

# WW WW

DIE WELTWOCH

### Saubere Sache

SOEDER - EINE  
WASCHECHTE  
ERFOLGSSTORY

### Piemont

GENUSSREISE  
IN DIE WIEGE  
DES SLOW FOOD

### Xenia Tchoumi

WARUM ÄSTHETIK  
TROST SPENDET UND  
GLÜCK SCHENKT

# Cooler Bachofen

Der Glarner Koch hat gerade einen Lauf. Wird er gefragt, was er von Beruf mache, sagt *Noah Bachofen* gerne, er sei Influencer – «weil das die Leute nervt»



WW MAGAZIN Nr. 1  
APRIL / MAI 2024



PARFÜM  
MODE  
MASERATI  
GRAN-  
TURISMO  
TROFEO  
GRÜNE  
UHREN  
ZIRKULÄRE  
MATRATZE

10





# WIE ROBUST IST ROBUST GENUG?

**Das ist Edelstahl Oystersteel, ein Hochleistungsstahl der Güteklasse 904L, der seit 1985 für Rolex hergestellt wird.** Eine Edelstahllegierung, die, einmal poliert, ihren Glanz und ihre Schönheit unter allen Umständen behält. Unter 3500 Güteklassen wurde nur er unseren Ansprüchen gerecht. Dank seines hohen Chrom- und Molybdängehalts ist er extrem schlag- und korrosionsbeständig. Dennoch ist er in diesem Stadium für uns noch nicht robust genug. Deshalb untersuchen wir ihn auf mikroskopischer Ebene, von der Formgebung bis zur Grundierung, um die Mikrostruktur vor

der Verarbeitung zu prüfen und zu verfeinern und die mechanischen Eigenschaften der Legierung zu verbessern. Abschliessend kommt dank des Know-hows unserer Polierer der einzigartige Glanz zum Vorschein. Erst dann darf man ihn «Oystersteel» nennen. Der wahre Test ist jedoch nicht unsere sorgfältige Analyse der Struktur oder das Polieren des Materials. Die wahre Herausforderung erwartet ihn draussen in der Welt, wo er den Tücken des Alltags ebenso ausgesetzt ist wie den extremsten Bedingungen der Natur.

*#Perpetual*



**ROLEX**



## Geschichten mit Gesichtern

Zu Hause in unserer Küche hängt ein Foto von Brownie. Das Patenhuhn, das jene Eier produziert, aus denen ich wiederum Omeletten, japanisches Tamagoyaki oder Pastateig produziere, lebt zwischen Biel und Solothurn, verbringt viel Zeit an der frischen Luft und wird an seinem zweiten Geburtstag in Pension geschickt. Auch von Theo Kontogiannis und dessen Familie, die mein bevorzugtes Olivenöl presst, besitze ich ein Foto. Die Kontogiannis leben in Korinth, und ich habe mir fest vorgenommen, ihnen einen Besuch abzustatten, wenn ich das nächste Mal den Peloponnes bereise. Jérôme Rébetez, der in Saignelégier das beste Bier der Schweiz braut, und Patrick Marxer, den ungekrönten Miso-König, kenne ich beide persönlich, genauso wie Simone

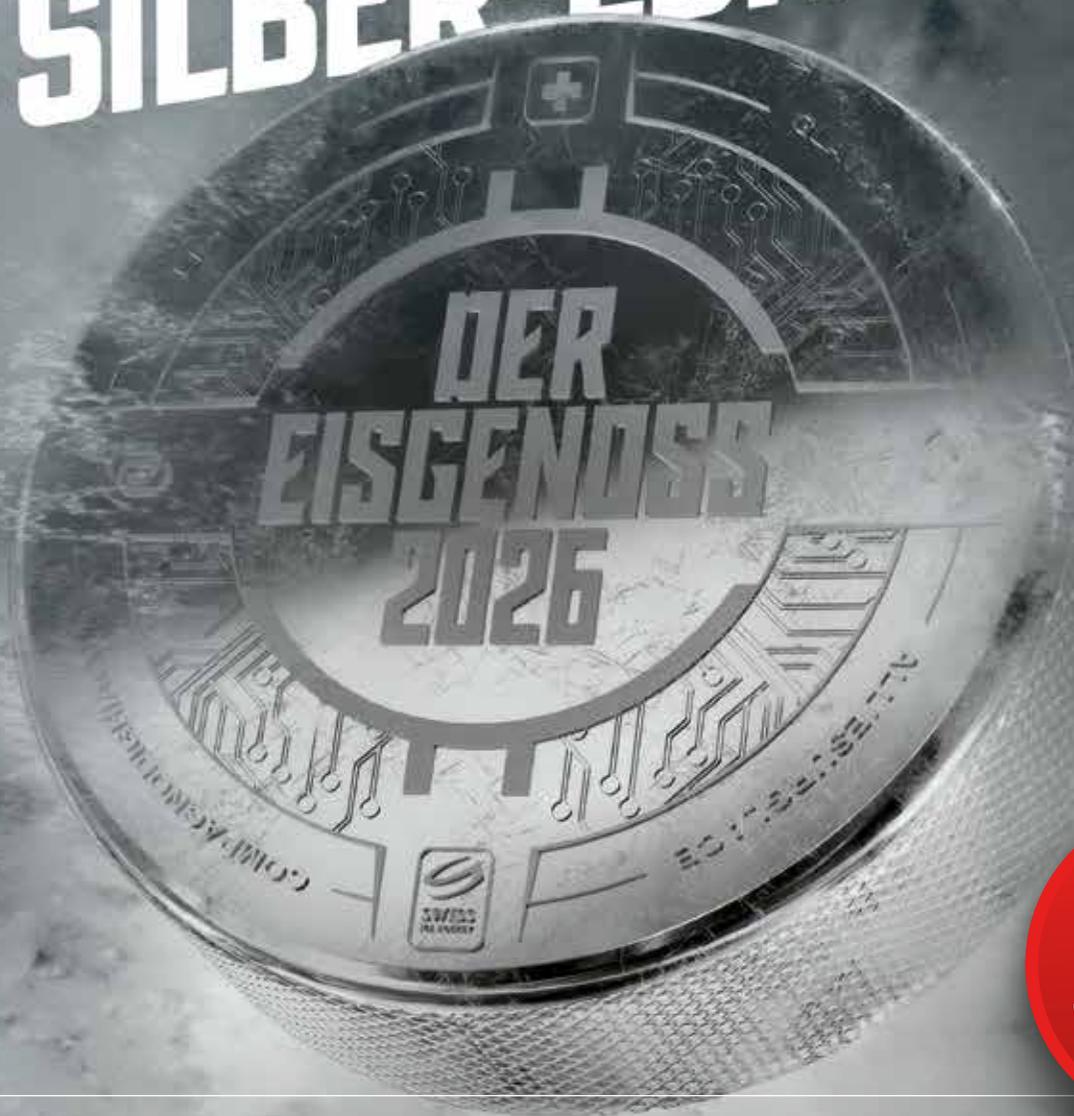
Pengel, bei der ich mein Wild beziehe, seit ich sie einmal für das *WW Magazin* porträtiert habe. Gesichtern vertrauen wir mehr als Marken, Brands und Labels. Kommt hinzu, dass in einer Zeit, in der ein Grossteil der Kommunikation nicht mehr *face to face* stattfindet, die Sehnsucht nach echten Erfahrungen und Begegnungen steigt. Das beobachte ich zumindest bei mir selbst. Vor allem aber hat es mit den Geschichten zu tun, die diese Menschen zu erzählen haben. Solche Geschichten finden Sie auch in diesem Magazin. Es sind Geschichten über Tiere und Pflanzen, über Terroir und Technik, über Kunst und Kultur, übers Essen, Trinken und Kochen. Geniessen Sie die Lektüre.

*Oliver Schmuki*



SWISS  
ICE HOCKEY

# DER EISGENOSS SILBER-EDITION!



1000 GRAMM  
999 FEINSILBER

**PREIS 3'300 CHF**

1000 GRAMM | 999 FEINSILBER | CHF 3'300 INKL. 8.1% MWST

[WWW.EISGENOSS.CH](http://WWW.EISGENOSS.CH)

**DER EISGENOSS.  
DAS LIMITIERTE  
SAMMLERSTÜCK  
ZUR WM 2026  
IN DER SCHWEIZ.**

Gegossen aus purem Silber  
und in Handarbeit verziert.  
Werde Teil des exklusiven  
Fanclubs und unterstütze die  
Zukunft des Schweizer Eishockeys.



HERAUSGEBERIN:  
Weltwoche Verlags AG  
Zollikerstrasse 90,  
Postfach,  
8702 Zollikon  
VERLAG:  
Telefon: 043 444 57 00  
Fax: 043 444 56 07  
E-Mail: verlag@weltwoche.ch  
INTERNET: www.weltwoche.ch

ABO-SERVICE:  
Telefon: 043 444 57 01  
Fax: 043 444 50 91  
E-Mail: kundenservice@weltwoche.ch  
Weltwoche:  
Jahresabonnement Inland:  
Fr. 346.- (inkl. MwSt.)

Weitere Angebote für In- und  
Ausland unter [www.weltwoche.ch/abo](http://www.weltwoche.ch/abo)  
E-MAIL-ADRESSEN:  
vorname.name@weltwoche.ch

GRÜNDER:  
Karl von Schumacher (1894-1957)

VERLEGER UND CHEFREDAKTOR:  
Roger Köppel

REDAKTIONSLEITUNG:  
Oliver Schmuki  
CREATIVE DIRECTION:  
Studio Sturzenegger

REDAKTION  
Trend-Report: Mark van Huisseling  
Reisen & Geniessen: Oliver Schmuki  
Uhren & Schmuck: Marianne Eschbach  
Automobil: David Schnapp  
Beauty & Gesundheit: Valeska Jansen  
Fashion: Yvonne Wigger  
Zigarren: Tobias Hüberli

MITARBEITER DIESER AUSGABE  
Autoren/Kolumnisten:  
Michael Baumann, Gion Mathias Cavetty,  
Claudio Del Principe, Florian Schwab,  
Xenia Tchoumi

Art/Bild:  
Gian Marco Castelberg, Dan Cermak,  
Stanley Chow, Gilles & Cecilie,  
Toby Neilan, Peter Ryan

ANZEIGENVERKAUF:  
Philipp Hofmann (Leitung),  
Gabriel Lotti, Brita Vassalli

BETRIEBSLEITUNG:  
Samuel Hofmann

CORPORATE PUBLISHING:  
Oliver Schmuki  
Telefon: 043 444 56 49  
Fax: 043 444 56 07  
E-Mail: anzeigenid@weltwoche.ch

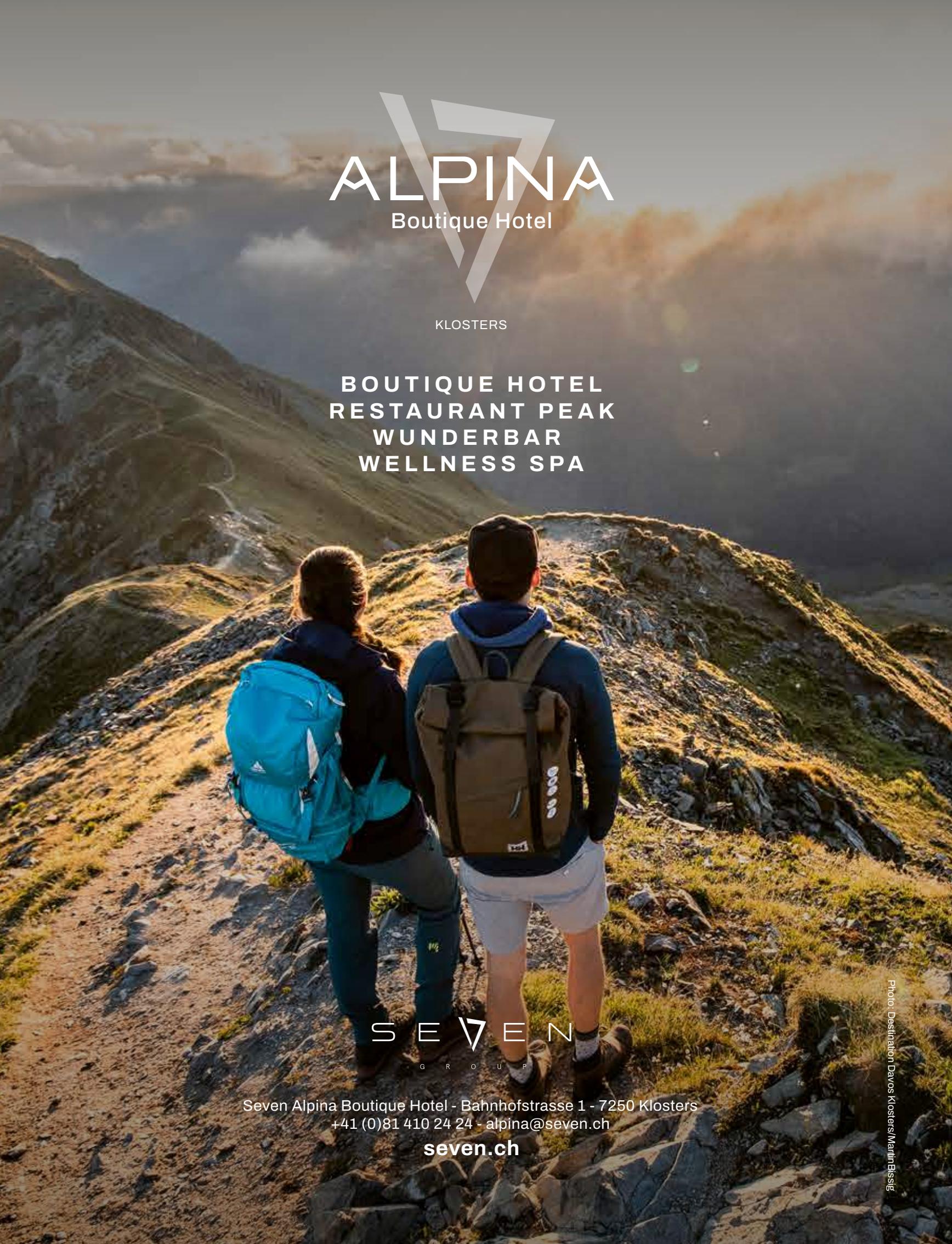
Druckauflage: 47 000  
Die Wiedergabe von Artikeln und Bildern,  
auch auszugsweise oder in Ausschnitten,  
ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung  
der Redaktion gestattet.

# WW Magazin Nr. 1 | INHALT

2,7 MILLIONEN MENSCHEN WISSEN, WIE IHRE WELT AUSSIEHT.  
WIR HABEN SIE GEBETEN, SIE FÜR UNS ZU BESCHREIBEN.



**26** Dass Unternehmerin, Model und Autorin («Empower Yourself») XENIA TCHOUMI sich gern mit schönen Dingen umgibt, hat gute Gründe. In ihrer ersten Kolumne für das *WW Magazin* erzählt sie, welche.



# ALPINA

Boutique Hotel

KLOSTERS

BOUTIQUE HOTEL  
RESTAURANT PEAK  
WUNDERBAR  
WELLNESS SPA

SEVEN  
G R O U P

Seven Alpina Boutique Hotel - Bahnhofstrasse 1 - 7250 Klosters  
+41 (0)81 410 24 24 - alpina@seven.ch

[seven.ch](http://seven.ch)

# WW Magazin Nr. 1 | INHALT

## LIFESTYLE

**OUVERTÜRE**  
TAG Heuer Eyewear  
SEITE 28

**UHREN**  
Grünzeug  
SEITE 29



**FAVORIT**  
OUTFITS  
VON LOEWE

**MODE**  
Meer aus Blau  
SEITE 30

**PARFÜMS**  
Laue Lüfte  
SEITE 31

**SOEDER**  
Saubere Schweden  
SEITE 32

## KOLUMNE



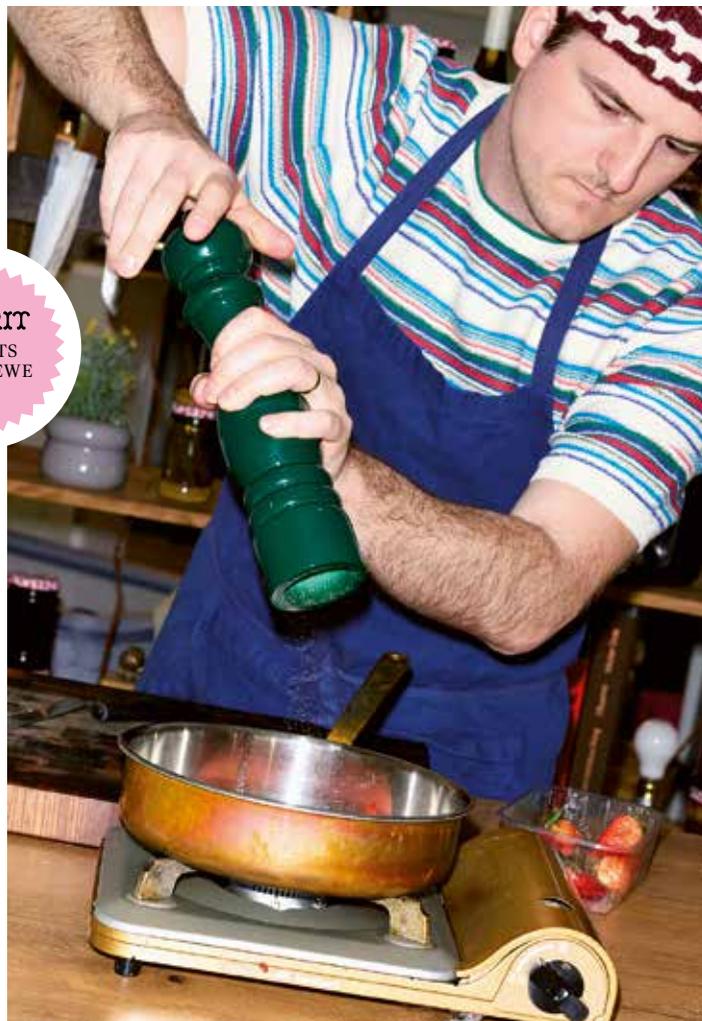
**MISS X**  
Über Schönheit SEITE 26

## ZIGAREN / SPIRITUOSEN

**KUBANISCHE KOSTBARKEITEN**  
Festival del Habano  
SEITE 44

**SCHÖNER QUALMEN**  
SEITE 45

## COVERSTORY



**PRINZIP FREESTYLE**  
Noah Bachofen hat gerade einen Lauf.  
Porträt eines Geschmacksverstärkers - SEITE 12

## WEIN & GENUSS

**HAPPY PLACE**  
Restaurant «The Counter»: 17 Plätze für ein Halleluja - SEITE 18

**DESTINATIONEN**  
Genussvolle Tipps zwischen Paradeplatz und Landquart - SEITE 20

**CUCINA POVERA**  
Claudio Del Principe - SEITE 22

**MARCUS COATES**  
Ein Brite in der Champagne - SEITE 24

**RAPHAEL HUSER**  
Der letzte Zürcher Antiquar - SEITE 40

## GEGENWARTSKUNDE

Dinge, die die Seele berühren  
SEITE 10

## MOBILITÄT



**AUSFAHRT**  
Nach Lausanne im neuen  
Maserati GranTurismo Trofeo  
SEITE 36

**SERVICE**  
On the Move  
SEITE 39

## GENUSSREISE

**PIEMONT**  
Gelati, Wein, Slow Food - und  
ein charmantes Relais  
SEITE 48

## GESUND BLEIBEN



**RIPOSA**  
Neue Horizontale  
SEITE 46

## ANLEITUNG

**MENSCH**  
Lukas Frei  
SEITE 52



MAURA WASESCHA®

Luxury Properties for Rent and Sale



## Ihr Tor zu aussergewöhnlichen Immobilien und MAXIMUM WELLBEING

Ob Sie kaufen oder mieten möchten, wir haben uns darauf spezialisiert, eine exklusive Kollektion von exquisiten Residenzen zusammenzustellen, die MAXIMUM WELLBEING neu definieren. Treten Sie in ein Reich, in dem Raffinesse auf Erhabenheit trifft, und öffnen Sie die Tür zu außergewöhnlichem Wohnen. Unser Team hat es sich zur Aufgabe gemacht, Ihnen eine nahtlose Reise durch die Welt der Luxusimmobilien zu bieten und sicherzustellen, dass Ihre Bedürfnisse und Wünsche verstanden und mit äußerster Präzision erfüllt werden.

Besuchen Sie unsere Website oder kontaktieren Sie uns noch heute, um sich auf ein außergewöhnliches Abenteuer in der Welt der Luxusimmobilien einzulassen. Definieren Sie Ihre Vorstellung von MAXIMUM WELLBEING mit Maura Wasescha AG neu.

# Saisonale ANGEBOTE

ACHT DINGE FÜR UNSERE FÜNF SINNE



«AFFECTION»

Das neue Album von Bullion aus West-London verfügt über die nötige Leichtigkeit, um den Gang durch den Frühling zu beschwingen, und über die nötige *gravitas*, damit man dabei die Bodenhaftung nie ganz verliert.

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



«SOLE»

Die limitierte Kollektion, die Nadja Stäubli für Micasa entwerfen durfte, sei eine Liebeserklärung an den Sommer, sagt die Inhaberin des Zürcher Designstudios Sula.

