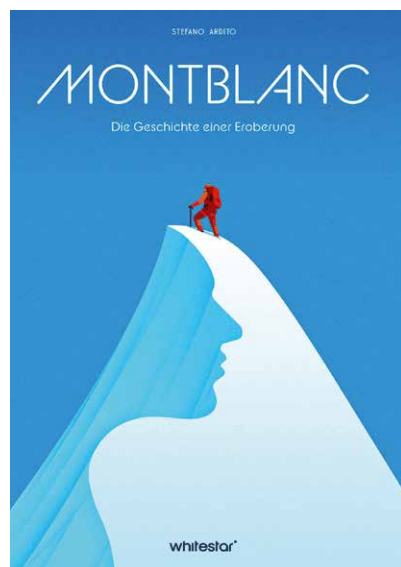


transportieren lassen, übersehen wir, dass manche der nährstoffreichsten Lebensmittel seit Jahrhunderten direkt vor unserer Haustür zu finden sind. Heumilch, Rohmilchkäse, frische Almbutter oder Wildkräuter erzählen von einer Landschaft, die ihre Menschen seit Generationen versorgt. Herkunft wird hier nicht vermarktet, sondern gelebt. Vielleicht vertragen wir genau deshalb oft auch jene Lebensmittel am besten, die aus unserer eigenen Region stammen.

Das gilt besonders für das Wissen über Heilpflanzen: Was meine Großmutter ganz selbstverständlich weitergab, wird heute von Beauty-Brands neu entdeckt – und Pflanzen wie Arnika, Edelweiß, Zirbe oder Latschenkiefer finden sich in luxuriösen Pflegeprodukten wieder. Vielleicht ist das weniger Innovation als Erinnerung an ein Wissen, das über Generationen bewahrt wurde und heute aktueller denn je scheint. Und dann sind da noch die kleinen Rituale: der erste Kaffee in der Morgensonne, das Räuchern mit Wacholder oder Salbei, Sonnwendfeuer, das Sammeln von Kräutern, eine gemeinsame Jause nach einer langen Wanderung. Diese Bräuche und Gewohnheiten sind weder spektakulär noch inszeniert – und gerade deshalb so wohltuend. Als Kind erschien mir diese Welt ganz normal. Heute verstehe ich, warum Menschen aus aller Welt in die Alpen reisen: nicht, weil sie den perfekten Urlaub suchen, sondern weil sie sich nach einem anderen Rhythmus sehnen.

Den Alpen so nah

Protokoll: Silke Roth



STEFANO ARDITO:
„MONTBLANC“, WHITE
STAR VERLAG

Ein einzigartiger Bildband über die ersten Pioniere des Alpinismus bis hin zu den gewagten Gipfeleroberungen unserer Gegenwart. In dem Buch sammeln sich das Interesse für Abenteuer, die Natur und die Magie der Berge.



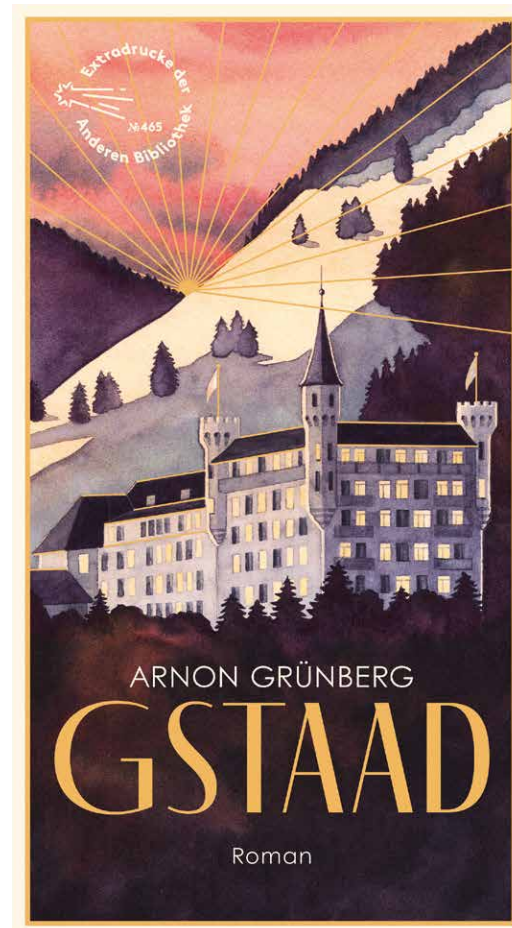
CHARIS STANK
„CHARMING CHALETs“,
CALLWEY

Die schönsten Chalets der Alpen, von Bayern bis in die französischen Alpen. Ungewöhnliche Architektur, gemütliche Stuben und alpines Wohngefühl, ergänzt um persönliche Geschichten der Gastgeber, besondere Adressen und Reisetipps. Stilvoll auf dem Sofa zu genießen, optional vor Kaminfeuer.



