

akzente.

THE CHEDI
Die perfekte
Kulisse

BODENDESIGN
Sinnlichkeit
trifft auf
Raffinesse



Oft sind es gerade die Dinge des Alltags, Objekte, die uns täglich begegnen, denen wir keine grosse Aufmerksamkeit mehr schenken.

Machen wir ein kleines Experiment: Schliessen Sie bitte kurz die Augen und versuchen Sie sich zu erinnern, auf welchen Böden Sie heute gegangen oder gestanden sind, ja vielleicht sogar gesessen haben. Stellen Sie sich Farbe und Design vor, das Material... Fällt Ihnen etwas auf? Obwohl wir (fast) immer in Kontakt damit sind, schenken wir den Böden unter unseren Füessen kaum Beachtung. Das möchten wir mit unserem neuen Magazin *akzente*. ändern.

Die Zeiten, in denen Bodenbeläge einfach nur praktisch sein mussten, sind längst vorbei. Längst sind sie Ausdruck unserer Individualität. Designelemente, mit denen wir unsere Wohnträume realisieren. Deshalb erzählt *akzente*. Geschichten: von Böden und den Menschen, die sie kreieren, herstellen und verarbeiten.

Passend zum Schwerpunktthema des Magazins "Schweiz" konzentrieren wir uns dabei auf Schweizer Produzenten und Traditionsunternehmen, deren innovative Spitzenprodukte die Schweiz im internationalen Wettbewerb in der ersten Liga mitspielen lassen.

Und noch ein Thema zieht sich durch das Heft: Holz in all seinen Facetten. Entdecken Sie erstaunliche Facts zu Holzoptik, Holztrends, ja sogar zum besonderen Holzgeschmack! Lassen Sie sich von uns überraschen, unterhalten und Lust machen – auf Wohnen mit besonderer Note, in Harmonie mit der Natur. Ein inspirierendes

Beispiel ist das luxuriöse The Chedi Hotel in Andermatt. Hier lebt man die perfekte Symbiose aus edlem Holz, stylishem Ambiente und raffinierten Details.

Apropos stylish: Lernen Sie unseren Gentleman-Kolumnisten kennen! Mit seinem Gentlemen's Fashion Blog widmet sich Ralph Widmer den vielen Themen, die kultivierte Männer interessieren. In *akzente*. erklärt er, warum nicht nur Frauen begehnbare Kleiderschränke schätzen...

Wir wünschen Ihnen viel Genuss, Inspiration und vergnügliche Lesestunden bei der Lektüre dieser Erstauflage unseres neuen Lifestyle-Magazins!

Kilian Cathomas
Einkaufspartner AG

IMPRESSUM

Herausgeber
Einkaufspartner AG
Egligenstrasse 10
8638 Goldingen
www.bodewo.ch

Redaktion
Isolde Burtscher
Edith Swiezy

Druck
galledia ag
www.galledia.ch

Auflage
1. Ausgabe, 4–16
20'000 Ex.

Designkonzept und Grafik
Philippe Brunner
Cécile Graf
www.brunnergraf.ch

Anzeigen
akzente.
Einkaufspartner AG
Telefon 055 246 11 11
Fax 055 246 14 81

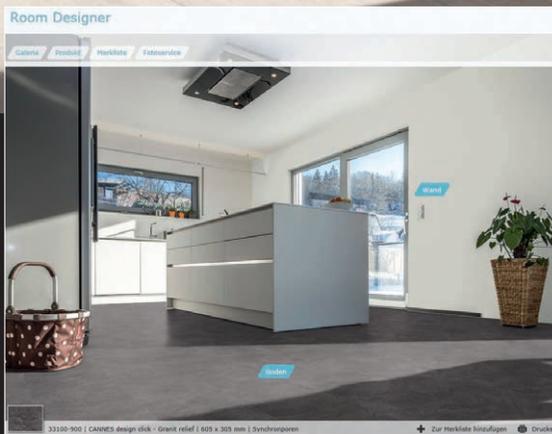
**Konzept, Design und Druck
in der Schweiz**



L'ARBRE
SWITZERLAND

THE MOST EXCLUSIVE BUSINESS CARD IN THE WORLD - MADE IN SWITZERLAND.
LARBRE.CH

enia
room for inspiration



Ihr persönlicher ROOM DESIGNER
auf
www.enia-flooring.com

1

EDITORIAL

4

INHALT

6

BODEWO – PORTRAIT

Das starke Schweizer Label mit der Raute.

8

PEOPLE

Vier Persönlichkeiten aus der Bodenbelags-Branche stellen sich vor und erzählen, was sie beruflich und privat gerade bewegt.



12

TISCA – TEXTILE PASSION

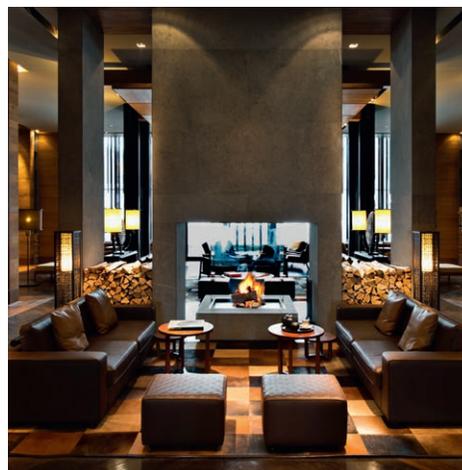
Mitten im Appenzell gründete einst ein mutiger junger Mann eines der ersten Textil-Recycling-Unternehmen.



20

BODEWO: NEUE KOLLEKTION

Fussnoten: Böden und Schuhe haben weit mehr Berührungspunkte als die rein physischen.



22

THE CHEDI – PORTRAIT

Die perfekte Kulisse.

28

THE CHEDI – RESIDENCE

The Chedi Andermatt als Kapitalanlage.



32

THE CHEDI – STYLE

Heimweh oder Fernweh? Ganz nah oder weit weg? Beides! muss die Antwort lauten, denn Alpines und Exotisches gehen nicht nur im The Chedi Andermatt eine wunderbare Symbiose ein.

35

TERRASSENBÖDEN

Fast wie Ferien.

40

LUFTBEFEUCHTUNG

Machen Sie sich saubere Luft.



42

ENIA – ENTWICKLUNG VON BODENBELÄGEN

Bodendesign: Sinnlichkeit trifft auf Raffinesse.



48

HOLZ IN DER KULINARIK

Geschmacksache Holz.



55

HOMESTORY

Nachmittagstee mit Clifford Lilley im grünen Zimmer.



60

VILLA-EGLI-STYLE

Wohnen à la Bohème.

62

STYLING-TRENDS 2016



64

KOLUMNE

Der Gentleman-Blogger Ralph Widmer über begehbbare Kleiderschränke.

66

NEWS

Ideen, Tipps und Veranstaltungen aus aller Welt.

68

WOHN-INTERVIEW

Nino Schurter: So wohne ich.



BODEWO

Das starke Schweizer Label mit der Raute

 Trendforscher beobachten bereits seit längerem wieder eine Entwicklung hin zur Individualität. Nicht umsonst lieben wir die sozialen Medien, denn sie liefern uns die perfekte Plattform, um der Welt unsere Vorlieben zu präsentieren und uns als Individuum darzustellen. Auch Qualitätsbewusstsein ist wieder trendy. War man vor Kurzem noch Teil einer schnelllebigen Wegwerfgesellschaft, legen nun mehr und mehr Menschen Wert auf Nachhaltigkeit und hochwertige Waren, die zu echten Lieblingsstücken und jahrelangen Begleitern werden. Wie die Kollektionen der Schweizer Qualitätsmarke BODEWO.

Die Einkaufspartner haben diese Kehrtwende bereits vor Jahren vorweggenommen und setzten deshalb mit der Gründung des Labels BODEWO für die Einrichtungsbereiche Boden-Dekoration-Wohnen voll

Text: Regina Schilcher

auf eigene, trendorientierte Qualitätsprodukte aus nachhaltiger Produktion, individuelle Beratung und massgeschneiderte Services.

Das Konzept geht auf, denn mittlerweile rücken allein in der Deutschschweiz über 130 BODEWO-Partnerunternehmen den Kunden und seine Bedürfnisse ins Zentrum. Der BODEWO-Fachhandel erlebt einen regelrechten Boom. Kilian Cathomas, Geschäftsführer der 1998 gegründeten Einkaufspartner AG, erklärt dieses Phänomen so: "Die grossen Filialisten verfolgen ein fundamental anderes Konzept mit anderen Schwerpunkten. Wir beobachten jedoch, dass Schweizer Konsumenten sich wieder vermehrt Qualität, Service und Beratung vor Ort wünschen."

Fachhandel punktet mit Servicekompetenz

Genau in diesem veränderten Konsumbewusstsein liegt die grosse Chance des regionalen, oft seit Generationen familiengeführten Fachhandels. Anspruchsvolle Kunden werden hier mit Sorglos-Paketen und individuellen Wohnkonzepten verwöhnt – angefangen bei der fachkundigen Beratung durch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter, die ihre Qualitätslabels mit Stolz vertreten. Natürlich nutzen die BODEWO-Partner vermehrt auch digitale Ressourcen zur virtuellen Raumgestaltung. Von allen BODEWO-Produkten sind Raum- und Sortierungsbilder auf der Homepage verfügbar. Dem Kunden wird so die für seinen Lifestyle richtige Wahl aus der Fülle der Optionen erheblich erleichtert.

Regelmässige BODEWO-Weiterbildungsveranstaltungen und Produkttrai-

nings stellen ein permanent hohes Niveau bei Verlege- oder Montagearbeiten sicher. Der bequeme Rundumservice umfasst auch gleich noch Beratung bei der abgestimmten Beschattung, damit die edlen Böden lange Freude machen, und eine exzellente After-Sales-Betreuung mit Pflegetipps sowie Instandhaltung zur Werterhaltung.

Swissness hoch im Kurs

 Bereits die Zulieferbetriebe von BODEWO unterscheiden sich von jenen der flächendeckenden Anbietern. In der Wertschöpfungskette setzt man verstärkt auf Schweizer Traditionsunternehmen und die vielgepriesene Swissness. Nicht zuletzt deshalb hat sich BODEWO in den vergangenen 10 Jahren am Markt als Qualitätslabel etabliert, das mit dem bekannten Rautensymbol für gleichbleibend hohe

Qualität, exklusive, trendorientierte Kollektionen und für ein Portfolio steht, das mittlerweile über 70 Eigenkollektionen umfasst.

Die Produktkonzepte reichen von Bodenbelägen (Teppich, Parkett, Design- und LVT-Belägen) über Beschattungen (Plissees, Rollos, Jalousien und Insektenschutz). Erlebbar sind alle Kollektionen online unter bodewo.ch oder in den eigenen Showrooms der BODEWO-Partner, die mit regelmässigen Kunden-Neuheitenapéros oder Aktivitäten in den digitalen und Printmedien sowie dem neuen Lifestyle-Magazin akzentuieren. Die Faszination für schöne Böden und Heimtextilien wecken.



AKZENTE PEOPLE

Vier Persönlichkeiten aus der Bodenbelags-Branche stellen sich vor und erzählen, was sie beruflich und privat gerade bewegt.

1 – AXEL RIESTER CEO Docu Media Schweiz GmbH

Wodurch haben Sie mit BODEWO zu tun?
Das reicht nun ca. 10 Jahre zurück zu meiner Zeit bei Forbo: Gemeinsam hatten wir mit Kilian Cathomas den Gedanken, Linoleum so zu vermarkten, dass die Verschmelzung von gezielter Beratung, materieller Nachhaltigkeit und handwerklicher Kompetenz der BODEWO-Partner für die Endkonsumenten erlebbar gemacht werden konnte. Damals entstand ein wunderbares Buch mit Linoleum-Cover und sehr emotionaler Bildsprache.

Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, was wäre das?

Ich würde gerne ein Segelschiff bauen: einen Nachbau des "Drachen", eines in den 1930er-Jahren ursprünglich gebauten Holzbootes, das sehr elegant und günstig herzustellen war und in den 1970ern als olympische Klasse segelte. Die Verbindung von Holz, eleganter Formgebung und funktionaler Effizienz finde ich ganz toll!



– 1

2 – BENNI LYSSER Geschäftsleiter, Leiter Technik und Oberexperte der Parkettverband ISP (Interessengemeinschaft der Schweizerischen Parkett-Industrie) und Mitglied von SWISS EXPERTS (Schweizerische Kammer der technischen und wissenschaftlichen Gerichtsexperten)

Haben Sie eine spannende Geschichte aus Ihrem Arbeitsalltag für uns?

Spannende Geschichten erlebe ich fast täglich. Nach dem Erstellen von bis heute



2 –



– 3

mehr als 2500 Expertisen könnte ich ein Buch schreiben. Aber vielleicht diese kleine Episode. In einem Mehrfamilienhaus sollte das Parkett in einer Wohnung im 6.OG kontrolliert werden. Nach dem Läuten vor der Wohnungstüre ertönt eine Frauenstimme und sagt: “Ja, ich weiss, dass Sie kommen. Ich muss jetzt meinen Mann anrufen. Er kommt dann nach Hause, um die Türe zu öffnen...!”

Wie und wo verbringen Sie am liebsten Ihre Freizeit?

2 bis 3 Wochen pro Jahr reise ich mit einem 205 PS starken Turbo-Hightech-Dreirad (Trike) durch Europa. Im vergangenen Jahr kamen so über 10'000 wunderschöne und erlebnisreiche Kilometer zusammen. Ich besitze 2 Oldtimerflugzeuge, mit denen ich mehrmals pro Jahr Akro-Displays (Akrobatik-Flugvorführungen) an verschiedenen Flugveranstaltungen fliegen darf. Dies erfordert viele und regelmässige Trainings. Pro Jahr verbringe ich so zwischen 100–150 Stunden reine Flugzeit in der Luft.

3 – MALCOLM SMART

**Geschäftsführer der Holzplatten AG,
Samstager**

Haben Sie eine spannende Geschichte aus Ihrem Arbeitsalltag für uns?

Während eines heftigen Herbststurmes hat eine Windbö einen Unterdruck erzeugt, der in unserer Parkett-Lagerhalle die neun Meter hohe Hallenwand zum Einsturz brachte. Wie durch ein Wunder wurde niemand verletzt. Das Inventar unseres Untermieters erlitt Totalschaden, was ihn zur Geschäftsaufgabe bewegte. Fortan nutzen wir den zusätzlichen Lagerteil selber und bewirtschaften nun über 3000 Quadratmeter Lagerfläche allein für Bodenbeläge.

Haben Sie eine Passion?

Als musischer Mensch liebe ich die Kultur. Ich besuche gerne und oft Galerien, Kunstausstellungen, Theater und Konzerte. Wenn ich die Zeit finde, lese ich leidenschaftlich gerne.

Wie und wo verbringen Sie am liebsten Ihre Freizeit?

Ich war jahrelang Sänger einer Pop-/Jazzband und über zwanzig Jahre Aktivmitglied der Theatergruppe Richterswil. Da auch ich ruhiger wurde, singe ich nur noch in einem Projektchor. Ich bin aber auch gerne in der Natur am Wandern oder Ski fahren.

4 – MARTIN THEWES

**General Manager Vertrieb und
Marketing für DACH bei Forbo
Flooring Systems**

Haben Sie eine spannende Geschichte aus Ihrem Arbeitsalltag für uns?

Eine so traditionelle Kategorie wie Linoleum auf die Bedürfnisse der Zukunft auszurichten, ist sehr spannend. Ab April werden wir “Natürliche Designbeläge” auf Basis Linoleum in den Markt einführen. Dieses Produkt ist eine Alternative zu den gängigen Designbelägen, besteht allerdings zu mehr als 85% aus natürlichen Rohstoffen, lassen Sie sich überraschen.

Was ist Ihre Passion?

Beruflich sind Bodenbeläge meine Passion, habe ich doch mein gesamtes bisheriges Berufsleben in dieser Branche verbracht. Privat ist Fussball eines meiner Hobbys. Dazu habe ich begonnen, Golf zu spielen, zu meinem Leidwesen allerdings bis dato nur mit mässigem Erfolg.

Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, was würden Sie sich im Moment wünschen?

Etwas mehr Objektivität und Gelassenheit in der aktuellen Flüchtlingsfrage. Ohne Frage ist dies eine grosse Herausforderung für Europa und ganz sicher Deutschland. Hier wünsche ich unserer Regierung die Kraft, die Herausforderungen im Sinne der Gesellschaft gut zu lösen.

4 –



Ferienwohnungen in Andermatt

Erleben Sie alpines Vergnügen auf hohem Niveau. Inmitten einer faszinierenden Bergkulisse entwickelt sich das Andermatt Swiss Alps Resort zu einem attraktiven Ferienziel. Andermatt bietet eine Fülle von Aktivitäten in der freien Natur während des ganzen Jahres. Der landschaftlich und spieltechnisch herausragende 18-Loch Golfplatz, spektakuläre Klettergebiete und zahlreiche Wanderwege und Biketrails bieten im Sommer alpines Vergnügen. Im Winter profitieren Schneebegeisterte von mehr als 120 schneesicheren Pistenkilometern in der SkiArena Andermatt-Sedrun und geniessen die unzähligen Möglichkeiten zum Langlaufen, Skitouren, Schneeschuhlaufen und Winterwandern. Für Feinschmecker locken urchige Dorfstaurants mit typisch lokalen Spezialitäten und Gourmetlokale mit internationalen Gerichten.

Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis

Erwerben Sie eine Ferienwohnung ab 395'000 Franken in den neuen Apartmenthäuser Wolf und Edelweiss und machen Sie Andermatt zu Ihrem zweiten Daheim. Die insgesamt 40 Apartments überzeugen durch ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis und einen hochwertigen Innenausbau, den Sie selbst mitbestimmen. Das durchdachte Konzept des Resorts beinhaltet eine gesamtheitliche Infrastruktur mit Geschäften und einem Sport- und Wellnesszentrum mit Hallenbad.

Baustart für die beiden Häuser ist im Frühling 2016, der Bezug erfolgt voraussichtlich im Winter 2017/18.

Jetzt Verkaufsunterlagen bestellen.
www.andermatt-wolf.ch

Kontakt

Verkaufsbüro Andermatt
Andermatt Swiss Alps AG
Gotthardstrasse 2
CH-6490 Andermatt

Telefon 041 888 77 99
realestate@andermatt-swissalps.ch

Verkaufsbüro Ebikon
SCHMID IMMOBILIEN AG
Neuhaltenring 1
CH-6030 Ebikon

Telefon 041 444 40 55
immobilien@schmid.lu



ANDERMATT 
SWISS ALPS

SCHMID
Ideen verwirklichen.



Die richtige Sockelwahl



Für mehr Design



Für mehr Natur



Für mehr Flexibilität

TISCA

Textile Passion

Mitten im Appenzell gründete einst ein mutiger junger Mann eines der ersten Textil-Recycling-Unternehmen. Dass er mit seinen “Fetzenteppichen” zum weltführenden Hersteller von vielen Raumlösungen wurde, verdankt er seinen visionären Ideen und seinen Nachkommen.

Text: Valeska Jansen

Wenn ein saudi-arabischer Scheich in seinem Privat-Jumbojet Golf spielen will, dann reist er ins Appenzell. Bei dem familiengeführten Unternehmen Tisca Tiara mit Hauptsitz in Bühler findet er den perfekten Belag für seinen Putting Green. “Eines Tages kam ein Scheich mit seinem ganzen Gefolge zu uns, um seinen Airbus mit einem Putting-Green-Rasen aus unserer Produktion ausstatten zu lassen. Das war dann leider nicht möglich, wegen der Brandklasse des Materials. Es ist schlichtweg nicht erlaubt, einen solchen Belag in Flugzeugen zu verarbeiten”, erinnert sich Andreas Tischhauser, Marketing-Verantwortlicher und Gründer-Enkelsohn von Tisca Tiara.



LINKS
Modernes Ambiente,
zu Hause oder im
Büro mit Tisca-Tiara-
Teppichen.

**LINKS**

Appenzeller Pferdewagen-Transport
Mitte des letzten Jahrhunderts.

MITTE

Grosse Farb- und Designvielfalt
dank modernster Technik.

RECHTS

Alte Musterbücher im Appenzeller
Firmenarchiv

Wie alles begann

Als sein Grossvater Anton Tischhauser-Eisenhut 1940 die Firma gründete, war er gerade einmal 26 Jahre alt. Sich der wirtschaftlichen Herausforderung durchaus bewusst, legte der junge Mann mitten in den Kriegswirren des Zweiten Weltkrieges den Grundstein des heute weltführenden Unternehmens im beschaulichen Appenzeller Dorf Gais. Die Materialbeschaffungsbedingungen waren äusserst ungünstig und so kam er auf die Idee, Flickenteppiche in Heimarbeit anfertigen zu lassen. „Mein Grossvater begann damit, alte Kleidung zu zerreißen und daraus handgewobene Teppiche, sogenannte Fetzentepiche, zu fertigen. Das war zurückblickend eigentlich eine der ersten Formen von Recycling“, erzählt Tischhauser. Das Geschäft lief so gut, dass Anton Tischhauser-Eisenhut schnell eine Stofffabrik aufkaufen konnte. Dieser Schritt legte den Grundstein für eine weltweite Einzigartigkeit, erklärt der Enkel: „Tisca Tiara gehört zu den wenigen Firmen, die Teppichbeläge



und Stoffe für textile Raumgestaltung in einer Hand produzieren. Das ist bis heute unser USP.“

Nach einem stetigen Wachstum kamen regelmässig innovative Verfahren hinzu. So setzte Tisca Tiara als eine der ersten europäischen Fabrikationsstätten auf den neuen Teppichherstellungstrend „Tufting“ aus den USA. Dank dieser Technik konnten nun auch dreidimensionale Teppiche angefertigt werden. Schnell wurde der ursprüngliche Standort in Gais zu klein, und ein Umzug ins rund 20 Kilometer entfernt liegende Urnäsch war notwendig. Hier gab es ausreichend Raum, um eine eigene Fabrikhalle für die Tufting-Teppichproduktion zu errichten.



Gesundes Wachstum

Die Entwicklung ging anhaltend weiter, und man übernahm zusätzlich noch eine alte Stickerei, spezialisiert auf Teppich-Sonderanfertigungen. Diese massgefertigten Teppichbeläge machten das Unternehmen schnell weltweit bekannt. „Wir stehen heute auf drei Standbeinen. Einmal mit unserem Tuftingwerk, in dem Teppichbeläge in grosser Fläche produziert werden, dann mit unserer eigenen Weberei, in der wir auf spezielle Designwünsche eingehen können, und zusätzlich mit unserer Stickerei, in der wir sozusagen Massanzüge in Form von Teppichen anfertigen können. Vier Slogans zeichnen Tisca Tiara bis heute aus: Qualität, Innovation, Service und Schnelligkeit“, erklärt Tischhauser stolz.

Neben den Bodenbelägen fertigt das Unternehmen in einer eigenen Stoffweberei im Appenzeller Ort Bühler Vorhänge, Möbelbezugsstoffe und Dekorationsstoffe für den Privat- und Objektbereich. „Im Transportwesen sind wir führend. Wir

statten Fluggesellschaften wie die Swiss aus und haben uns auch im Bereich Sportbodenbeläge einen Namen gemacht.

So stammt zum Beispiel der Kunstrasen auf den Übungsplätzen des Fussballclubs Arsenal London ebenfalls aus unserer Produktion“, sagt Tischhauser.

Bunte Grünflächen

Die neueste Innovation wurde vom Fussballkunstrasen inspiriert. Tisca Tiara ist der erste Konzern, der diese Form von Bodenbelag nun für den Heimbereich anbietet. Unter dem Namen „Appenzeller Rasen“ können Aussenbereiche wie Balkone oder Terrassen nicht nur im klassischen Grün, sondern in 12 weiteren Farbtönen, von Fuchsia über Rot bis zu leuchtendem Türkis, in Szene gesetzt werden. Die Idee kam von Andreas Tischhauser: „Irgendwann habe ich mir überlegt, warum Rasen eigentlich immer nur grün sein soll. In Kundengesprächen zeichnete sich ab, dass es entweder Anhänger oder absolute Gegner des grünen Kunstrasens gab.

Um auch die Gegner abzuholen, entwickelten wir diese umfangreiche Farbpalette. Ein riesiger Erfolg und die Erschliessung einer ganz neuen Zielgruppe.“ So wundert es nicht, dass Tisca Tiara bereits einige Innovationspreise, wie z. B. den Innovationspreis Architektur und Boden der AIT (Architektur-Fachzeitschriften AIT und xia Intelligente Architektur), gewonnen hat. Auch wenn der Firmenname vielleicht nicht jedem bekannt ist, Produkte von Tisca Tiara kennen die meisten Menschen: Als Textil-Ausstatter von SBB- und DB-Zügen, von diversen Flugzeugen bekannter Airlines wie Swiss, Emirates oder Etihad über Hotels wie das Dolder Grand in Zürich bis zu Kunstrasenbelägen diverser Schweizer Sportanlagen. Sogar in der Polizeizentrale in Hongkong liegen Teppiche aus dem Appenzell.

**LINKS**

Natürliche Akzente auf rustikalen Eichendielen, aus reiner Schafwolle.

**RECHTS OBEN**

Ein Teppich kann Highlights im modernen Ambiente setzen.

**RECHTS UNTEN**

Der Appenzeller Rasen in leuchtendem Fuchsia Farbton sorgt für einen fließenden Übergang von aussen nach innen.

“Die Möglichkeiten von Textilien weiterzuentwickeln und zu nutzen, um Räume zu Lebensräumen zu machen, das ist unsere Aufgabe.”

Andreas Tischhauser, Marketing Tisca Tiara



Positive Entwicklung

Die konjunkturschwachen letzten “Teppich-Jahre” konnte das Familienunternehmen mit weltweit 10 Standorten dank innovativer und visionärer Ideen gut umschiffen. Galten Teppichbeläge bis vor Kurzem noch als unhygienisch, sind sie durch rehabilitierende Studien, beispielsweise vom Deutschen Energie- und Asthmabund (DAAB), heute wieder voll im Trend. Denn ganz entgegen des ehemals schlechten Rufs weiss man heute, dass Teppiche das Raumklima sogar verbessern und dazu als Energiesparer dienen. “Ein mit Teppichboden ausgelegter Raum spart bei der Heiztemperatur bis zu drei Grad Celsius ein”, erklärt Tischhauser. Mit dem Gerücht, dass Teppichböden, z. B. in Hotelzimmern, Keimträger für Fusspilzkrankheiten seien, räumt der Jungunternehmer auf: “In den Köpfen der Leute herrscht leider noch immer die Meinung vor: Teppich ist gleich unhygienisch, doch das hat heute mit der Realität absolut nichts mehr zu tun. Es gibt heute antibakteriell ausgerüstete Teppich-

beläge. Und wenn jemand davon ausgeht, dass er sich auf einem Parkett- oder Fliesenboden nicht infizieren könnte, ist er auf dem Holzweg.”

Tatsächlich steuern Raumtextilien die Luftfeuchtigkeit, sie entziehen der Luft Staub und Bakterien, dämpfen Lärm und isolieren. Dazu sind sie angenehm zu berühren und verleihen Räumen mit ihren Farben ein Gesicht.

Auch wenn der saudi-arabische Scheich seinen privaten Jumbojet nicht mit einem Tisca-Tiara-Putting-Green ausstatten durfte, so findet sich das hochwertige Textilmaterial des Appenzeller Konzerns doch in beinahe allen Jumbojets der Welt wieder.



WSR & PARTNER

Versicherung Pensionskasse

BERATUNG

VERSICHERUNG

VORSORGE

Fünf Vorteile für Sie

persönlich

transparent **strategisch**

neutral **proaktiv**

www.wsrpartner.ch

OPTIMALER SCHUTZ VOR TROCKENER HEIZUNGSLUFT FÜR IHRE MÖBEL UND HOLZBÖDEN

MIT VENTAS LUFTBEFEUCHTUNG
DURCH LUFTWÄSCHE



ab Fr. 185,- (LW 15)

Weitere Infos und 14 Tage
kostenloser Test

☎ 041 781-1515

www.venta-luftwaescher.ch

venta
LUFTWÄSCHER
Das Original

Bronzezeit

Fussboden Coroa in Smoke
Espadrille-Sandale von Chloé

***Charactersache***

Fussboden Estrela in Snow
Plateau-Espadrilles von Robert Clergerie

***Antike***

Fussboden Estrela in Oak Rustic Grey
Sandalen von Ancient Greek Sandals

***Mustermann***

Fussboden Steinway in Oak Rustic Cream
Herren-Espadrilles von Gucci



FUSSNOTEN

Böden und Schuhe haben weit mehr Berührungspunkte als die rein physischen.

Ein Boden prägt den Raum, ein Schuh das Outfit. Dabei machen handwerkliches Können und Qualität aus blossen Notwendigkeiten begehrten Schmuckstücke. Beim Schuh wie beim Boden. Auch in Sachen Trend liegen Böden und Schuhe aktuell auf einer Linie: Edle Naturtöne, luxuriöse Oberflächen, ausdrucksvolle Strukturen und individueller Charakter verleihen den neuen Kreationen ihre besondere Note und machen sie zu absoluten Eyecatchern.

Bezugsquelle Böden: www.bodewo.ch

Bezugsquellen Schuhe: www.shoescribe.com

www.hugoboss.com · www.ferragamo.com

www.prada.com · www.gucci.com · www.fendi.com

Text: Isolde Burtscher

Riemenzug

Fussboden Steinway in Oak Elegant
Riemchen-Highheels von Fendi

**Kontrastbild**

Fussboden Triple in Granite Grey
Plateau-Sandale von Prada

**Feldversuch**

Fussboden Lagunas in Oak Snow Pearl
Plateau-Sandalette von Ferragamo

**Warmfront**

Fussboden Coroa in Shell
Keilsandale im Flechtlook von Stuart Weitzman

**Weissheit**

Fussboden Lagunas in Oak Snow White
Sandale mit Blockabsatz von Schutz

**Erdkunde**

Fussboden Ruidera in Oak Snow Shade
Espadrille-Loafer für Herren von Boss Orange



THE CHEDI

Die perfekte Kulisse



ABBILDUNG LINKS

Holz, Stein, Leder, Feuer und asiatische Designelemente zeichnen das Hotel Chedi Andermatt aus.

Als Sean Connery 1964 in seinem Aston Martin DB5 durch die Schweizer Schöllenen Schlucht Richtung Furkapass raste, hielt er kurz mitten im Zentrum des kleinen Dorfes Andermatt an. Auf der Jagd nach Goldfinger setzte er an der hiesigen Tankstelle Aurora, sein Bondgirl Tilly Masterson (Tania Mallet), ab.

Text: Valeska Jansen

Die Tankstelle gibt es so nicht mehr, ihre Zapfsäulen wurden vor zwei Jahren entfernt. Dafür steht nun, auch seit zwei Jahren, ein neues Luxushotel weiter vorne, direkt am Ortseingang. Unscheinbar fügt sich das erste europäische The Chedi Hotel der GHM Hotelkette (General Hotel Management Ltd.) in die alpine Landschaft ein.

Sonst im asiatischen Raum vertreten, wurde The Chedi Andermatt in der Schweiz landestypisch integriert. Chedi ist in Thailand ein Teil einer buddhistischen Tempelanlage. Es bedeutet übersetzt so viel wie Monument und ist ein Ort der Meditation.

Im Bergdorf Andermatt wurde dieser Ort der Meditation vor gut zwei Jahren eröffnet und mit vertikal angebrachten Holzbalken verkleidet. Ausgebleicht von Wind und Wetter, schimmert das Hauptgebäude mit klassischem Giebeldach wie ein übergroßes Schweizer Chalet in Silbergrau. Die Zufahrt verspricht mit einem gläsernen Eingang Modernität und

das Foyer überrascht mit luxuriösem Flair. Es ist dunkel, auf den ersten Blick. Im Inneren angekommen, offenbart sich dem Besucher allerdings dann die Intension des berühmten Hotel-Architekten Jean-Michel Gathy von Denniston Architects and Planners Ltd. in Kuala Lumpur: ein imposantes Spiel zwischen Farben, Materialien, Strukturen und Beleuchtung. Durch deckenhohe schmale Fenster flutet Tageslicht in die überwiegend fünf Meter hohen Räume.

Natürliche Materialien

Der erste Schritt zur Gemütlichkeit, gefolgt vom Interieur-Gesamtkonzept in alpinem Charme. Eichenholz und Belgischer Blaustein, auch belgischer Granit genannt, verleihen natürliche Bodenständigkeit. Das hauptsächlich aus Kalk bestehende belgische Gestein, oft mit fossilen Einschlüssen, ist besonders widerstandsfähig und auch sehr vielseitig im Innen- und Aussenbereich einsetzbar. Vor allem seine Strukturvielfalt fällt im The Chedi



Andermatt auf: poliert in Fliesenform, mit grober Oberflächenstruktur als Wandbelag, oder angeraut als Designelement. Dass Stararchitekt Gathy gerade diesen Stein als durchgängiges Designelement eingesetzt hat, scheint auf der Hand zu liegen, denn der in Kuala Lumpur lebende Gathy stammt ursprünglich aus Belgien. Zu seinen Glanzleistungen gehören auch das Amanyara Resort auf den Turks- und Caicosinseln, das Cheval Blanc Randheli Resort auf den Malediven, das Point Yamu by COMO Resort in Thailand und das The Chedi im Oman.

Gelungene Integration

Auffällig bei seiner Architektur ist, dass er eine ganz eigene und unverkennbare Handschrift hat und die Gabe, sich voll und

ganz auf landestypische Traditionen und Flairs der zu bebauenden Region einzulassen. So ist es ihm mitten in den Schweizer Alpen gelungen, einen Gebäudekomplex vollkommen unauffällig in die Landschaft zu integrieren. Die im Innenbereich eingesetzten asiatischen Elemente mit ihren klaren und geordneten Strukturen verbinden sich homogen mit den der Bergwelt nachempfundenen Naturelementen.

