Luxemburger Wort

Culture / Le cinéaste Stephen Korytko
Reise / Dulce Vida in Sotogrande
Uhren / Trends & Neuheiten
Beauty / Winterliche Highlights
Auto / Der SUV-Boom

TENDANCES

Couture für Königinnen

Natan-Designer Edouard Vermeulen im Interview

cartier.com

Cartier Boutique - 13 Avenue Monterey, 2163 Luxembourg - +352 (0) 27 47 88 67

Manon Kramp

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

„Wege entstehen dadurch, dass man sie geht."
Franz Kafka (1883–1924), Schriftsteller

Veränderung gehört zum Leben – nicht stehen bleiben, immer in Bewegung sein, keine Angst vor neuen Erfahrungen haben. Natürlich ist es leichter, auf ausgetretenen Pfaden zu wandeln. Wer wirft schon gerne lieb gewonnene Gewohnheiten über Bord, um unbekanntes Territorium zu erkunden. Doch gerade der Wille zur Veränderung ist eine der treibenden Kräfte hinter kreativen Prozessen. Den ersten Schritt in eine bestimmte, eine andere Richtung zu wagen, etwas Neues aufzubauen, eigene Ideen umzusetzen – das ist unbequem und erfordert Mut.

Der gelernte Innenarchitekt Edouard Vermeulen tat diesen Schritt, als er vor 40 Jahren das belgische Modehaus Paul Natan übernahm und den Kreationen seinen stilistischen Stempel aufdrückte. Heute zählen viele gekrönte Häupter zu seinen Kundinnen. Redakteur Michael Juchmes besuchte den Couturier für ein Interview in Brüssel.

Dass Filme machen auch bedeutet, bei jedem Projekt wieder von Null anzufangen, weiß Stephen Korytko nur zu gut. Der Cineast versteht sich als Handwerker und hat eine ganz eigene ästhetische Bildsprache entwickelt. Gaston Carré traf den jungen Kreativen zum Gespräch, der mit „The Golden Record" einen vielversprechenden Kurzfilm gedreht hat.

Als Toyota 1994 den bulligen RAV4 lancierte, schüttelten viele den Kopf. Doch der Erfolg des kleinen geländetauglichen Wagens ebnete den Weg für eine neue Fahrzeuggattung. Heute haben die Sport Utility Vehicles – besser bekannt als SUV – den Automarkt erobert und treten mit der Elektromobilität in eine neue Ära ein, wie Redakteur Dustin Mertes in seiner Reportage berichtet.

Wie eine Idee eine ganze Region verändern kann, hat auch Joseph McMicking mit dem privaten Wohn- und Ferienresort Sotogrande im Süden Andalusiens bewiesen. In rund 60 Jahren ist an der Costa del Sol aus einer Vision ein luxuriöses Idyll entstanden, das mit nachhaltigen Ideen und wegweisender Architektur immer noch weiterentwickelt wird.

Das Team von „Tendances" wünscht Ihnen eine inspirierende Lektüre.

IMPRESSUM

EDITEUR: Mediahuis Luxembourg s.a. 31, rue de Hollerich, L-1741 Luxembourg, Tél. +352/4993-1 **DIRECTEUR GENERAL:** Paul Peckels **REDACTEUR EN CHEF:** Roland Arens **RESPONSABLE REDACTIONNEL/PHOTO:** Manon Kramp **REDACTION:** Gaston Carré, Michael Juchmes, Dustin Mertes **LAYOUT:** Jérôme Gillen, Mara Mohnen **PHOTOS DE COUVERTURE, EDITO:** Natan, Morris Kemp **REGIE PUBLICITAIRE:** Régie.lu 31, rue de Hollerich, L-1741 Luxembourg, Tél. 4993-9000, e-mail: info@regie.lu **IMPRESSION:** Weiss-Druck GmbH&Co. KG **TIRAGE:** 48.000 exemplaires / ISSN 2418-4489

La Kia EV9 100% électrique.