[www.micasa.ch](http://www.micasa.ch)



«CHALLENGERS»

Im neuen Film von Regisseur Luca Guadagnino («Call Me By Your Name») spielt Hauptdarstellerin Zendaya eine Tennistrainerin. Die wirklichen spannenden Partien werden in dieser dramatischen Sportromanze jedoch abseits des Courts ausgetragen.

Ab 25. April im Kino



WINDSOR x THE DOLDER GRAND

Bodensee trifft Adlisberg – die Ostschweizer Traditionsmarke Windsor hat für das Zürcher Hotel «The Dolder Grand» sogenannte «Comfy Couture» entworfen: eine Unisex-Capsule-Collection, die auf Bequemlichkeit und Coolness setzt.

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



GLENMORANGIE  
CALVADOS CASK FINISH

Gebackene Birne, Vanille, Jasmin, kandierter Apfel, Heidehonig, Gewürze – das riecht Bill Lumsden, Director of Distilling, wenn er an seinem jüngsten Release schnuppert.

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



«STIMMIGSCHUCHI»

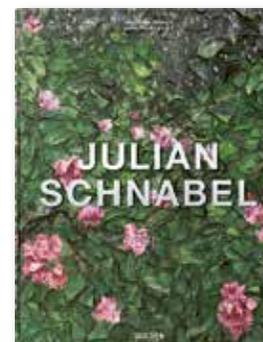
In ihrem neuen Kochbuch hat die Solothurner Foodbloggerin Zoe Torinesi Rezepte versammelt, die zu unterschiedlichen Launen passen. Was denken Sie, sind diese Süsskartoffel-Gnocchi eher etwas für Verliebte, für Traurige oder für Gestresste?

[www.cookinesi.ch](http://www.cookinesi.ch)

ROCK

«Oh, we're wild Gods,  
baby, we're wild Gods,  
yeah, bring your  
spirit down»

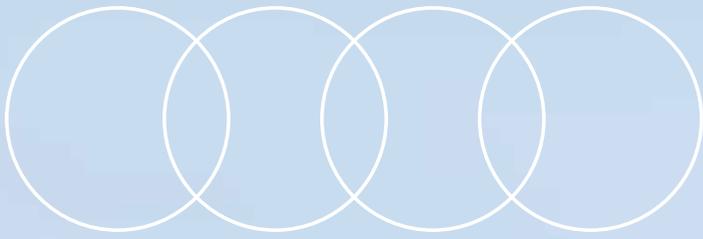
Songzeile aus «Wild God», der aktuellen Single von Nick Cave, live zu sehen am 22. Oktober 2024 im Hallenstadion Zürich.



«JULIAN SCHNABEL»

Diese Monografie über das New Yorker Kunst-Schweregewicht bringt 3,69 Kilogramm auf die Waage. Doch das ist noch immer zu wenig, um sich an seinem Werk sattzusehen.

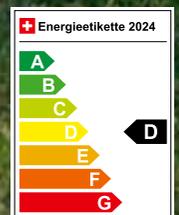
[www.taschen.de](http://www.taschen.de)



# Quiet, impressive.

Der rein elektrische Audi SQ8 e-tron.

Future is an attitude



SQ8 e-tron quattro, 504 PS,  
28,0-24,5 kWh/100 km, 0 g CO<sub>2</sub>/km, Kat. D

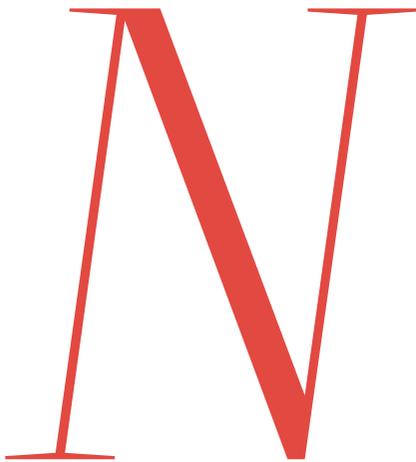


# Prinzip *Freestyle*

Videoproduktionen für Social Media, eine eigene *TV-Show*, ein wöchentlicher Podcast, ein Kochbuch und eine kleine Tochter – NOAH BACHOFEN hat gerade alle Hände voll zu tun. Doch der Glarner Koch bleibt cool. Bachofen genießt es, mehrere *Eisen* gleichzeitig im *Feuer* zu haben.

*Text:* Oliver Schmuki

*Bilder:* Dan Cermak



Noah Bachofen lässt wenig anbrennen. Nicht in der Küche und auch sonst nicht im Leben. Dem Koch aus Netstal im Glarnerland geht das meiste mit Leichtigkeit von der Hand, sei das jetzt die Zubereitung eines *Ziger-Härdöpfels* oder eines vegetarischen Smash-Burgers oder das Untereinen-Hut-Bringen von Sozial- und Familienleben, Hobbys und zahlreichen beruflichen Aktivitäten.

Beim 29-Jährigen geht es zurzeit drunter und drüber. Letzte Woche wurde die erste Folge seiner neuen Kochsendung «Hype Kitchen» ausgestrahlt, später im Jahr erscheint das erste Kochbuch (im AT-Verlag), nebenbei produziert er einen Podcast, und seine Instagram- und Tiktok-Fan-Gemeinde dürstet ständig nach frischem Content. Ach ja, und frischgebackener Vater ist Noah Bachofen auch, seine Tochter kam im Dezember zur Welt.

#### MANN AM HERD

«Kochen ist momentan einfach mein Ventil», sagt der stets relaxt wirkende junge Mann einmal während unseres Gesprächs. Was er damit meint: Vieles in seinem Leben dreht sich zwar um das Thema Essen. Hauptsächlich geht es aber darum, selbst Spass zu haben und dabei andere zu unterhalten. Die Zubereitung und das Vermitteln von Gerichten, das ist lediglich der grösste gemeinsame Nenner von all den Dingen, mit denen er gerade jongliert. «Ich glaube, dass ich ein sehr lustiger Typ bin, der auch gut eine Geschichte erzählen kann, die nichts mit Essen zu tun hat», so Bachofen. «Ich habe einen Geltungsdrang. Und Kochen ist einfach das, was ich beruflich gelernt habe.»

Ganz zufällig in der Küche gelandet ist Bachofen aber nicht. Sein Geburtsname war ein frühes Omen für seine berufliche Bestimmung. «Noah, du wirst sicher mal Koch oder Bäcker!» – das habe er schon früh immer wieder zu hören bekommen. «Tatsächlich habe ich, soweit ich mich zurückerinnern kann, immer gerne gekocht und gebacken», erzählt er weiter. Die Lehre absolvierte er schliesslich im Restaurant «Sonne» in Elm, «eine richtige Beiz». Die Anfänge waren,

um es einmal vorsichtig auszudrücken, harzig. «Das erste Lehrjahr war der Horror», erinnert sich der ehemalige Stift. «Dieser raue Umgangston, Arbeitstage, die teilweise erst um 23 Uhr fertig waren, das ständige Schwitzen.» Als Fünfzehnjähriger, der frisch aus der Schule kam, sei es eine Qual gewesen, plötzlich den ganzen Tag auf den Beinen zu stehen: «Ich hatte dauernd geschwollene Füsse.»

Bachofen aber hielt durch. Und es kamen bessere Tage, andere Küchen, eine Stelle als Diätkoch im Kantonsspital Glarus. Besonders prägend war die Zeit, die er im «Magdalena» in Rickenbach bei Schwyz zubrachte als Souschef von Dominik Hartmann. Er begleitete den Küchenchef von Anfang an, durch die Pandemie hindurch und bis zum zweiten Michelin-Stern.

In der Corona-Zeit begann er, privat Filme zu produzieren. «Als ich dann wieder täglich am Arbeiten war, musste ich halt im «Magdi» weiterfilmen», erzählt Bachofen. Die Videos stellte er auf Tiktok, oft waren es Rezeptanleitungen, manchmal ging es aber auch einfach darum, wer in der Küche die coolsten Schuhe trägt. «Die Leute liebten es, manchmal gab es Millionen von Klicks.» Schon damals war der Faktor Unterhaltung für ihn mindestens genauso wichtig wie das Vermitteln von Rezepten und Wissen.

Viele Rezepte, die er heute teilt, wirken auf den ersten Blick vertraut, nehmen dann aber eine überraschende Wendung. Etwa, wenn er nicht Weisswein ins Fondue gibt, sondern Rivella rot; wenn er einen eigenen Vermicelles-McFlurry kreiert; oder wenn er Hotdogs mit Rüeblli zubereitet, die er erst in der Pfanne brät, dann mit India-Pale-Ale-Bier ablöscht und schliesslich im Ofen schmort (siehe Rezept auf Seite 17).

An solch leichtfüssigen, kurzweiligen Kochfilmchen mit Do-it-yourself-Charme ist auf Instagram oder Tiktok längst kein Vorbeikommen mehr. Die Hobbykochszene ist inzwischen riesig, das Phänomen ein globales. Sich beim Kochen zu filmen, scheint eine Beschäftigung zu sein, die ganz viele junge Menschen als reizvoll empfinden. Dass Bachofen dabei in der Schweiz in der obersten Liga der Szene mitmisch, liegt daran, dass er sein Handwerk beherrscht; das hat auch der Gault-Millau-Channel erkannt, für den Bachofen ebenfalls Rezeptvideos produziert. Zu seinen Zuschauern dort zählen auch einige semiprofessionelle Köche. Doch das lässt Bachofen kalt. «Die Gault-Millau-Fans checken schon, dass ich kochen kann, auch wenn ich das mit einem gewissen Witz und mit einem Augenzwinkern mache.»

Massgeblich zu seinem Erfolg als «Koch im Internet», wie es auf seiner Website steht, trägt auch Bachofens Authentizität bei. Der junge Mann, den man hier vor sich hat, gibt nicht vor, etwas zu sein, was er nicht ist. Bachofen vertraut darauf, was er kann, und experimentiert ohne Berührungs- oder Versagensängste. Und es bereitet ihm sichtbar Vergnügen. Den Schritt

zurück in eine Restaurantküche kann er sich nur schlecht vorstellen. «Es gibt einfach zu vieles, was mir gerade Freude macht, und ich bin bereits jetzt zeitlich sehr eingeschränkt.»

Neuerdings verbringt der junge Vater seine Abende oft zu Hause bei der Familie, wo er ebenfalls am Herd steht. Was die Tochter anbelangt, so nehme er sich vor, sich viel Mühe zu geben, sie an die unterschiedlichsten Geschmackswelten heranzuführen und ihr «kulinarische Highlights» zu bieten. «Ich hoffe einfach, dass sie nicht so heikel wird, oder *chög*, wie wir Glarner sagen, wie meine Frau», so Bachofen. «Oder wie Nico. Der isst nicht einmal Salat.»

#### ZWEI FREUNDE, KEIN PLAN

Zum Gespräch treffen wir Noah Bachofen im Showroom des Hausgeräteherstellers Bosch an der Zürcher Peripherie. Hier zeichnet er gerade die letzte Folge der zweiten Staffel von «Gemüseroulette» auf, gemeinsam mit seinem guten Freund und *partner in crime*, Nico Franzoni. Der 34-jährige gelernte Mediamatiker war sieben Jahre lang beim Medienunternehmen Watson tätig, zuletzt als Videochef. Kennengelernt haben sich die beiden im «Magdalena». Heute sind sie fast schon unzertrennlich. «Wir telefonieren täglich», sagt Bachofen, der an diesem Tag vor der Kamera ein Cap von Aimé Leon Doré trägt. Der Schriftzug des Labels aus Queens in New York prangt auch auf dem T-Shirt von Franzoni.

«Wir brauchen halt irgendeinen Rahmen, um Seich machen zu können», sagt Bachofen weiter. Sein Compagnon grinst. Dieser Rahmen besteht bei «Gemüseroulette» aus Gerichten, wie sie Bachofen auch zu Hause gerne zubereitet. Zucchetti-Kartoffel-Rösti mit Salat zum Beispiel, oder Pommes mit Trüffelmayonnaise. Versteht er sich als Botschafter einer vegetarischen Küche? Bachofen verneint. Gemüse sei schlicht und einfach spannender als Fleisch: «Zudem schränkt vegetarisch zu kochen gar nicht so stark ein. Manchmal ist es sogar eher ein Boost.» Auf die Idee einer gemeinsamen Sendung kamen die beiden Freunde übrigens an Bachofens Hochzeit im Sommer 2022. Gab es an der Feier denn auch ein vegetarisches Menü? «Nein, wir haben Schweinebauch-Ravioli serviert», sagt dieser und lacht.

Seit Anfang Jahr produzieren Franzoni und Bachofen auch den Podcast «Zero Dosage». Auch darin spielt Kulinarik zwar eine, aber oft nicht die Hauptrolle. Man könnte es auch so sagen: Für die Folgen existiert offensichtlich kein Konzept, geschweige denn ein Masterplan, an den sich die beiden halten. Die Themensetzung erfolgt

*RECHTE SEITE: Und Action! Noah Bachofen mit Bunsenbrenner zwischen Orange Wine, Eingemachtem und Trophäen in seinem Kochstudio in Glarus.*





ad hoc. Es werden Ferienerlebnisse geteilt, dann wird von der eigenen Verlobung berichtet, und dann gibt es Tipps für das Hosten einer privaten Dinnerparty. Auch beim Podcast gilt: Prinzip Freestyle. Alles kann, nichts muss.

#### ROCKY BALBOA DES AROMAS

Freestyle als Lebenshaltung, Kitchen-Battles vor laufender Kamera, der konstante Plauderton als Soundtrack des eigenen Lebens – das alles kommt offensichtlich gut an. 147 000 respektive 40 000 Menschen folgen ihm heute auf Instagram und Tiktok. Ja, Noah Bachofen ist populär, aber er ist nicht Pop.

Noah Bachofen ist Rap.

Popstars sind Einzelkämpfer. Hie und da wird ein Duett aufgezeichnet, doch im Grunde bäckt jeder seine eigenen Brötchen. Hip-Hop dagegen ist ohne das Feature undenkbar. Gemeint ist damit das Einladen eines Gast-Rappers oder einer Gast-Rapperin, der oder die einen oder zwei Verse für einen Track beisteuert und so als Sidekick für Abwechslung sorgt oder, wenn es sich um einen ungleich bekannteren Star handelt, mit seinem Namen die Bekanntheit und/oder *credibility* des Haupt-Acts anheben soll.

Letzteres ist ein Beispiel für die drei Episoden von «Special Guest», die Bachofen kürzlich ebenfalls im Auftrag von Bosch produzierte. Dafür besuchte er den estländischen Rapper Stress zu Hause in Zürich. Bachofen ist ein Fan.

#### WW MAGAZIN: Und, ist Stress ein guter Koch?

NOAH BACHOFEN: Nein. Stress kann easy kochen. So wie der Nico auch. Aber dass er ein guter Koch ist, das würde er wohl auch selbst nicht von sich behaupten.

#### Also kocht Stress so gut, wie Sie rappen?

Nein! Ich rappe besser, als Stress kocht. Das würde ich jetzt knallhart behaupten.

Ein Urteil über Noah Bachofens Rap-Talent bilden kann sich jeder, der sich «Hype Kitchen» anschaut, seine neue Kochsendung, die am 21. April auf Sat 1 Schweiz angelaufen ist. Für diese hat er gemeinsam mit dem Solothurner Rapper Manillio («Kryptonit», 2016) den gleichnamigen Titelsong aufgenommen. Richtig bemerkt: schon wieder ein Feature!

Zum Song gibt es auch ein Video, das im «Roten Delfin» aufgenommen wurde, einer angesagten Beiz an der Zürcher Langstrasse, die für ihre «Super-Toasts» bekannt ist. Die Lyrics: bekömmlicher Food-Rap, harmlos, charmant, eingängig und, wie Bachofens Küche selbst, auf den Massengeschmack ausgerichtet. Noah so: «Ponzu-Dashi, ä Beurre blanc machi/abgeschmückt wird

trotzdem mit Maggi.» Manillio so: «Also nimm Platz, es isch dr Noah/dä Rocky Balboa vom Aroma.» Und dann ist es wieder Noah selbst, der die eigentliche Neuigkeit verkündet: «Lueg, dä Instagram-Chef isch jetzt im Färnseh!» Denn der Sprung ins lineare Fernsehen ist, wie es aussieht, heute wie einst eine Art Ritterschlag, Tiktok-Karriere und Instagram-Ruhm hin oder her; TV, das heisst: Du hast es geschafft.

In der Kochshow testet Bachofen «virale Rezepte» und versucht, diese nachzukochen, wie es auf seiner Website heisst. Mit «viral» sind Rezepte gemeint, die in den sozialen Medien gerade für Wirbel sorgen. Macht er um gewisse Speisen einen Bogen? «Bei nationalen Spezialitäten passe ich auf», sagt er; bei Pasta-Rezepten etwa gebe es meistens kritische Kommentare von Followern italienischer Abstammung. In einer Folge von «Hype Kitchen» bereitet er tatsächlich ein asiatisches Ramen-Gericht zu. «Aber wenn man das vorwegnimmt und sagt: «Hey, ich war selber noch nie in Japan», dann funktioniert das schon.» Einen Shitstorm wegen kulinarischer kultureller Aneignung habe es bislang noch nicht gegeben.

#### KULINARISCHES ERWECKUNGSERLEBNIS

Sein kulinarisches Erweckungserlebnis hatte Noah Bachofen übrigens mit Anfang zwanzig. Mit einem Kumpel besuchte er das ehemalige Restaurant «Jakob» in Rapperswil, seinem heutigen Wohnort. Küchenchef Markus Burkhard achtete dort pingelig genau auf Regionalität, saisonale Produkte, ethische Tierhaltung, die vollständige Verwertung der Nahrungsmittel und auf eine hochästhetische Speisenpräsentation. «Als ich sah, wie dort gearbeitet wurde, dachte ich mir: Du hast bisher alles falsch gemacht als Koch!»

Kurz darauf eröffneten er und sein Freund ein Sparkonto, auf das sie jeweils fünfzig Franken im Monat einbezahlten. Sie sparten so lange, bis sie sich ein Abendessen bei Andreas Caminada im «Schloss Schauenstein» leisten konnten. Seither geht die «Gourmet Gang» einmal im Jahr «richtig krass essen», wie Bachofen es ausdrückt. Das nächste Mal im «Focus» im «Parkhotel Vitznau» bei Patrick Mahler.

Wie würde denn sein eigenes Restaurant aussehen? Bachofen überlegt kurz. «Das wäre vermutlich ein modernes Bistro mit geilen Weinen und Gerichten. Kleine Karte, zehn Gerichte, fein und simpel. Braten mit Spätzli, so, wie es das früher bei meinem Grosi gab.»

Ob es eines Tages so weit sein wird, steht in den Sternen. Gerade bereitet das Jonglieren noch zu viel Freude. Und so bleibt seinen Fans nichts anderes übrig, als weiter seine Rezepte nachzukochen. Das stimmt nicht ganz: In den Genuss seiner Kochkünste kommt man am 31. Mai. Dann wird Noah Bachofen mit seinem früheren Lehrmeister Dominik Hartmann einen Abend lang in der «Central Bar» im Zürcher Kreis 4 Fingerfood servieren. ●

LINKS: Noah Bachofen gönnt sich eine kurze kreative Pause, ein Moment mit Seltenheitswert.



### REZEPT Carrot-Dog (ergibt 4 Stück)

#### ZUTATEN

- Sonnenblumenöl
- 4 Karotten
- 160 g India-Pale-Ale-Bier (IPA)
- 2 Knoblauchzehen
- 1 Schalotte
- 200 g Gemüsefond (alternativ Gemüsebouillon)
- Salz
- Pfeffer
- 4 Brötchen
- 30 g eingelegte Jalapeños
- Ketchup
- 4 Essiggurken
- getrocknete Zwiebeln (bereits gekauft)

#### ZUBEREITUNG

Den Backofen auf 180 Grad Umluft vorheizen.

Die Schalotte und den Knoblauch schälen und halbieren.

Die Karotten in Sonnenblumenöl anbraten, bis sie eine schöne Farbe bekommen. Mit Salz und Pfeffer würzen und die halbierte Schalotte sowie den Knoblauch hinzufügen. Alles zusammen leicht anrösten.

Die Karotten mit dem IPA-Bier ablöschen und das Bier einkochen lassen, bis ein Sirup entsteht. Dann mit Gemüsefond auffüllen und alles zum Kochen bringen. Anschliessend die Pfanne in den Backofen stellen und die Karotten für zirka 30 Minuten schmoren lassen, bis sie weich sind.

Die Pfanne aus dem Ofen nehmen und bei Bedarf die Flüssigkeit auf dem Herd weiter einkochen lassen, bis sie die gewünschte Konsistenz erreicht hat.

Die Karotten nochmals in dem reduzierten Schmorfond wenden und auf den Brötchen anrichten. Mit den eingelegten Jalapeños, Essiggurken, Ketchup und getrockneten Zwiebeln garnieren.

Weitere Rezeptideen von Noah Bachofen findet man zum Beispiel auf Instagram: @noahbachofen\_



# Happy Place

*An dieser Stelle präsentieren wir in jeder Ausgabe einen Kraftort für alle Freunde des guten Geschmacks.*

Text: OLIVER SCHMUKI

THE COUNTER  
Bahnhofplatz 15, Zürich

Jadegrün, Gold- und Gelbtöne, dunkles Braun: Diese Interior-Farbpalette weckt Gedanken an Edward Hoppers «Nighthawks», jenes Ölgemälde, dem Tom Waits 1975 mit «Nighthawks at the Diner» ein musikalisches Denkmal setzte. Dessen Stimme würde man hier gerne einen Abend und eine Nacht lang lauschen. Dazu würde man sich an dem fünfzehn Meter langen, aus vier Nussbaumstämmen gefertigten Tresen in einen der siebzehn mit Nubukleder und Velours bezogenen «Leya»-Stühle der Manufaktur Freifrau sinken lassen und sich Dinge servieren lassen, die in Waits Songs auftauchen, *eggs and sausage, hash browns over easy*, oder *chili in a bowl*.