“Think big”, scheint im The Chedi Andermatt Gathys Auftrag gewesen zu sein. Die Lobby ist übergross, wenn sie durch jede Menge Nischen, Abtrennungen und Verwinkelungen auch geschickt verkleinert wirkt. Kein Grandhotel-Feeling, eher ein gemütliches Wohnzimmerflair kommt hier zum Tragen. Auch seine Idee, den ankommenden Gast nicht am meist

üblichen Rezeptionstisch zu begrüßen, sondern an einem 35 Meter langen Tresen, aus Belgischem Blaustein natürlich, gefällt den Gästen. “Der Gast soll nicht exponiert in der Lobby stehen. Hier ist er wie an einer Bar vor neugierigen Blicken sitzender Gäste bewahrt”, erklärte Gathy jüngst in einem Interview.

Feuer als Markenzeichen

Besonders ein Element begleitet den Reisenden überall: das freistehende Cheminée. Ob in der Lobby, auf dem Zimmer oder in der Suite. Er ist überall zentrales und vor allem gemütliches Designelement. “An den Wochenenden haben wir bis zu 300 Besucher, die das The Chedi wie ein Museum besichtigen wollen”, erklärt Yves Blatt, General Manager seit einem Jahr im The Chedi Andermatt. Blatt leitete vorher das Grand Park Hotel in Gstaad und weiss die Vorzüge eines neuen Hotelkonzeptes zu schätzen. “Heute ist es nicht mehr zeitgemäss, dass fünf Kellner um einen Tisch stehen. Bei uns ist die Servicequalität unaufdringlich und zurückgenommen, ohne dass es an grosser Aufmerksamkeit mangelt”, sagt der drahtige Romand stolz. Blatt ist allgegenwärtig. Er grüsst hier und hält einen Smalltalk da. Seine Philosophie erklärt er so: “Ich will immer ansprechbar für alle meine Gäste sein. Ich bin überall! Oft suche ich auch das Gespräch, denn Verbesserungsvorschläge, Lob und Kritik können so an Ort und Stelle besprochen werden.”

LINKS

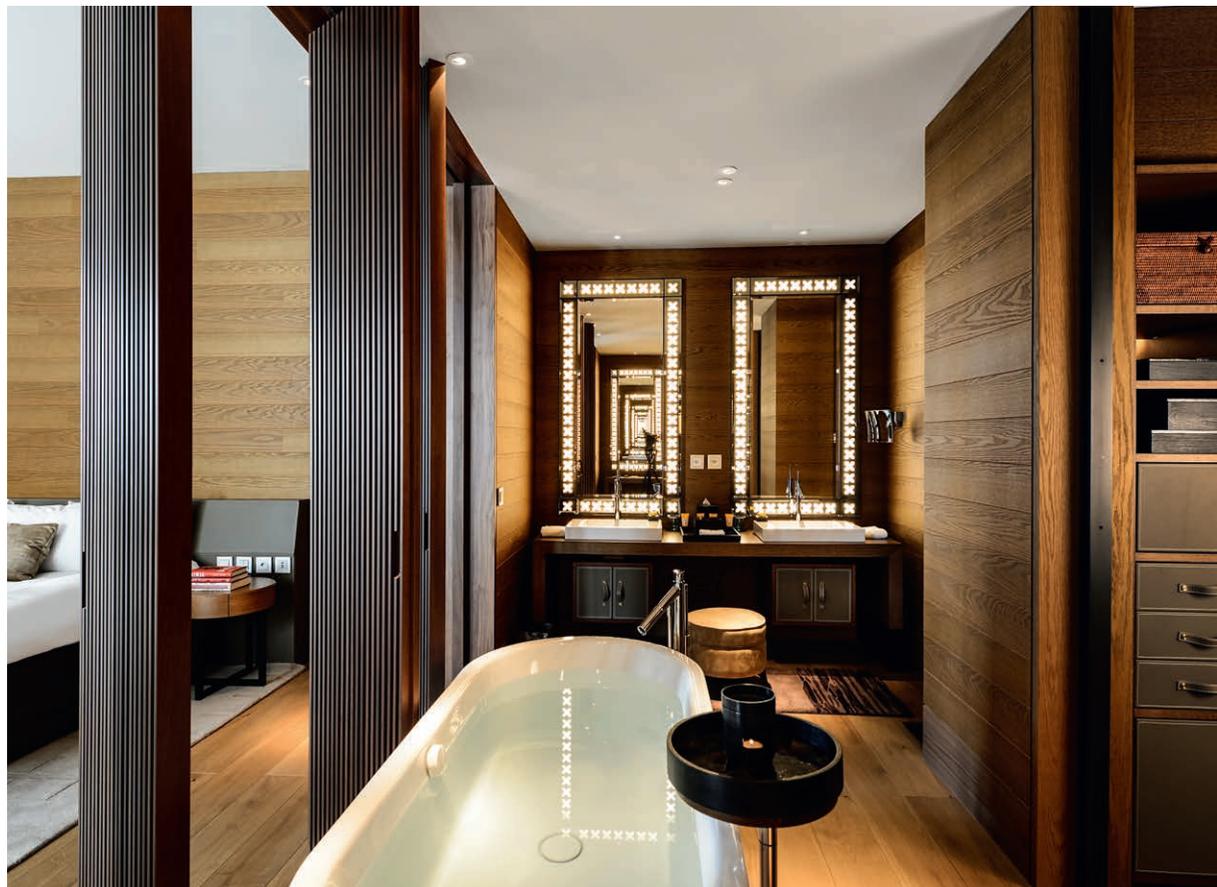
Ein spezielles Lichtkonzept lässt die Aussenfassade im Dunkeln erstrahlen.

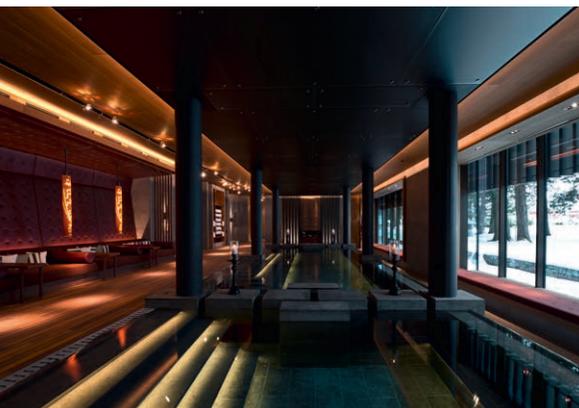
RECHTS OBEN

Auf Loungebetten lässt sich der Afternoon Tea geniessen.

RECHTS UNTEN

Ein weiteres Markenzeichen, die freistehende ovale Badewanne, steht in jedem Badezimmer.





Grosszügiges Konzept

Nicht nur Foyer und Lobby sind überdimensional gross, auch die einfachste Zimmerkategorie “Deluxe” beeindruckt mit einer ungewöhnlichen Grösse von bis zu 54 Quadratmetern. Aus einem Kingsize-Bett mit weichen Pillow-Top-Bettwaren von Hästens hat der Gast Blick auf die Berge oder das Dorf. Eichenholz, Leder und Belgischer Blaustein verströmen gleichzeitig Behaglichkeit und asiatische Geradlinigkeit. Etwas privilegierter liegen die gleich grossen Grand-Deluxe-Zimmer im Obergeschoss und bieten von dort eine noch weitere Aussicht.

Auch die vier Junior-Deluxe-Suiten zeigen nicht an Raum. 90 Quadratmeter Luxus lassen den Blick durch grosse Panoramafenster westlich auf das Urserental oder östlich auf den Nätschen gleiten. Rund um das Cheminée sorgen, ebenso wie in den Deluxe-Zimmern, Eichenholz und Naturstein für ein alpines Ambiente.

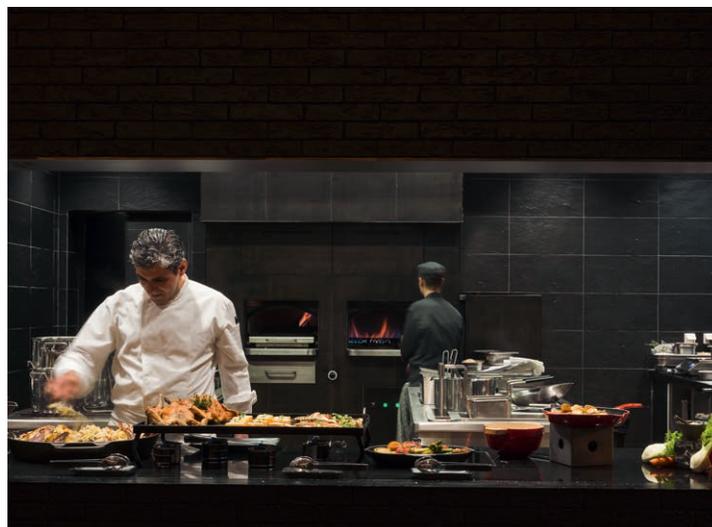
Für Familien geeignet sind die Grand-Deluxe-Suiten mit 190 Quadratmetern und zwei Kingsize-Betten. Bis zu sechs Personen finden hier ausreichend Raum, denn zwei Extrabetten können problemlos zugefügt werden.

Highlight aller Kategorien ist die 330 Quadratmeter grosse Furka-Suite. Drei Schlafzimmer auf zwei Etagen, ein grosses Esszimmer mit eigener Küche und im Obergeschoss ein persönlicher Spabereich mit Dampfbad, Sauna und Whirlpool bieten ausreichend Raum für Privat-

sphäre. Butlerdienst natürlich inklusive. Ein besonderes Highlight sind die von Stararchitekt Gathy entworfene gewölbte Holzdecke und der Panoramablick auf das Gotthardmassiv und den Furkapass, der dieser Luxussuite auch seinen Namen verliehen hat.

Schöne Auszeit

Von allen Zimmern oder Suiten im Hauptgebäude gewährt ein direkter Lift “unsichtbaren” Zugang aus dem ersten Stock in den 2400 Quadratmeter grossen Spa. Hier überrascht ein anderes Farbkonzept, denn im Gegensatz zu den gedämpften Farbtönen im gesamten Gebäudekomplex dominieren helle Kolorierungen. Cremefarbener Naturstein an Wänden und Böden, in rauer und glatter Struktur, sorgt in Kombination mit hellem Holz für eine freundliche Abwechslung. In 10 Therapieräumen werden täglich von 9 bis 20 Uhr kosmetische Behandlungen angeboten. Nach fernöstlicher Philosophie und traditioneller asiatischer Heilkunst können sich die Gäste hier verwöhnen lassen. Produkte der Marke ila, REN und Alpienne, die eigens mit Alpenkräutern für den The Chedi Spa entwickelt wurden, Bio-Sauna, finnische Sauna, Dampfbad, Warm- und Kaltwasserbecken, Hammam, Eisbrunnen und Blütenbäder runden das exklusive Angebot ab. Für Schwimmer eignet sich der 35 Meter lange Pool mit Glasüberdachung. Gleich im Anschluss geht es nach draussen, in einen 12 Meter langen beheizten Aussenpool.



Asiatisch europäische Fusion-Küche

Für das leibliche Wohl sorgt das grosszügige The Restaurant unter dem Motto “East meets West” mit gleich vier offenen Show-Küchen. Besonders eindrücklich ist hier ein vorgelagerter gläserner “Käseturm”. In ihm lagern heimische und internationale Käsespezialitäten bei optimalen Raumklima. Bis unter die hohe Decke reichen sich in dem Glaskubus die grossen, runden Käselaike.

Wer die authentische japanische Küche liebt, hat mittwochs bis sonntags die Möglichkeit, Sushi, Sashimi oder Tempura im typisch japanisch eingerichteten The Japanese Restaurant zu speisen.

Hätte es das The Chedi Andermatt vor 50 Jahren schon gegeben, wäre James Bond wahrscheinlich nicht nur an der Dorftankstelle Aurora verharret. Im alpinen Luxusresort liesse sich so manche schwelgerische und spektakuläre Filmszene drehen.

LINKS OBEN

Rezeption mit gemütlicher Bar-Atmosphäre und Swarovski-Kristall-Leuchtern.

LINKS UNTEN

Auch für Schwimmer geeignet, der 35 Meter lange Innenpool.

OBEN LINKS

Leder und Holz dominieren im The Restaurant.

OBEN RECHTS

Eine der insgesamt vier Show-Küchen bieten den Gästen Einblick in die gehobene Küche von The Restaurant



THE CHEDI ANDERMATT als Kapitalanlage

Das Hotel Chedi Andermatt gehört zur Andermatt-Swiss-Alps-Gruppe. Hier können Interessenten, meist Kapital anlegende Investoren, eine Residenz in Andermatt kaufen. Auch im Hotel selber stehen Wohnungen zum Kauf zur Verfügung. Die Auswahl besteht aus Deluxe- und Grand-Deluxe-Zimmern und aus Junior-Deluxe-Suiten. Marco Sieber, Verwaltungsrat der Firma Siga mit zwei Standorten im Kanton Luzern, gehört solch eine Residenz im Hotel Chedi Andermatt.

Herr Sieber, wie kam es dazu, dass Sie sich eine Wohnung in Andermatt gekauft haben?

Uns gefallen vor allem die geografischen Gegebenheiten in und um Andermatt sehr gut. Als wir dann gehört haben, dass Samih Sawiris dort etwas bauen lassen will, haben wir sein Projekt erst einmal beobachtet. Später sind wir dann nach Andermatt gefahren und haben uns zuerst Wohnungen von Swiss Alps auf einem Plateau bei Andermatt zeigen lassen und uns danach auch noch die Apartments im Hotel Chedi Andermatt angeguckt. Bei diesen hat uns dann der dazugehörige Hotelser-vice überzeugt. Dazu kommt auch die Nähe

zum Ort. Man ist sehr schnell zu Fuss in den Dorfkern gelaufen, mit all seinen Geschäften und Restaurants.

Sehen Sie Ihren Kauf als Investment?

Natürlich. Es gibt einen internationalen Immobilienmarkt für solche Objekte und dort hat das Chedi auf jeden Fall einen ausgezeichneten Ruf. Das Chedi Andermatt Resort kommt aus einer Hand und ist aus einem Guss. Was wir dabei besonders vorteilhaft finden, ist, dass man damit nicht nur die Architektur vorbestimmt, sondern auch die Qualität der Bauten, und nicht zu vergessen die Vielzahl an Angeboten. Andermatt liegt zudem sehr hoch und ist

dadurch bedingt auch schneesicher, was man heutzutage ja nicht mehr von vielen Skigebieten behaupten kann.

Und zu guter Letzt, das Chedi hat natürlich eine sehr schöne Ausstrahlung mit grossem Charme. Wir sind fest davon überzeugt, dass, wenn das ganze Projekt fertiggestellt ist, die Immobilienpreise steigen werden.

Nutzen Sie Ihre Wohnung ausschliesslich selber, oder vermieten Sie sie auch unter?

Meine Familie nutzt sie ausschliesslich selber. Ab und zu kommen auch Freunde, das ist aber eher selten der Fall.



War Ihre Wohnung bereits fixfertig eingerichtet, oder konnten Sie auch noch selber mitbestimmen?

Wir haben uns dazu eine Musterwohnung angeschaut, die uns vom Stil bereits sehr gut gefallen hat, und haben aber auch die bestehende Möglichkeit der Individualisierung genutzt, wie zum Beispiel eine kleine Küche zusätzlich einbauen zu lassen. Auch ein paar Farben des Interieurs haben wir verändert.

Was geniessen Sie bei Ihren Aufenthalten in Andermatt am meisten?

Das ist schwer zu beantworten, denn uns gefällt sehr vieles besonders gut. Wir ge-

niessen es immer ausserordentlich, wenn wir in das Hotel hineingehen, ab diesem Moment wissen wir, dass wir sehr viele Anbotsmöglichkeiten haben. Vom Spa über den Pool, die Bar, an der man Menschen trifft. Aber auch das Dorf selber gefällt uns sehr. Dort verändert sich gerade sehr viel, gute Geschäfte eröffnen, genau wie tolle Restaurants. Für uns stimmt es einfach rundum.

Seit wann haben Sie die Wohnung und wie viel Zeit verbringen Sie dort?

Seit eineinhalb Jahren nun. Meine Frau und ich sind sicher bis zu sieben Mal im Jahr dort. Dann nutzen die Wohnung auch

OBEN

Geschmackvolles Ambiente mit Eichen- und Walnussholz, kombiniert mit Kuhfellen und asiatischen Accessoires.

NÄCHSTE SEITE

Alle Balkone bieten grosszügigen Raum für entspannende Momente.



gerne meine Kinder. Also insgesamt sind wir sicher 15 Mal dort.

Sind Sie öfter im Winter oder im Sommer dort?