Un monde de possibilités s'ouvre à vous.

Movement that inspires

La routine vous enferme ? Choisissez un autre chemin et repoussez vos limites avec la Kia EV9 entièrement électrique. Brisez le statu quo et optez pour un design révolutionnaire et un luxe raffiné qui transcendent le quotidien. Élargissez vos horizons grâce à sa technologie de charge innovante, qui permet de parcourir 239 kilomètres supplémentaires en seulement 15 minutes[1]. Audacieuse ? Certainement. Avec ces sept places - et un choix optionnel de deux configurations à six places - tout le monde est immédiatement à bord de votre nouveau parcours radical.

Préparez-vous pour une rencontre hors du commun chez votre concessionnaire ou sur kia.lu

20,2 - 22,8 kWh/100 km • 0 g CO_2/km (WLTP)

Contactez votre concessionnaire pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule. Donnons priorité à la sécurité.

(1) Sur une borne de recharge générant au moins 240 kW d'électricité. La vitesse et le temps de charge réels peuvent être affectés par la température de la batterie et les conditions météorologiques extérieures. *7 ans de garantie ou 150.000 km (selon la première limite atteinte, sans limite de kilométrage pendant les 3 premières années).

**Photo à titre illustratif. E.R.: Kia Belgium SA (BE 0477.443.106 - IBAN : BE17 5701 3129 5521) - Ikaroslaan 33, 1930 Zaventem.

7 ANS GARANTIE* PURE QUALITÉ

Sommaire

Edouard Vermeulen stattet Königinnen und die Großherzogin aus. Der Kopf des belgischen Labels Natan macht aber auch Mode für die Frau von Welt.

Mode / Edouard Vermeulen im Interview **8**

Neue Formate, Unisex-Modelle, Vintage-Zeitmesser, Hightech und Farbe – das sind die aktuellen Uhrentrends.

Stil / Hochleistungskunstwerke **16**

Auteur de clips et de films publicitaires, le vidéaste Stephen Korytko s'est forgé une esthétique propre et présente son premier court-métrage.

Culture / Le messager **20**

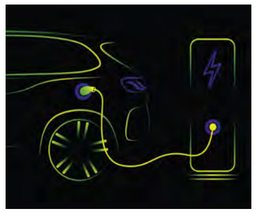
Die aktuellen Schmuckdesigns sorgen für den großen Aha-Effekt und verleihen jedem Outfit Persönlichkeit.

Luxus / Edle Extras **28**

Das private Resort Sotogrande an der Costa del Sol verbindet luxuriöses Wohnen und einen entspannten Lebensstil.

Reise / Dulce Vida in Andalusien **30**

Die Sport Utility Vehicles sind zum Prestige-Objekt avanciert, doch mit der Elektromobilität hat ihre Ära erst begonnen.

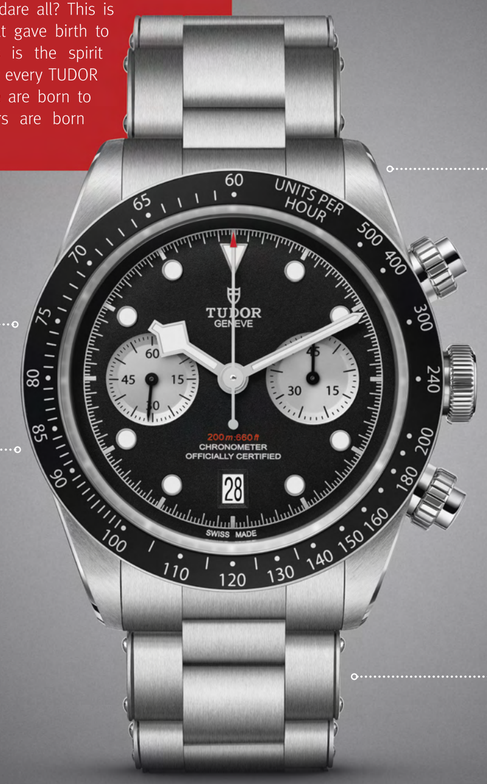


Auto / Der SUV-Boom **36**

TUDOR

#BORN TODARE

What is it that drives someone to greatness? To take on the unknown, venture into the unseen and dare all? This is the spirit that gave birth to TUDOR. This is the spirit embodied by every TUDOR Watch. Some are born to follow. Others are born to dare.