Aber das ist nicht Chicago anno 1942, das ist Zürich im Hier und Jetzt, und der Herr der Theke (und der Playlist) hier im Restaurant «The Counter» im frisch renovierten Südtrakt des Hauptbahnhofs heisst Mitja Birlo. Zum Glück. Denn der in Bielefeld aufgewachsene, von «Gault-Millau» 2022 zum Schweizer «Koch des Jahres» ausgezeichnete Perfektionist traut seinen Gästen einiges mehr zu. Sellerie-Pastrami zum Beispiel, mit einer Grünkohl-Farce gefüllte Wachtel, Reis-Espuma oder Tacos mit Lebkuchen und Speck, achtzehn Gänge total, dazu erlesene Weine und spannende nichtalkoholische Kreationen.

Eröffnet Anfang Dezember, gehört das Fine-Dining-Lokal heute zu den exklusivsten Adressen der Schweizer Genusshauptstadt. Sich hier niederzulassen, heisst, sich auf etwas einzulassen. Einen Tisch mit sechs Plätzen gibt es im «Counter» übrigens auch. Diesen sähe der Küchenchef gerne eines Tages umfunktioniert zum Pokertisch. Dazu dann gerne einmal Tom Waits, bitte. [www.the-counter.ch](http://www.the-counter.ch)



Bild: Lukas Lienhard



STEINBEISSER  
Goetheanum  
Rütliweg 45, Dornach

*Jedes von Steinbeisser organisierte Dinner ist einzigartig. Trotzdem gibt es Spielregeln. Für jeden Anlass kreieren Kunsthandwerkerinnen und -handwerker eigenes Besteck und Essgeschirr. Dabei handelt es sich oft um eigensinnige Unikate, die sich mal mehr, mal weniger zum Essen eignen, aber immer dafür sorgen, dass die Aufmerksamkeit bei den Speisen und beim Akt des Sicheinverleibens bleibt. Was die Speisen selbst anbelangt, so bitten die Initianten von Steinbeisser jeweils «ihre» Köchinnen und Köche, rein pflanzliche Menüs auszulecken. Am 30. und 31. August 2024, wird Elif Oskan («Gül», Zürich) gemeinsam mit Selassie Atadika aus Ghana (im Bild) im solothurnischen Dornach kochen. [www.steinbeisser.org](http://www.steinbeisser.org)*



ORSINI  
Hotel «Mandarin Oriental Savoy», Poststrasse 12, Zürich

Noch kennt Antonio Guida in Zürich kaum jemand – mit Betonung auf «noch». Der im italienischen Stiefelabsatz Geborene kocht im «Mandarin Oriental Milano» im mit zwei Michelin-Sternen dekorierten «Seta». Wer schon mal seine *capasante*, also Jakobsmuscheln, mit Büffelmozzarella-Creme und marinierter Zedernfrucht gekostet oder seinen Signature-Risotto mit Himbeeren und Kräutercreme bestaunt hat, weiss, weshalb. Und ebendiese Gerichte tischt Dario Moresco jetzt auch am Paradeplatz im endlich wiedereröffneten «Orsini» auf. [www.mandarinoriental.com](http://www.mandarinoriental.com)



**GENNARO'S**  
Hotel «La Pama», Via Vittorio Emanuele 39, Capri, Italien

Diese Empfehlung ist jener auf der linken Seite («Orsini») nicht unähnlich: Ebenfalls italienisch, ebenfalls Zwei-Sterne-Niveau, ebenfalls ein Hotel-Restaurant – aber dieses Mal kommt man nicht darum herum, den Weg nach Capri anzutreten. Doch was einen erwartet in diesem vor Fifties-Eleganz geradezu zerberstenden, ursprünglich 1822 eröffneten Prachthotel, ist den Abstecker in den Süden auf alle Fälle wert – genauso wie Gennaro Espositos Küche, die auch von den Fünfigern inspiriert ist. [www.oetkercollection.com](http://www.oetkercollection.com)



**POP-UP-RESTAURANT SANTACO**  
Wirtschaft zur Shtund, Augustinergasse 28, Zürich

Simón Santiago gönnt seinem Santaco-Food-Truck bis Ende Mai eine Pause – und tischt dafür in der «Shtund» auf. Der Schweiz-Chilene hat das Taco-Handwerk in Mexiko gelernt. Seine Anleitung für den perfekten Taco: Man nehme eine warme, aus Mais (nicht Maismehl) gefertigte Tortilla, belege sie mit saftigen Proteinen und frischem Gemüse, gebe eine hausgemachte Salsa drüber sowie einige Spritzer Limette und schmeckt das Ganze ab mit einer *pizca de amor*, einer Prise Liebe. [www.santaco.ch](http://www.santaco.ch)



**FIVE GUYS**  
Landquart Fashion Outlet  
Tardisstrasse 20a, Landquart

Nach Genf und Lausanne expandiert die amerikanische Burger-Kette Five Guys in die Deutschschweiz. Deren Hamburger sind «customizable», die Fritten «hand-cut» und die Shakes *very instagramable*. Natürlich bleibt eine Kalorienbombe auch so eine Kalorienbombe. Auch in Landquart. Im Gegensatz zu manch anderem Fastfood-Restaurant werden Fleisch und Kartoffeln aber auch dort bei regionalen Produzenten bezogen. Das gehört sich so bei Five Guys. Genau wie der Rot-Weiss-Look. [www.fiveguys.ch](http://www.fiveguys.ch)





# BIANCAS RÜCKKEHR AUS DEM JENSEITS

Selber Sauerteig herzustellen, erfordert viel Achtsamkeit und Disziplin im Umgang mit seiner Lievito madre. Ein Back-up bereitzuhalten, schadet trotzdem nicht.

*Text: CLAUDIO DEL PRINCIPE*

**O**h, Schreck! Es ist passiert. Mir ist es passiert. Ausgerechnet. Predige ich doch in jedem meiner Sauerteig-Workshops: «Passt bloss auf, dass ihr niemals eure ganze Lievito madre zum Teig gebt, ohne etwas davon zurückzulegen.» Aber genau das habe ich vor Weihnachten getan. Horror! Im Festtagsbackrausch habe ich meine Bianca – so heisst meine Mutterhefe – über mehrere Tage gefüttert, aufgeteilt, damit gebacken, wieder gefüttert und wieder damit gebacken, ohne sie je in den Kühlschrank (wo ich sie üblicherweise aufbewahre) zurückzustellen. Und dann, ohne zu überlegen, habe ich alles aufs Mal zum Teig gegeben. Weg war sie.

Acht Jahre alt ist mein Baby geworden. Ich wollte doch, dass sie mich überdauert! Ich wollte sie an meine Söhne weitergeben, damit diese sie ihrerseits sorgsam hegen, pflegen und wiederum an ihre Nachkommen weiterreichen würden. Ich hatte nämlich gelesen, dass eine der ältesten Lievito madre in Italien über 120 Jahre alt ist. Über fünf Bäckergenerationen wurde sie am Leben gehalten. Und sie hat ihrerseits Generationen von Menschen täglich mit gutem Brot glücklich und satt gemacht – Brot, das aus Zutaten besteht, aus denen eigentlich jedes gute Brot bestehen sollte: Mehl, Wasser, Salz und Zeit.

Anfangs hatte meine Mutterhefe noch gar keinen Namen. Ich flog auf als Rabenvater, als ich mich einmal in Umbrien mit einem Bäcker voller Hingebung unterhalten hatte. Er schwärmte von seiner Freundin Eleonor. Sie sei 67 Jahre alt und sein Ein und Alles. Ich musterte den Bäcker. Er war

höchstens 32. Wieso liebt er eine Frau, die älter als seine eigene Mutter ist? Dann zeigte er mir ein grosses Glas mit einer grossen, aufgerollten Pasta madre drin, die halb im Wasser schwebte. «Ach so! Du redest von deiner Mutterhefe?» «Ja, klar, was dachtest du denn? Wie heisst deine Mutterhefe?» Als ich ihm sagte, dass sie keinen Namen hatte, wurde er bleich. «Das kannst du nicht machen! Sie gehört zu dir, sie ist Teil deiner Familie. Gib ihr um Gottes Willen einen Namen!»

Also taufte ich sie auf den Namen Bianca. So hätte unsere Tochter geheissen, wenn wir nach unseren Söhnen je eine gehabt hätten. Mittlerweile ist Bianca ziemlich bekannt. Nicht nur in der Schweiz. Und nicht nur durch meine Bücher. Sondern auch durch die vielen Sauerteig-Workshops, die ich mit ihr veranstalte. Ihre Ableger vollziehen in halb Europa fantastische Backwunder. Ich habe sie auch in der weltweit einzigartigen Sauerteigbibliothek im belgischen Sankt Vith registriert. Dort werden seit 2013 über hundert Sauerteige aus aller Welt aufbewahrt, gepflegt und studiert. Mir gefallen die Motivation und das Credo: «Wir glauben, die Zukunft von Brot liegt in der Vergangenheit.»

Nach dem ersten Schock konnte ich mich wieder sammeln. Ich wusste ja, dass ich ein Bianca-Back-up hatte. Auch das rate ich jeweils meinen Backschülerinnen und -schülern: Streicht eure Lievito madre auf Backpapier, und lasst sie einen Tag trocknen. Es rettet Leben! Dann könnt ihr sie zerkrümeln und in einem Glas aufbewahren. Ungefähr für die nächsten 5000 Jahre. Was soll schon passieren? Man kann sie ja jederzeit

wieder aktivieren, indem man sie in wenig Wasser auflöst und sie dann mit Mehl und Wasser zu gleichen Teilen füttert.

Aber genau das funktionierte bei mir nicht. Auch nach dem zweiten und dritten Anlauf konnte ich meine getrocknete Bianca nicht zum Leben erwecken. Ich musste als zusätzliche Hilfe wieder ein Hefewasser aus meinen eigenen Sauergraeuch-Äpfeln herstellen und ihr damit einen zusätzlichen Schubs geben. Uff! Jetzt ist sie wieder da. In ihrem achten Lebensjahr, stärker denn je! Viva la Bianca. Ich bin dankbar und noch ein wenig demütiger dazu. Denn jetzt kann ich nachvollziehen, was es für ein Drama bedeuten kann für die Menschen, die mir manchmal verzweifelt schreiben, ihre eigene - oder meine geerbte - Bianca sei eingegangen. Oder wenn Backbegeisterte versuchen, eine eigene Sauerteigkultur anzusetzen, und immer wieder scheitern.

Das Prinzip ist eigentlich simpel. Man mischt 100 Gramm Wasser mit 100 Gramm Vollkornmehl in einem Glas und wartet etwa zwölf Stunden, bis sich das Wunder vollzieht. Hefekulturen und Milchsäurebakterien werden im Idealfall aktiv, feiern im Glas eine Party und lassen den Sauerteig luftig sprudeln. Aber eben, oft funktioniert es auf rätselhafter Weise nicht. Oder nicht gleich beim ersten Mal. Ich wünschte, ich hätte jeweils eine einfache Erklärung für die Fragenden. Aber wie so oft ist das Einfache manchmal ganz schön schwierig.

Um es gleich vorwegzunehmen: Nein, ich verkaufe und versende keine Bianca. Obwohl ich das bei so vielen Zuschriften, die mich erreichen, wöchentlich machen könnte. Aber: Ich verschenke sie sehr gerne an meinen Sauerteig-Workshops. Die gebe ich regelmässig im Mühlerama in Zürich, im Atelierfoif in Winterthur und hoffentlich bald auch in Basel in der Bäckerei Kult. Am besten abonniert man deren Newsletter oder folgt mir auf Instagram.

Wer nun so gar nichts mit Selberbacken am Hut hat, aber gutes Sauereigbrot oder auch Pizza mit Lievito madre schätzt, ist vielleicht mit den untenstehenden Adressen handwerklich geführter Bäckereien happy. ●

**BÄCKEREI KULT**  
Elsässerstrasse 43  
4056 Basel

**CALUNI BACHSTUBE**  
Greyerzerstrasse 80,  
3013 Bern

**COPAIN ARTISAN BOULANGER**  
Viktoriastrasse 70A  
3013 Bern

**LE BREAD**  
Belpstrasse 53  
3007 Bern

**SICULA BACKSTUBE**  
Neufeldstrasse 32  
3012 Bern

**SAUER & JUNG GMBH**  
Gartenstrasse 56  
8966 Oberwil-Lieli

**HOLZOFENBÄCKEREI BÄCKEREI KAST**  
Steingacht 247  
9411 Reute

**BÄCKEREI-KONFITOREI VUAILLAT AG**  
Seestrasse 102  
8610 Uster

**EIGENBRÖTLER BACKWERKE GMBH**  
Dorfstrasse 10  
6242 Wauwil

**DORIS & DÖLF**  
Unterdorfstrasse 1  
9116 Wolfertswil

**ALBA SOURDOUGH PIZZA**  
Bremgartnerstrasse 70  
8003 Zürich

**COLLECTIVE BAKERY**  
Förllibuckstrasse 160  
8005 Zürich

**FREJA MIKROBÄCKEREI**  
Siewerdstrasse 95  
8050 Zürich

**HEISSWEIN**  
Konradstrasse 40  
8005 Zürich

**JOHN BAKER**  
Stadelhoferstrasse 28  
8001 Zürich

**TSUGI BAKERY**  
Rotbuchstrasse 66  
8037 Zürich

@claudio\_del\_principe: Der Linktree im Instagram-Profil von Claudio Del Principe führt zu seinen aktuellen Anlässen und Kursen.

**MONDOVINO**

Wein nach Deinem  
Geschmack.



\*CHAMPAGNE AOC  
GRAND CRU ROSÉ BILLIOT, 75 CL

36.50 (10CL = 4.87)

90  
Robert  
Parker



\*LANGHE DOC  
SITO MORESCO  
ANGELO GAJA 2021, 75 CL

47.50 (10CL = 6.33)

*Raritäten aus unserem  
exklusivsten Weinkeller.*



Exklusiv online erhältlich:  
[mondovino.ch/raritaeten](https://mondovino.ch/raritaeten)

Preisänderungen sind vorbehalten.  
Coop verkauft keinen Alkohol an Jugendliche unter 18 Jahren.  
\*Nur auf [mondovino.ch](https://mondovino.ch) erhältlich

**coop**

Für mich und dich.



# PFIFFIGES KERLCHEN

Im Auftrag der Maison Ruinart hat der britische Künstler MARCUS COATES einen *Naturkalender* erschaffen. Eine Begegnung in der Champagne.

*Text: OLIVER SCHMUKI*

**A**m Abend zuvor sass Marcus Coates noch am Kopfende eines Tisches im Sterne-Restaurant «Le Royal» in Champillon, lobte die Präsentation der *tarte fine aux légumes oubliés* und die Konsistenz der *Gnocchi au safran et au pecorino* von *chef exécutif* Paolo Boscaro und kostete den passend zu den fünf Gängen ausgewählten Champagner der Maison Ruinart. In seinem Element ist der Brite aber an diesem frischen Märzorgen in der Champagne. Ausgerüstet mit Rucksack und Outdoor-schuhen, schreitet er über eine sumpfige Wiese und spricht dabei über die bevorzugte Nahrung von Bachstelzen («Spinnen, nicht Würmer») und über den Vogelgesang von Buchfinken («keine sehr schöne, abfallende Melodie»).

Dann ändert sich auch die Klangfarbe seiner Stimme. «Wann immer wir Menschen involviert sind, wird die natürliche Balance gestört», sagt Coates zu den angereisten Medienschaffenden. Mit dieser Tatsache hätten

wir als Gesellschaft zu kämpfen. Die seinem Verständnis nach wirkungsvollste Waffe, die uns in diesem Kampf zur Verfügung steht, ist unsere Empathie; «Die Herausforderung besteht darin, unsere Perspektive radikal zu verändern.» Nur, wie kann uns das gelingen?

Etwas später steht man auf dem historischen Ruinart-Weinberg in Taissy, der erstmals 1733 erwähnt wurde. An dieser Premier-Cru-Lage gedeihen hauptsächlich Trauben der Rebsorte Chardonnay. Auch sie leiden unter der zunehmenden Unberechenbarkeit des Klimas; seit 2003 hat die Ernte in der Champagne aufgrund der Erwärmung bereits sechs Mal zu früh begonnen, im August statt im September. Ruinart hat deswegen ein Viti-forestry-Projekt gestartet, womit die auf den Weinbau angewandte Agroforstwirtschaft gemeint ist. Diese wiederum meint das Anpflanzen von Bäumen und den Anbau von Weinreben auf derselben landwirtschaftlichen



3



4



5

1. Für seinen Beitrag im Rahmen des Kunstprojekts «Conversations with Nature» reiste der britische Künstler Marcus Coates mehrfach in die Champagne, um die Natur zu beobachten und zu belauschen.
2. Vitiforestry-Projekt in Taissy.
3. Ruinart hisst fortan täglich eine Flagge mit einem Satz aus Coates' «Nature Calendar».
4. Für die Arbeit «Conference for the Birds» (2019) schlüpfen sechs Wildtierexperten in die Rolle je eines Vogels.
5. Der Künstler präsentiert seinen «Nature Calendar» im historischen Ruinart-Weinberg von Taissy.
6. Der «Nature Calendar» ist eine Fortsetzung des Werks «Arrivals/Departures» (2016) beim Bahnhof Utrecht Centraal.



6

Fläche. Hier präsentiert Coates seinen Beitrag, mit dem er das Bewusstsein für die Themen Biodiversität und Klimawandel schärfen möchte: einen «Nature Calendar», bestehend aus 365 Sätzen. Die Arbeit daran hat ihn während der letzten Monate mehrmals hierher in die Champagne geführt.

Der coatesche Naturkalender beginnt am 1. Januar. «Weisse Kritzeleien auf Brombeerblättern zeigen die Wanderungen der Raupe des Goldenen Scheckenfalters», steht da. Am 5. Juli heisst es: «Heute Abend werden die Gartenspinnen ihre Netze auffressen und die Seide wiederverwenden, um ein neues Netz für morgen zu bauen.» 16. November: «Regenwürmer ziehen tote Blätter in ihre Erdlöcher, um sie zu fressen.» Die 365 Sätze, die sich lesen wie Push-Meldungen von News-Apps, wurden auf 365 Flaggen gedruckt, die bald täglich gehisst und hoch über den Ruinart-Reben wehen werden. Sie sollen Wissen vermitteln, zum Nachdenken anregen und unsere Augen öffnen für jene Vorgänge in unserer unmittelbaren Umgebung, die für uns unsichtbar oder unverständlich sind. Einen Kalender, der auf derselben Idee fusst, realisierte Coates vor einigen Jahren auch in Utrecht. In Zukunft möchte er noch mehr davon umsetzen.

Doch warum ist gerade er die richtige Person für solche Interventionen? Eine berechtigte Frage. Denn der 56-Jährige ist weder ein Forscher, geschweige denn ein Biologe oder ein Ornithologe. Dafür studierte Coates Kunst – in Kent und an der Royal Academy of Art in London, seinem heutigen Wohnort. Und als Künstler wurde er, gemeinsam mit fünf Berufskolleginnen und -kollegen, von Ruinart gebeten, für das seit 2008 bestehende Kunstprojekt «Carte Blanche» eine Arbeit beizusteuern. Die sechs Beiträge von 2024 stehen unter dem Titel «Conversations with Nature». Sie

alle demonstrieren, wie Kunst und Handwerk – in diesem Fall der Weinbau – sich gegenseitig befruchten und so einen Beitrag in einer Diskussion leisten können, die weit über die Champagne hinausreicht. Für Ruinart-CEO Frédéric Dufour sind Künstlerinnen und Künstler die idealen Botschafter, um Naturschutz zu fördern. «Sie stehen an der Spitze unserer Gesellschaft, und ihre Sprache ist kraftvoll genug, um verschiedene Zielgruppen anzusprechen», wird er in einer Begleitpublikation zur Kunstaktion zitiert.

«Der Fokus auf Biodiversität beruht bei Ruinart auf ökonomischen Zwängen», sagt Marcus Coates zur Zusammenarbeit mit dem Champagnerhaus. Er habe rasch erkannt, dass es für die Maison existenziell ist, in eine Methodik zu investieren, die den Ernteertrag auf nachhaltige Weise sichert. «Hier sah ich auch eine Rolle für mich als Künstler, die ich übernehmen kann.» Damit der erwähnte Perspektivenwechsel gelingt, bedient er sich bei der Arbeit gerne des Humors. Etwa wenn er, der sich für schamanistische Rituale begeistert, Tiergeister kontaktiert. Oder wenn er Wildtierexperten bittet, in die Rolle von Vögeln zu schlüpfen, um so über die Probleme und Gefühle der einzelnen Spezies zu diskutieren. «Sich als Fischreier mit einem Kuckuck zu unterhalten, ist eine spielerische und lustige Methode, um verborgene menschliche Vorurteile aufzudecken», sagt er.