Das ist ziemlich ausgeglichen. Im Winter vielleicht minimal öfter, wobei das Tal auch wunderschön im Sommer zum Wandern geeignet ist, genau wie das Gotthardmassiv. Meist fahren wir ganz spontan nach Andermatt. Wenn bei uns das Wetter schlecht ist, wissen wir, dass es dort schön sein kann und selbst wenn nicht, dann nutzen wir eben alle Hotelkomfort Möglichkeiten. Wir geniessen das Spa, gehen schwimmen und lassen uns das Frühstück mit dem Roomservice bringen.

Haben Sie als Residenz-Besitzer Vergünstigungen beim Hotelservice?

Wir erhalten 20 Prozent Rabatt auf das gesamte Serviceangebot des Hotels. Dazu gehören Speisen, Getränke und auch Spa-Behandlungen. Das Spa selber und ein Skiservice sind kostenlos. Auch im Dorf bekommen wir mit unserer silbernen Owner-Karte in ausgewählten Restaurants und Geschäften Prozente.

Haben Sie andere Investoren kennengelernt?

Ja. Man trifft sich an der Bar, oder man läuft sich im Hotel über den Weg und dann tauscht man sich aus. Alle sind ehrlich rundum zufrieden mit ihrer Investition.

Sie kommen ja aus der Baubranche. Hat man da einen anderen Blick auf Wohnobjekte?

Auf jeden Fall. Ich sehe natürlich sofort, wie etwas gebaut und verarbeitet wurde. Dabei ist mir beim Chedi natürlich als Erstes die Architektur ins Auge gefallen. Diese ist für so eine grosse Hotelanlage schon sehr aussergewöhnlich. Die ausgewählten Materialien sind herausragend und von bester Qualität. Die Kombination von Holz, Glas und Stein ist einfach wunderschön.

Befindet sich in Ihrem Apartment auch das Chedi-Andermatt-Wahrzeichen, der freistehende Kamin?

Ja, und den nutzen wir immer. Erstens ist er schön anzusehen und er verleiht auch augenblicklich eine behagliche Wärme.

Was bedeutet Luxus für Sie?

Die Freiheit der Entscheidung. Spontan zu entscheiden, es sich im Chedi gut gehen zu lassen. Wenn ich dort bin, einfach zu beschliessen, in die Zigarrenlounge zu gehen und eine gute Zigarre zu rauchen.

Können Sie sich vorstellen, dass es irgendwann langweilig werden könnte, immer an denselben Ort zu fahren?

(Lacht) Das habe ich mich schon gefragt. Aber eigentlich nicht, denn man muss ja nicht dorthin fahren. Wir kommen ja nur ins Chedi, wenn wir Lust dazu haben und diese Momente geniessen wir dann auch immer. Wir können ja kommen und gehen, wie wir wollen.

Nutzen Sie auch den speziellen Ski-Butler-Service des Hotels?

Oh ja! Der ist ganz fantastisch. Als ich letztes Mal in Andermatt mit meiner Frau war, kamen wir erst gegen 20 Uhr dort an und hatten geplant, am nächsten Morgen bereits sehr früh Skilaufen zu gehen. Ich habe noch am selben Abend einen speziellen breiten Ski für Tiefschnee für mich und meine Frau bestellt. Am nächsten Morgen war alles parat. Die Skier waren eingerichtet und der Skipass war vorbereitet. Man wird dann mit der Limousine zum Lift gefahren und wenn man vor der letzten Abfahrt den Chedi-Service anruft, dann wartet bereits der Fahrer unten, um einen ins Hotel zu bringen.

Sie sind rundum begeistert?

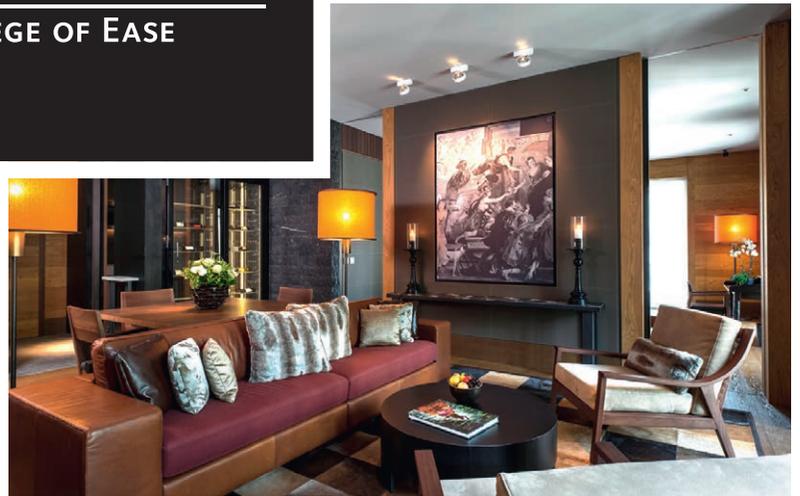
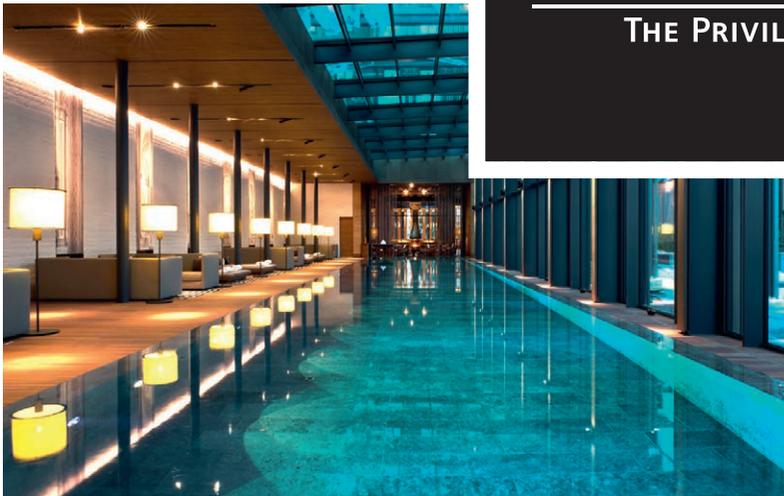
Absolut! Es stimmt wirklich alles. Und es geht gar nicht nur um mein Apartment und das Chedi, es ist auch das Dorf selber. Dort herrscht eine positive Aufbruchsstimmung. Bei jedem Besuch entdecken wir neue Lokaltäten. Wenn dann bald auch alle Skilifte fertig gebaut sind, haben wir hier oben ein super Skigebiet.





THE CHEDI RESIDENCES ANDERMATT

THE PRIVILEGE OF EASE



Werden Sie Besitzer einer Residenz im The Chedi Andermatt

- Die Residenzen innerhalb des 5-Sterne Deluxe Hotels The Chedi Andermatt im Design des preisgekrönten Architekten Jean-Michel Gathy sind perfekt konzipiert und luxuriös ausgestattet und bieten von 95 m² bis 240 m² Wohnfläche.
- Penthouse Residenzen im The Chedi Andermatt mit 189 m² bis 616 m² Wohnfläche werden ohne Ausbau mit der Möglichkeit angeboten, den Innenausbau, die Aufteilung und die Einrichtung individuell zu gestalten.
- Es bestehen keine Beschränkungen für den Erwerb von Stockwerkeigentum durch ausländische Käufer oder die Nutzung der Immobilie als Zweitwohnung.
- Leistungen wie die Mitgliedschaft im privaten Spa, Tiefgaragenstellplatz mit Valet Service, Ski-Butler, Concierge oder das Golf-Spielrecht für Andermatt sind inklusive.
- Eigentümer haben die Option, am Vermietungsprogramm des Hotels teilzunehmen.

Für weitere Informationen oder einen Besichtigungstermin kontaktieren Sie bitte:
+41 (0)41 888 06 06 | welcome@thechedi-residences.ch | www.thechedi-anderlatt.com

THE CHEDI
RESIDENCES
ANDERMATT, SWITZERLAND



GANZ LINKS: TAPETE
 "SUNRISE" von JAB Anstötz
 LINKS: WOODEN DOLL DOG
 von Alexander Girard für Vitra



KUNSTFELLKISSENHÜLLEN
 SNOW RABBIT UND YUKONWOLF,
 KUNSTFELLPLAID SNOW RABBIT
 beides von Winter Home

THE CHEDI Style

Heimweh oder Fernweh? Ganz nah oder weit weg? Beides! muss die Antwort lauten, denn Alpines und Exotisches gehen nicht nur im The Chedi Andermatt eine wunderbare Symbiose ein. Das Farbkonzept in Naturtönen und grafischem Schwarz-Weiss sorgt für die richtige Balance zwischen Wärme und Klarheit, welche Seele und Geist inspiriert und in Einklang bringt.

RAUMDUFT IN APOTHEKERFLASCHE
 MIT HANDGEDRECHSELTEM
 HOLZZAPFEN von Feuerstein Essentials



GEDRECHSELTE NUSSBAUMHOCKER
 von Charles und Ray Eames für Vitra



ALP, BUCH VON TOM DAUER UND
 SOPHIA GREIFF mit Fotos von Olaf Unverzart,
 Verlag: Prestel

KISSEN MIT FOTOPRINT
 von Juniqe



BEZUGSQUELLEN
www.feuerstein-essentials.ch
www.jab.de
www.juniqe.ch
www.randomhouse.de
www.vitra.com
www.winter-home.com



SMITH & SMITH
Wine Company

Smith and Smith Ltd.
Allmendstrasse 92 8041 Zürich
Telefon 044 481 09 09

Online Shop: smithandsmith.ch/shop



ELEMENTOS

Unsere neue TEPPICHkollektion
(Modul von 25x100 cm)

Notre nouvelle collection TAPIS
(module de 25x100 cm)

Showroom Biel-Bienne

Längfeldweg 116
2504 Biel-Bienne
Tel. +41 (0)32 345 12 12
Fax +41 (0)32 345 12 14
cube@bienna.com

Showroom Renens

Route de Cossonay 172
1020 Renens
Tel. +41 (0)21 691 37 45
Fax +41 (0)21 691 37 47
showroom-vd@bienna.com

Showroom Volketswil

Industriestrasse 18
8604 Volketswil
Tel. +41 (0)44 809 90 90
Fax +41 (0)44 809 90 99
bauarena@bienna.com

Showroom Zürich

Hardturmstrasse 101
8005 Zürich
Tel. +41 (0)44 440 44 90
Fax +41 (0)44 440 44 94
showroom-zh@bienna.com

Fast wie Ferien

Text: Beatrice Schönhaus

Ein lauer Sommerabend, pastellfarbener Sonnenuntergang, ein paar Freunde am Tisch, die Familie, eine grosse Feuerschale aus Metall, ein Barbecue. Oder ein romantisches Dinner mit Kerzen oder Laternen, nur für den/die Liebste(n): Das sind Momente zum Geniessen – sei es auf dem Balkon oder im eigenen Garten.





Mit ein paar formschönen Möbeln und Accessoires kann man sich eine Sommeroase für die ganze Familie einrichten. Dabei gehen die Trends einher mit der Mode, die ihrerseits wiederum von gesellschaftlichen Strömungen, Bedürfnissen, aber auch Inputs aus der Industrie und global arbeitenden Trendscouts wie etwa Li Edelkoort inspiriert wird.

Da gibt es einerseits die puristische und abstrakte Richtung, mit einem Farbmix aus Ecu, Braun und Schwarz. Das passt gut zu den etwas grafisch orientierten Menschen. Verspieltere mögen Buntes, ein bisschen wie in den mediterranen Ländern wie Italien oder Griechenland, mit leuchtendem Meerblau, Rot und Sonnengelb. Das verströmt Leichtigkeit und Lebenslust.

Zum schönen Ambiente kommen die kulinarischen Genüsse: Auf den Grill kommt natürlich eine gute Wurst oder Fleisch, viel knackiges Gemüse wie Peperoni, Auberginen, Zucchini. Und Früchte wie Pfirsiche, Bananen oder Äpfel. Wer mag, kauft sich ein inspirierendes Kochbuch, etwa von Jamie Oliver oder Yotam Ottolenghi.

Wichtig für die Outdoor-Oase ist aber auch die ganz pragmatische, praktische Seite: Wie ist der Boden, auf dem man so genüsslich verweilt oder spielt? Hält er was aus, wie pflegt man ihn, wie fühlt er sich barfuss an? Was passiert, wenn einem das Grillgut mal zu Boden fällt, gibts dann etwa einen bleibenden Fettfleck?

Hier kann der Fachmann am besten beraten, zum Beispiel Luciano Oggier von Deco+. „Ein Terrassenboden aus Holz muss immer geschliffen sein. Und am besten mit einem sogenannten Aussenöl behandelt. Etwa eins von www.proffwoodcare.ch. Dann gibts garantiert keine Splitter und man kann getrost barfuss laufen – was ja dieses Feriengefühl so perfekt vermittelt.“

Terrassenböden aus Holz sind der Trend schlechthin. Vor allem im Moment sehr angesagt ist dunkles Holz. Luciano Oggier erinnert sich an eine 3000 Quadratmeter grosse Terrasse aus brasilianischem Ipé-Holz als absolutes Highlight. „Das wirkte enorm grosszügig und sehr wohnlich“, sagt er.

Holzböden verbinden Pflanzen und (Obst-)Bäume auf natürliche Weise, ein bisschen so wie in den poetischen Gärten Englands. Das gilt sowohl für einen zierlichen Balkon wie für eine grosse Terrasse. Ein solcher Boden eignet sich für die Mietwohnung genauso wie für persönliches Wohneigentum. Der Preis ist fair und eine gute Investition in die Lebensqualität. Denn eine Terrasse ist wie ein zusätzliches Zimmer, wie eine kleine persönliche Ferieninsel.

Bei den Holzarten hat man eine grosse Auswahl: Mag mans gern klassisch-cool, eignet sich Teak perfekt. Je nach Geschmack und Pflege lässt man es mit der Zeit hellgrau-natürlich werden, oder man arbeitet mit dem erwähnten Aussenöl, um den Boden nachhaltig zu schützen und

Terrassenböden aus Holz sind der Trend schlechthin. Vor allem im Moment sehr angesagt ist dunkles Holz.

zu pflegen. Das Öl verhindert auch das Wachsen von Pilzen oder Moos. Und sorgt dafür, dass der Terrassenboden lange Zeit schön bleibt. Wird er stark beansprucht, kann man ihn zu einem vernünftigen Preis vom Profi auffrischen lassen.

Betreffend Verschraubungsarten der Böden gibts die sichtbare und die unsichtbare Art. Im Ganzen über 50 Methoden – auch da hilft der Fachmann. Wichtig ist, dass der Abstand zwischen den einzelnen Brettern etwa 5 mm beträgt, damit die Luft gut zirkulieren kann und die Feuchtigkeit sich nicht staut. Und dass der Unterbau, also die Grundlage, fachmännisch gemacht wurde.

Bevorzugt man beim Holz die gerade sehr aktuelle rustikale Richtung, passen einheimische Arten wie Kiefer, Kastanie,



Zedernholz ist sehr dekorativ, wenn man von einem mediterranen Outdoor-Bereich träumt, mit Terracotta-Töpfen und Orangen-, Zitrus- oder Olivenbäumen. So, wie in den letzten Ferien in Italien ... Che bello!

Lärche oder die trendige Fichte, in der Fachsprache Acoya-Holz genannt. Diese Fichte ist im Moment äussert angesagt und lässt sich farblich nach Wunsch anpassen.

Zedernholz ist sehr dekorativ, wenn man von einem mediterranen Outdoor-Bereich träumt, mit Terracotta-Töpfen und Orangen-, Zitrus- oder Olivenbäumen. So, wie in den letzten Ferien in Italien ... Che bello!

Für asiatisches oder puristisches Flair sorgen (zertifizierte) Tropenhölzer. Vom Preis her liegt das feinporige Tropenholz etwas höher als einheimische Holzarten: Hier unbedingt eine Offerte beim Fachmann einholen.

Terrassenböden aus Holz sind deshalb so nachhaltig-schön und sinnlich, weil sie sich mit dem Wetter verändern. An einem heissen Hochsommertag wirken sie

anders, duften anders, fühlen sich unter den nackten Füßen anders an, als wenn es langsam Herbst wird, kühl ist, Nebel hat. Bei Regen wirkt die Holzterrasse nochmal anders. Ein solcher Boden lebt sozusagen mit einem und passt sich auch stilmässig immer wieder an. Neue Gartenmöbel, Deko oder Pflanzen schaffen ein anderes Ambiente, der Holzboden bleibt als lebendige und stilvolle Basis für Lebensfreude, Genuss und Feriengefühl. Und trägt damit einen wesentlichen Teil zur Lebensqualität bei.



MIT WISSENSCHAFT GEGEN DIE SCHWERKRAFT.