41 millimetre case in 316L stainless steel

Snowflake hands A hallmark of TUDOR divers' watches since 1969

Manufacture Calibre MT5813 with 70-hour "weekend-proof" power-reserve, silicon hair-spring and COSC-certification

Five-year transferable guarantee with no registration or periodic maintenance checks required

BLACK BAY CHRONO

Ein eleganter Mantel mit Cape, ein skulptural anmutender Rock mit großer Schleife oder ein Ensemble mit elegant drapiertem Oberteil: Die aktuelle Couture-Kollektion unterstreicht das kreative Know-how des belgischen Designers Edouard Vermeulen.

Designer Edouard Vermeulen

Couture für Königinnen

Der Belgier machte sich vor genau 40 Jahren mit einer eigenen Modemarke selbstständig. Den Namen des Labels, Natan, übernahm der studierte Innenarchitekt von einem mittlerweile in Vergessenheit geratenen Couturier. Vermeulens Mode hat dagegen schon Geschichte geschrieben.

Text: Michael Juchmes
Fotos: Natan, Maison du Grand-Duc/Sophie Margue

Die Avenue Louise in Brüssel, eine Straße mit einigen Restaurants, Bürogebäuden und einer Adresse, die selbst der Großherzogin nicht ganz unbekannt sein dürfte: Auf der Nummer 158 findet sich nicht nur die Boutique, sondern auch das Atelier des Couture-Labels Natan. Die Redaktion ist mit dem kreativen Kopf der Marke verabredet, Edouard Vermeulen, der vor 40 Jahren den Namen des Hauses übernahm und daraus eine echte Institution der belgischen Modebranche machte. Der Couturier empfängt den Besuch aus Luxemburg persönlich … und das wenige Minuten nach einer Kundin, die zweifelsohne als bekannteste Frau des Nachbarlandes bezeichnet werden kann.

Edouard Vermeulen, Sie blicken auf 40 Jahre Natan unter Ihrer Feder zurück. Welche waren die entscheidendsten Momente dieser Zeit?

Es hört sich vielleicht seltsam an, aber es ist das Hier und Jetzt. Warum? Vielleicht, weil wir erwachsen geworden sind. Ich organisiere viel, ich habe viele nette Menschen um mich und fünf Minuten, bevor Sie ankamen, war die Königin in der Boutique. Natürlich, das Zusammentreffen mit den Vertreterinnen der europäischen Königshäuser, das war und ist immer etwas Besonderes. Und damals, als ich das Hochzeitskleid für die Königin, die damalige Prinzessin Mathilde, kreiert habe, hat mich das erstmals ins internationale Blickfeld rücken lassen. Das war ein wirklich toller Moment.

„Das Zusammentreffen mit den Vertreterinnen der europäischen Königshäuser, das war und ist immer etwas Besonderes."

Was schätzen Sie am meisten an Ihrem Beruf?

Ich mag es, die Kollektionen zu entwerfen und Events zu organisieren. Allgemein finde ich es toll, beschäftigt zu sein. Vielleicht bin ich da etwas anders als andere. Die Marke Natan hat mit mir natürlich auch schon schwere Zeiten durchlebt, etwa während finanzieller Krisen, das ist ein ewiges Auf und Ab.

Als Sie 1983 Natan übernommen haben – für was stand der Name damals?