Marcus Coates fordert uns auf, uns stets zu fragen, wie wir in Beziehung zu unserer Natur stehen. In der Champagne bestand die Herausforderung für ihn darin, zu versuchen, sich auf der Suche nach fundamentalen Gemeinsamkeiten in die Lage einer Weinrebe zu versetzen. «Die Natur ist ein Spiegel unserer Werte», sagt er einmal. Ein Satz, der sitzt. Und der heutzutage, leider, in vielen Fällen einzig noch mit Humor geniessbar ist. ●

Text: XENIA TCHOUMI

# AKZEPTANZ DER VERGÄNGLICHKEIT

Eine Verteidigungsschrift für vermeintlich oberflächliche Schönheit.

Illustration: GILLES & CECILIE

**W**enn ich über mein Aufwachen in Lugano nachdenke, dämmert mir, dass ich die tiefere Wahrheit nicht wahrgenommen habe, die in den Worten der Touristen steckte, die staunend ausriefen: «Du lebst an einem so wunderschönen Ort!» Der atemberaubende Blick auf den See, die samtenen Berge und die immer changierenden Farben des Himmels, das alles war mir so vertraut geworden, so alltäglich, dass diese Schönheit mit meinem Alltag verschmolzen war. Und ich glaube, dass das auf die meisten Menschen zutrifft, die dort leben.

Erst durch das Reisen, sei es in den Ferien oder auf der Suche nach einer neuen Stadt, in der ich mich niederlassen wollte, wurde mir der unstillbare Appetit des menschlichen Auges auf ästhetischen Genuss bewusst. Ich begriff, dass das Streben nach Schönheit weit über das Oberflächliche hinausgeht – es besitzt die Macht, die Flamme der künstlerischen Inspiration zu entfachen und besorgte Geister zu beruhigen.

## DAS AUGE BRAUCHT SEINEN TEIL

Erstaunlicherweise entging mir der Einfluss der italienischen Kultur und des ihr innewohnenden Sinns für Ästhetik auf mein Leben die längste Zeit. Dabei konnten wir bereits in der Mittelstufe einen Jungen keines Blickes würdigen, nur weil seine Socken die falsche Farbe hatten oder die Hosen den falschen Schnitt. Wie oberflächlich, nicht? Mag sein. Aber Teenager kennen keine Gnade, während sie jagen, was sie begehren.

Als Content-Creator war ich zu einem massgeblichen Teil damit beschäftigt, hochästhetische Bilder für Mode- und Lifestyle-Marken perfekt zu kuratieren. Das erschien mir manchmal zu banal, intellektuell zu wenig stimulierend oder einfach nur langweilig. Erst als ich neue Projekte anpackte, die zwar intellektuell spannend waren, mich aber in viele hässliche, kahle Sitzungssäle führten, wurde mir bewusst, wie viel Wert ich auf die Ästhetik meiner Umgebung lege. Diese Verwaltungsratssitzungen und Aktionärsversammlungen mit ihren hässlichen Wasserbechern und von schlechtem Geschmack zeugenden

Tapetendesigns liessen mich verstehen, dass Ästhetik und Schönheit viel tiefgreifender und wichtiger sind für die menschliche Existenz, als gemeinhin vermutet wird.

Das ist sicherlich einer der Gründe, weshalb Marken, die dieses menschliche Urbedürfnis nach einer schönen Präsentation und Gestaltung verstehen und bereit sind, Geld für Marketing und Branding auszugeben, besser und schneller gedeihen. Einige von uns, die mit grosser Akribie ihre Instagram-Feeds und Pinterest-Boards kuratieren oder Stunden damit zubringen, ihr aufgeräumtes Zuhause einzurichten, tun das nicht nur, um der Welt eine Botschaft zu senden, sondern vor allem, um sich an dem zu erfreuen, womit wir uns umgeben, und das wir so wahrnehmen, wie wir auch ein Kunstwerk wahrnehmen würden.

Im Italienischen sagt man «l'occhio vuole la sua parte», was wörtlich übersetzt so viel heisst wie «das Auge braucht seinen Teil». So ist es auch kein Zufall, dass so viele von uns Blumensträuße lieben, die keinen praktischen Nutzen haben, vergänglich sind und dem Auge, wenn auch bloss für wenige Tage, dennoch so viel Freude bereiten.

Was mir im ersten Jahr der Pandemie Trost spendete und mein hyperaktives Gehirn beruhigte, das nach Reisen, Aktivität und Bewegung lechzte, war, meine Zeit dafür aufzuwenden, etwas zu kreieren. So nahm ich einige Heimwerkerprojekte rund um mein Haus in Angriff, um es schöner zu machen. Ich weiss, dass ich nicht die Einzige war, die so gehandelt hat. Es ist doch merkwürdig, dass einige von uns auf ihre Sorgen und die verspürte Gefahr mit dem Drang reagierten, etwas Unwichtiges, aber «Schönes» zu schaffen.

Verschiedene Studien und Untersuchungen haben den therapeutischen Nutzen der Schönheit hervorgehoben und ihr Potenzial zur Verbesserung des psychischen Wohlbefindens und zur Förderung unserer allgemeinen Gesundheit aufgezeigt. Allein die Tatsache, dass wir uns in einer ästhetisch ansprechenden Umgebung aufhalten, kann nachweislich den Stresspegel senken, die Stimmung heben und die Kreativität freisetzen. Ästhetische Erfahrungen werden mit

Achtsamkeitsmeditation in Verbindung gebracht, da sie die Fähigkeit verbessern, sich mit einem Objekt wahrnehmungsmässig zu beschäftigen.

## SCHÖNHEIT ENTSPANNT DEN GEIST

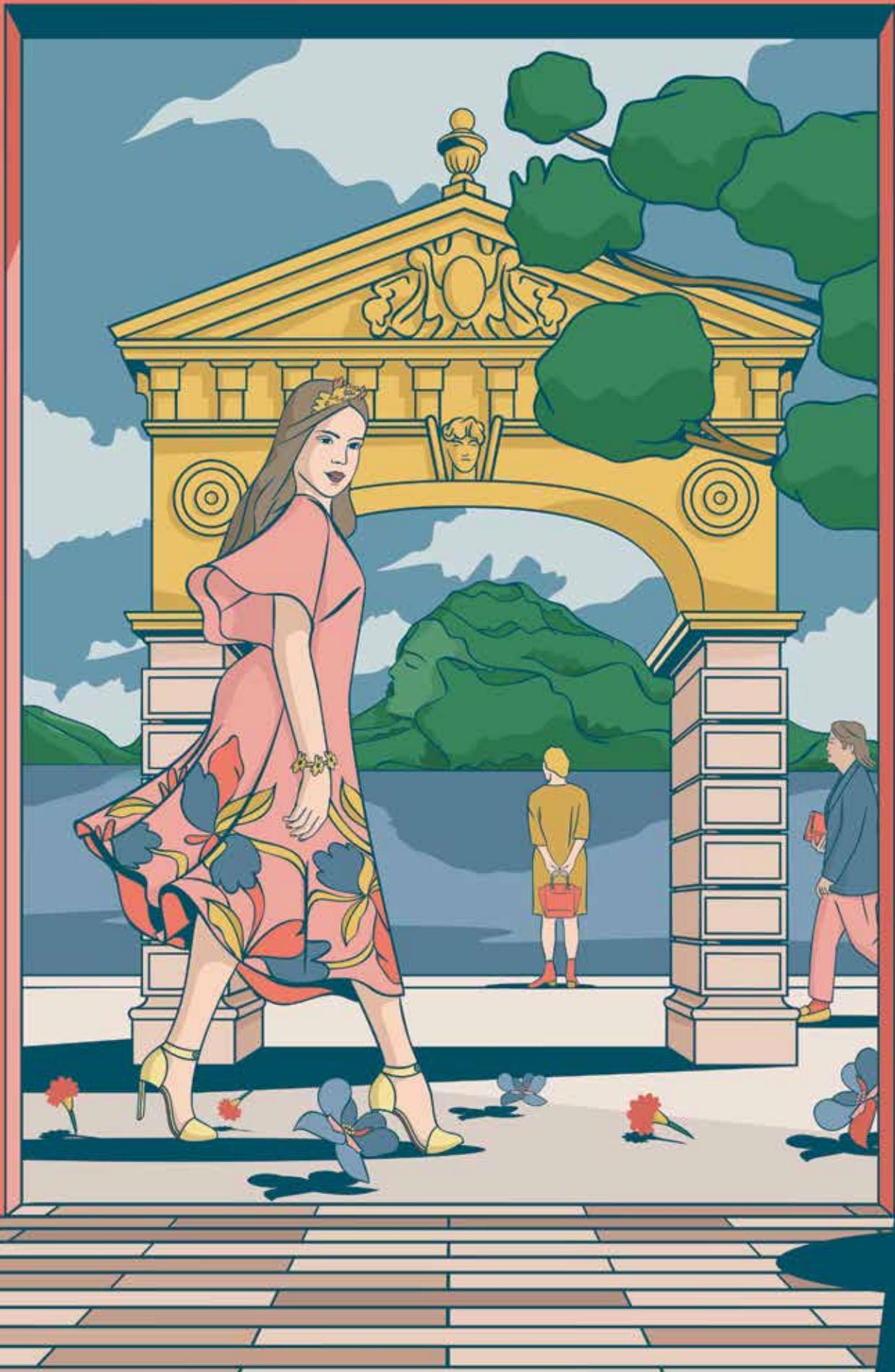
Denken Sie auch an die tiefe Wirkung von Schönheit in Zeiten des Unglücks. Im Laufe der Geschichte haben Menschen, die sich inmitten von Krieg und Aufruhr befanden, Trost gesucht im Streben nach Schönheit und dabei Kosmetika, kunstvolle Frisuren und farbenfrohe Kleidung als wirkungsvolle Bewältigungsstrategien eingesetzt. Das bot ihnen eine Flucht aus der harten Realität und dient als Zeugnis für den unbeugsamen menschlichen Geist, der nach Momenten der Ruhe und des Friedens dürstet.

Das menschliche Wesen sehnt sich nach Liebe und Zugehörigkeit, nach Wertschätzung und Selbstverwirklichung. Ich würde behaupten, dass die Befriedigung ästhetischer Bedürfnisse Sicherheit signalisiert. Wenn wir Zeit für Schönheit haben, bedeutet das, dass wir überleben und die übrigen Bedürfnisse, wie etwa Geborgenheit, befriedigt sind. Deshalb plädiere ich dafür, es zu wagen und das Vergängliche zu umarmen.

Persönlich liebe ich Chesterfield-Sofas und Ottomanen; ich liebe Fernando Botero und runde Formen; ich mag perfekt ausgerichtetes Porzellan; ich liebe die Form der Riva-Boote auf dem Comersee; als gute Schweizerin liebe ich Uhren über alles; ich liebe hochwertige Materialien wie Kaschmir und Leinen, ich mag es, wenn Menschen eine gute Maniküre haben und ihre Zähne pflegen; ich liebe die weissen viktorianischen Häuser in London, sie sind majestätisch – soll ich fortfahren?

Schönheit entspannt unseren Geist. Darum habe ich auch keine Angst mehr davor, Stunden damit zu «verschwenden», ein Moodboard für ein Fotoshooting zu erstellen, zu entscheiden, was ich anziehen soll oder welche Farbe in meinem Instagram-Feed am besten wirkt. ●

Xenia Tchoumi auf Instagram folgen: @xenia



# WW Magazin Nr. 1 | TREND-REPORT

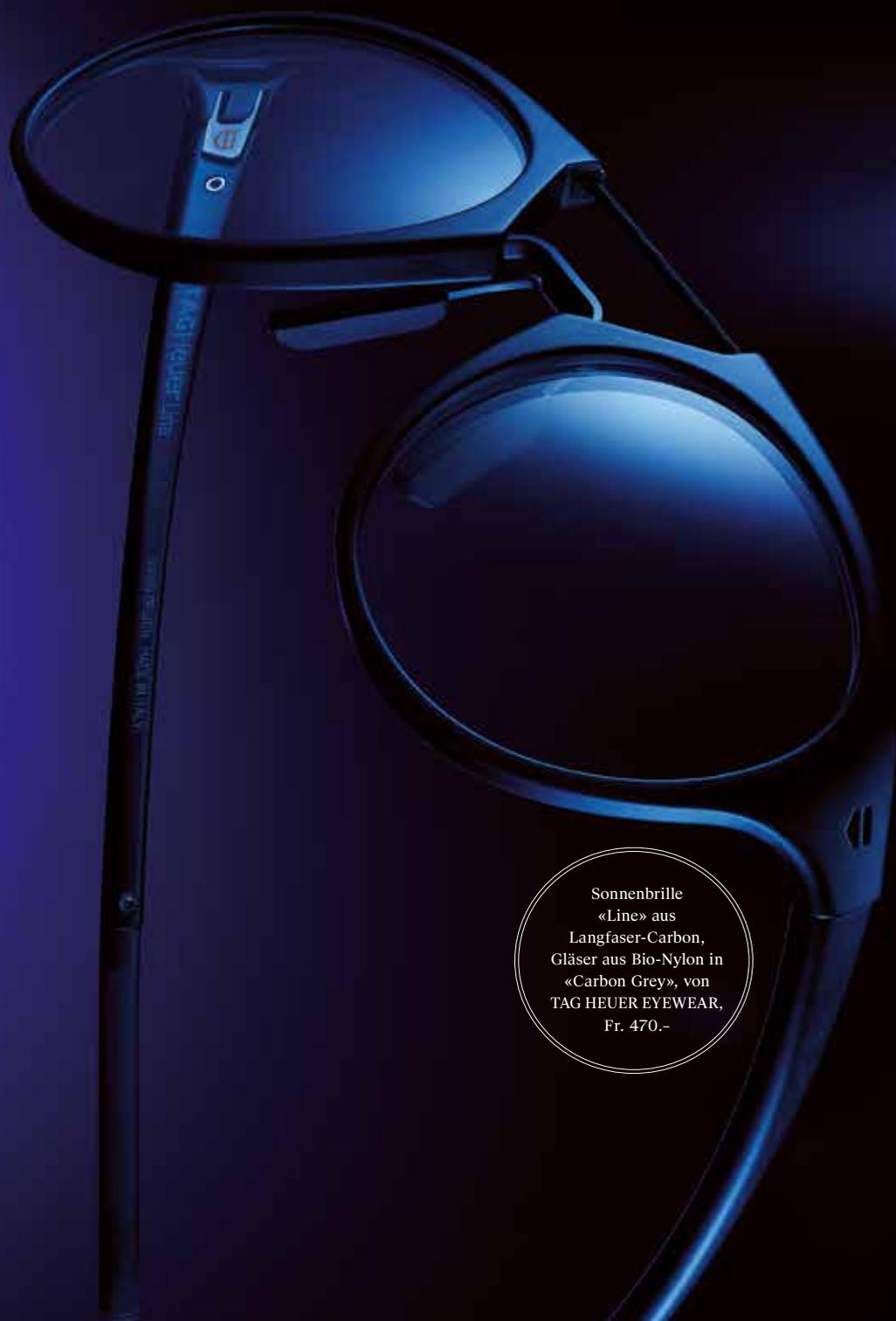
*Die neue Sonnenbrillenmode von TAG HEUER EYEWEAR ist in mehrerer Hinsicht visionär*

# S

Specta, so heisst die Technologie, die sich hinter den Linsen der neuen Sonnenbrillen-Kollektionen von TAG Heuer Eyewear verbirgt. Diese wirken Infrarotstrahlen entgegen, reduzieren die Entstehung von Dunst und lindern die Belastung der Augen; weiter eliminieren sie 37 Prozent des polarisierten Lichts, um störende Blendungen zu beseitigen und für eine bessere Lesbarkeit auf digitalen Bildschirmen zu sorgen.

Was Sonnenbrillenmode anbelangt, hat man schon vieles gesehen. In Anbetracht der neuen Kollektionen jedoch, die TAG Heuer Anfang Jahr an der LVMH Watch Week in Miami - nebst den Uhrenneuheiten - erstmals präsentierte, wird einem wieder einmal bewusst, dass das technische Potenzial noch lange nicht ausgereizt ist und beim Design die Spielformen tatsächlich unendlich sind. Zwar hat der Uhrenhersteller mit Sitz in La Chaux-de-Fonds bereits 2002, also kurz nach der Übernahme durch die LVMH-Gruppe, damit begonnen, Brillen zu produzieren, die an der Schnittstelle von Performance und Lifestyle stehen. Die neuen Modelle aber wurden mit Hilfe der LVMH-eigenen Brillenabteilung Thélios entwickelt und sind inspiriert von der Luft- und Raumfahrt und vom Rennsport.

Von der «Shield Pro» bis zur «Line» haben die robusten, leichten und augenfälligen und äusserst flexibel einsetzbaren Entwürfe der neuen Kollektionen «Pro Performance», «Sport Performance» und «Daily Performance» von TAG Heuer Eyewear alles, was es braucht, um zu Ikonen zu werden - mindestens jedoch zu treuen Outdoor-Begleitern. ●



Sonnenbrille  
«Line» aus  
Langfaser-Carbon,  
Gläser aus Bio-Nylon in  
«Carbon Grey», von  
TAG HEUER EYEWEAR,  
Fr. 470.-

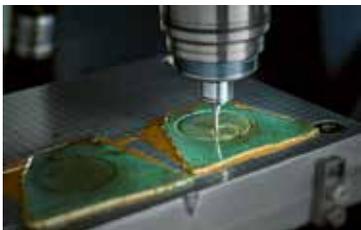
JAHR DER JADE



«Streamliner Tourbillon Wyoming Jade» (40 mm) von H. MOSER & CIE., Fr. 109 000.-



Jedes Jadestück wird in ein Millimeter dünne Scheiben geschnitten.



Traditionelle Handwerkskunst trifft auf moderne Technologie: Die Zifferblätter werden mittels CNC in Form gefräst.



Den letzten Schliff erhält das Zifferblatt durch Handpolitur, was den Jadeglanz betont.

Kunst am Zifferblatt gehört zur gehobenen Uhrmacherei, wie Zahnräder zum Uhrwerk gehören. Ob Lack, Emaille, Sonnenschliff, die feinen ornamentalen Muster der Guillochage oder fantasievolle Métiers-d'Art-Kreationen – der Gestaltung sind keine Grenzen gesetzt. In jüngster Zeit haben Zifferblattmacher die Arbeit von Steinmetzen übernommen und verarbeiten Meteorit, tiefblauen Aventurin oder farbige Schmucksteine. Die Schaffhauser Manufaktur H. Moser & Cie. setzt auf die Kraft des Halbedelsteins Jade aus dem amerikanischen Staat Wyoming, der einen kräftigen Olivton aufweist.

Bilder: PD / zVg

# GRÜNZEUG

NÄHRSTOFF FÜRS HANDGELENK UND FÜRS AUGE - DIE SOMMERZEIT SETZT AUF GRÜN.

Die Farbe Grün ist aus dem Uhrenangebot nicht mehr wegzudenken. Diesen Frühling bekommen zahlreiche Zeitmesser einen frischen Farbanstrich in den Nuancen der Natur. Daran kann man sich kaum sattsehen!



UNSER FAVORIT  
GESEHEN BEI  
BELL & ROSS

«BR 03-92 Diver Black & Green Bronze» (42 mm), Bronze, mechanisches Werk mit automatischem Aufzug, zertifizierte Instrumentenuhr im Neo-Retro-Look mit Nautik-Referenzen, von BELL & ROSS, Fr. 4600.-



1. «Anatom», Hightech-Keramik und Edelstahl, lackiertes Zifferblatt mit Farbverlauf, Kautschuk-Armband und Automatik-Uhrwerk, von RADO, Fr. 3250.-
2. «Chronomaster Sport Green», Edelstahl, mechanisches «El Primero»-Uhrwerk mit automatischem Aufzug und Sekundenstopp-Mechanismus, Keramiklunette, von ZENITH, Fr. 10 400.-
3. «Villeret Ewiger Kalender», Rotgold, mit Mondphasen- und Schaltjahranzeige (passend zum Schaltjahr 2024), von BLANCPAIN, Fr. 46 600.-

# MEER AUS BLAU

1. 90-Minuten-Sanduhr von THE CONRAN SHOP, ca. Fr. 75.- (bei Matchesfashion.com)
2. Feuchtigkeitspflege «Limited Edition Haider Ackermann» von AUGUSTINUS BADER, Fr. 595.- (bei NicheBeauty.com)
3. Schultertasche «Voyou», Medium, aus Denim von GIVENCHY, Fr. 1598.- (bei MyTheresa.com)
4. Nagellack «Lagune» von CHANEL, Fr. 38.-
5. Sonnenbrille «Eric Sun Col 07 54/18» von ANDY WOLF, Preis auf Anfrage
6. Lidschattenpalette «Ombres Marines» von HERMÈS, Fr. 112.-
7. Hemd aus Schurwolle von VICTORIA BECKHAM, Fr. 683.- (bei MyTheresa.com)
8. Midirock von TOM FORD, Fr. 2730.- (bei MyTheresa.com)
9. Mules «Camille» mit Ledersohle von REPETTO, Fr. 369.-
10. Outfit von PRADA, Kleid aus technischem Voile, ca. Fr. 5800.-, Pumps aus Satin, ca. Fr. 940.-
11. Outfit von BOTTEGA VENETA, Preise auf Anfrage
12. Outfit von FENDI, Kleid aus Baumwolle und Seide, ca. Fr. 2900.-, Sandalen «Filo» aus Leder: ca. Fr. 790, Handschuhe aus Wolle: ca. Fr. 250, Tasche «Flip», Preis auf Anfrage
13. Outfit von LOEWE, Oversize-Pullover, Bustier-Jeans aus Baumwoll-Denim, Tasche aus Cord, Sandale aus Kalbsleder, Preise auf Anfrage
14. Outfit von LOEWE, Poloshirt und Strickjacke aus Cashmere, Jeans aus Baumwolle, Schnürer «Folio» aus Kalbsveloursleder, Preise auf Anfrage
15. Outfit von ETRO, Preise auf Anfrage

UNSER FAVORIT  
GESEHEN BEI GUCCI



Outfit von Gucci, Preise auf Anfrage

HINGUCKER



Dekoleuchte «Soft Serve» von CRÈME ATELIER, Fr. 260.- (bei Globus.ch)

AUF DEM LAUSFSTEG



## HIMMLISCHER AUSBLICK



Die Modebranche erlebt dieses Frühjahr ihre blaue Periode. Von zarten und leichten Nuancen bis hin zu tiefen und kräftigen Tönen findet jede Variante der Himmelsfarbe einen Platz auf dem Laufsteg. Das sind schöne Aussichten.