NEU



EINE NEUE GENERATION DES LIFTINGS MIT LS POWER V TECHNOLOGY.™

FÜNF (V)
WIRKUNGEN
FÜR JÜNGER
AUSSEHENDE
HAUT:

- I ERHÖHT DIE FEUCHTIGKEIT AUF DER HAUT
- II REDUZIERT OPTISCH FALTEN
- III UNTERSTÜTZT DAS NATÜRLICHE KOLLAGEN DER HAUT
- IV MODELLIERT DIE KONTUREN
- V VERBESSERT DAS ERSCHEINUNGSBILD DER HAUT

HIGH TECH. HIGH PERFORMANCE. SKINCARE FOR MEN. ONLY.™

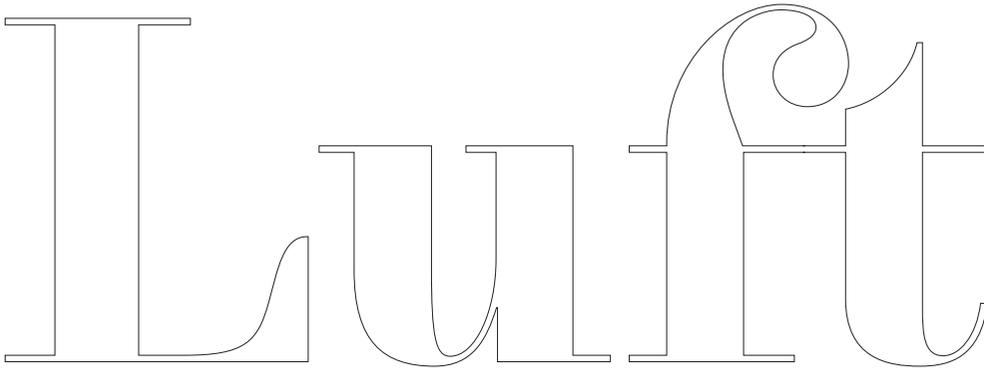
Connect with us:



labseries.com

LAB
SERIES
SKINCARE FOR MEN

MACHEN SIE SICH (SAUBERE)



Was Simone Thomalla und Nigel Kennedy gemeinsam haben und warum auch die Luft gewaschen sein will.

Text: Isolde Burtscher

Haben Sie den Frühlingsputz erledigt und lehnen sich gerade zufrieden zurück? Was, wenn wir Ihnen sagen, dass Sie etwas vergessen haben? Etwas Wesentliches, das grossen Raum in Ihrem Zuhause und Ihrem Leben einnimmt? Pah!, werden Sie jetzt abwinken. Was könnte das schon sein?

Es geht um die Luft, die Sie atmen. Sie, Ihre Familie, Ihre Haustiere, sogar Ihre Zimmerpflanzen. Wie wichtig Luft zum Atmen

ist, weiss jedes Kind. Dass die Qualität der Luft, besonders in den Städten, immer stärker durch Feinpartikel belastet wird, ist längst auch kein Geheimnis mehr. Doch gilt das ja für die Luft "da draussen" und nicht für die eigenen vier Wände.

Falsch! Ungebetene Gäste wie Viren, Staub und Bakterien kennen keine Privatsphäre und tummeln sich mit Vorliebe in trockener Wohnungsluft. Gleiches gilt für Pollen, was Allergiker mit geschwellenen Augen, Juckreiz und Schlafstörungen quittieren. So weit die schlechten Nachrichten.

Na prima, werden Sie jetzt vielleicht denken, und was soll ich dagegen tun? Soll ich etwa die Luft waschen? Ja, ganz genau! Nur müssen Sie das nicht selbst tun. Leh-





LUFTWÄSCHER VON VENTA – DAS ORIGINAL

Der Venta LW15 ist bestens geeignet für Räume bis zu 20 m² bei einem maximalen Stromverbrauch von 4 Watt.

nen Sie sich getrost zurück und atmen Sie tief durch, während ein kleiner patenter Luftwäscher das für Sie übernimmt.

Und das ist die gute Nachricht: Kleiner, leiser und energiesparender als jede Waschmaschine und jeder Geschirrspüler wäscht der Venta-Luftwäscher die Raumluft. Dabei entgeht ihm weder Grobes wie Staub und Tierhaare noch winzigste Geruchspartikel oder Krankheitserreger. Selbst kleinste Teilchen bis 0,3 Mikrometer – das sind drei Zehntausendstel Millimeter, dagegen ist ein Katzenhaar Godzilla! – werden im Wasser gebunden.

Richtig. Im Wasser! Das ist nämlich das Geniale am Venta-System: Statt mit Filtermatten, die mit der Zeit einen unangenehmen Geruch verströmen können, dient hier

Wasser als natürlicher Filter. Schlechte Luft wird durch einen im Wasser rotierenden Plattenstapel geleitet und gereinigt. Dieses Prinzip der Kaltverdunstung sorgt zudem automatisch für eine optimale Luftfeuchtigkeit von 45 bis 55% und verhindert die Bildung von Kalkniederschlag. Überfeuchtung ist somit ausgeschlossen.

35 Jahre nach seiner Erfindung durch den deutschen Flugzeugbau-Ingenieur Alfred Hitzler hat sich der Venta-Luftwäscher weltweit über 2,5 Millionen Mal verkauft. Der Luftwäscher, den es wahlweise in Anthrazit oder Weiss gibt, findet sich in Arztpraxen und im Zuhause gesundheitsbewusster Kunden.

Bei Schauspielerin Simone Thomalla steht einer im Schlafzimmer. Tenor José

Carreras pflegt damit seine Stimme. Bei seinen Musikerkollegen, dem Violinvirtuosen Nigel Kennedy und dem Pianisten Alfred Brendel, schützt er die kostbaren Instrumente. Denn auch für Hölzer schafft der Venta-Luftwäscher ein perfektes Klima. Ist die Luftfeuchtigkeit zu gering, trocknet Holz aus, kann sich verziehen oder rissig werden.

In einer Venta-gewaschenen Umgebung entspannen also nicht nur Sie, Ihre Familie und Ihre Haustiere, sondern Möbel und Böden gleich mit.





LINKS

CALVIA Parkett klick

Bezeichnung: oak adaja

Eiche Landhausdielen 15 mm

Rustikal, geräuchert,

gebürstet, oxidativ weiss geölt

BODENDESIGN

Sinnlichkeit trifft auf Raffinesse

Ein schöner Boden ist ein Stück Lebensqualität. Entdecken Sie am Beispiel enia, welche Materialien, Farben und Strukturen gerade im Trend sind und wie sie sich zu einem wohnlichen Ganzen und den unterschiedlichsten Raumwelten kombinieren lassen.

Hektisch, wechselhaft und kompetitiv ist der Alltag um uns herum. In urbanen Zonen kommt man am Morgen mit dem Coffee to go (im Pappbecher) ins Büro, hat kaum Zeit für einen schnellen Lunch, kämpft sich durch die vielschichtigen Aufgaben des Daily Business, holt kurz Luft, um dann gleich wieder weiterzumachen. Nach dem Arbeiten trifft man sich vielleicht noch mit Freunden oder Kunden in der Lieblingsbar, freut sich dann aber irgendwann auf sein Zuhause, die "Entschleunigungs-Oase", in

Text: Beatrice Schönhaus

der man im persönlich gestalteten Umfeld runterfahren und bei einem genüsslichen Glas Wein, einem Relax-Bad oder beim Fernsehen die Seele baumeln lassen kann!

Für den Wohlfühl-Modus zu Hause spielt es keine Rolle, welchem der neuen grossen Wohntrends man folgt. Sei es der dekorative Retro-Trend aus dem New York der 60er-Jahre mit satt gepolsterten Sesseln in sanften Farbverläufen, vielen Pastelltönen und verschieden strukturierten Oberflä-





LINKS

CALAIS & CASSIS Designbeläge

Bezeichnung: oak snow pearl

Materialstärken 2,5 und 4,2 mm klick

chen. Oder der avantgardistische Look mit Bronze- und andern Metall-Objekten, der Modemutigen so gut gefällt. Zu entdecken etwa im brandneuen New Yorker Hotel The Ludlow¹, mit Riemenböden, Leder, Samt und viel Liebe zum Detail.

Die meisten von uns dürften jedoch einer Art Bohemian Style frönen, gespickt mit Erbstücken und Sachen, die einem im Lauf der Zeit ans Herz gewachsen sind, und die man ab und zu durch etwas Neues, Freches ergänzt. Als Inspiration kann hier das neue Hotel Grand Amour² in Paris dienen. Oder eine gut gemachte Wohnzeitschrift, wie Architectural Digest, Schöner Wohnen oder eben auch akzente.

Und nun kommt der Bodenbelag ins Spiel! Eine Art Leinwand, die alles bestmöglich zur Geltung bringt. Die nachhaltig und komfortabel sein soll, damit sie Ver-

änderungen und neuen Bedürfnissen stets standhält. Denn ein Boden ist nicht ganz so schnell ausgewechselt wie eine Lampe oder ein Kissen. Deshalb spielt neben gründlicher Überlegung die Beratung durch einen guten Fachmann eine zentrale Rolle. Soll der Boden klassisch uni oder dekorativ gemasert sein, die Oberflächenstruktur eher rustikal oder diskret? Ist er pflegeleicht oder benötigt man spezielle Maschinen oder Pflegemittel?

Ingo Seemayer, Geschäftsführer des Schweizer Traditionsunternehmens enia³, sieht das so: "Damit man lange Freude an seinem Boden hat, lohnen sich ein paar Überlegungen im Vorfeld: Will ich Vinyl? Will ich Kork? Oder vielleicht doch lieber ein Echtholz-Parkett? Im Objektbereich dominiert momentan Eichenparkett. Bei den Privaten liegen weiss geölte Böden

mit einem leicht skandinavischen Look im Trend. Der absolute Renner aber ist der sogenannte Landhausstil, den mögen die Schweizer besonders.“ enias Erfolgsgeheimnis? Innovation und Schweizer Know-how – insbesondere bei neuartigen Oberflächen, die ausschliesslich in der Schweiz entwickelt werden. Ein klarer Wettbewerbsvorteil, der in zweistelligen Zuwachsraten in einem stark umkämpften Markt resultiert.

“Unsere Kollektionen sind massgeschneidert für den deutschsprachigen Markt. Deshalb greift das Konzept so gut“, freut sich Ingo Seemayer. Viele der Eigenentwicklungen bei den Dekoren punkten mit Alleinstellungsmerkmalen, wie zum Beispiel einer speziellen Synchronpore oder einer attraktiven Mehrstaboptik sägerau bei Designbelägen – beides sind enia Innovationen am Bodenbelagsmarkt. Exklusiv-Verträge mit namhaften Produzenten und eigene Mitarbeiter in den Produktionsstätten stellen die Qualität der enia-Beläge, die sich im Premiumsegment positionieren, sicher.

Speziell ist auch, dass enia die verschiedenen Designbelags-Kollektionen jeweils gleich in mehreren Belagsstärken anbietet. Der Fachmann berät dann individuell und findet somit immer die passende Lösung für jeden Einsatzbereich. “Unser Geheimrezept ist, dass wir uns nicht auf den

UNTEN

CORDOBA Parkett
Bezeichnung: oak tajo
Eiche Landhausdielen 15 mm
Rustikal, geräuchert,
handgebürstet, weiss geölt

RECHTS

NANTES & NIMES
Designbeläge
Bezeichnung: oak dark
Landhausdielenoptik
Materialstärken 2,5 und
4,2 mm klick

Und nun kommt der Bodenbelag ins Spiel! Eine Art Leinwand, die alles bestmöglich zur Geltung bringt.

bisherigen Erfolgen ausruhen. Sondern in enger Partnerschaft mit den Handwerkern arbeiten, ihnen zuhören und einen regen Austausch pflegen. So wissen wir, was an der Front gebraucht wird und welche Kollektionen sich Konsumenten wünschen.“

Das klappt so gut, weil enia als mittelständisches Unternehmen mit flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen äusserst flexibel auf Kundenwünsche reagieren kann und zudem mit einer starken Vertriebsmannschaft extrem kundenfreundlich und vor allem äusserst praxisorientiert ist.





Eigene Lager in der Schweiz und Deutschland machen sogar einen 24-Stunden-Service möglich. Dies gilt nicht nur für alle enia-Produkte, sondern für Musterbestellungen gleichermaßen. Anhand unserer Musterkollektionen kann der Kunde zu Hause in Ruhe den Bodenbelag zu verschiedenen Tageszeiten auf sich wirken lassen. Oder er wird mit einem genialen Tool gleich zu seinem eigenen Innendekorateur: Ganz spielerisch visualisiert der Room Designer unter enia-flooring.ch die Wirkung der unterschiedlichen Böden anhand von Beispielen mit individuell einstellbaren Wandfarben. „Auch unsere Broschüren sind so klar strukturiert, dass Handwerker und Kunde den Vorteil eines Bodens und die Argumente dafür oder dagegen ganz schnell erkennen.“ Schlau, finden wir.

Die Produktlinien tragen so klingende Namen wie CALAIS und CASSIS, übrigens die zwei Favoriten des Geschäftsführers aus dem enia-Designbelags-Portfolio.

„Persönlich hab ich mich für einen eher rustikalen Parkettboden entschieden, da wir in einem alten Bauernhaus wohnen. Der Möbelmix ist dann eine kontrastreiche Mischung aus Alt und Neu. Ganz individuell eben“, verrät Ingo Seemayer.

Ist die Wahl für einen bestimmten Boden einmal getroffen, ist der Wunschboden dank hoher Lieferfähigkeit schnell beim Kunden. Nach der sorgfältigen und professionellen Verlegung durch einen Fachmann steht dem Einrichtungsvergnügen nichts mehr im Wege und die ganz persönlichen Möbel, Dekosachen und lieb gewordenen Kleinigkeiten können auf dem neuen Boden arrangiert werden.

Vielleicht ergänzt durch ein neues Sofa in den trendy Pastellfarben Rosé oder Hellblau. Oder man wartet noch etwas damit und peppt das alte Sofa erst mal mit einer neuen, grobgestrickten Tagesdecke auf. Fehlen nur noch ein paar Kerzen, Musik, etwas Fantasie und ein paar nette Menschen – fertig ist der neue Wohnraum.

- 1 www.ludlowhotel.com
- 2 www.hotellamourparis.fr
- 3 www.enia-flooring.com



GESCHMACKSACHE

Holz

Holz oder nicht Holz? Ein Koch und ein Weinhändler beantworten die Geschmacksfrage und erklären, warum Holz derzeit eher in den Backofen als in die Weinflasche gehört.

Das mit den Fässern war so nicht gedacht. Eigentlich, erzählt Markus Lichtenstein, Geschäftsführer des Zürcher Weinhandels Smith & Smith, sollten aus den Eichenwäldern des Limousin Kriegsschiffe werden. Weil der Krieg aber schneller vorbei war, als die Eichen gross genug, musste ein Plan B her. Also wurden die Limousin-Eichen zu Weinfässern, auf Französisch Barriques genannt.

Das ist heute noch so. Der Löwenanteil der Eichen, aus denen in Frankreich Barriquefässer werden, stammt aus den Wäldern des Limousin. Auch Schweizer Küfer verarbeiten die französischen Trauben- und Stieleichen. Von einem französischen Monopol zu sprechen, wäre jedoch falsch, so Markus Lichtenstein: “Mittler-

Text: Isolde Burtscher

weile sucht man auch beim Wein immer mehr die Regionalität. Das bedeutet, dass man ebenso mit slowenischem oder österreichischem Holz arbeitet. Ein deutscher Winzer, den ich kenne, hat mir einmal gesagt: ‘Ich habe das Glück, dass ich einen grossen Eichenwald geerbt habe.’ Der hat sein Eichenholz in die österreichischen Alpen geschafft und hat es dort fünf Jahre in Sonne und Schnee liegengelassen, um den Holzgeschmack wegzukriegen.”

Wie bitte? Der Holzgeschmack soll weg? “Ja, das ist ein ganz entscheidender Punkt: Man tut Weine nicht primär ins Holz, um ihnen einen Holzgeschmack zu geben. Was dort stattfindet, ist eine Mikrooxidation. Das Holz hat Poren, und dadurch atmet der Wein. Durch die dosierte Zufuhr



von Sauerstoff mikrooxidiert er. So wird der Wein stabiler, in Farbe und Aromatik. Deshalb kommen nur Weine ins Fass, die eine gewisse Lagerkapazität haben. Einen Zürcher Landwein beispielsweise trinkt man im gleichen Jahr, der kommt nicht ins Fass.“

Wenn es also nicht in erster Linie der Geschmack ist – was unterscheidet die Eichen aus dem Limousin von anderen Eichen? Auf die Porendichte kommt es an, erklärt Markus Lichtenstein: “Dadurch dosiert man die Mikrooxidation. Die grossen, traditionellen Riojas beispielsweise werden extrem lange im Holzfass gelassen, Gran Reservas bis zu fünf Jahren. Da braucht man feinkörnige Hölzer, und ein amerikanisches Eichenholz ist dichter. Würde er in französischem Holz eingelagert, wäre der Wein zu sehr durchoxidiert.“ Aber was ist denn nun mit dem Geschmack? Ist Holzaroma völlig out? “Das ist eine Philosophiefrage. Starke Holzaromen überdecken oft die Frucht eines Weines, klassisches Beispiel dafür sind amerikanische Chardonnays. Um die Mikro-

oxidation zwar herzuführen, das Holzaroma jedoch zu reduzieren, arbeiten manche Leute nur mit gebrauchten Fässern. Denn junge Fässer geben bei Erstbelegung viel mehr Holzaroma ab. Auch ersetzt man Holz immer mehr durch andere luftdurchlässige Materialien. Man hat entdeckt, dass Tongefässe, also Amphoren, die Mikrooxidation auch bringen können. Oder Zement. Auch zentrifugiertes, luftdurchlässiges Plastik habe ich schon gesehen.“

Das heisst, für die Eichenwälder des Limousin muss bald wieder ein Plan B her? Möglich, so scheint es, wenn man Markus Lichtenstein zuhört: “Es gibt die Tendenz weg vom Holz.“ Schuld sind die veränderten Lebensumstände und die Ungeduld heutiger Weintrinker. “Die Holzaromatik prägt verschiedene Weine unterschiedlich. Einen Chardonnay oder einen Schweizer Pinot Noir prägt sie stark. Das baut sich mit der Zeit aber ab. Das Rauchig-Speckige, das die Fruchtreife übertönt, ist in den ersten zwei, drei, vier Jahren noch da.