Die Menschen dachten an einen Couturier. Prêt-à-porter … so etwas gab es damals noch nicht. Es war ein guter Start, denn die Menschen haben damit eine Geschichte verbunden. Es war jedoch leicht, lassen Sie es mich so formulieren, Paul Natan herauszunehmen und Natan als Label zu installieren. Vermeulen ist nämlich ein Name, der sich nicht von allen leicht aussprechen lässt. Natan ist dagegen in unserem Land, in dem drei Sprachen gesprochen werden, ganz universell. Es ist zudem eine Marke, die einen Wiedererkennungswert hat. Heute, vier Jahrzehnte später, wissen die Kundinnen, die 40, 50 oder auch 60 Jahre alt sind, natürlich nichts mehr über die lange Geschichte des Hauses.

War der Name Natan vor 1983 denn auch den Menschen außerhalb Belgiens ein Begriff?

Nein, ganz und gar nicht. Hier, in dieser Gegend, gab es viele Couture-Häuser zu dieser Zeit – damals spielte auch Paris für viele noch nicht eine so große Rolle. Aber Kundinnen aus Luxemburg gab es schon immer, natürlich vor allem auch aus dem Adel. Da waren wir durchaus bekannt.

War es für Sie anfangs schwer, einen eigenen Stil zu finden? Sie sind eigentlich Innenarchitekt.

Nein, im Grunde nicht, denn die zwei Welten ähneln sich sehr: Es geht um Materialien, Farben und Formen. Ich war auch schon immer ein Fan der Couture-Mode von Christian Dior, Hubert de Givenchy und Cristóbal Balenciaga – also natürlich seiner frühen Kreationen, nicht der Designs, die heute unter seinem Namen gezeigt werden. Diese Eleganz hat mich schon immer inspiriert und daher habe ich in einer Zeit, in der es mit Sportswear und Prêt-à-porter erst losging, gesagt: Wir müssen Couture machen, etwas für besondere Gelegenheiten. Das ist der rote Faden, dem wir schon seit Jahren folgen. Und dafür stand der Name auch schon vor 1983. Ich wollte aber auch Mode machen, die man sich leisten kann. Die Leute denken ja häufig, dass wir teurer sind, als wir es eigentlich sind.

Hat sich das Einkaufsverhalten der Kundinnen in den vergangenen 40 Jahren verändert?

Früher kam eine Dame zu Beginn einer Saison, um sich mit einer neuen Garderobe einzudecken. Das war bei allen Kundinnen so, heute sind es vielleicht noch zwei oder drei, die das machen. Alle anderen sind auf der Suche nach etwas, das für einen speziellen Anlass gedacht ist. Sie kommen, um etwas Anspruchsvolles, Feminines, Minimalistisches und Zeitgeistiges zu erwerben.

Haben Sie einen bestimmten Typ Frau vor Augen, wenn Sie eine neue Kollektion kreieren?

Ja, das ist womöglich eine Frau um die 40, 50, die ein wenig junggeblieben ist. Das Design muss aber auch tragbar sein – ansonsten können wir es ja nicht verkaufen. In gewisser Weise ist jede unserer Kundinnen eine Inspiration für mich … und schlussendlich geht es nicht um das Kleidungsstück an sich, sondern um die Person, die es trägt, die etwas daraus macht.

Start als Innenarchitekt: Edouard Vermeulen stellte vor 40 Jahren seine Möbel und Designobjekte im Untergeschoss der heutigen Natan-Boutique in der Avenue Louise aus.

Prinzessin Alexandra trug anlässlich ihrer zivilen Eheschließung mit Nicolas Bagory im April dieses Jahres einen Jumpsuit von Natan. Auch die Brautmutter griff zu einem Natan-Entwurf.

Was dient Ihnen generell als Inspiration?