Bilder: PD / zVg

LIEBLINGSDÜFTE



UNSER FAVORIT



Im klassischen MOSCHINO-Bär «Moschino Pearl» - neu in schimmernder Perlmutter-Optik - verbirgt sich eine frühlingshaft-frische Duftkombination aus Zitrus-Nuancen, Holz-Noten und animalischen Moschus-Akkorden. Eau de Parfum, ab Fr. 56.-

# LAUE LÜFTE

ES RIECHT UNWIDERSTEHLICH - NACH FRÜHLING

Mit dem ersten Hauch des Frühlings beginnt stets auch das erste Kapitel einer frischen Duftgeschichte. Die diesjährigen Kreationen der Parfümeure sind Oden an die unbeschwertere Leichtigkeit der Jahreszeit, die auf poetische Weise die Sinne wecken und die Seele erfreuen.



Der jüngste Duft der «L'Eau d'Issey»-Kollektion von ISSEY MIYAKE stellt das betörende Veilchen in den Mittelpunkt. Er ist dermatologisch getestet und kann - mit entsprechendem Schutz - auch in der Sonne getragen werden. «L'Eau d'Issey Solar Violet», Eau de Toilette, Fr. 124.- (50 ml)



1. Der neueste «Hermessence»-Duft: «Oud Alezan», Eau de Parfum, unisex, von HERMÈS, ab Fr. 354.-
2. Signatur aus Tuberose, Feigen und Sandelholz: «Scandal Absolu», Eau de Parfum, von JEAN PAUL GAULTIER, ab Fr. 105.-
3. Safran trifft auf Kardamom: «Alula», Eau de Parfum, von PENHALIGON'S, Fr. 285.- (100 ml)
4. Betörend aufgrund natürlicher Essenzen: «La Fille Tour de Fer», Eau de Parfum, Collection «Noir», von SERGE LUTENS, ab Fr. 180.-
5. Veganer Duft: «Ginza Night», Eau de Parfum Intense, von SHISEIDO, Fr. 115.- (50 ml)
6. Das Molekül Hedion soll die «Lustzone» im Gehirn anregen: «Narcotic Delight», Extrait de Parfum, Fr. 260.- (90 ml)
7. Blumig und fruchtig: «Nina Illusion», Eau de Parfum, von NINA RICCI, ab Fr. 73.-
8. Sinnlich, männlich: «Vetiver Musc», Eau de Toilette, von NARCISO RODRIGUEZ, Fr. 100.- (50 ml)
9. Amber-Duft: «Bad Boy Cobalt Elixir», Eau de Parfum, von CAROLINA HERRERA, ab Fr. 117.-
10. Hypnotisierend dank einem glänzenden Pflanzenakkord: «Olympéa Parfum», Parfum, von PACO RABANNE, ab Fr. 89.-
11. Intensiver als seine Vorgänger: «This is Really Him!», Eau de Parfum Intense, von ZADIG & VOLTAIRE, ab Fr. 100.-



«Ja, es ist ein Risiko»:  
Hanna und Johan Olzon  
Åkerström über ihren  
Entwurf als Ehe-  
und Unternehmerpaar.

Text:  
MARK VAN HUISSELING

# Saubere Schweden

HANNA und JOHAN OLZON  
ÅKERSTRÖM lernten sich in  
Zürich kennen und gründeten  
hier die Kosmetikmarke SOEDER.  
Das Unternehmerpaar erzählt,  
weshalb sie die vielleicht  
angesagteste *Flüssigseife* lieber  
hier herstellen als in ihrem  
ehemaligen sozialliberalen  
*Muster-Heimatland*.



Wer die beiden Unternehmer in ihrer neuen Seifenfabrik in Zürich besucht, muss vor allem eines mitbringen: die Gabe, manifestieren zu können. Unter dem Begriff, der aus dem Lateinischen kommt, versteht man das Sichtbarmachen von Dingen, die erst in Gedanken und Wünschen da sind. Und bei den Dingen, die da sichtbar zu machen sind, handelt es sich um Maschinen und Apparate, Tanks für Flüssigkeiten, Regale, Arbeits- sowie Schreibtische et cetera. Was es halt so braucht, um Kosmetika herzustellen. Die aber allesamt erst in Gedanken und Wünschen von Hanna und Johan dort vorhanden sind.

Denn zur Zeit meines Besuchs bei Soeder in Altstetten befand sich die ehemalige SBB-Werkhalle noch im Umbau. Was das Ehepaar Olzon Åkerström aber nicht zu stören schien. Die Schweden, die 2003 in Zürich einen Laden, sorry: Concept-Store gründeten und inzwischen Pflegeerzeugnisse herstellen sowie verkaufen, präsentierten während einer Baustellentour ihren zukünftigen Produktionsbetrieb, als laufe dieser bereits volle Kraft voraus: «Hier ist der Warmwasserspeicher, durch die Verseifung wird das Wasser aufgeheizt, wir nutzen die Abwärme zum Beispiel für die Produktion von Lotion», «jetzt sind wir im Hochregallager» oder «das ist unser Meetingroom», sagen Hanna oder Johan abwechselnd (Inbetriebnahme der neuen Fabrik ist vorgesehen für Mai; zurzeit werden Soeder-Kosmetika in Schwerzenbach hergestellt).

Andererseits, wer mit einem Laden an der Ankerstrasse im Kreis 4 anfing – ein kleines Geschäft, in dem es hübsche Alltagsgegenstände zu kaufen gab – und elf Jahre später mit achtzig Mitarbeiterinnen sowie Mitarbeitern Pflege- und Schönheitsartikel, darunter die vielleicht angesagteste Flüssigseife der Schweiz, im In- und Ausland (etwa dank Distribution in den Swiss-Flugzeugen plus Badezimmern der «25hours»-Hotels) anbietet, muss sich was vorstellen können. Muss gute Geschäftsideen erkennen, wo andere bloss Backsteine sehen. Vielleicht auch ein bisschen grösser denken, mehr wagen. Oder, wie man es zusammenfassend sagen kann: Unternehmergeist haben.

#### **SNOWBOARDER TRIFFT ARCHITEKTIN**

An einem verregneten Februarvormittag sitzen die beiden 43-Jährigen mit mir im Café in den Hallen in der Nähe des Letzigrundstadions, wo früher Lokomotiven sowie Waggons repariert wurden und heute zahlreiche Wachstumsunternehmen ihren Sitz haben. Wie kamen Johan, ein in der Schweiz hängengebliebener ehemaliger Snowboarder/Snowboard-Magazin-Mitarbeiter, und die Architektin Hanna – das Paar lernte sich in Zürich kennen – auf die Idee, hier, in dieser teuren Stadt, Kosmetika herzustellen? Der Weg zum Ziel war, wie die beiden, die sich gegenseitig ausreden lassen, aber auch ihre angefangenen Sätze zu Ende sprechen können, zugegeben, a)

kein gerader und b) nicht das Ergebnis eines ausgeklügelten Plans, sondern eher von rollender Planung. Johan hatte bereits Start-up-/Wachstumsfirma-Luft geschnuppert (bei Qwstion und danach bei Freitag, zwei Herstellern von Taschen, unter anderem). «Dort bin ich auf den Geschmack gekommen, selbst Produkte entwickeln zu wollen», sagt er. Bloss, «was für Produkte?», habe damals noch die Frage gelautet, die inzwischen beantwortet wurde. Hanna hingegen, die nach Zürich gezogen war, um an der ETH zu studieren, arbeitete zu dieser Zeit als angestellte Architektin und behielt ihre Stelle vorläufig, «damit mit Sicherheit jemand in der Familie Geld verdient» (ihr Deutsch ist mindestens so gut wie seines); das Paar hat drei Kinder, zwei davon gemeinsame, siebzehn, zwölf und acht Jahre alt, die Patchwork-Familie lebt in Zürich-Fluntern.

Seit einigen Jahren arbeiten nun beide voll für Soeder (Namensgeberin war das Stockholmer Södermalm-Viertel, dessen Angebot sie immer wieder inspirierte). Das private und geschäftliche Leben zu teilen, mag eine romantische Traumvorstellung sein oder ein Zusammenseins-Overkill, je nach Temperament. Was es aber bestimmt darstellt: ein Klumpenrisiko. Wenn das Unternehmen scheitert, haben beide ein Problem, nicht wahr? «Ja, es ist ein Risiko», sagt Hanna, «doch das war uns schon immer bewusst», sagt Johan weiter.

#### **WACHSEN IM GRÖßEREN STIL**

Einverstanden, bloss macht die Einsicht die Gefahr nicht kleiner. Doch dann verstehe ich: Herr und Frau Olzon Åkerström sind nicht gekommen, um zu scheitern. Die beiden sind zwar nicht überheblich, wirklich nicht, viel eher schwedisch-pragmatisch. Aber sie glauben an sich, ihre Unternehmerkompetenz und den anhaltenden Markterfolg dank einer wachsenden Zahl von Seifen, Shampoos, Crèmes, Lotionen, Balsamen, die sie herstellen (nachhaltig, natürlich). Und die Aufgaben zwischen ihnen seien klar getrennt: Hanna ist zuständig für die kreativen Arbeiten, Johan leitet das operative Geschäft und die Produktentwicklung (zusammen halten sie die Mehrheit der Soeder-Anteile, es gibt dreissig Minderheitsaktionäre, darunter Mitarbeiterinnen sowie firmenfremde Investoren).

Johan erzählt, wie seine Frau und er mit ihrer Firma während der Covid-bedingten Shut- respektive Lockdown-Zeit eine klassische «Krise als Chance»-Gelegenheit erlebten – und packten. Hotels, Restaurants, Ladengeschäfte und Flugzeuge wurden geschlossen, grounded oder waren kundenfrei. Weshalb viel weniger Seife et cetera nachgefragt wurde für den Verbrauch im öffentlichen Raum. «Da kam uns die Idee, stattdessen Desinfektionsmittel herzustellen.» Scheint einfach, liegt nahe – im Nachhinein jedenfalls. Das Angebot entwickelte sich zum Verkaufsschlager. «Und plötzlich war Soeder systemrelevant», sagt Hanna, was klar besser klingt als «Soeder war eine Pandemiegewinnerin».

Diese Pandemie ging und mit ihr die grosse Mehrheit der Soeder-Desinfektionsmittelverkäufe. Die restlichen Verkäufe dagegen nahmen zu, zurzeit ist das Unternehmen mit seinem Angebot in drei eigenen Geschäften in der Schweiz vertreten, darunter dem Flagship-Store im Zürcher Hauptbahnhof, sowie in über 800 Läden oder Online-Shops im In- und Ausland, in der Schweiz beispielsweise bei Coop (etwa mit Duschmitteln mit Namen «So natürlich») und Galaxus. Ausserdem gibt es mehr als hundert sogenannte Refill-Stationen in Geschäften, wo man Soeder-Glasflaschen auffüllen lassen kann, der damit erzielte Umsatz liege leicht über dem der Verkäufe neuer Kosmetika. Nun sei man so weit, «im grösseren Stil zu wachsen», sagt Johan, auch dank der neuen Fabrikationsanlage, ferner auch mittels mehr Spezialangeboten in Zusammenarbeit mit Hotels («Cervo Mountain Resort», Zermatt), Restaurants

SOEDER-FABRIK IN SCHWERZENBACH (BALD IN ALTSTETTEN)



Finger weg: Die sogenannte Verseifung ist ein chemischer Vorgang.



200 Tonnen pro Jahr: Abfüllung in die Soeder-Glasflaschen.

NATURPFLEGE MADE IN ZÜRICH



1. Blockseife «Happy Yello Mandarin», Fr. 19.- (75 g), Limited Edition in Zusammenarbeit mit Modedesigner Julian Zigerli. 2. Gesichtsscreme «Herbal Garden», Fr. 64.- (50 ml). 3. Naturseife-Refill «Herbal Garden», Fr. 64.- (1 l). 4. Lippenbalsam aus kaltgepressten Bio-Ölen sowie Bienenwachs, Fr. 10.- (10 ml).

# Hanna und Johan Olzon Åkerström, die wie die Schwedin respektive der Schwede aus dem Selma-Lagerlöf-Bilderbuch erscheinen, sind daran, sich einbürgern zu lassen.

(z. B. «Maison Manesse», Zürich), Institutionen wie dem Zürcher Kunsthaus oder Persönlichkeiten wie Spitzenköchin Tanja Grandits; im vergangenen Jahr betrug die ausgelieferte Menge 200 Tonnen (plus 43 Prozent gegenüber 2022).

Ziel sei von Anfang gewesen, mit Soeder einen Impact zu haben, also etwas zu bewirken und ein ernstzunehmender Anbieter von Kosmetika zu werden, «dabei aber keinen zu grossen Fussabdruck zu verursachen – deshalb produzieren wir lokal», fährt Johan fort. Das ist verdienstvoll. Wenn auch lokale Produktion zwingend immer weniger lokal ist, je mehr entfernt liegende Verkaufspunkte das Unternehmen damit beliefert. Das ist dann wohl die unsaubere Seite des Erfolgs mit der sauberen Sache.

Wie erleben der Unternehmer und, vor allem, die Unternehmerin aus dem (ehemaligen) sozialliberalen Musterland Schweden die hierzulande herrschende, oft streng beurteilte Ausgangslage für berufstätige Mütter und Väter? «Gut», antwortet Hanna. «Einverstanden, manchmal war ich ein wenig neidisch auf meine zwei Schwestern oder auf Freundinnen und Freunde in Schweden, wegen der langen Auszeiten für Eltern. In Schweden gibt es nicht bloss Urlaub für Mütter, Väter haben genau die gleichen Rechte und Pflichten bei der Kinderbetreuung», sagt sie weiter. Was sich aber mildere, wenn sie die Steuer- und Abgabelast mit den in der Schweiz geltenden niedrigeren Sätzen vergleiche. Doch sie schätze beispielsweise das Kinderbetreuungsangebot als gut sowie im Allgemeinen die Leistungen des Sozialstaats hierzulande als hervorragend ein und also vergleichbar mit der Lage in ihrem Heimatland.

**BELEGSCHAFT = DIVERS**

Zufrieden sind die Unternehmer auch mit der Zahl und Qualität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich um Stellen bei Soeder bewerben. Sie freuen sich über zahlreiche loyale Angestellte, die teilweise seit vielen Jahren im Unternehmen beschäftigt sind. Nationalitätenmässig sei die Belegschaft divers, sagt Hanna, es gebe Schweizer, Ausländerinnen sowie Ausländer mit oder ohne Schweizer Pass. Wenn wir's davon haben: Hanna und Johan Olzon Åkerström, die mir wie die Schwedin respektive der Schwede aus dem Selma-Lagerlöf-Bilderbuch erscheinen, sind gerade damit beschäftigt, sich einbürgern zu lassen, Schweizerin und Schweizer zu werden also. Schliesslich sei die Schweiz ihr Zuhause geworden.

Wie es vor ihnen auch schon andere Unternehmer aus dem Ausland, die hierzulande Firmen gründeten und damit – zum Teil grossen – Erfolg fanden, taten. Man darf das als gegenseitiges Kompliment verstehen. Und als, sagen wir, organische Entwicklung: Soeder war schon immer eine Schweizer Marke schwedischer Herkunft.

# Dolce Vita in der Romandie

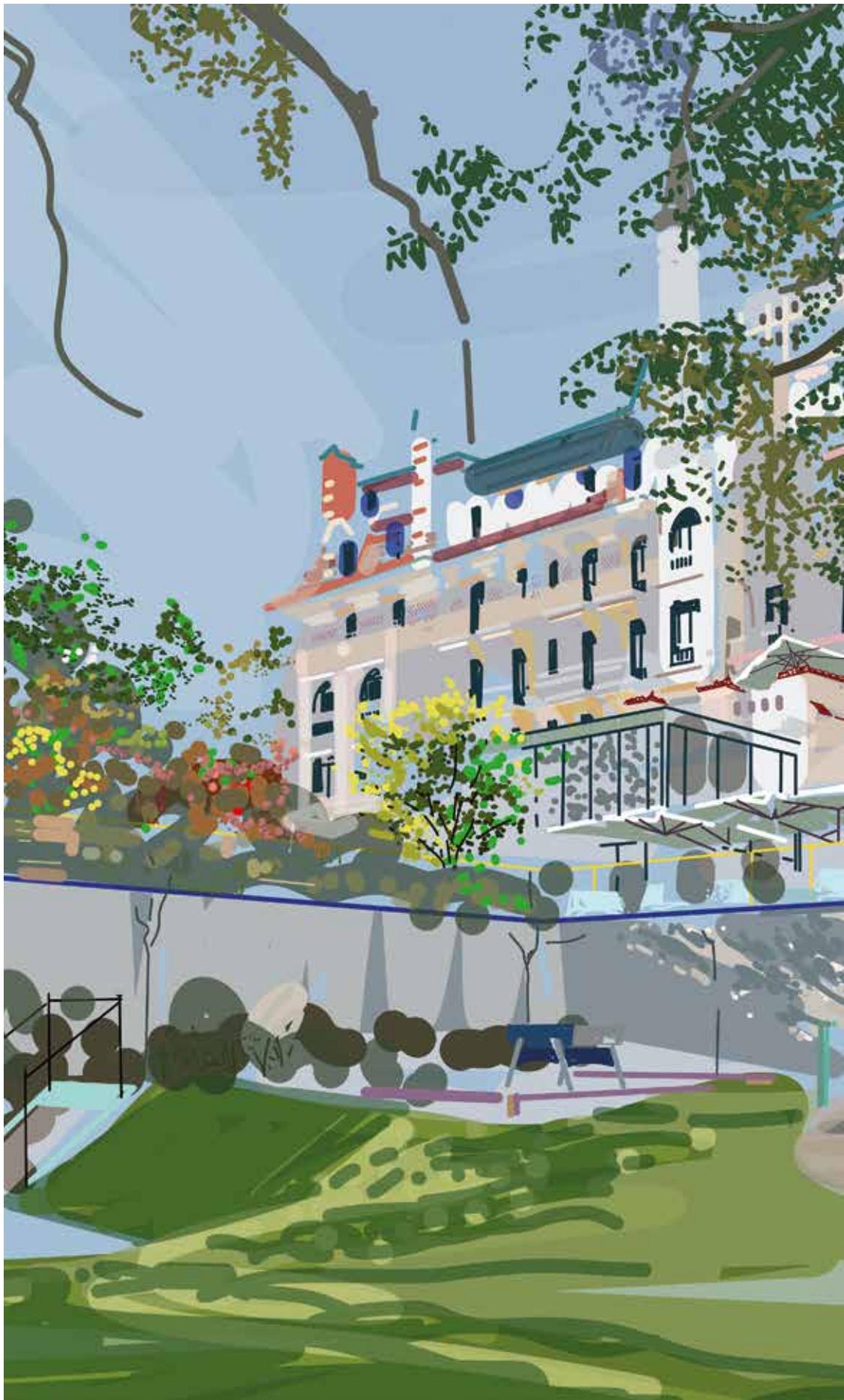
Mit dem aktuellen Maserati GranTurismo Trofeo sind wir nach Westen gefahren. Nicht nur fahrtechnisch macht der Zweitürer eine gute Figur. Er brilliert auch als kultureller Botschafter des gehobenen Reisens.

Von: FLORIAN SCHWAB

# D

Der Name «GranTurismo» weckt relativ genaue Erwartungen: Komfortabel muss das Auto sein, für Langstrecken geeignet und sich doch zugänglich zeigen für sportliches Fahren. Der Begriff wurde in den 1950er Jahren in Italien geboren, als Komfort und Tempo noch in einem eindeutigen Spannungsverhältnis zueinander standen. Viele Modelle waren entweder betont sportlich, dafür aber unkomfortabel. Oder andersherum.

Über die Jahrzehnte machte die Ingenieurskunst an beiden Fronten bedeutende Fortschritte. Dabei verblasste zusehends der Widerspruch zwischen schnell und bequem. Ein heutiger GranTurismo muss also – auf dem modernsten Stand der Technik – sowohl in Sachen Komfort als auch in Sachen Sportlichkeit etwas Aussergewöhnliches ►



Gergesehener Gast: Der Maserati GranTurismo Trofeo vor dem Hotel «Royal Savoy Lausanne».





Leistung: 404 kW/550 PS  
 Maximales Drehmoment: 650 Nm bei 6500 U/min  
 Beschleunigung: 0-100 km/h: 3,5 sec  
 Höchstgeschwindigkeit: 320 km/h  
 Preis: ab Fr. 251300.-.



In Metall gegessene Muskelstränge.



Mal entspannt, mal wild



Hochwertige Materialien.