„BERGE
– 35 GESCHICHTEN
ZWISCHEN OBEN
UND UNTEN“,
KUNSTANSTIFTER

Atmosphärische Kurzgeschichten erzählen von Grenzerfahrungen und zeitloser Faszination. Ein poetischer Streifzug entlang der Berglandschaft samt aquarellierten Illustrationen.



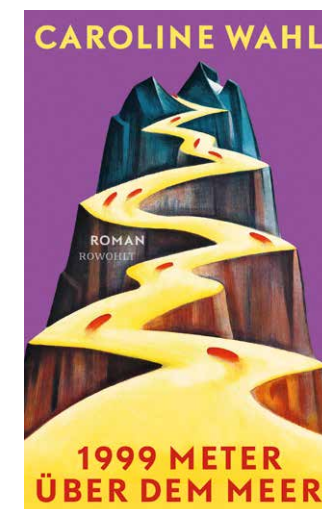
ARNON GRÜNBERG
„GSTAAD“,
DIE ANDERE
BIBLIOTHEK

Der humorvolle Schelmenroman des niederländischen Schriftstellers, im gewohnten Prachtschuber der nummerierten Originalausgabe. Der Aufstieg und Fall eines Hochstaplers lassen das luxuriöse Gstaad literarisch aufleben.

FÜR EINE WEILE IN
(EMOTIONALE) BERG-UND
TALFAHRTEN VERSINKEN:
FÜNF EMPFEHLUNGEN
VON ROBERT EBERHARDT,
GESCHÄFTSFÜHRER DER
BUCH- UND KUNSTHANDLUNG
FELIX JUD.

CAROLINE WAHL
„1999 METER
ÜBER DEM MEER“,
ROWOHLT

Der neue Roman der Bestsellerautorin. Der Freiheitsdrang und der lautstarke Wille nach Veränderung führen die junge Protagonistin in die Schweizer Hochalpen, denn sie will nicht nur in St. Moritz hoch hinaus, sondern auch in ihrem Inneren die Höhenmeter des Lebens bewältigen.



MODE HAT EINE ADRESSE.

Kaisergalerie • Große Bleichen 23-27 • Hamburg

HOUSE OF
SILHOUETTE
HAMBURG

SC
STYLE COLLECTIVE
BY FELLENDEN

BABOR

gärtner

U
ZWEI

BRAUN
HAMBURG

MOS MOSH

PARFUMS LUBNER
FEINSTE DÜFTE & SEIFEN



PATEK PHILIPPE
GENEVE

DIE CUBITUS KOLLEKTION



BEGINNEN SIE IHRE
EIGENE TRADITION



CUBITUS MEDIUM-SIZE REF. 7128/1G

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.

PATEK PHILIPPE BOUTIQUEN · BERLIN Bucherer 1888 | DÜSSELDORF Rüschbeck | FRANKFURT Wempe
HAMBURG Wempe | KEITUM/SYLT Krause | MÜNCHEN Bucherer 1888

AUTORISIERTE PATEK PHILIPPE FACHHÄNDLER · AUGSBURG Hörl | BERLIN Wempe | DORTMUND Rüschbeck
DÜSSELDORF Blome | FRANKFURT Wempe | HAMBURG Mahlberg | KITZBÜHEL (AT) Rüschbeck | KÖLN Gadebusch · Wempe
LEIPZIG Rüschbeck | MÜLHEIM AN DER RUHR Laerbusch | MÜNCHEN Wempe | MÜNSTER Oeding-Erdel
OBERSTAUFEN Hollfelder | STUTTGART Kutter 1825 | ULM Scheuble | WIESBADEN Oberleitner

DIE VOLLSTÄNDIGE LISTE DER AUTORISIERTEN PATEK PHILIPPE FACHHÄNDLER FINDEN SIE UNTER PATEK.COM