Jeder meiner Tage kann Einfluss auf meine Kreationen nehmen. Gestern war ich etwa auf einer Party, dort habe ich mir angeschaut, was von den Menschen getragen wird. Beeinflusst werde ich auch von den Sozialen Medien, etwa Instagram oder Pinterest. Man öffnet einfach nur sein Telefon und sieht ständig neue Dinge, erhält neue Informationen … diese kopiere ich natürlich nicht einfach. Als Quelle dienen ebenfalls die Materialien, mit denen ich arbeite. Man überlegt sich, was daraus entstehen kann, fertigt Moodboards an, dann folgen die Skizzen, dann wird im Atelier modelliert und anschließend mischt sich auch das Marketing ein.

Gibt es Designs, bei denen Sie während des Schaffensprozesses etwa Königin Mathilde vor Augen haben?

Nein, eigentlich nicht. Die Vertreterinnen der Königshäuser, wie etwa die niederländische Königin, die kürzlich in Südafrika war, haben beispielsweise ein festes Programm, mit dem sie auf uns zukommen. Manchmal schneidern wir dann für ein bestimmtes Event etwas, häufig schauen sie sich aber auch an, was die Kollektion zu bieten hat. Sie haben ihren eigenen Geschmack und achten schlussendlich auch darauf, ob sie das Kleidungsstück erneut tragen können.

In Luxemburg hatten Sie zuletzt einen großen Auftritt bei der zivilen Eheschließung von Prinzessin Alexandra: Die Großherzogin trug ein Ensemble aus Ihrer Sommerkollektion …

… ja, das mit den Federn. Und auch Alexandra hatte sich für Natan entschieden.

Wirklich? Alle dachten, ihr Look sei von Valentino …

Das Cape war von Valentino, aber der Jumpsuit darunter war von Natan.

Ein Look, der sicherlich einer Königin oder Prinzessin perfekt stehen würde – doch auch die Frau von nebenan soll sich in Mode des Labels Natan wohlfühlen.

Finden Sie es nicht manchmal lästig, als die „königliche Marke“ angesehen zu werden? Oder schätzen das die Kundinnen besonders?

Ich würde sagen, dass es hier 50 zu 50 steht: Es gibt Kundinnen, die mögen das und achten genau darauf, was etwa die Königin trägt. Man muss aber keinen Staatsbesuch absolvieren, nur um Natan zu tragen.

Falls es eine königliche Sonderanfertigung gibt: Könnte jede andere Frau das gleiche Kleidungsstück auf Nachfrage erwerben?

Ja, könnte sie … aber: Bisher hat noch niemand danach gefragt. *(lacht)* Nehmen wir mal die Hochzeitskleider von Prinzessin Claire *(von Belgien, Anm. d. Red.)* und Prinzessin Mathilde. In diesen Jahren haben wir nicht mehr Hochzeitskleider verkauft als in den Jahren zuvor. Die Menschen wollen keine Kopie von etwas. Es fällt ihnen auf, dass dieses oder jenes Stück von der Königin getragen wird – aber sich explizit danach erkundigen, das tut niemand.

Auf Wunsch ändern Sie jeden Couture-Entwurf ab, längen oder kürzen, setzen andere Stoffe ein. Sehen Sie in diesem Kleidungsstück dann immer noch Ihre Vision umgesetzt?

Ach, da wird nicht wirklich viel verändert. Man kann seine eigenen Vorstellungen haben, etwa einen Ärmel kürzen oder längen, aber meist entsteht daraus nichts vollkommen Neues. Das ist natürlich etwas anderes, wenn wir ein Kleidungsstück mit der Kundin entwerfen. Alles andere ist nur eine Anpassung.

Sie werben, anders als die Konkurrenz, nicht explizit damit, aber das Thema Nachhaltigkeit ist auch im Hause Natan angekommen …

Ja, es geht heute zwar oft darum, wo etwas hergestellt wird, aber das Material selbst spielt vor allem bei jüngeren Menschen eine große Rolle. Daher arbeiten wir unter anderem neuerdings mit einem Stoff aus recycelten Plastikflaschen. Derzeit sind alle motiviert und wir versuchen unser Bestes … auch wenn der Onlinehandel mit seinen vielen Paketen die Errungenschaften auf der anderen Seite fast wieder zunichtemacht.