Rooftop-Bar im «Royal Savoy Lausanne»  
 mit Blick auf die französischen Alpen.

bieten, um das jeweilige Attribut mit Würde auf den Asphalt zu tragen. Das ist die Messlatte. Und für Maserati liegt die Messlatte noch etwas höher, denn das Haus aus Modena hat mit dem 5000 GT in den späten 1950er und in den frühen 1960er Jahren entscheidend zur Geburt des GranTurismo-Genres beigetragen.

Wie es darum bestellt ist, erkunden wir in einer Exkursion in die Romandie. Seit letztem Jahr arbeitet Maserati Schweiz mit verschiedenen touristischen Einrichtungen in der Westschweiz zusammen, um den Käuferinnen und Käufern besondere Erlebnisse zu bieten.

#### MOTOR AUS EIGENBAU

Vor genau einem Jahr wurde die zweite Generation des zeitgenössischen GranTurismo präsentiert; die erste, noch mit V8-Motor von Ferrari, war zwischen 2007 und 2019 produziert worden. Die Neuauflage, mit der wir Zürich in westlicher Richtung verlassen, wird erstmals von dem durch Maserati exklusiv entwickelten und hergestellten V6-Motor angetrieben, der in der von uns gefahrenen Ausführung Trofeo 550 PS liefert.

Die Optik und die luxuriös-makellose Verarbeitung des Zweitürers überzeugen. Die in die Motorhaube integrierten Kotflügel, die sich auch vom Cockpit aus kraftvoll ins Blickfeld setzen, wirken wie in Metall gegessene Muskelstränge. «Cofango» nennt Maserati diese Frontkonstruktion, eine Verschmelzung der Begriffe «Cofano» für Motorhaube und «Parafango» für Kotflügel.

Unser Ziel soll uns in die Metropole des Waadtlands führen, nach Lausanne. Leider lassen sich auf der Hinfahrt nur die Komfortattribute des GranTurismo Trofeo ausspielen, nicht aber die sportlichen – zu dicht ist der Verkehr in Richtung Bern, zu gefährlich die Blitzkästen nach Abbiegen in Richtung Biel, zu zahlreich die Baustellen am Bielersee, weiter nach Lausanne.

In Sachen Komfort leistet das Auto Aussergewöhnliches. Das Interieur strahlt die Wohnlichkeit eines modern interpretierten, italienischen Palazzos aus; die verspielte italienische Liebe zum Design äussert sich in zahlreichen Details und stört nie das harmonische Gesamtbild. Edle Materialien wie Leder und Chromstahl dominieren Optik und Haptik. Assistenzsysteme wie Tempomat mit Abstandskontrolle, der gutabgestimmte Spurhalteassistent und der Alarm für den toten Winkel sorgen auch im dichten Autobahnverkehr für entspanntes Vorwärtkommen, während die Soundanlage von Sonus mit vierzehn Lautsprechern und 860 Watt ein Konzerterlebnis schafft.

In Lausanne angekommen, nehmen wir Quartier im Hotel «Royal Savoy», einem Partnerhotel von Maserati Schweiz. Das 1907 erbaute Traditions Haus wurde 2009 von der Bürgenstock Collection übernommen, bis 2015 komplett restauriert und bietet heute mit knapp 200 Zimmern

ein luxuriöses und gleichzeitig recht intimes Gästelerlebnis. Ein Höhepunkt des Hauses ist die Rooftop-Terrasse, von der aus sich das wunderbare Panorama des Genfersees und der französischen Alpen auftut, bis hin zum Mont Blanc.

Besonders beeindruckt am «Royal Savoy» das einfallsreiche gastronomische Angebot. So wird während der Wintermonate im Garten eine Austernbar mit einer vielseitigen Auswahl der begehrten Muscheltiere aufgebaut. Und in der Bar werden in dem speziell kreierten «Maserati Road to Style» Hudson, Campari, Luxuardo, Grenadinesirup und San Bitter vereint, um die Dolce Vita *italiana*, die auch der in der Garage parkierte GranTurismo Trofeo reichlich versprüht, in den Gaumen zu tragen.

Die gedeckten Farben der Gästezimmer, in Verbindung mit Betten auf höchstem Niveau der Gastlichkeit, sorgen für eine erholsame Nachtruhe. Diese soll aber nicht unnötig ausgedehnt werden, denn schliesslich muss der Maserati GranTurismo Trofeo noch auf seine sportlichen Werte geprüft werden. Und das geht am besten in den frühen Morgenstunden.

Die Königsklasse des Maserati-Fahrens ist der Modus «Corsa». Bei diesem werden die Sicherheits- und Assistenzsysteme abgeschaltet, das Fahrerlebnis auf Mensch und Motor reduziert. Die Weinberge des Lavaux sind dafür ein wunderbares Testgelände: Wie verhalten sich die 550 Pferdestärken im ungezügelten Betrieb, die ihr maximales Drehmoment von 650 Newtonmetern bei 6500 Umdrehungen pro Minute erreichen? Die Antwort lautet: eindrucklich.

Der V6-Nettuno-Twin-Turbo, der auch in Maseratis Supersportwagen MC20 verbaut ist, lässt jede Beschleunigung zum Erlebnis werden. Die Akustik, die der Motor dabei vom Stapel lässt, lässt sich auch in der eindrucklichen Maserati-Tradition hören. Ein kleiner Wermutstropfen ist, dass das Gaspedal im «Corsa»-Modus etwas straffer abgestimmt sein könnte; manchmal hat man den Eindruck, es dauere eine Zehntelsekunde zu lange, bis sich die Kraft voll entfaltet.

#### ABSTECHER ZU PANERAI

Erfüllt von Adrenalin und Lebenslust, stattdessen wir einem weiteren Partner von Maserati Schweiz einen Besuch ab: der Manufaktur des Uhrenherstellers Panerai in Neuchâtel. Historisch betrachtet, ist die Marke als Ausstatterin der italienischen Armee bekannt, vor allem im Taucherbereich. Ihre funktional-militärische Designsprache hat sie bis zum heutigen Tag bewahrt. Hier geht schweizerisches Uhrmacherhandwerk mit italienischer Designkunst eine interessante Symbiose ein.

Panerai und Maserati sind zwei italienische Traditionshäuser, die ihren Weg in die Moderne gefunden haben. Und das Auto, mit dem wir zu Besuch sind, zeigt, dass auch der Mythos GranTurismo quicklebendig ist. ●

# Trend-Report-Service ON THE MOVE

AM HANDGELENK, IM KINDERZIMMER, BEIM APERITIF: INSPIRATION FÜR NOCH MEHR «VROOM VROOM» IM LEBEN



ELEKTRISCHES ZWEIRAD FÜR DEN URBANEN RAUM

Mit dem CE 02 bringt BMW Motorrad den zweiten elektrischen Roller auf den Markt. Gedacht ist das futuristisch aussehende Zweirad mit 15 PS, das mit A1-Führerschein ab fünfzehn Jahren gefahren werden kann, für eine junge Zielgruppe im urbanen Raum. Die Reichweite beträgt 90 Kilometer.

BMW CE 02, ab Fr. 7700.-



FÜR PILOTEN ALLER ART

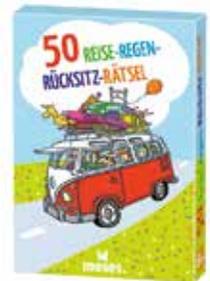
Das Besondere an diesem Chronografen-Klassiker von IWC ist die Plakette auf der Rückseite: «Top Gun - United States Navy Fighter Weapons School», steht da, was die Uhr zum perfekten Accessoire für Piloten aller Art macht.

«Pilot's Watch Chronograph 41 Top Gun», von IWC, Fr. 8600.-

«WIE LANGE GEHT'S NOCH?»

Eltern kennen die Frage auf Autofahrten nur zu gut: Auf «Wie lange geht's noch?» ist dieses Set mit fünfzig Karten die beste Antwort. Es enthält Spiele, Quiz- und Scherzfragen oder Suchbilder als Mittel gegen Langeweile.

«50 Reise-Regen-Rücksitz-Rätsel», von Nicola Berger (Moses), Fr. 12.50



DIE ZUKUNFT IST ELEKTRISCH

Der Automobilhersteller Audi aus Ingolstadt bekennt sich klar zu einer elektrischen Zukunft der Mobilität. Das kann gut auch auf zwei Rädern sein, jetzt steht bei den Händlern das elektrische «Mountain Bike by Fantic». Der Rahmen besteht aus Aluminium und Carbon, die Technik ist teilweise aus dem Rennsport entlehnt: E-Motor mit 90 Nm, Reichweite 150 km.

«Audi Electric Mountain Bike Powered by Fantic», Fr. 9999.-



ABGEDUNKELTE COOLNESS

Im Film «Ferrari» trägt die von Adam Driver gespielte Hauptfigur Enzo Ferrari meist eine Sonnenbrille. Es kann also kein Zufall sein, dass die italienische Kult-Automarke dieses Accessoire im Angebot hat. Die Sonnenbrillen sind in Zusammenarbeit mit Ray Ban entstanden, dem Spezialisten für abgedunkelte Coolness.

«Ray Ban Scuderia Ferrari» von Ray Ban, von Fr. 222 bis 400.-



AUTOLIEBE IN FLASCHEN

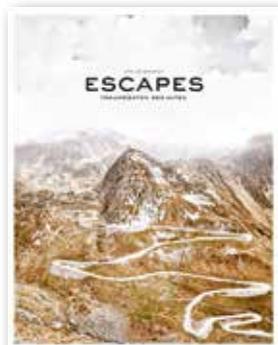
Klassische Automobile sind in der Regel ein kostspieliges Hobby, das viel Zeit und Aufmerksamkeit verlangt. Klassiker brauchen Pflege, das 17-teilige Set von Porsche ist dafür das richtige Equipment. In einer hübschen Tasche findet sich, sauber in Flaschen abgefüllt, jedes Mittel für jedes Autoteil.

«Porsche Classic Pflegeset» von Porsche, ca. Fr. 466.-

KURVENKLASSIKER

Dieser Fotoband hält mit einer eindrücklichen Bildstrasse die einmalige Schönheit der Passstrassen der Alpen fest. Durch den alpinen Raum in der Schweiz, in Deutschland, Österreich und Italien zu blättern, ist fast so schön, wie die Kurven und Serpentinaen selbst zu fahren – eine fotografische Sammlung von Fluchtwegen aus dem Alltag.

«Escapes - Traumrouten der Alpen» von Stefan Bogner, Delius Klasing Verlag, via Orell Füssli, Fr. 56.90



Bilder: PD / zVg

KURATOR AUF ZEIT:  
Raphael «Raf» Huser vor  
seinem Antiquariat im  
Zürcher Enge-Quartier.



# DER LETZTE SEINER ZUNFT

Kunst ist das wert, was ein Narr dafür bezahlt – das ist nur eine von vielen Lektionen, die Raphael Huser von seinem Lehrmeister, einem Zürcher Antiquar, in jungen Jahren lernte. Heute versteht er, der selbst ein Suchender ist, es als seine edle Aufgabe, Objekte über eine Generation zu bewahren.

*Text: GION MATHIAS CAVELTY*  
*Fotos: GIAN MARCO CASTELBERG*

**E**r sei der Letzte seiner Zunft, seufzt Raf Huser, als wir uns in seinem Geschäft an der Zürcher Gotthardstrasse zum Gespräch niedersetzen (auf zwei Wiener Fauteuils aus den 1920er Jahren, um genau zu sein). Mit dieser Zunft sind gemeint: Antiquitätenhändler, und in Rafs Fall genauer: Händler von historischen Waffen.

Huser, 58, wie stets perfekt gekleidet mit Fliege und dreiteiligem Massanzug aus englischem Stoff im Stil der dreissiger Jahre, ist tatsächlich eine Persönlichkeit, die aus einer anderen Zeit zu stammen scheint; es ist ein Genuss, seinen Schilderungen zuzuhören, gespickt mit Zürcher Dialektausdrücken, wie man sie zuletzt auf Chasperli-Kassetten aus den 1970er Jahren gehört hat.

Sein Laden: voll mit den abenteuerlichsten Degen, Säbeln, Dolchen, Schwertern, Messern, Gewehren, Pistolen; edelsteinbesetzt, golden und silbern funkelnd, Jahrhunderte alt – und nur eine

kleine Auswahl seiner Waffensammlung. Den weit aus grösseren Teil bewahrt er in seiner Waffenkammer in seinem stattlichen Haus im Zürcher Säuliamt auf, das ebenfalls eine der grössten privaten Bibliotheken über Waffen der Schweiz beherbergt.

#### «OBJEKTE DER BEGEHRNIS»

Angefangen hat alles mit einem Sackmesser, das Huser vor 43 Jahren als Teenager auf dem Flohmarkt am Zürcher Bürkliplatz gekauft hat. Ein Schweizer Soldatentaschenmesser Jahrgang 1953 der Firma Elsener, «in dreckigem, stumpfem Zustand». Für fünf Franken. Die restlichen zehn Franken der fünfzehn Franken monatlichen Taschengeldes, die er im Sack hatte, gab er für eine Bratwurst und eine Coca-Cola am Flohmarkt-Fressstand aus. (Dass er es ursprünglich «auf ein Original-Solinger-Bowie-Messer mit Hirschhorngriff und Aluminiumknäuf aus der

Nachkriegszeit, damals das Mass aller Dinge», abgesehen hatte: geschenkt.)

Das Messer hat er dann «zu Hause in mühevoller Kleinarbeit vom Dreck der Jahrzehnte befreit» und für 25 Franken weiterverkauft. «Diese Taschenmesser werden also durchaus gesammelt, erkannte ich da.»

Das Interesse an der «blanken Waffe» (also an jeder Waffe mit Klinge) hatte er von seinem Grossvater Albert, bei dem er in Obfelden aufgewachsen ist; «ein Fahrender, der 1943 durch Heirat einer Witwe mit Tochter sesshaft wurde. Ein Vorbild, eine flamboyante Person, ein sehr beredter Polteri. Sein riesiger Schnauz war gelb wie die Finger, in denen er seine obligate Parisienne carrée hielt. Seinen Korberlohn besserte er mit dem Verkauf von alten Säbeln und Karabinern auf, die er von den Bauern, für die er Körbe flocht, ab und zu zum Tausch bekam.» ►



LINKS UNTEN: Pistolenpaar, um 1820, für einen orientalischen Potentaten in Paris gefertigt, Eisenschnitt, Schäftung Holz, Silberintarsien.

LINKS OBEN: Tromblon, Italien, erste Jahrzehnte des 19. Jahrhunderts, wurde dem Befehlshaber der päpstlichen Truppen 1867 für die Schlacht bei Mentana verliehen, Eisenschnitt mit rückwärtigen Vergoldungen, Schäftung mit Silberintarsien, Garnitur Silber vergoldet.

OBEN: Der Antiquar in seinem Laden an der Gotthardstrasse.

Diese «Objekte der Begehrnis» bewahrte der Grossvater in einem «stets abgeschlossenen» Wandschrank in seiner verrauchten Stube auf, und der fünfjährige Raf (vom Grossvater «Räffel» genannt) durfte sie, wenn er «lieb» war, befangern. «Das hatte absoluten Initiationscharakter. Unter den Taschenmessern, Ordonnanzrevolvern und Bajonetten befand sich auch ein Messer von den Vorfahren: ein Korbermesser mit einem handgeschnitzten Griff in Form eines Tannenwipfels, mit kleinen Messingsternen übersät. «Das war die grösste Faszination für mich, wenn der Grossvater seinen Schrank aufgemacht und das Ding hervorgekommen hat. Der Schrank schien unendlich gross zu sein, mit Schätzen ohne Ende. Es hatte auch eine Blechschachtel darin mit Münzen aus aller Herren Länder, und darin zu wühlen, war das Höchste der Gefühle.»

#### LEHRMEISTER UND VATERFIGUR

Albert Huser wurde nur 67 Jahre alt; «mein Onkel hat in einer Nacht-und-Nebel-Aktion alles verkauft; mir ist nur das eine Messer, das Korbermesser des Urgrossvaters, geblieben».

Nach seinem Geschäft mit dem ersten Taschenmesser bildet sich der junge Raf Huser weiter; besucht regelmässig das Landesmuseum; die Schweizer Renaissance-Prunkdolche und der Topfhelm der Ritter von Madlen erfreuen sein «kindliches Gemüt am meisten».

Er kauft weiter alte Messer auf Flohmärkten, bringt sie auf Vordermann und verkauft sie teuer weiter; mit sechzehn entdeckt er auf der Zürcher St. Peterhofstatt das Antiquariat von Peter Jezler. «Jemand im Anzug handelt mit alten Waffen, und es geht ihm offensichtlich gut – mir war sofort klar, dass ich das auch machen wollte.»

Jezler wird Raf zur Vaterfigur und zum Lehrmeister; von ihm lernt er, dass die Dinge älter werden als der Mensch, dieser folglich nur Kurator auf Zeit ist und relativ hohe Leihgebühren für diese vom Schicksal ausgeliehenen Objekte bezahlt. Seine edle Aufgabe ist es, die Objekte über eine Generation zu bewahren. Und: Die Kunst ist das wert, was ein Narr dafür bezahlt. Und: Früher Wurm vögelt (will heissen: Man ist gut beraten, wenn man an Flohmärkten früh auftaucht).

Immer wieder spürt Raf «gute Objekte» auf; ein früher Erfolg war ein Zürcher Scharfschützengewehr, Modell 1837, das er einem Müllmann für zwanzig Franken abkauft («Er hat mir erzählt, er finde oft auf dem Müll Antiquitäten»). Er bringt es Jezler in den Laden und kriegt 300 Franken dafür. «Da habe ich kapiert: Das ist besser als arbeiten!»

#### REQUISITEN DES THEATERS WELT

Vierzig Jahre später sitzt Raf in seinem eigenen Laden. Als Respektsperson, im Anzug, und es geht ihm prächtig. Von seinen Schätzen erzählend, sie als «Seiten eines Buchs» bezeichnend, in denen er liest. Als Requisiten des Theaters Welt. Von der Arbeit von ungemein begabten Schmieden schwärmend. Von einem gerade erworbenen, geflammten Zweihandschwert aus dem 16. Jahrhundert. Von einem in Paris für einen orientalischen Potentaten anno 1810 gefertigten Pistolenpaar mit silberinkrustierten Holzschäftungen und herrlich gravierten Dekorationen; Waffenpanoplien, sich windenden Drachen; einem Degen der Garde Napoleons III. mit Sprungmechanismus des hinteren Stichblattes.



LINKS OBEN: Kurzschwert, Gefäss Eisen, Ritter und Tod darstellend, signiert «Couloux Manufacture Klingenthal» (Elsass), wohl freimaurerischen Kontextes, laborate Eisenarbeit.

LINKS UNTEN: Degen für Offiziere der Kaiserlichen Garde Napoleons des Dritten, datiert 1860, Gefäss Bronze vergoldet, dreikantige Klinge, signiert «Manufacture Imperiale Châtellerault».



die wissen, was sie kaufen. Je mehr der Sammler weiss, desto glücklicher wird er sein mit seinem erworbenen Objekt. Wenn ein Kunde mehr über ein Objekt weiss als ich, freut mich das, ich kann dann eine Menge lernen. Als Käufer, dies noch ein kleiner Tipp, ist man generell gut beraten, nicht mit allem, was man über den begehrten Gegenstand weiss, sofort herauszurücken.»

Schockiert sei er immer wieder über das Desinteresse der Händler auf Flohmärkten und von Brocanten an ihren Stücken. «Sie wollen ihre Waren eigentlich nur loswerden.»

#### RAFS HEILIGER GRAL

Hat er sich mit gewissen Antiquitäten auch schon tüchtig verspekuliert? «Immer mal wieder. Finanziell richtig *iigluaget* habe ich vielleicht zwei, drei Mal.» An einen Fall kann sich der Schreibende erinnern, weil er selbst dabei war; ganz konkret an den Moment, als der Postbote den von Raf heissersehnten *spear head* («Ein absolutes Prachtstück! So etwas kann fast nicht auftauchen! Wenn das echt ist, ist es preislich fast unschätzbar!») vorbeibrachte, den der Antiquitätenjäger im Internet ersteigert hatte. Huser riss schweissgebadet das Paket auf, und was er nach kurzer Überprüfung des Objekts feststellen musste, verursachte bei ihm nichts Geringeres als einen *Staats-Lätsch*. Nein, das Ding war nicht die eisengeschnittene, sri-lankische Lanzen Spitze aus dem 17. Jahrhundert, voll mit Darstellungen hinduistischer Götter, als die es Raf aufgrund der Fotos des Auktionshauses identifiziert zu haben geglaubt hatte. Es war der im 20. Jahrhundert angefertigte Nachguss eines Nachgusses im Metropolitan Museum, wie der Berliner Giesserstempel verriet. Und so ging viel Geld flöten. (Wie viel? Das verrät Raf natürlich nicht.)

Seinem heiligen Gral jagt Raf nach wie vor nach: einem mit Smaragden besetzten Kilic (türkischer Säbel für einen Pascha) aus dem 16. Jahrhundert. «Etwas vom Feinsten, was der Mensch je erschaffen hat.»