Nach fünf Jahren bekommt der Wein dann eine schöne Balance. Die Tendenz ist heute jedoch, dass wir alle Weine jünger trinken und nicht mehr die Geduld haben, sie fünf Jahre zu lagern. Wir planen weniger, leben spontan, haben auch meist keine Keller mehr und kleinere Wohnungen.“

Hat sich mit den Lebensumständen auch der Geschmack der Menschen verändert? “Allgemein gehts ein bisschen weg vom Holz, vor allem im Geschmack. Man will die Traube und ihre Aromen möglichst unverfälscht in der Flasche haben. Es gibt aber auch Weinmacher, die an der Tradition festhalten. Die sagen: Ich mache das, was mein Grossvater schon gemacht hat und halte das hoch. Jeder Winzer und auch jeder Konsument hat eine Idee vom Wein, der ihm schmeckt. Darüber, was schmeckt, kann man nicht streiten. Darüber, was gut ist, schon.“



Foto links und Porträt rechts: Tobias Stalder

Oder darüber, was kulinarisch Sinn macht. Für Valentin Diem, kochenden Autodidakt und Gründer der Zürcher Catering-Unternehmung ValeFritz, ist die Antwort klar: Holz. "Holz ist etwas sehr Vielfältiges, eine Thematik, die auf verschiedenen sensorischen Ebenen wahrgenommen wird und bei den meisten Leuten starke Gefühle auslöst. Es ist ein unerschöpfliches Gebiet, das noch nicht richtig erforscht ist und kulinarisch Sinn macht. Nicht irgend so ein Blödsinn."

Die Initialidee war ein Pop-up-Projekt namens Wood Food. "Das war ein Pop-up-Restaurant, mit 2000 Gästen über einen Monat. Wir wollten einen grossen Raum

mit einem Feuer in der Mitte, wo alles zubereitet wird. Dann haben wir die Bude richtig zugeräuchert. Man hat's 500 Meter entfernt noch gerochen und war nachher selbst auch geräuchert." Er grinst. "Das war mal die erste Idee. Uns wurde aber schnell bewusst, dass das eine von vielen Dimensionen ist. Schon beim Wood Food haben wir uns nicht nur dem Grillieren gewidmet. Wir haben mit Kohle gekocht, mit Asche, haben Dinge aromatisiert, zum Beispiel mit Süssholz oder Bitterholz."

Wo kommen diese Ideen her? "Ich lese viel, rede mit vielen Leuten und bin ein fantasievoller Mensch. Man muss bewusst sein, rumlaufen, den Alltag schätzen, an

Dingen riechen, sie anfassen. Dann kommt man schnell auf viele Ideen." Beisst man da auch schon mal ins Holz? "Ja, das auch. Man fasst es an, riecht daran, schmeckt es und zündet es an. Man liest darüber, weiss, dass gewisse Hölzer zum Beispiel mehr Harz haben als andere. Einige haben Teereinlagerungen, andere weniger. Gewisse Hölzer stinken. Weisstanne beispielsweise kann man nicht kochen, weil sie einfach stinkt."

Wie wählt man angesichts der Vielfalt an Hölzern und Einsatzmöglichkeiten aus? "Die Verfügbarkeit ist schon mal entscheidend. Buche findet man hierzulande überall. Erle, Birke und Tanne auch. Will man



spezielle Tannen, wirds schon schwieriger. Viele Hölzer kann man auch in der Apotheke kaufen. Oder in Esoterikläden. Es ist immer ein bisschen eine Schatzsuche.”

Eine Schatzsuche, die in der Schweiz stattfindet? “Für die lokalen Hölzer sicher. Zum Teil werden auch nicht lokale Hölzer in der Schweiz angebaut. Wie eines der für mich schönsten Hölzer, die Douglastanne, auch Douglasie oder blaue Tanne genannt. Die ist nicht heimisch. Sie wird gezüchtet, weil sie der teuerste Weihnachtsbaum ist.” Was also macht ein Valentin Diem mit so einem Weihnachtsbaum? “Vor allem veraschen. Das ist die beste Methode. Eine Douglasie hat einen ganz besonderen Geschmack. Exotisch, nach Passionsfrucht und Grapefruit. Sehr spannend.” Asche ist also nicht gleich Asche? “Nein! Eine Latschenkiefer zum Beispiel hat etwas sehr Aldehydisches. Eine Zypresse ist würzig. Dazu kommen die Emotionen. Gewisse Hölzer wirken eckig, andere warm oder rund. Wie man einen Wein mit Holz abrundet oder strukturiert, kann man das auch mit Gerichten machen.”

Ätherisches Öl, Hydrolat, Holzessig, Asche, Kohle... bei Valentin Diem kommt Holz in sämtlichen Aggregatzuständen

zum Einsatz. Und von allen Teilen des Baumes. “Ein Baum schmeckt nicht überall gleich. Der Kern ist anders als die Rinde, und dazwischen gibts wieder andere Schichten. Das ist wie Haut, Fleisch und Knochen.”

Zur Veranschaulichung gewährt er einen Blick auf sein neuestes Projekt: Wood Food wird zum Buch, welches diesen Herbst im AT Verlag erscheint. Einige der Rezepte sind bereits zu starken, atmosphärischen Bildern geworden, die Valentin Diem auf seinem Laptop zeigt: “Rettichpickles, mit Zypresse aromatisiert. Grillierte Artischocken und eine Paste mit Kiefer, einem sehr aromatischen Nadelbaum. Erbsen, blanchiert und mit Piniennadeln und Piniensholz aromatisiert. Ich serviere das als Fingerfood, mit Salz, wie Edamame. Hier habe ich etwas ganz Simples gemacht: Arvenholz-Karamellköpfler. Die Arve ist momentan mein Lieblingsholz. Die ist recht einfach zu kochen. Der Geschmack ist fettlöslich, ideal mit Milch oder Rahm. Hier ist eine Flusskrebssommé, mit Lärchenessig abgeschmeckt. Das gibt eine zusätzliche Dimension. Sehr komplex, wunderschön. Das sind verkohlte Douglas-

siennadeln. Die kann man im Mörser zu einem Pulver mahlen. Wahnsinn, wie die schmecken! Tannennadeln kann man bei 300 Grad in den Ofen tun und nachher einfach abstreifen.” Moment mal, bei Valentin Diem kommen Tannenäste in den Backofen? “Ja klar. Mit der Tannennadel-Asche mache ich zum Beispiel Pastateig.”

Das macht neugierig. Wie sieht ein Catering von ValeFritz aus? “Meine Caterings sind alternativ, ohne esoterisch zu sein. Meine Kunden sind die Mutigen. Ich schlage auch bei sehr exklusiven Events manchmal Dinge vor, die kein anderer vorschlagen würde: Lammherzen, Innereien allgemein oder ein praktisch vegetarisches Menü. Ich schätze die lokalen Produkte sehr und verwende selten klassische Luxusprodukte aus der französischen Küche. Die meisten Leute finden es faszinierend, wenn ich einen zwei Meter langen Wels heissräuchere. Dann kommt der auch noch aus dem Greifensee!”

Für akzente.-Leser, die sich selbst am Kochen mit Holz versuchen wollen, und als Appetizer für sein Buch stellt Valentin Diem zwei Rezepte aus “Wood Food” vorab zur Verfügung: Die Arvenholz-Karamellköpfler und die Erbsen mit Piniennadeln und -holz, verspricht er, seien wirklich leicht nachzukochen.

OBEN LINKS

Markus Lichtenstein
www.smithandsmith.ch

OBEN RECHTS

Valentin Diem
www.valefritz.ch



Fotos: Lukas Lienhard

GRILLIERTE ERBSEN MIT PINIENNADELN

**400 g frische Erbsen, aus den Schoten
gelöst**
**Salzwasser mit einem Schuss
Weissweinessig**
Piniennadeln
Salz

Die Erbsen im Salzwasser blanchieren. Abgiessen und im Eiswasser abschrecken. Erneut abgiessen und im Metallsieb abtropfen lassen. Ein sehr heisses Feuer, am besten mit Pinienholz, erzeugen und die Erbsen im Metallsieb direkt über die Stichflamme halten. Mit den Piniennadeln zusätzliche Flamme erzeugen. Die Erbsen so lange anbrennen, bis diese Farbe angenommen haben.

ARVENHOLZ-KARAMELLKÖPFLI

Für 6 Personen

100 g Zucker
4 dl Wasser
550 g Milch
1 Vanillestängel, das Mark ausgekratzt
**3 Kapseln grüner Kardamom,
angeknackst**
3 Kaffeebohnen, stark geröstet
½ cm frisches Lorbeerblatt
3 EL Arvenholz
1 Ei, 70 g
5 Eigelb
80 g Zucker
1 Prise Salz
Wasser, 80 °C warm

1. Ein Küchentuch in eine ofenfeste Form legen und darauf geeignete Förmchen platzieren. Den Ofen auf 140 °C vorheizen. Zucker mit etwas Wasser in einer Kasserolle langsam karamellisieren. Sobald ein schöner, dunkler Karamell entstanden ist, die Pfanne vom Herd nehmen und mit dem restlichen Wasser ablöschen. Zu einem Sirup einkochen und in die Förmchen verteilen.

2. Die Milch mit der Vanille, dem Kardamom, den Kaffeebohnen, dem Lorbeer und dem Arvenholz in einer Stielkasserolle aufkochen und vom Herd ziehen. 4 Stunden im Kühlschrank ziehen lassen und dann erneut aufkochen. Ei und Eigelb, Zucker und Salz in einer Schüssel mit dem Schwingbesen nicht schaumig verrühren. Die aromatisierte Milch unter ständigem Rühren dazugiessen. Durch ein Haarsieb in einen grossen Massbecher oder einen Sossenportionierer passieren. Gleichmässig auf die Förmchen verteilen und diese mit Alufolie bedecken.

3. Das Wasser um die Förmchen giesen, bis diese zu $\frac{2}{3}$ mit Wasser ummantelt sind. Dann die Karamellköpfl im Ofen für etwa 30 Minuten stocken lassen. Aus dem Ofen nehmen und im Kühlschrank vollständig auskühlen lassen.



cabana

DER BESSERE BODEN · LE MEILLEUR SOL

*Ihr Kompetenzzentrum
für Bodengestaltung*

Ausstellungen in Herisau | Affoltern am Albis | Morges
www.cabana.ch

cabana AG · St. Gallerstrasse 32 · CH-9101 Herisau · Tel. 071 353 0 353 · Fax 071 353 0 360



Wir sind Bodenprofis –
kein Möbelhaus!

idfx.ch

parkettgalerie.ch

Parkettgalerie Samstagern
Weberrütistrasse 10, 8833 Samstagern
044 786 90 60

Parkettgalerie Schlieren
Badenerstrasse 5, 8952 Schlieren
044 786 58 30

RECHTS
Clifford Lilley im grünen
Zimmer



NACHMITTAGSTEE im grünen Zimmer

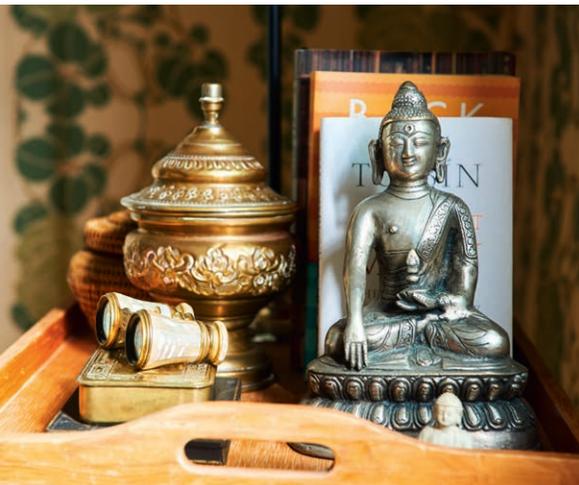
Er ist Imageberater, Stilfachmann, Moderator und gern gesehener Gast an glanzvollen Anlässen. Für akzente. gibt Clifford Lilley selbst den Gastgeber und lädt zur Teestunde in sein Zuhause am Zürichsee. Bei Aprikosenkuchen und Earl Grey plaudert er über Blumen, Bilder und Bügelwäsche.

Text: Isolde Burtscher

Fotografie: Alfonso Smith

Imposant und ein bisschen schrullig steht sie da mit ihren gotischen Erkern und Kaminen. Wer durch das schmiedeeiserne Tor zur Villa Egli tritt, vergisst für einen Moment den gleich nebenan liegenden Zürichsee und fühlt sich auf einen englischen Landsitz versetzt. Der Eindruck bleibt bestehen, als Clifford Lilley mit einem herzlichen "Welcome!" die Haustür öffnet.

Bevor es zum Tee und in die oberen Stockwerke geht, gibt es eine kleine Führung durchs Erdgeschoss, in dem sich neben Clifford Lillleys Büro auch das Herzstück des Hauses befindet: der über zwei Geschosse reichende Saal. Er beherbergt



eine Ballettschule und hat schon wesentlich bessere Zeiten gesehen. Davon erzählen prächtige Schnitzereien und ein Kamin, der sich beinahe schüchtern hinter pompösen, tempelartigen Marmorsäulen und einem opulenten Fries versteckt. Steinernen Putten scheinen das Geschehen im Saal zu beobachten. Heute langweilen sie sich. Es sind Schulferien, die Ballettstunden fallen aus.

Auf dem grossen Fenster an der Stirnseite fliegen Bleiglas-Fledermäuse auf und steuern ihren Teil zur Exzentriz des Saales bei. An der Wand gegenüber, breit eingerahmt von kunstvoll geschnitztem und gedrechseltem Holz ist – nichts! Unwillkürlich fragt man sich, wessen Porträt wohl einst hier gehangen hat und was damit geschah. In den Fünfzigerjahren, erzählt Clifford Lilley, habe es einigen Bewohnern der Villa dem Vernehmen nach an Respekt vor dem Interieur gefehlt und diese hätten verschwinden lassen, was sich demontieren liess.

“Diese Tür führt zu einem Wintergarten, der aber nur als Abstellraum genutzt wird”, erzählt Clifford Lilley gerade. “Das macht mich verrückt. Aber es ist ja nicht mein Haus. Ich lebe hier nur, weil die Stadt es mir erlaubt.” Seit mehr als 35 Jahren ist er in der Villa Egli zu Hause. In einer Art WG, mit acht weiteren Bewohnern. Stets temporär, denn die Besitzerin, die Stadt Zürich, ist auf der Suche nach einem Käufer für das denkmalgeschützte Haus am See. “Sie reparieren, was kaputtgeht. Sonst

wissen sie aber nicht, was sie mit diesem Haus – sie nennen es Objekt – machen sollen. Für uns Bewohner ist das gut.” Pläne für eine andere Nutzung gab es immer wieder. Das chinesische Konsulat wollte einziehen. Die Leute im Quartier stellten sich quer. Ein Boutiquehotel sollte entstehen. Daraus wurde aus Kostengründen nichts.

Zurück im Treppenhaus, gähnen dem Besucher wieder leere Rahmen entgegen, durch die nichts als nacktes Mauerwerk zu sehen ist. Die herrschaftliche Treppe führt in den ersten Stock. Von dort führt eine steilere, schmale Treppe zur Etage, wo Clifford sein “grünes Zimmer” hat, aus dem klassische Musik und der betörende Duft von Lilien dringen. “Sind die nicht herrlich? Die hat Susanne mir heute mitgegeben.” Jeden Freitag kauft Clifford nicht weit von der Villa, im Blumengeschäft von Susanne Wismer, frische Blumen für diesen Raum. “Es ist kostspielig, das Geld aber absolut wert. Man würde es ja auch sonst irgendwie ausgeben. Für Schmuck oder Antiquitäten... Ich gebe das Geld für Blumen aus.”