Fällt es Ihnen leicht, mit Stoffen aus Kunststoff oder mit veganem Leder zu arbeiten?

Wir verwenden nur Stoffe, mit denen man gut arbeiten kann. Vorher wird alles gründlich getestet. Es bringt schließlich nichts, wenn ein Material nicht tragbar ist, zu instabil ist oder nach zwei Stunden einfach furchtbar aussieht.

Wir haben bisher nur über die Arbeit gesprochen. Wie gelingt es Ihnen, nach Feierabend abzuschalten?

Ich fahre gerne Fahrrad, heute bin ich wegen des Wetters seit Monaten zum ersten Mal mit dem Auto zur Arbeit gekommen. Ich bin auch gerne mit mir allein, gehe spazieren, reflektiere. Ich versuche einfach in Harmonie mit mir selbst zu sein. Das ist mir wichtig.

Sind Sie jetzt, mit 66, mehr mit sich selbst im Reinen als vor 40 Jahren?

Ja, ich bin gereift und habe jetzt einen anderen Blick auf das Leben, auf die guten und auch die schlechten Dinge. Und ich bin dankbar für alles, was passiert ist. Ich kann nicht oft genug „danke“ sagen.

Ich gehe nach diesen Worten davon aus, dass Sie noch längst nicht an den Ruhestand denken, oder?

Nein, ganz und gar nicht. Gestern hatte ich am Vormittag vor unserer Modenschau frei. Da habe ich dies und das organisiert, war danach noch einen Kaffee trinken und habe Besorgungen gemacht. Das kann ich einen Tag lang machen … oder einen Morgen lang. Ich mag es, ständig gefragt zu sein. Eben noch die Königin, dann Sie und heute Abend ein offizielles Dinner. Es gibt halt immer was zu tun.

Leder, Seide, Federn: Edouard Vermeulen setzt in seiner Couture-Kollektion auf eine Vielzahl von Materialien. Auch nachhaltige Stoffe kommen zum Einsatz.

Luxembourg City Film Festival & Polestar

Partner mit gemeinsamen Werten

Alexis Juncosa, künstlerischer Leiter des Luxembourg City Film Festivals, liebt es, einen Polestar 2 zu fahren. Er war so freundlich, uns einige Fragen über das Festival und seine Erfahrungen mit dem Fahren eines so exklusiven Autos zu beantworten.

Alexis, auch wenn das Festival 2024 zum 14. Mal stattfindet, gibt es vielleicht immer noch Leute, die nicht wissen, was das ist. Erzählen Sie es uns doch bitte!
Wir sind ein sogenanntes Panorama-Festival, also ein Festival, das einen Querschnitt der internationalen Produktion in ihrer qualitativ besten Form präsentiert. Unser Anspruch ist es, Begegnungen zu provozieren. Und das gelingt uns auch.

Wie war die Ausgabe 2023?
Man kann sagen, dass das Festival von einem Phänomen profitiert hat, das man „Eventization“ nennt. Um es einfach zu erklären: Es gibt eine offensichtliche Bereitschaft des Publikums, Kultur und Events zu konsumieren.

Das Hauptargument für unser Festival ist neben der inhaltlichen Vielfalt, der Qualität und der Nicht-Uniformität das Konzept des Zusammenlebens. Wir schaffen flüchtige Gemeinschaften, das ist für mich die Stärke eines Festivals, und das hat sehr, sehr gut funktioniert.

Und wie wird die Ausgabe 2024 aussehen?
Wir wollen weiterhin kein Kathedralen-Festival sein, sondern eine Veranstaltung für alle Zielgruppen.