Und so bleibt er ein «Suchender» – er, der selbstdeklarierte Letzte seiner Zunft. «Für junge Menschen ist ein so kapital- und lernintensiver Beruf wie der des Antiquars nicht attraktiv. Viele liebe Berufskollegen sind schon von uns gegangen. Früher gab es in Zürich mindestens vierzig Läden, heute gibt es noch etwa zehn, und ich spreche nicht von Brockenhäusern. Und die meisten Antiquare sind jenseits der sechzig. Aber vielleicht ist das auch eine Erlösung.» ●

Seine Kundschaft: international und in der Regel sehr friedliche Menschen. Dass auch Raf der konkrete martialische Gebrauch von Waffen nicht liegt, weiss er spätestens, seit er sich beim Entfernen des Klingenkragens (Habaki) eines Samurai-schwertes schmerzhaft den Daumen gespalten hat. Bei den «Liehabern des Kunsthandwerks auf höchstem Niveau» soll durchaus auch «der Wunsch nach Zulegung von Anciennität» eine Rolle beim Kauf von historischen Stücken mitspielen; auch ein Sich-Flüchten-Wollen in vergangene Epochen.

Serienmörder sollen sich unter Rafs Klientel laut eigenen Aussagen keine befinden. Dafür ein Waffenhistoriker; eine Dame mit einem Flair für laborat verzierte, handgemachte *gentleman's pocket knives* (300 Stück hat sie schon, mehr als 50 konnte Raf für sie auftreiben); ein Schwärmer für die Waffengattung «Jäger zu Fuss»; ein Historical-European-Martial-Arts-Fechter, der ausschliesslich Linkshanddolche des 17. Jahrhunderts sammelt; ein Sammler von Degen von Beamten der k. u. k. Feldbahn; ein «wiedergeborener Samurai», der auf der Suche nach japanischen

Schwertern ist; eine Amerikanerin, die auf Bürgerkriegsgewehre im Perkussionssystem steht; Migranten zweiter und dritter Generation, die traditionelle Objekte ihres Volkes suchen (etwa korallenbesteckte Steinschlosspistolenpaare als Teil der albanischen Tracht, die vom kommunistischen Regime konfisziert wurde).

Das Aufstöbern, Zu-ursprünglichem-Glanz-Bringen und Bewahren von antiken Waffen bereitet Huser nach wie vor Freude: «Es gibt Momente, wo man denkt: Ich begegne der Geschichte selber. Ich halte einen Gegenstand in der Hand, der bei signifikanten Momenten der Geschichte anwesend war. Antiquitäten sind wohl die wirklich einzigen nachhaltigen Dinge.»

Warum ist er in seinem Beruf so erfolgreich (eben: vom Fünf-Franken-Sackmesser zur eigenen Waffenkammer)? «Ich verfüge über eine gewisse Jovialität, gepaart mit fundierten Kenntnissen. Wenn die Leute merken, welche Freude ich an den Objekten habe, wie fasziniert ich von ihnen bin, kommt das rüber, sowohl beim Kauf wie beim Verkauf. Ich habe am liebsten Sammler,



LINKS: Die Galanacht am Festival del Habano folgt anderen Regeln.

RECHTS: Für den Preis eines kubanischen Sonderhumidors gäbe es in Zürich ein Einfamilienhaus.

# Kubanische Kostbarkeiten

In Havanna kamen kürzlich Humidore für über 17 Millionen Euro unter den Hammer. Machtpolitik spielte dabei eine grössere Rolle als wirtschaftliche Überlegungen. Der Kauf eines seltenen Zigarrenschrankes kann sich trotzdem lohnen.

*Text: TOBIAS HÜBERLI*

Der Höhepunkt der Galanacht am Festival del Habano bildet jeweils die Versteigerung exklusiver Zigarrenhumidore. Im Kongresszentrum Pabexpo am Stadtrand von Havanna fiebern über tausend Gäste in einem bis an die Schmerzgrenze gekühlten Saal mit, wie sich die Einsätze im Minutentakt überschlagen. Anfang März, am 24. Festival, erzielte der – traditionell teuerste – Humidor von Cohiba einen noch nie da gewesenen Auktionspreis von 4,2 Millionen Euro. Zum Vergleich: 2017 kam das mit Zigarren der gleichen Marke gefüllte Möbel noch für 380 000 Euro unter den Hammer. Allein mit der Inflation lassen sich solche Unterschiede nicht erklären. Was also ist da los?

Tatsächlich ist in der Welt der kubanischen Zigarren vieles in Bewegung geraten. Die Pandemie hat die Produktion stark beeinträchtigt. Seit einer beispiellosen (und andauernden) Migrationswelle fehlt es in den Fabriken an Arbeitskräften, derweil werden die (weitgehend schutzlosen) Tabakfelder in der Provinz Pinar del Río regelmässig von Hurrikanen heimgesucht. 2019 exportierte man noch rund 70 Millionen Zigarren, 2020 sank die jährliche Produktionsmenge auf 50 Millionen Stück, 2023 lag sie bei rund 55 Millionen. Gleichzeitig ist die weltweite Nachfrage geradezu explodiert und liegt nach Einschätzung von Experten bei weit über 100 Millionen Zigarren, das Potenzial des für Kuba weiterhin geschlossenen US-amerikanischen Markts nicht eingerechnet.

## CHINESEN HABEN DAS SAGEN

2020 übernahm ein chinesisches Konsortium die Aktienmehrheit von Habanos SA, der Marketing- und Vertriebsgesellschaft kubanischer Zigarren. Unter der Ägide der neuen Besitzer kam es zu drastischen Preiserhöhungen. Im Vergleich zu 2020 kostet eine Cohiba Robusto heute deutlich mehr als das Doppelte. Ziel ist es, das rare Gut am oberen Ende des Luxusmarkts zu etablieren. Wichtigster Markt für kubanische Zigarren ist mittlerweile China.

Die absurd hohen Auktionspreise am aktuellen Festival del Habano haben mit der neuen Preisstrategie allerdings wenig zu tun. Die Galanacht folgt anderen Regeln. Sie ist immer auch ein Kräftemessen der einzelnen Machtblöcke innerhalb der kubanischen Zigarrenwelt. Schliesslich landet der Erlös nach offizieller Version im Gesundheitssystem der Karibikinsel, ganz sicher aber beim Staat. Der Erwerb eines Humidors beschert Importeuren und Händlern indirekt einen gewissen Einfluss. Der Käufer des teuersten Cohiba-Humidors aller Zeiten stammt denn auch aus dem direkten Umfeld der chinesischen Besitzerschaft von Habanos.

Einiges interessanter für private Sammlerinnen und Sammler sind limitierte kubanische Humidore, die abseits des Festivals in

den Verkauf gelangen. Mit Preisen von bis zu 30 000 Franken sind sie für gutbetuchte Enthusiasten durchaus erschwinglich. Die Frage ist, ob sie sich bei dieser Gemengelage auch als Wertanlage eignen. Die Antwort lautet, je nachdem, wen man fragt: Nein, nicht mehr oder vielleicht.

In unregelmässigen Abständen, zuletzt 2018, brachte die Intertabak AG, die offizielle Schweizer Importeurin kubanischer Zigarren, auf hundert Stück limitierte Humidore auf den Markt. Die aus dem legendären Atelier von José Ernesta Aguilera stammenden Kunstwerke enthielten fünfzig Havannas der jeweils aktuellen Regionalausgabe «Edition Suiza». Und sie waren eine lohnende Investition: Allein die Zigarren «Punch Supremos» des gleichnamigen, 2015 präsentierten Humidors sind heute mehr wert als der Ausgabepreis von damals 3900 Franken. Käufer müssen, wenn sie denn eines Stücks habhaft werden, mindestens das Doppelte berappen.

#### WERTSTEIGERUNG ZWEITRANGIG

Ob die neue, aus drei Serien bestehende «Montecristo L'Esprit Collection» eine ähnliche Wertsteigerung erlebt, ist zumindest fraglich. Seit Ende 2023 ist der erste in Zusammenarbeit mit dem französischen Accessoires-Hersteller S. T. Dupont entwickelte Humidor «Le Crépuscule» im Schweizer Fachhandel erhältlich – für 29 000 Franken. Zigarrenhändler Raymondo Bernasconi ist skeptisch: «Die Zeiten, als Asiaten per Privatjet anreisten, mit Koffern voller Geld die Fachgeschäfte nach Spezialitäten abklapperten und so die Preise befeuerten, sind ein bisschen vorbei.» Gekauft werden nur noch alte Raritäten oder wenn jemandem ein bestimmtes Stück in der Sammlung fehle.

Eine Überhitzung des asiatischen Marktes hält auch Louis-Charles Lévy, Verwaltungsrat von Intertabak, für ein realistisches Szenario. «Eine Korrektur ist dort möglich, allerdings werden die Preise für kubanische Zigarren dadurch nicht tangiert», so Lévy. Dazu muss man wissen, dass die Zwischenhändler ihre in Europa zusammengekauften Zigarren in Asien mit exorbitanten Margen weiterverkaufen. Im schlimmsten Fall bleiben sie auf ihrer Ware sitzen.

Ein Humidor wie etwa der «Montecristo Le Crépuscule» werde über die Jahre eine Wertsteigerung erleben, vielleicht aber nur eine moderate von zwischen 5 und 10 Prozent, schätzt Lévy. Wer seinen Einsatz rasch verdoppeln will, sollte also ins Casino gehen oder in Kryptowährung investieren, mit ungewissem Ausgang. Für die meisten Käufer eines seltenen Humidors stehe die Wertsteigerung sowieso nicht im Vordergrund, so Lévy. «Vielmehr geht es darum, ein exklusives Stück zu besitzen, dass man Freunden zeigen und sich daran erfreuen kann.» ●

## Schöner qualmen

WAS DES RAUCHERS HERZ BEGEHRT



ZWÖLF JAHRE AUS EINEM SCHRANK

Mit der Jahrgangszigarre «Year of the Dragon» komplettierte der Schweizer Hersteller Davidoff kürzlich eine eindruckliche Reihe, bestehend aus zwölf stark limitierten Serien. Sammlerinnen und Sammlern, die eine Ausgabe verpasst haben, empfiehlt sich die «Davidoff The Year of Collection's Edition». Der exklusive Kabinettschrank enthält zwölf Tablett mit jeweils acht Zigarren aus jedem Jahr seit der 2013 lancierten «Year of Snake».

*Davidoff The Year of Collection's Edition, Fr. 18 888.–, erhältlich in ausgewählten Davidoff-Flagship-Stores*



ACCESSOIRE FÜR DEN SOMMER

Die neuste Kreation der französischen Edel-Accessoire-Schmiede Les Fines Lames ist einem *dog tag* (in der Schweizer Armee auch bekannt als «Grabstein») nachempfunden. Dank einer Kette geht der mit einer Doppelklinge ausgerüstete und in mehreren Farben erhältliche Guillotine-Schneider «Le TAG» auch in der Hitze des Rauchgefechts nicht verloren.

*Le TAG von Les Fines Lames, Fr. 99.90, im Fachhandel*

NEUE SCHWEIZER AUSGABE

Erstmals in ihrer Geschichte nutzt die Schweizer Direktimporteurin Intertabak AG die Marke *Diplomáticos* für eine regionale Ausgabe. Dabei handelt es sich um eine postrevolutionäre Marke, die erst 1966 gegründet wurde. Von einst fünf Formaten ist aktuell nur noch das Piramides-Format «*Diplomáticos No. 2*» im Standardsortiment aufgeführt. Die auf 15 000 Zehnerkisten limitierte «*Diplomáticos El Emisario Edición Suiza 2021*» überzeugt mit einer harmonischen, typisch kubanischen, aber durchaus überraschenden Aromatik; neben Holztönen kommen im Rauchverlauf auch Zitrus, Bittermandel sowie fruchtige Noten zum Vorschein.

*Diplomáticos El Emisario Edición Regional Suiza 2021, Fr. 38.–, im Fachhandel*



KRAFTVOLLES AUS NICARAGUA

Die limitierte Zigarre «Vega Fina Nicaragua Esteli» im Salomones-Format bietet dem Genussraucher ein geschmackliches Abbild der Tabake rund um die nicaraguanische Zigarrenmetropole Esteli. Der Blend entwickelt wunderbare Noten von Kaffee, Rosinen und Melasse.

*Vega Fina Nicaragua Esteli 2023, Fr. 12.50, im Fachhandel*

★  
RAUCHEN  
HAT AUCH EINE  
GUTE SEITE.

BESUCHEN SIE  
UNSEREN NEUEN ONLINE-SHOP  
AUF [WWW.MANUELS.CH](http://WWW.MANUELS.CH).

MANUELS<sup>S</sup>

CIGARS • COFFEE • RUM



# REIN IN DIE KOMFORTZONE

Guter Schlaf und nachhaltiges Handeln lassen sich neuerdings bestens kombinieren: Riposa aus dem Glarnerland hat die erste kreislauffähige Matratze auf den Markt gebracht.

*Text: MICHAEL BAUMANN*

**D**urchschnittlich schläft ein Mensch rund acht Stunden pro Tag. Das sind hochgerechnet bei einer 75-jährigen Person über 9000 Tage. Oder 25 Jahre. Entsprechend wichtig ist dabei, dass man möglichst gut und bequem liegt, um guterholt in den neuen Tag zu starten. Darum kümmert sich seit dem Jahr 2000 die Firma Riposa aus Bilten im Glarnerland, die von Walter Schnellmann sowie Max Rickenbacher gegründet wurde und Matratzen, Einlegerahmen und Betten herstellt.

Seit 2018 wird das Unternehmen mit rund siebenzig Mitarbeitenden in zweiter Generation von Iva Schnellmann und Reta Schnellmann geführt, die beide schon seit über fünfzehn Jahren in der Firma tätig sind. «Wir wollen nicht die Grössten sein, aber die Besten», sagt Iva Schnellmann. Zu

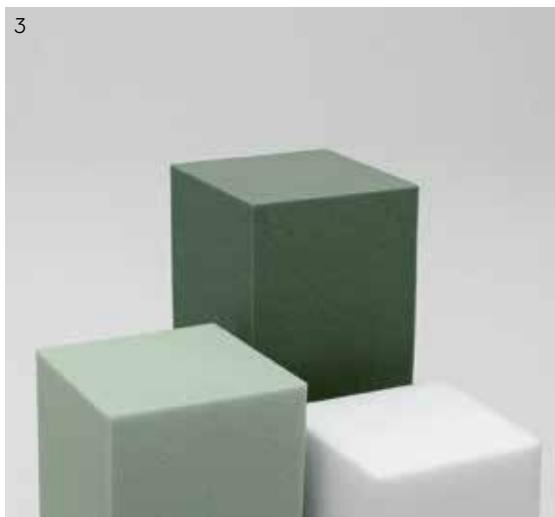
diesem Anspruch gehört auch das Festhalten an der lokalen Produktion an den drei Standorten Glarus, Oberurnen und Bilten, was ein klares Bekenntnis zum Glarnerland ist. Und das verwendete Material wird von Lieferanten aus der grösstmöglichen Nähe bezogen. Als KMU sei Riposa auch in der Lage, auf individuelle Kundenwünsche einzugehen und Spezialanfertigungen anzubieten – zum Beispiel bei der Einrichtung eines Hotels.

## **KREISLAUFFÄHIGKEIT VON 92 PROZENT**

Grundsätzlich vertreibt Riposa die Schlaferzeugnisse ausschliesslich über den Schweizer Möbelfachhandel. So auch den neusten Zuwachs in der Produktfamilie von Riposa. Ausnahmsweise kann dieser aber auch direkt bei Riposa

bezogen werden: Die «Circle Sleep»-Matratze, die es momentan in den beiden Ausführungen «reVive» und «reActive», in je zwei Härtegraden und in verschiedenen Grössen gibt, ist Teil einer Nachhaltigkeitsstrategie, die weiter ausgebaut wird. «Dabei handelt es sich um den ersten Matratzenkern der Schweiz, der kreislauffähig ist», erklärt Iva Schnellmann.

92 Prozent des Kernmaterials gingen als primäre und sekundäre Rohstoffe in den Industriekreislauf zurück und würden weiterverwendet. Die Schaumstoffkomponenten werden dabei als sekundärer Rohstoff wiederaufbereitet und in der Industrie als Verbundschaum genutzt. Die Taschenfedern kommen als primärer Rohstoff in Form von Stahl in die Schweizer Industrie zurück. Und die Schafschurwolle sowie der



1. Zirkulär: Am Ende seines Lebenszyklus wird der Kern der Matratzenlinie «Circle Sleep» von Riposa zu 92 Prozent in den Industriekreislauf zurückgebracht.
2. Innovativ: Die Schaumstoffkomposition «reFoam» basiert auf ausgewählten Elementen, die sonst entsorgt würden.
3. Nachhaltig: «Circle Sleep»-Matratzen werden sowohl in der Schweiz hergestellt wie auch recycelt.
4. Individuell: Die «Circle Sleep»-Linie besteht aus den Modellen «reVive» und «reActive».
5. Unterstützend: Iva Schnellmann (links) und Reta Schnellmann teilen sich bei Riposa die Geschäftsführung.



Filz, die sich in den «Circle Sleep»-Matratzen befinden, werden auch als sekundärer Rohstoff zu Isolationsmaterial verarbeitet.

#### ZIRKULÄRES DENKEN UND HANDELN

Diese Matratzen lassen sich bequem im Internet bestellen und werden von Riposa ausgeliefert. Idealerweise kommt man laut Iva Schnellmann vorher noch in Bilten im Showroom vorbei, um die Matratze auszuprobieren. Wenn dann die Ersatzanschaffung ansteht, Riposa empfiehlt dies nach acht bis zehn Jahren nach dem Erstkauf, könnten die Kunden einen an der «Circle Sleep»-Matratze angebrachten QR-Code scannen und die Abholung auf dem Mobiltelefon buchen – papierlos, da die Kaufunterlagen nach so langer Zeit gern verlorengehen. Sowohl die Produktion wie auch das Recycling finden in der Schweiz statt, was sehr nachhaltig ist.

Die beiden Unternehmerinnen sind sich sicher, dass ein zirkuläres Denken und Handeln für Produktionsbetriebe zur Norm wird. Mit diesem Ansatz hat das Unternehmen den Prozess der Matratzenherstellung komplett verändert und verbessert – und dabei auch gleich einen neuen Unternehmensbereich geschaffen, der sich

zukünftig ausschliesslich der Entwicklung zirkulärer Produkte widmen wird. «Eine «Circle Sleep»-Matratze muss von Grund auf anders gebaut werden als eine traditionelle Matratze», erklärt Iva Schnellmann. Aber auch für die Herstellung bestehender Modelle seien wertvolle neue Erkenntnisse gewonnen worden.

Ressourcen- und Materialeffizienz ist bei den «Circle Sleep»-Matratzen ein zentraler Punkt. Für die neue Schlaflinie werden einerseits so viele Werkstoffe wie nötig verwendet, damit die Matratzen den hohen Ansprüchen an einen ergonomischen Schlafkomfort erfüllen. Andererseits wird so wenig Material wie möglich verbraucht, damit die Rückenmatratzen den Anforderungen eines kreislauffähigen Produktes gerecht werden. Unter diesen Voraussetzungen gilt es bereits bei der Entwicklung eines kreislauffähigen Produktes dessen gesamten Lebenszyklus zu berücksichtigen.

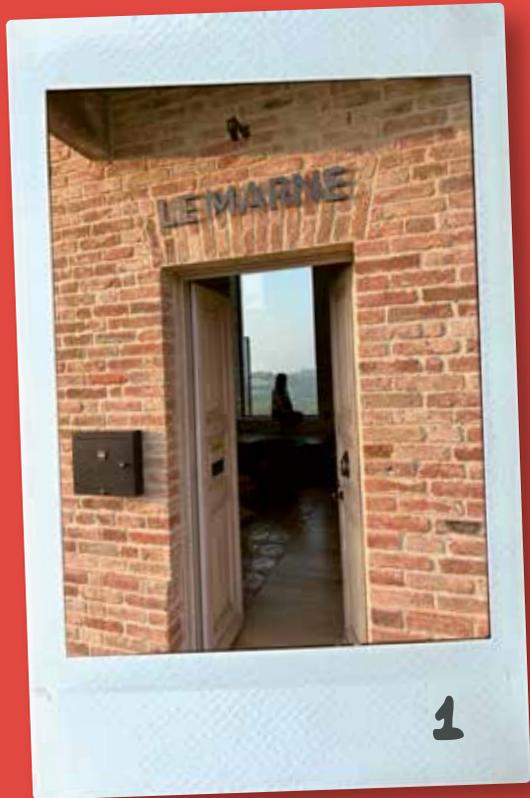
««Circle Sleep»-Rückenmatratzen werden deshalb nach einer völlig neuartigen Methode konstruiert, die wir zusammen mit langjährigen Industriepartnern neu entwickelt haben», sagt Iva Schnellmann. Ein wichtiger Bestandteil jeder «Circle Sleep»-Rückenmatratze sei das

Material «reFoam». «Basis dieser branchenweiten Werkstoffinnovation sind sorgfältig ausgewählte Schaumstoffabschnitte, die bei der herkömmlichen Matratzenherstellung entsorgt und durch ein eigens entwickeltes Verfahren zu einem neuen Rohstoff verbunden werden», so die Co-Geschäftsführerin.

Nebst dem Kreislaufgedanken habe allerdings auch bei der «Circle Sleep»-Linie, genau wie bei allen anderen Matratzen von Riposa, die Ergonomie am Anfang des Entwicklungsprozesses eine zentrale Rolle gespielt. Und auch hygienische Überlegungen dürften nicht ausser Acht gelassen werden.