Heute steht neben dem silbernerahmten Bild seiner Mutter ein grosser Strauss weisser Lilien und Orchideen. Sie scheinen mit den dunkelgrünen Ranken und den dicken, hellgrünen Rosen der Blumentape zu wetteifern, der das grüne Zimmer seinen Namen verdankt. Sie läuft über sämtliche Wände und die Türen der Einbauschränke. Nur Fenster und Tür des kleinen Balkons bleiben blütenfrei.



LINKE SEITE OBEN
 Jeden Freitag kauft Clifford
 Lilley frische Blumen

LINKE SEITE UNTEN
 Persönliche Erinnerungsstücke

LINKS
 Sammelstücke: die Bilder-
 galerie im Flur

Clifford Lilley ist Südafrikaner und kommt aus Simonstown, einer kleinen Stadt unweit von Kapstadt. Er ist noch nicht lange von seiner alljährlichen Reise in die Heimat zurück, wo er seine Mutter und alte Freunde besucht hat. Nach Südafrika zurückzukommen, erzählt er, sei, wie einen verflissenen Geliebten wiederzusehen, für den man immer noch Gefühle hegt. Aufregend, jedes Mal aufs Neue. Die Liebe war es auch, die ihn damals in die Schweiz brachte. Die Liebe ging, Clifford Lilley blieb.

Die Villa am See entdeckte er bei einem Spaziergang. "Als ich das Haus zum ersten Mal sah, dachte ich: was für ein fantastisches Gebäude. Da möchte ich wohnen!" Erst einmal schrieb er sich jedoch in der Ballettschule ein, die schon damals im Parterre beheimatet war. "Mir gefiel die Vorstellung von mir als Tänzer. Ich war aber nie ein professioneller Tänzer. Ich bin

Schauspieler. In Kapstadt habe ich eine Schauspielschule absolviert. Das hat mir mein Leben lang geholfen und tut es bis heute, wenn ich vor Publikum stehe oder Fernsehclips drehe."

Als er 1980 erfuhr, dass ein Zimmer in der Villa frei sei, zog er ein. Der Umzug ging schnell vonstatten. "Ich hatte nicht viel. Ein, zwei Koffer und ein paar Sachen in einer Kiste, die für mich persönlich einen Wert haben." Er holt zwei Blechdosen von einem kleinen Beistelltisch und öffnet die dünne Schachtel, auf deren Deckel ein Schiff abgebildet ist. "Mein Vater war auf diesem Minensuchschiff, einem kleinen Ding, so gross wie ein Fischerboot." Vorsichtig sondieren seine Finger den Inhalt. "Briefe von meiner Mutter ... Medaillen aus dem Krieg..."

Die zweite Dose ist messingfarben und stammt aus dem Ersten Weltkrieg. Weihnachten 1914 ist in den Deckel geprägt.

"Die gehörte einem guten Freund meines Vaters, Mister Costick. Albert, glaube ich. Sie nannten ihn Bertie Costick. Jeder Soldat bekam so eine von Princess Mary." In der Box liegt eine Karte mit einem Foto der Prinzessin: Happy Christmas and a Victorious New Year. "Letztes Jahr kam im Fernsehen etwas zum Ersten Weltkrieg. Da habe ich Boxen genau wie diese gesehen und dachte: Oh mein Gott, das ist meine Box! Stell dir vor: über 100 Jahre alt!"

Ob er etwas sammle. "Kleider. Ich sammle Kleider, Schuhe, Schals und Tücher." Nur manchmal, wenn er eines Teils total überdrüssig sei, trenne er sich davon. "Das ist wie eine Beziehung, mit der man fertig ist. Die meisten Sachen bewahre ich aber auf. Sie sind wie alte Freunde, ich hänge an ihnen." Ebenso, fügt er an, gehe es ihm mit Büchern und Bildern.

Wie er es trotzdem geschafft habe, über 35 Jahre am selben Ort zu wohnen,

ohne allzu viel anzuhäufen? “Mir war immer bewusst, dass dies eine temporäre Wohnsituation ist. Das hat mich davor bewahrt, viel zu kaufen. Ich lebe ein bisschen wie ein Zigeuner, wie ein Bohemien. Man kauft etwas auf dem Flohmarkt, Leute geben einem Sachen oder lassen sie hier. Wir haben überall Dinge, die nicht uns gehören und von denen niemand mehr weiss, wer sie hiergelassen hat.” Er lacht und fügt an: “Ich bin sehr dankbar, dass ich immer noch hier wohnen darf. Ich liebe alte Häuser. Wo immer ich hingehe, sehe ich mir alte Häuser an. Vor einer Reise lese ich über den Ort, den ich besuchen werde, und finde heraus, welche Häuser man dort besichtigen kann.”

Bücher liest Clifford Lilley abends im grünen Zimmer, bei klassischer Musik aus dem Radio, die Beine auf der Truhe, die als Couchtisch dient. “Ich geniesse klassische Musik sehr. Ballettmusik, Chopin, Klavierkonzerte von Haydn, Rachmaninow, Mozart – ich liebe das. Leider hält mich das ganze Social-Media-Zeug, Twitter und Facebook, immer wieder vom Lesen ab.”

Er schweigt und sinniert kurz. “Als ich in die Schweiz kam, gab es noch keine Mobiltelefone oder Computer. Zumindest wusste ich nichts davon.” Wie steht er zu Veränderung? Er zögert und meint dann: “Ich denke, Veränderung ist ein aufregendes Element in unserem Leben. Und das ist gut. Wir müssen uns verändern, wir müssen in Bewegung bleiben. Aber natürlich lieben wir alle auch die Bequemlichkeit. Ich liebe meine Komfortzone, hier auf meinem Sofa oder unten in meinem Büro, wenn es morgens so still ist, dass ich das Rasseln der Yacht-Vertäuungen vom Riesbacher Hafen her hören kann.”

Fast täglich spaziert oder radelt er am See entlang, das iPhone stets im Kameramodus. “Da ist immer etwas, das meinen



LINKS

“Ich will unterhalten!”
Clifford Lilley im Treppenhaus
der Villa

Blick fängt und mich fasziniert.” Ob er seine Fotos jemals ausdrücke oder gar rahme? “Nein, das tue ich nicht. Aber eines Tages möchte ich durch alle 150'000 Fotos auf meinem iPhone gehen. Ich weiss, dass ich einige grossartige Shots habe. Daraus würde ich gerne eine Ausstellung machen. Oder ein Buch. Ich wünschte, ich könnte mehr Zeit finden.” Er wird nachdenklich und meint dann: “Aber wahrscheinlich ist das eine Ausrede. Ich habe genug Zeit. Es geht nur darum, sie zu nutzen.” Plötzlich lacht er schallend und wirft die Hände theatralisch in die Luft. “Ich mache die Wäsche, um Gottes Willen! Was für eine Zeitverschwendung – jemand sollte das für mich machen! Bügeln macht mir nichts aus, das mag ich sogar gern. Ich finde, es ist therapeutisch, wenn der Dampf aus dem Eisen schiesst – schhhhh – und es gurgelnde Geräusche macht. Fabelhaft!”

Seine Mutter habe ihm das Bügeln beigebracht, als er ein Kind war. “Wir hatten Schuluniformen, und ich wollte jeden Tag

ein frisches Hemd. Also musste ich meine Hemden selbst bügeln. Und als ich Jahre später zur Marine ging, übernahm ich gegen Bezahlung das Bügeln für alle Jungs dort.”

Wieder lacht er laut. “Lilleys Laundrette – ich hätte dabei bleiben sollen. Wahrscheinlich wäre ich jetzt Milliardär!” Den Mächtegern-Wäscherei-Milliardär kauft man dem Stilberater Clifford Lilley nicht so recht ab, der gerade erzählt, wie glücklich ihn seine Arbeit macht. “Das ist so inspirierend! Das Styling muss für die Person arbeiten. Dann ist sie wie verwandelt! Mitzuerleben, wie die Persönlichkeit auf einmal herauskommt, ist einfach grossartig! Die Leute sind glücklich, weil sie fabelhaft aussehen und sich auch so fühlen. Und das macht mich glücklich. Das, und wenn ich Menschen unterhalten kann.” Er lacht und greift zur Teekanne. “Unterhalten und glücklich machen. Ich glaube, das ist mein Lebenszweck. Noch etwas Earl Grey, Darling?”



A close-up photograph of a man with dark hair and a light beard, wearing a white dress shirt and a dark tie, looking intensely at the camera. In the background, a woman with long, wavy blonde hair and sunglasses is seated in a car. The overall mood is sophisticated and masculine.

aramis

BLACK



INTRODUCING THE NEW FRAGRANCE FOR MEN

LOSER TEE EARL GREY IMPÉRIAL
von Mariage Frères



TEEKANNE
aus Porzellan mit Metallmantel
bei Manufactum



WOHNEN À LA Bohème

Der Mix aus Trouvaillen mit Charakter und persönlichen Erinnerungsstücken ergibt einen sehr individuellen Wohnstil. Mit diesen Teilen stylen Sie Clifford Lilleys eklektischen Shabby Chic nach.

TAPETE AVIARIUM FOIL
von Chivasso bei JAB Anstoetz

VASE IN AQUA
von Asahiyaki bei Pamono



BLECHDOSE
in Edelmetall-Optik bei tinboutic



ROSENSTRAUSS
bestellbar bei Rosenbörse Zürich



GERAHMTER PRINT
ADIANTUM X MAIRISH
von Ingrid Beddoes bei Juniqe

SKANDINAVISCHER VINTAGE-
TEAK-SESSEL
von Olli Borg für Asko bei Pamono



KUCHENSET
von House Doctor bei FineNordic

BEZUGSQUELLEN
www.finenordic.ch
www.rosenboerse.ch
www.manufactum.de
www.juniqu.ch
www.panomo.ch
www.mariagefreres.com
www.jab.de
www.tinboutic.ch

creating better environments

forbo
FLOORING SYSTEMS



**ALLE
FREIHEITEN**

MIT **marmoleum®
modular**

NATÜRLICH. URBAN. MODULAR.

DIE STYLING-TRENDS — 2016 —

1 – PASTELL

Sie hat Styling-Geschichte geschrieben, die Pantone-Farbe Rose Quartz, ein pudriger Ton, der genau richtig liegt – und an der letzten Möbelmesse in Mailand das Gesprächsthema schlechthin war (der Salone del Mobile 2016 findet übrigens vom 12. bis 17. April 2016 statt). Rosa wurde damit zur Farbe des Jahres 2016 gewählt. Sie ist nicht zu süß und doch poetisch und hat damit einen ganzen Wohntrend ausgelöst. Denn diese Art Softness befriedigt unser Bedürfnis nach Entschleunigung, Zartheit und Romantik, sei es als Kissen, Decke oder gar als ganzes Sofa. Zu kombinieren ist sie leichter, als man denkt. Sie passt zu allen – momentan übrigens auch ganz wichtigen – Grautönen, zu Beige, Türkis, Grünschattierungen und Petrolblau. Und bringt einen Hauch von Feminität in unsere Livingrooms.

1 – Bild: zimmer+rohde
www.wilhelmwohnen.ch

2 – METALL

Dies ist ein Trend für die Raffinierten unter uns. Denn Metallics, wie sie in der Fachsprache heissen, wollen sparsam und gekonnt eingesetzt sein: hier eine Vase, dort ein Spiegel oder eine Lampe. Als Hingucker, als Blickfang. Liebevoll zusammengesucht, auf Flohmärkten, beim Antiquitätenhändler oder neu aus dem Warenhaus. Wichtig ist nicht der Wert, sondern die Optik: ein bisschen wie aus den Sechzigern. “Messing ist wie der Schmuck unserer Häuser”, sagt Styling-Papst Jonathan Adler, der amerikanische Töpfer, Designer und Buchautor. Eben hat er für die spannende Firma Westwing eine Kollektion entworfen, deren Teile verströmen, was Modemenschen mögen: Glamour, Raffinesse, Atmosphäre. Zum Nachmachen schön! Buchtipp: Design in the Hamptons, erschienen bei Monacelli Press. Da kann man die Interieurs des Designers in seinem privaten Haus bewundern.

2 – Bild: zimmer+rohde
www.wilhelmwohnen.ch

3 – PURISMUS

Kalt muss er nicht sein, der neue Purismus. Eher etwas abstrakt, reduziert und formvollendet. So entsteht eine wohltuende Klarheit, eine neue Aufgeräumtheit. Für Ordnungsliebende, Grafiker und andere Ästheten ist er eine Wohltat. Man kann sich nämlich an guten Formen nie sattsehen. Sie haben etwas Zeitloses, Architektonisches. Oder, wie Le Corbusier einst sagte: “Das ist schön. Das ist Architektur. Die Kunst ist anwesend” (Vers une architecture, 1924). Das gilt alles immer noch und mehr denn je. Ein gutes Beispiel ist das Interieur eines neuen Mode-Ateliers namens Tsatsas in Frankfurt. Nicht nur Mode und Accessoires zeugen hier von angenehmer Abstraktion und Klarheit, auch das Innere des Geschäfts verströmt genau das, was der Trend meint. Inspirierte Aufgeräumtheit.

3 – Bild: zimmer+rohde
www.wilhelmwohnen.ch

1 –



- 2



- 4



- 5

3-



4 – SPACE

Der Bondstreifen Dr. No, die Kreationen des Modeschöpfers André Courrèges in den Sechzigerjahren und die visionären Entwürfe von Ingo Maurer haben eins gemeinsam: Sie lassen uns träumen. Von der Zukunft, dem Leben auf andern Planeten und von ganz neuen Erlebniswelten, die man so noch nie gesehen hat. Grade im Bereich Licht hat der begabte Industriedesigner Ingo Maurer komplett Neues geschaffen. Die LED-Lampe namens Oh LED One hat zwar noch ihre ursprüngliche Funktion, nämlich Licht zu spenden. Ansonsten aber stellt sie ein faszinierendes Stück Zukunft dar. Und ist jetzt schon ein Sammlerstück. Mit ihrer optischen Leichtigkeit und klaren Form ist sie mehr als zukunftsstauglich.

4 – Bild: Ingo Maurer
www.vonesch.ch

5 – FANTASIE

Ein bisschen frech ist es ja schon, einer Lampe den italienischen Namen Bastardo, also Bastard, zu geben. Und genau so sieht sie aus. Der Leuchtkörper hat etwas Frivoles, Gewagtes und Provozierendes. Genau das wollte der Industriedesigner ausdrücken. Objekte wie Bastardo stehen für die Richtung, in die Wohnen heute geht. Wohnen soll Spass machen. Die Oase, in die man sich nach einem strengen Arbeitstag zurückzieht, soll unterhalten, amüsieren und entspannen. Und einem selbst Freiräume offen lassen, um den Gedanken nachzuhängen und der Fantasie freien Lauf zu lassen. Die Seele geniesst und kann zu neuen Ufern aufbrechen. So wird Neues geboren.

5 – Bild: Ingo Maurer
www.vonesch.ch



Foto: By Beat Mumenthaler | www.beatmumenthaler.com
in Kamelha Zürich

DER GENTLEMAN- BLOGGER über begehbare Kleiderschränke

Frauen haben ihn schon länger, und das Gekreische ist offenbar garantiert, wenn sie den begehbaren Kleiderschrank ihren Freundinnen zeigen: Glänzende High-Heels, trendige Kleider und lange Cocktail Dresses lassen Frauenherzen höher schlagen. Stellt sich die Frage, ob wir Männer das auch dürfen? Der Männer-Kühlschrank mit Steak und Bier ist bereits hoch im Kurs, nicht zu vergessen der hölzerne Humidor oder das Hobbyzimmer, in dem

wir uns austoben. Da drängt sich doch die Frage auf, ob der mondäne Mann von heute nicht auch die Privatsphäre und das Privileg eines begehbaren Kleiderschranks für sich erobern sollte. Schliesslich verändert das Idealbild des Mannes sich stetig, und das ist auch gut so.

Auch unsere Schuh- und Kleiderkollektionen werden grösser. Hat man sich einmal für einen Massanzug entschieden,

ist es nur natürlich, dass ihn nach mehr gelüftet. Wo also verstaut der moderne Gentleman seine vielen Anzüge, Schuhe, Krawatten oder Pochetten? Wohin mit den ganzen Accessoires wie Uhren, Tie Clips, Pins oder Schuhputzmaterial? Was ist der ideale Platz für meine IWC mit dem Uhrenbeweger? Die Antwort ist klar: Ja, wir dürfen und wir sollen ihn begehren! Ob Businessman, Unternehmer oder Mann, ders gerne etwas urchiger mag: Der begeh-

Eine solche Ankleide macht die Kleiderauswahl zum Vergnügen.

bare Kleiderschrank kommt für uns alle infrage! Ganz im Sinne der Gleichberechtigung – wir müssen nur noch die Hände danach ausstrecken und zugreifen.