Unser Ehrgeiz ist es, diese Berufung zur Begegnung weiter zu entwickeln. Denn einige der Begegnungen, die hier stattgefunden haben, trugen bereits Früchte in Form von Kooperationen und Produktionen. Das heißt, das Festival zeigt nicht nur Filme, sondern wird auch zum Filmgenerator, und darauf sind wir sehr stolz.

Polestar ist einer Ihrer Partner. Aus welchem Grund?
Das Lux Film Festival und Polestar teilen viele gemeinsame Werte, was unsere Partnerschaft sehr natürlich macht. Zum Beispiel teilen wir den Wunsch, unseren CO_2-Fußabdruck zu reduzieren. Außerdem bieten wir beide innovative und exklusive Erlebnisse an. Wir in unserem Virtual-Reality-Pavillon, Polestar mit seinen Modellen. Beide sind einzigartig und sehr beliebt.

Und schließlich ist das Lux Film Festival mehr als nur ein Filmfestival, es überschreitet in seinem gesamten Programm traditionelle Grenzen, genau wie Polestar, das seine Passagiere zu einem zweifellos erstklassigen Erlebnis mitnimmt.

Welche Rolle spielt Polestar?
Wir setzen Polestar-Fahrzeuge für den Transport unserer Gäste ein. Sei es die Jury, die Schauspieler oder die Regisseure, die die Filme repräsentieren. Das ist auch für uns etwas sehr Wichtiges, denn so können wir die Begegnungen fördern, von denen wir gesprochen haben. Außerdem fördert die Stille, die im Inneren der Wagen herrscht, den Austausch zwischen den verschiedenen Passagieren.

Und Sie, fahren Sie einen Polestar?
Ich hatte tatsächlich das Glück, einen Polestar 2 zu fahren, und ich habe ihn genutzt, als ich unter sehr winterlichen Bedingungen zum Festival International du Film Fantastique de Gérardmer in den Vogesen gefahren bin. So konnte ich das volle Potenzial des Fahrens auf schneebedecktem Terrain und kleinen Bergstraßen erfahren, und es war ein voller Erfolg.

Vor kurzem war ich dann mit dem neuen Polestar 2 nach Hamburg unterwegs und habe die Verbesserungen des Modells genossen. Der Komfort ist gleich geblieben, aber die Leistung und die Reichweite sind noch besser geworden.

Ich habe auch das Navigationssystem zu schätzen gelernt, das es mir ohne Vorbereitung ermöglicht hat, die Ladestation im richtigen Moment zu finden, auch an den unwahrscheinlichsten Orten.

Sie sind also begeistert?
Absolut! Es ist ein innovatives Fahrzeug, das die Köpfe verdreht.

Vielen Dank, Alexis!

Dezent im Trend

Grau-Malerei

Die Modebranche ließ sich für die aktuelle Herbst/Winter-Saison unter anderem von den vielen Farbnuancen in Schwarz-Weiß-Filmen inspirieren, denn neben kräftigen Tönen ist auch Grau wieder absolut en vogue. Kein Wunder: Die (Un-)Farbe passt sich ihren Begleitern immer perfekt an und kommt vor allem in Kombination mit aufregendem Schwarz und unschuldigem Weiß wunderbar zur Geltung.

Text: Michael Juchmes
Fotos: Hersteller

Evergreen

Fischerhüte, auch Bucket Hats genannt, bleiben uns in der aktuellen Herbst/Winter-Saison erhalten – wahlweise in Fake Fur, Fleece oder, wie dieses Prachtstück von Miu Miu aus reiner Schurwolle, mit elegantem Hahnentritt-Muster.

Stadt, Land, Berg

Für die Capsule Collection „DiorAlps“ ließ sich Kreativdirektorin Maria Grazia Chiuri unter anderem von ihrer eigenen Prêt-à-porter-Kollektion für Dior inspirieren: Auf der Jacke für Pistensportler findet sich beispielsweise der Druck „Plan de Paris“ wieder.