#### TREND BEI JÜNGEREN

Für Iva Schnellmann ist es klar, dass ein gutes Schlafsystem nach wie vor eine grosse Anschaffung bedeutet. Doch beim Schlafen gehe es immer auch um die eigene Gesundheit, weshalb die Kundinnen und Kunden durchaus bereit seien, mehr für ein gutes Bett und eine bequeme Matratze zu bezahlen. «Wir stellen fest, dass auch jüngere Menschen zunehmend mehr Wert auf ein hochwertiges Schlafsystem legen», führt Iva Schnellmann aus. ●



1. Der Gästeempfang des «Relais Le Marne».
2. Abendstimmung in Costigliole d'Asti.
3. Guido Martinetti in seiner Kellerei.
4. Orientierungshilfe im dreissig Hektar grossen Weinbaugebiet von Mura Mura.
5. Die Deluxe-Suite «La bellezza esiste» ist dem Piemonteser Cantautore Gianmaria Testa gewidmet.



# PIEMONTE PUR



6

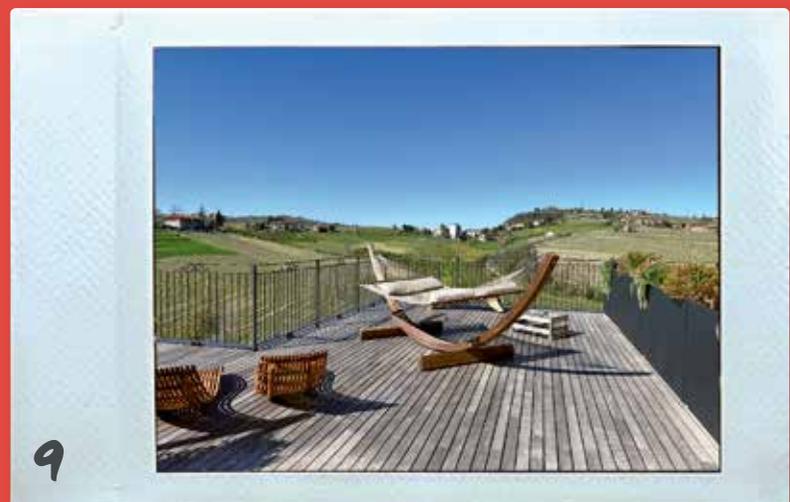
- 6. Das «House of Poets» bietet vier Suiten und ein Deluxe-Zimmer.
- 7. Rindstartar mit Kapern, Sardellen, Schalotten und gebratenem Knochenmark.
- 8. Unter dem Dach des «House of Artists» befinden sich drei Junior-Suiten, fünf Deluxe-Zimmer sowie das Restaurant «Radici».
- 9. Der Blick von der Terrasse des «Relais Le Marne» geht in Richtung Westen über das Weinbaugebiet der Langhe.



7



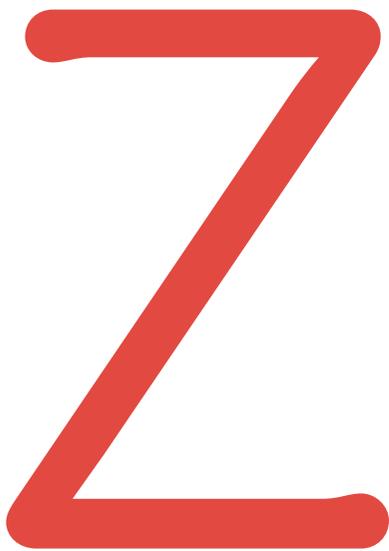
8



9

Wer die Offenheit und Geduld mitbringt, sich in Costigliole d'Asti dem genussreichen ERBE DER REGION zu nähern und deren WURZELN zu erkunden, läuft akut Gefahr, dort selbst welche zu schlagen. Ein Besuch im «RELAIS LE MARNE».

## Text & Bilder: OLIVER SCHMUKI



Zum Anfang eine Warnung: Das Suchtpotenzial dieser Geschichte, die im südöstlichen Piemont spielt, ist beträchtlich. Das liegt an der atemberaubenden Kulisse hier an der Grenze der beiden Weinbaugebiete Langhe und Monferrato, wo praktisch jede Ort- und jede Landschaft, jeder Weinberg und jeder Landwirtschaftsbetrieb als Vorzeigebeispiel herangezogen werden könnte, um zu veranschaulichen, weshalb diese Region seit 2014 (endlich) ins Weltkulturerbe der Unesco aufgenommen wurde.

Vor allem aber liegt es daran, dass es in dieser Geschichte um Glace und Wein geht, also um Zucker und um Alkohol. «Aufgepasst, wer sich mit mir abgibt!», sagt Guido Martinetti und lacht. Der gebürtige Turiner spaziert durch eine Rebasse in seinem Weingarten in Costigliole d'Asti, in dem sich das Weingut Mura Mura sowie das «Relais Le Marne» befinden, das seit zwei Jahren Gäste empfängt. Man könnte Martinetti als Genius Loci dieser Gegend bezeichnen, und vermutlich würde ihm diese Beschreibung gut gefallen.

Es ist ein warmer, sonniger Tag Ende März, der Himmel ist blau, es geht ein Lüftchen, einige Kirsch- und Birnbäume blühen bereits, der Jasmin lässt sich noch etwas Zeit. Die frisch gebogenen und

sorgfältig mit Weide an die Drähte gebundenen Triebe der unzähligen Rebstöcke sind frisch zurückgeschnitten und damit bestens vorbereitet für die neue Saison. Der Zeitpunkt für einen Besuch im Piemont ist ideal, auch deswegen, weil die internationalen Gäste noch so fern sind wie der Ferragosto respektive der *Tuber magnatum*, der weisse Trüffel, auch Alba-Trüffel genannt, der stets von Ende Oktober bis zum Jahresende Gourmets und Gourmands von nah und fern mit geradezu magnetischer Kraft anzieht.

### DAS BESTE GELATO DER WELT

Guido Martinetti blickt zufrieden über sein dreissig Hektar umfassendes, hügeliges Weinbaugebiet. Er winkt Vittorio Sandrone zu, der sich um den landwirtschaftlichen Betrieb kümmert, und erzählt weiter über das Glace, den Wein und das Leben, wobei die Grenzen zwischen den Bereichen fließend sind, so es denn überhaupt welche gibt.

Der 48-Jährige, das wird überdeutlich, ist ein Gewächs, wie es nur das Piemont hervorbringen kann. Schliesslich liegt hier, in Bra, um genau zu sein, keine Autostunde von Turin entfernt, die Wiege der 1986 gegründeten und heute international aktiven Slow-Food-Bewegung. Und es war deren Gründer Carlo Petrini höchstpersönlich, der in den frühen Jahren in einem Zeitungsartikel beklagte, dass er in Italien vor lauter Zusatzstoffen und Geschmacksverstärkern kaum mehr ein Glace finden könne, das so schmecke, wie es einst geschmeckt habe.

Martinetti nahm die unausgesprochene Herausforderung Petrinis an und begann mit seinem guten Freund und Geschäftspartner Federico Grom selber *gelato* zu produzieren. «Federico ist wie ein Bruder für mich», sagt der Unternehmer, «er kümmert sich bis heute um die Finanzen und das Kommerzielle.» Sich selbst versteht er als «Romantiker», der die Nähe zu den Produkten und zu den Menschen sucht und schätzt.

2003 vereinbarte Martinetti einen Termin bei Carlo Petrini und liess diesen die gesamte Produktpalette von Grom, so der Name der neuen Marke, kosten: Stracciatella, Schokolade, Pistazie – Letztere aus dem sizilianischen Bronte. Das Erlebnis veranlasste Petrini, einen weiteren Artikel zu schreiben. Sinn gemäss stand darin: «Das ist das beste *gelato al pistacchio*, das ich in meinem Leben jemals gegessen habe.»

Nach dem Erwerb der ersten Ländereien begannen Martinetti und Grom auf Mura Mura eigene Birnen, Pflirsche, Aprikosen und Feigen für die fruchtigen Sorten anzupflanzen. Auf der noch heute existierenden Experimentierzone wachsen Dutzende, ja Hunderte von Obstsorten. «Was frische Früchte angeht, gibt es zwei Schlüsselfaktoren», sagt Martinetti, «erstens deren ästhetische Qualität und zweitens das Verhältnis von Menge und Oberfläche.»

Der Verkauf der Premiummarke Grom an Unilever im Jahr 2015 erlaubte es dem Duo, grössere Investitionen in Mura

Mura und in den Wein zu tätigen. Dieser Schritt überrascht nicht, wenn man weiss, dass Guido Martinetti einen Master in Önologie besitzt und Erfahrung bei verschiedenen Weinproduzenten sammelte, unter anderem bei Château Margaux auf der Médoc-Halbinsel. Dort habe er eine wichtige Lektion im Leben gelernt, sagt er, nämlich: «Es ist stets

Guido Martinetti ist besessen davon, beim Erklimmen der Geschmacksleiter immer neue Sprossen zu erreichen.

die Traube, die den Wein macht, und nicht etwa der Winzer. Entscheidend ist einzig und allein das Terroir, ein Begriff, der sich nicht ins Italienische übersetzen lässt.»

Dann beginnt er zu erzählen von einem Besuch in Hokkaido, wo er mit eigenen Augen sah, wie ein 85-jähriger Bauer seine Yubari-Melonen, die er zu einem Stückpreis von rund fünfzig Dollar absetzte, einzeln auf kleinen Kissens platzierte und sie täglich um einen Achtel rotierte, damit sie eine perfekte Form und eine perfekte Farbe erhalten; von einer Nacht-und-Nebel-Aktion, dank der er zu seiner Lizenz für die Barolo- und Barbaresco-Produktion kam; von der Energiekonzentration im Garibaldi, seinem *single vineyard*-Wein aus Grignolino-Trauben, die auf einem 0,7 Hektar grossen Stück Land mit hohem Sandanteil wachsen; von Tanninen, die aus der Schale der Weintraube kommen, und anderen, die aus den Kernen stammen; und er zählt seine Lieblingsweine auf, den lokalen, aber anspruchsvollen Nebbiolo, den weissen Chenin blanc, den Pinot noir.

Zu sagen, dass Guido Martinetti von einer möglichst hohen Produktqualität getrieben ist, wäre eine masslose Untertreibung. Vielmehr ist er besessen davon, beim Erklimmen der Geschmacksleiter immer neue Sprossen zu erreichen. Zu experimentieren, sich weiterzubilden, das ist sein täglicher Antrieb. Dazu passt das Ziel, das er im Gastgewerbe verfolgt: «Das «Le Marne» ist ein Ort, an dem sich Menschen aus der ganzen Welt treffen und voneinander lernen können.»

#### KULINARISCHER INTENDANT

Heute werden in der 2017 errichteten Mura-Mura-Kellerei die Sorten Barbera, Nebbiolo, Ruché, Favorita, Grignolino und Moscato gekellert. Viele der Weine tragen Namen von Shakespeares Theaterpersonal: hier ein charakterstarker Romeo, da ein fruchtig-leichter, verspielter Mercuzio, dort eine komplexe, goldene Beatrice aus der alten Sorte Timorasso, die im Hotel-Restaurant «Radici» als «weisser Barolo» angekündigt wird.

Dieses «Radici» (zu Deutsch: Wurzeln) ist so etwas wie das Herz des «Relais Le Marne». Es ist die Bühne, auf der der Wein zu den leiblichen Genüssen findet. Und in Marco Massaia hat Guido Martinetti die ideale Besetzung gefunden. Der Küchenchef sorgt als eine Art kulinarischer Intendant dafür, dass die Behutsamkeit, die Geduld sowie die Rücksichtnahme auf sowie die Nähe zur Natur in der Küche ihre Fortsetzung finden. Der junge Turiner zelebriert eine hyperlokale Küche, die auf Rezepten der *cucina povera* basiert, der Bauernküche also. Zu erleben, wie gutglasiertes Lammbrises, also die Thymusdrüse des Tiers, und Radicchio tardivo harmonieren, ist ein Erlebnis, das Eindruck macht und Spuren hinterlässt – sofern man die nötige Aufgeschlossenheit mit an den Tisch bringt.

Das «Radici», gelegen im ehemaligen Gehöft, ist auch der Ort, an dem die Gäste, wenn sie ihr Deluxe-Zimmer im «House of Artists» oder ihre Suite im benachbarten «House of Poets», dem ehemaligen Stall, verlassen, zusammenfinden. Alle Zimmer verfügen über einen Boutique-Hotel-Charme. Jedes wurde individuell und gemeinsam mit lokalen Künstlerinnen oder unter Bezugnahme auf italienische Autoren eingerichtet. Guido Martinetti träumt bereits von zusätzlichen Häusern, bei deren Gestaltung er mit Musikerinnen

## Das «Radici» ist die Bühne, auf der der Wein zu den leiblichen Genüssen findet.

oder Bildhauern kooperieren würde. Er sähe das Relais gerne eines Tages zu einem Borgo anwachsen; so werden in Italien jene steinalten Mini-Dörfer bezeichnet, die aus rund acht bis zwanzig Bauern- und Gutshäusern bestehen.

Wachstum, Vermehrung, das Streben danach, sein Potenzial vollends auszuschöpfen – das sind für Guido Martinetti mehr als bloss Tugenden.

Vielmehr sind das die Voraussetzungen dafür, dass etwas Neues überhaupt entstehen kann. Er selbst steht gerade kurz vor dem Launch eines neuen Glace-Brands. Dieser heisst Lec, eine Anspielung auf das italienische Wort für «lecken» und auf den Namen des monegassischen Formel-1-Piloten Charles Leclerc, mit dem Federico Grom und er dieses Mal zusammenspannen.

#### SCHWIMMEN, JOGGEN, DEGUSTIEREN

Natürlich weiss der Neo-Hotellier, dass nicht jeder Gast zum Wein- oder Glace-Degustieren in sein Relais kommt, geschweige denn, um Tag für Tag mit schwarzem Trüffel gefüllte Sattelstücke vom Esel zu kosten oder niedergegarte Carciofi spinosi mit Schwarzkohlextrakt. Darum macht er, der früher Mitglied der italienischen Triathlon-Nationalmannschaft war, Sportlerinnen und Sportlern mit einem 25 Meter langen Indoor-Pool die Anreise schmackhaft. Das ist zwar nur die Hälfte eines olympischen Beckens, dafür ist der Panoramablick über die Weinberge Weltklasse. Dieser lässt sich auch beim Training auf einem der Geräte des italienischen Marktführers Technogym geniessen, beim Joggen – natürlich aber auch degustierenderweise mitten in den Reben oder auf der Terrasse der Suite «La bellezza esiste».

Apropos Schönheit: Guido Martinetti hat genug erzählt, er sagt: «Jetzt wollen wir uns die Abendstimmung ansehen.» Beim Retourspaziergang zum «Radici» geht die Sonne rotweinrot hinter den Cottischen Alpen und neben dem Monte Viso unter, der Modell gestanden haben soll für das Logo von Paramount Pictures. Auch dieser Moment besitzt ein sehr hohes Suchtpotenzial. ●



#### SEHEN & FÜHLEN

Zur Erstellung der Bilder für diesen Bericht hat Leica der Redaktion eine hybride Sofortbildkamera zur Verfügung gestellt. Die «Sofort 2» bietet je zehn Objektivmodi und Filmeffekte und kann mit der «Fotos»-App spielend leicht mit dem Smartphone verbunden werden.

Weitere Informationen auf [www.leica-camera.com](http://www.leica-camera.com)

MEINE HAUT,  
MEINE WÄSCHE



INSPIRIERT VON LEOTARDS  
DER 1980ER JAHRE  
«Seamless Body» aus Naturfaser



STOFF AUS BUCHENZELLULOSE  
Die feinen Tanks und Pantys werden  
im Zürcher Oberland hergestellt.



TRAGEKOMFORT  
Hipster und Top aus  
weichem Modal-Feinripp



UNDERSTATEMENT  
Tank-Top und Boxer-Briefs für  
qualitätsbewusste Männer

# LUKAS FREI



Hat man als Quereinsteiger und One-Man-Show überhaupt eine Chance gegen die Grossen im Unterwäschegeschäft? Das ist, *pardon*, falsch gefragt. Denn Jungunternehmer LUKAS FREI, 59, beschloss, Wäsche herzustellen und zu verkaufen, nachdem er keine fand, die ihn richtig überzeugte. Seine Wäsche, nachhaltig hergestellt aus Naturmaterialien in der Schweiz oder in Nachbarländern, entwickelte er so, wie er sie selbst gern tragen will. Zudem kommt sie persönlicher daher als andere Angebote – schliesslich heisst sie so wie der Träger/die Trägerin: Moi-Basics.

# Z

Zwei Gründe führten dazu, dass er im, sagen wir: reifen Alter noch Wäschehersteller wurde: Er fand keine Unterhemden und -hosen, die ihm richtig sass und gefielen. Und er wollte nicht länger mit fremden Namen auf den Kleidungsstücken rumlaufen, die buchstäblich auf seiner Haut lagen. Der erste Grund ist der klassische Unternehmergedanke, der zweite weist darauf hin, dass Lukas Frei einen guten Teil seines bisherigen Berufslebens in der Werbebranche verbracht hatte.

Weshalb sich der ehemalige Kreativdirektor vor rund fünf Jahren selbständig machte, um Shirts, Shorts und Slips zu entwickeln, die er selbst gern anziehen möchte. Und die einen Namen tragen, der mit Sicherheit passt: Moi-Basics. «Moi» steht für «ich», «Basics» bezieht sich auf die Grundausrüstung, die jeder und jede braucht. Es gibt auch Damenunterwäsche – diese sei für einen Mann anspruchsvoll zu entwickeln. Doch abgesehen von der Herausforderung ist es auch geschäftlich interessant, solche anzubieten: «Männer ergänzen, was in ihrer Wäscheschublade fehlt. Frauen kaufen eklektisch ein», sagt er. Das heisst: auch Teile, die ihnen zuvor nicht fehlten respektive die sie nicht unbedingt brauchen (Moi-Basics führt zurzeit elf Damenmodelle respektive fünf für Herren).

Man kann die Wäsche als genau das beschreiben; *basic* wird mit «einfach», «grundlegend» übersetzt. «Basic kann auch sexy sein», sagt Lukas Frei. Seine Ware, die über den Webshop (*Moi-basics.com*) sowie in achtzehn Boutiquen und Concept-Stores erhältlich ist, ist von hoher Qualität. Ich müsste eigentlich noch immer keines seiner Wäschestücke ersetzen (ich bin Kunde seit 2021), doch ich will ab und zu.

Bilder: PD / zVg

# Ihr Immobilientraum?

**REBWEG, 8457 Humlikon**  
6.5-Zi. Doppel-Einfamilienhäuser  
[www.rebweg.ch](http://www.rebweg.ch) / +41 52 338 07 09



3



5

**GEISELWEID, 8400 Winterthur**  
2.5 - 4.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.geiselweid-winterthur.ch](http://www.geiselweid-winterthur.ch) / +41 55 610 47 46

**DUOVIVO, 8904 Aesch ZH**  
2.5 - 5.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.duovivo.ch](http://www.duovivo.ch) / +41 55 610 47 46



6

**HOFWISEN, 8545 Rickenbach Sulz**  
2.5 - 4.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.hofwissen.ch](http://www.hofwissen.ch) / +41 52 338 07 09



8

**AM ZENTRUM, 8910 Affoltern a.A.**  
2.5 - 4.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.amzentrum.ch](http://www.amzentrum.ch) / +41 55 610 47 46



10



11

**AM EICHACHER, 8904 Aesch**  
3.5 - 5.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.ameichacher.ch](http://www.ameichacher.ch) / +41 55 610 47 46

**SCHLOSSBLICK, 8610 Uster**  
2.5 - 4.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.schlossblick.ch](http://www.schlossblick.ch) / +41 58 400 85 20



12

**GLATTWIES, 8152 Glattbrugg**  
4.5 Zi. Wohnung auf zwei Geschossen  
[www.glattwies-glattbrugg.ch](http://www.glattwies-glattbrugg.ch) / +41 58 400 85 20



14

**VISTACASA, 8308 Illnau**  
3.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.vistacasa.ch](http://www.vistacasa.ch) / +41 52 338 07 09



16

Eigenheim?



18

**SCHMIEDGASS, 8545 Rickenbach**  
3.5 und 4.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.schmiedgass.ch](http://www.schmiedgass.ch) / +41 52 338 07 09

**TRE FIORI, 8913 Ottenbach ZH**  
3.5 und 4.5 Zi. Eigentumswohnungen  
[www.tre-fiori.ch](http://www.tre-fiori.ch) / +41 55 610 47 46



20

Eigentumswohnung?



22

**SOLEVISTA, 8615 Wermatswil**  
4.5 Zi. Eigentumswohnung mit Garten  
[www.solevista.ch](http://www.solevista.ch) / +41 58 400 85 20



Neubau?

Bauen?

EPH?

Rufen?

- Projektankündigungen
- Projekte im Verkauf



Haben Sie ein Grundstück, auf dem Immobilienträume verwirklicht werden können?  
Melden Sie sich bei mir.  
[ulrich.koller@lerchpartner.ch](mailto:ulrich.koller@lerchpartner.ch) +41 52 235 80 00

Noch nicht fündig geworden?  
Projektankündigungen finden Sie unter  
**immobilienraum.info**

Heute schon app-to-date mit  
unserer App Immobilienraum?

**LerchPartner.**



Zürcherstrasse 124, 8406 Winterthur  
+41 55 610 47 46, [verkauf@lerchpromotionen.ch](mailto:verkauf@lerchpromotionen.ch)



Stand März 2024



**SANTOS**

DE

*Cartier*