Eine solche Ankleide macht die Kleiderauswahl zum Vergnügen und ist ein Candy Shop für jeden Gentleman! Denn der stilbewusste Mann erweitert sein Sortiment stetig um allerlei Dinge, die vor nicht allzu langer Zeit als unnötig und daher undenkbar galten. Heute ist eine gewisse Vielfalt Ausdruck von Eleganz und Stil. Diese Vielfalt will der ordentliche Mann natürlich sortieren. Der klare Mann liebt klare Strukturen! Die Brogues und Oxfords in Reih und Glied, die Uhren sorgfältig eingeordnet, die Blazer, Hosen und Hemden nach Farbe sortiert. Oder nach Stoff? Vielleicht sogar nach Saison?

Sie sehen, Ordnung ist das A und O eines solchen Projekts. Dabei legen wir jedem angehenden sowie sophistizierten Gentleman die folgenden Regeln ans Herz:

1. Kleider und Hosen kann man nicht wie Bücher in Regale stellen. Schaffen Sie sich einen Überblick über Ihre Kleidung. Nur so können Sie entscheiden, wie viel und welche Art von Stauraum Sie benötigen.

2. Weg mit Altlasten. Räumen sie auf und spenden Sie die alten Kleider einem Hilfswerk.

3. Hierarchien schaffen. Das ist wie beim Einkaufen: Was am meisten gebraucht wird, kommt auf Augenhöhe respektive in Griffnähe. Schwere Dinge wie Schuhe eher nach unten. Was weniger gebraucht wird, wird in Schubladen verstaut.

4. Bleiben Sie Ihrem System treu. Ordnen Sie nach Farben, Saison und lassen Sie genügend Freiraum.

5. Kleider und Schuhe sollen keinen Staub ansetzen. Auch die regelmässige Reinigung ist ein Männerjob!

Ein Ankleidezimmer drückt nicht nur Eleganz aus, sondern vermittelt die Botschaft des modernen Zeitgenossen, der in Mass, Ordnung und Übersichtlichkeit sein Gleichgewicht gefunden hat.

Während man mit begehbaren Kleiderschränken häufig einen Raum voller Schiebetüren und diversen offenen Schrankelementen assoziiert, sieht mein Favorit etwas anders aus. Auf Türen würde ich verzichten, mein Raum soll offen sein. Nach Möglichkeit ein freies Zimmer, das vollständig genutzt werden kann. In der Mitte des Raumes sorgt eine Truhe für die besondere Note, an den Wänden reihen sich Regale und Schubladenelemente aneinander. Farblich nicht zu hell, denn der Boden soll in dunklem Holz gehalten sein. Das entspricht dem Trend und passt wunderbar zur breiten Farbpalette der Garderobe. Die leicht strukturierte mitteleuropäische Eiche wäre der Boden meiner Wahl.

Ein weiterer Aspekt ist die Beleuchtung. Ein Kronleuchter wäre etwas zu viel des Guten. Klassischere Optionen wie Einbauleuchten an der Decke und in den Schränken sind für eine Männerankleide deutlich geeigneter und helfen nicht nur Farbblinden bei der Orientierung. Wir könnten hier noch eine Weile weitermachen und darüber nachdenken, welche Griffe zu verwenden sind oder ob sogar ein Drucksystem eingebaut werden darf? Den Teil überlässt der Gentleman jedoch gerne einem Fachmann, der sich mit den verschiedenen Optionen bestens auskennt.

Der langen Rede kurzer Sinn: Meine lieben Machos und Chauvinisten, es ist Zeit für Veränderung! Glaubt mir, mit einem Ankleideraum könnt ihr richtig Eindruck schinden! Weg vom Saustall zu Hause, fertig mit apokalyptischem Chaos im Schlafzimmer! Das Sexspielzeug verschwindet in einer der vielen Schubladen, und auch der Humidor lässt stilvoll integrieren. In der begehbaren Ankleide könnt ihr innehalten und die Inspiration des Tages fließen lassen. Danach folgt der sichere Griff zum Anzug von Zegna und dem Duft von Tom Ford. Perfekt gekleidet aus dem Haus, wohlriechend und stilsicher und bereit für sämtliche Herausforderungen, die der Tag noch bringt.

In diesem Sinne: Suit up Gentlemen!



Ralph Widmer ist 30 Jahre jung und kommt aus Zürich. Er liebt die schönen Dinge des Lebens und betreibt seit einiger Zeit seinen Lifestyle-Blog, den er selbst als 'sophisticated' beschreibt. www.gentlemensfashion.blogspot.com



BLOG-TIPP

BLOG-TIPP NR. 1: DESIGN*SPONGE

www.designsponge.com

Es ist nicht überraschend, dass Design *Sponge in den Bestseller-Listen aller Design-Blogs jedes Jahr aufs Neue an der Spitze steht. Grace Bonney und ihr Team porträtieren clevere DIY-Projekte, lassen uns einen Blick ins Zuhause vieler Menschen auf der ganzen Welt werfen und zeigen uns atemberaubende Vorher/Nachher-Beispiele, die uns vom Hocker werfen.

BLOG-TIPP NR. 2: DESIGN TRIPPER

www.designtripper.com

In diesem Blog gibt es spannende Einblicke in die Tagträume von Meghan McEwan. Sie liebt es, in anderer Leute zu Hause Mäuschen zu spielen. In ihrem Universum dreht es sich einerseits um das Thema Reisen und andererseits um die Wohnsitze anderer Menschen. In ihrem Blog finden sich zahlreiche Designideen rund um die Welt. Beim Studieren des Blogs bleibt neben vielen Ideen auch noch eine Frage im Kopf: "Welche Reise buche ich als nächstes?"



Bild: www.designtripper.com

BLOG-TIPP NR. 3: DESIGN MILK

www.design-milk.com

Sind Sie hungrig nach moderner Architektur, Design oder Dekoration mit dem Wow-Effekt? Dann haben wir ein tägliches Häppchen für Sie. Der Blog von Design Milk hat seinen Fokus auf Design, Inneneinrichtung und Kunst.

BLOG-TIPP NR. 4: INTERIOR DESIGN

www.interiordesign.net

Von Dedon über Breuer, von Shop-Design in New York bis marokkanisch inspiriertem Kachel-Design, vom Eames Stuhl bis hin zum Picknick-Tischchen. Auf diesem Blog gibt es alles, was das Designherz höherschlagen lässt. Projekte, Produkte und Events – lassen Sie sich inspirieren.



Bild: www.interiordesign.com

AUSSTELLUNGS-TIPP

AUSSTELLUNGS-TIPP NR. 1:
ART BASEL – DAS HIGHLIGHT
FÜR KUNSTFREUNDE!

www.artbasel.com

Art Basel verbindet Galeristen und Künstler seit 1970 und ist Treffpunkt der internationalen Kunstszene. Nach nunmehr 40 erfolgreichen Jahren startet Art Basel 2016 mit seinen Ausstellungen in Hong Kong, Basel und Miami Beach als Aussteller Nr. 1 im Bereich Kunst; streng kuratiert mit Präsentationen zu Arbeiten des 20. und 21. Jahrhunderts.

Basel, 16.-19. Juni 2016
Miami, 1.-4. Dezember 2016



www.artbasel.com

AUSSTELLUNGS-TIPP NR. 2:

BLICKFANG – DESIGNMESSE FÜR
MÖBEL, SCHMUCK UND MODE

www.blickfang.com

Rund 130 Designer aus den Bereichen Möbel, Mode und Schmuck präsentieren und verkaufen z. B. auf der Blickfang-Messe Basel ihre aktuellen Kollektionen, stehen Red und Antwort zu ihren Ideen sowie Produktgeschichten und beraten die Besucher kompetent aus erster Hand. Mit ihrem besonderen Konzept hat sich die Blickfang zu einer der wichtigsten Treffpunkte innerhalb der internationalen Designszene etabliert.

München, 8.-10. April 2016
Basel, 30. April-1. Mai 2016
Wien, 28.-30. Oktober 2016
Hamburg, 13.-15. November 2016
Zürich, 25.-27. November 2016



Bild: www.blickfang.com

AUSSTELLUNGS-TIPP NR. 3:
16TH DESIGNERS' SATURDAY
www.designersaturday.com

Seit 1987 findet der Designers' Saturday an Orten, an denen im wahrsten Sinne des Wortes das Design erarbeitet wird, statt. Es ist keine langweilige Verkaufveranstaltung an einer Messe-Location. Das Besondere: Die Exponate werden in der entsprechenden Atmosphäre und an den Hausadressen der teilnehmenden Herstellerunternehmen in Langenthal präsentiert. Zahlreiche internationale Gast-Unternehmen und Hochschulen bereichern diese Ausstellung. Dieser Event ist ein internationaler Treffpunkt der Designwelt. Die Präsentationen werden durch das Cartes Blanches College of Art and Design begleitet.

Langenthal, 5.-6. November 2016

AUSSTELLUNGS-TIPP NR. 4:
HELSINKI DESIGN WEEK – FÜR
LIEBHABER SKANDINAVISCHEN
HANDWERKS.

www.helsinki.designweek.com

Helsinki Design Week ist das grösste Design Festival in Skandinavien. Präsentiert werden Arbeiten aus den Bereichen Architektur, Mode und Lifestyle. Die Macher präsentieren, typisch für Skandinavien, neue Blickwinkel und Phänomene in der Designwelt.

Das Festivalprogramm umfasst rund 200 Anlässe für Fach- und Freizeit-Besucher an verschiedenen Lokationen in Helsinki: von Museen über Märkte, von Seminarräumen über geheime Boutiquen. Das Festival hat es sich zur Aufgabe gemacht, neue Räume und Wege zu erkunden und so die Stadt selbst einzubinden und erlebbar zu machen.

Helsinki, 1.–11. September 2016



Bild: www.designersaturday.com

BUCH-TIPP

BUCH-TIPP NR. 1:
ART BASEL – YEAR 46

www.artbasel.com/about/books

Diese Art-Basel-Publikation zeigt alles über die drei Ausstellungen im 2016 und aller teilnehmenden Galerien. Die von Kunstliebhabern sehr geschätzte Ausgabe umfasst Portfolios, Interviews und Berichterstattung der zeitgenössischen Kunst. Im handlichen Format berichtet dieses Buch über die Art-Basel-Ausstellungen in Basel,

Miami Beach und Hong Kong, über Persönliches von Künstlern, Kuratoren, Sammlern und leuchtenden Persönlichkeiten aus der internationalen Kunstwelt.



Bild: www.artbasel.com

BUCH-TIPP NR. 2:
EMBRYONIC – ARCHITEKTURBUCH
“Die Zeichnung eines neuen Zeitalters –
2016 Plus”

www.edelkoort.ch

Nachdem Li Edelkoort die Greening Perspectives, das Organic Dwelling und die Spatial Extension erforscht hat, widmet sie sich nun in der diesjährigen Ausgabe des Buches “Trend Union Architektur Forecasting” dem Thema EMBRYONIC. Als Resultat der menschlichen Evolution und die Summe unserer Geschichten stellt das Embryo ein absolutes Symbol unserer Zeit: ein wachsender Organismus, dessen Sinne sich konstant weiterentwickeln und sich im Bereich des Möglichen erweitern. Die Publikation EMBRYONIC vereint Architektur, Interior-Design und Lifestyle unserer zukünftigen Lebensbedürfnisse. Sie umarmen die Kreationen der umhüllenden Umgebungen, die mit ihren Bewohnern wachsen und sich konstant an ihre Bedürfnisse anpassen, um eine neue Welt zu erfinden.

BUCH-TIPP NR. 3:
DER MENSCHLICHSTE MODER-
NIST. ALVAR AALTO.

www.taschen.com

Aalto plädierte für eine humane Architektur mit sozialem Anspruch. So sagte er: “Moderne Architektur bedeutet nicht, dass

man unter allen Umständen neue Materialien einsetzt; das Wichtigste ist, mit entsprechenden Materialien eine humanere Form zu finden.” Alvar Aalto (1898–1976) ist ein sehr eigenwilliger Vertreter der Moderne. Der von der Landschaft und politischen Unabhängigkeit Finnlands inspirierte Architekt entwarf warme, geschwungene, humane Gebäude, die sich völlig von den vorwiegend glatten, mechanistischen, geometrischen Bauten anderer europäischer Architekten abhoben.

Ob Kirche, Villa, Sauna oder Bücherei: Aalto verwendete für seine organischen Strukturen oft Ziegelsteine und Holz anstatt Beton und Stahl und integrierte Wellenformen, die sich auch in seinen Entwürfen für Stühle, Glasobjekte und Lampen wiederfinden.

BUCH-TIPP NR. 4:
BIG. HOT TO COLD

“Im Clinch mit dem Klima. Heisskaltes von Bjarke Ingels.”

www.taschen.com

Nach dem internationalen Bestseller YES IS MORE legt BIG, die Bjarke Ingels Group, mit HOT TO COLD nun nach und demonstriert, dass sich extreme Umweltverhältnisse, naturgegeben oder vom Menschen gemacht, als Herausforderung begreifen lassen und innovatives Design und intelligente Materialien architektonische Lösungen ermöglichen, die weit über die Gegenwart hinausweisen. Englische Ausgabe.

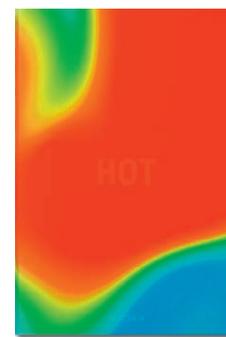


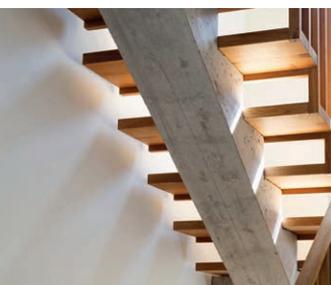
Bild: www.taschen.com





Nino Schurter:
Wird 2016 sein Gold-
jahr?

Mit dem eigenen Haus
haben sich Nina
und Nino Schurter einen
Traum verwirklicht.



SO WOHNEN ICH

Nino Schurter

Die gibt es beim Mountainbiken zwar gar nicht, trotzdem scheint Nino Schurter seine persönliche Überholspur gefunden zu haben. Der 29-jährige Bündner Profi-Mountainbiker fährt einen sportlichen Erfolg nach dem anderen ein. Dazu zählen 12 Einzel-WM-Medaillen, 6 WM-Titel (4xElite, 2xU23, 1xU19) und Bronze an den Olympischen Spielen in Peking sowie Silber in London. Auch in seinem Privatleben reiht sich Highlight an Highlight. Der Bau des eigenen Hauses, die Hochzeit mit Jugendliebe Nina, Töchterchen Lisa, die im vergangenen Oktober zur Welt kam ...

2016 könnte wieder ein Nino-Schurter-Jahr werden. Nachdem er bei vergangenen Olympiaden erst Bronze, dann Silber geholt hat, würde olympisches Gold seine bisherige Laufbahn krönen.

Mit akzente. spricht der Bündner für einmal nicht über seinen Sport, sondern über sein Zuhause und darüber, wo er seine freie Zeit am liebsten genießt.

Herr Schurter, wie wichtig ist Wohnen für Sie?

Im Leben eines Sportlers geht es im Training um Belastung und Erholung. Letzteres ist genauso wichtig wie das körperliche Training. Sich möglichst schnell und gut zu erholen, hat viel mit Wohlbefinden, Gemütlichkeit und Ablenkung zu tun. Daher nimmt das Wohnen bei mir einen sehr hohen Stellenwert ein. Insbesondere auch jetzt als Familienvater. Ich durfte uns vor vier Jahren den Traum erfüllen, unser eigenes Haus in Chur zu bauen. Da fühle ich mich am wohlsten.

Wie würden Sie Ihren Einrichtungsstil beschreiben?

Modern und schlicht. Unser Minergie-P-Haus ist nach neuesten Standards gebaut. Beton und Glas, ergänzt durch Holz.

Wer hat beim Einrichten das Sagen – Sie oder Ihre Frau?

Als Familie machen wir das natürlich gemeinsam und zum Glück haben wir den gleichen Geschmack. Was die technische Einrichtung anbelangt, habe jedoch schon ich den Lead übernommen.

In welchem Raum des Hauses halten Sie sich am liebsten auf?

Auf der sonnigen Terrasse neben dem Wohnraum. Ich liebe es, auch draussen zu wohnen ...

Was steht in Sachen Wohnen noch auf Ihrer Wunschliste?

Meine Frau Nina und ich interessieren uns immer mehr für Kunst. Gerne möchten wir unser Zuhause mit ein, zwei Stücken noch bereichern.



So wichtig wie das körperliche Training: die Erholung in den eigenen vier Wänden.



TEXTILE PASSION

www.tiscatiara.com

DAHER.COM

tisca tiara
textile  passion

ZEIT
LOSE
KUNST



« FÜR EINEN PERFEKTEN AUFTRITT »

Ihr Partner für neue Lust am Wohnen

Unsere Kunden erfahren höchste Qualität in handwerklicher Perfektion. Leben Sie mit unserer professionellen Beratung Ihren ganz persönlichen Wohntraum.

www.bodewo.ch