In tiefster Nacht

Dieses Statement Piece aus der Feder des deutschen Labels Riani strahlt ein wenig „Matrix“ und auch ein wenig Dominatrix aus. Mit dem langen Mantel aus weichem Nappaleder ist der große Auftritt nicht nur zu später Stunde garantiert.

Foto: Studio des Fleurs

Tierparade

Dieses Design weckt Erinnerungen an Picassos Meisterwerk „Guernica“: Das Carré „Parade en fanfare“ aus der Kollektion des französischen Traditionshauses Hermès ist aus Kaschmir und Seide gefertigt.

P wie Plissee

Der mehrfarbige Plissee-Rock in Maxilänge des italienischen Labels Alysi ist aus einem Woll-Seide-Gemisch gefertigt. Er folgt der Leitlinie der aktuellen Kollektion, die die Trägerin dazu auffordert, ihren eigenen Stil auszuleben.

Croc & Rock

Ein wenig Glamour hat noch niemandem geschadet – das gilt vor allem für die anstehende Festtagsperiode Ende Dezember: Handtasche aus Leder mit Kroko-Prägung und strassbesetztem Quastendetail von Fratelli Rossetti.

Rosenmeer

Zum 25. Geburtstag des dänischen Trendlabels Baum und Pferdgarten im kommenden Jahr gibt's bereits jetzt einen Strauß Blumen, der niemals verblühen wird: in Form eines Bouquets aus weißen Rosen.

Ton in Ton

Dass grau nicht gleichzeitig langweilig bedeutet, beweist das Supermodel Naomi Campbell auf dieser Aufnahme: Die alterslose Britin trägt eine elegante, locker geschnittene Kombination in Silbergrau von Boss mit dazu passendem Oversize-Mantel.

Alleskönner

Wer seine Garderobe mit Business-tauglichen Kleidungsstücken auffrischen will, die sich auch im Alltag leicht kombinieren lassen, sollte sich dieses Must-have, einen Nadelstreifen-Blazer von Longchamp, einmal genauer anschauen.

Vorsicht, bissig!

Dass Reptilien bei sinkenden Temperaturen automatisch in eine Kältestarre verfallen, trifft nicht auf diese Kreation in Schlangen-Optik zu: Die Stiefel von Michael Kors Collection kommen erst im Herbst und Winter so richtig in Fahrt … beziehungsweise Tritt.

Die Chronographen 2067 Type XX (l.) und 2057 Type 20 schreiben die fast 70-jährige Geschichte der historischen Fliegeruhr aus dem Hause Breguet fort.

Type XX von Breguet

Himmel und Zeit erobern

Im Kreise legendärer Flugzeuge wie der Concorde präsentierte das Uhrenhaus Breguet im Musée de l'Air et de l'Espace du Bourget bei Paris die zwei neuen Gesichter seiner Aviator-Zeitmesser Type XX: die Chronographen 2057 und 2067.

Text: Manon Kramp
Fotos: Hersteller

Seit rund 70 Jahren ist die Kollektion Type XX eng mit der Geschichte der Luftfahrt verbunden. Eine Verbindung, die auch mit der Historie der seit 1775 in Paris ansässigen Uhrenmanufaktur Breguet zusammenhängt. Louis Charles, Enkel von Louis Clément Breguet (selbst Enkel des Firmengründers Abraham-Louis Breguet), wandte sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts der Aeronautik zu und wurde zu einem bedeutenden Flugzeugkonstrukteur: Er entwarf unter anderem den Doppeldecker Breguet XIV, der seine militärischen Qualitäten im Ersten Weltkrieg unter Beweis stellte, Flugzeuge für die Aéropostale und die Point d'Interrogation, die 1930 als erstes Flugzeug in 37 Stunden von New York nach Paris flog.

Der Flugzeugkonstrukteur Louis Charles Breguet schenkte der Testpilotin und Pionierin der Frauenfliegerei Jacqueline Auriol (Foto) eine der ersten Type XX.

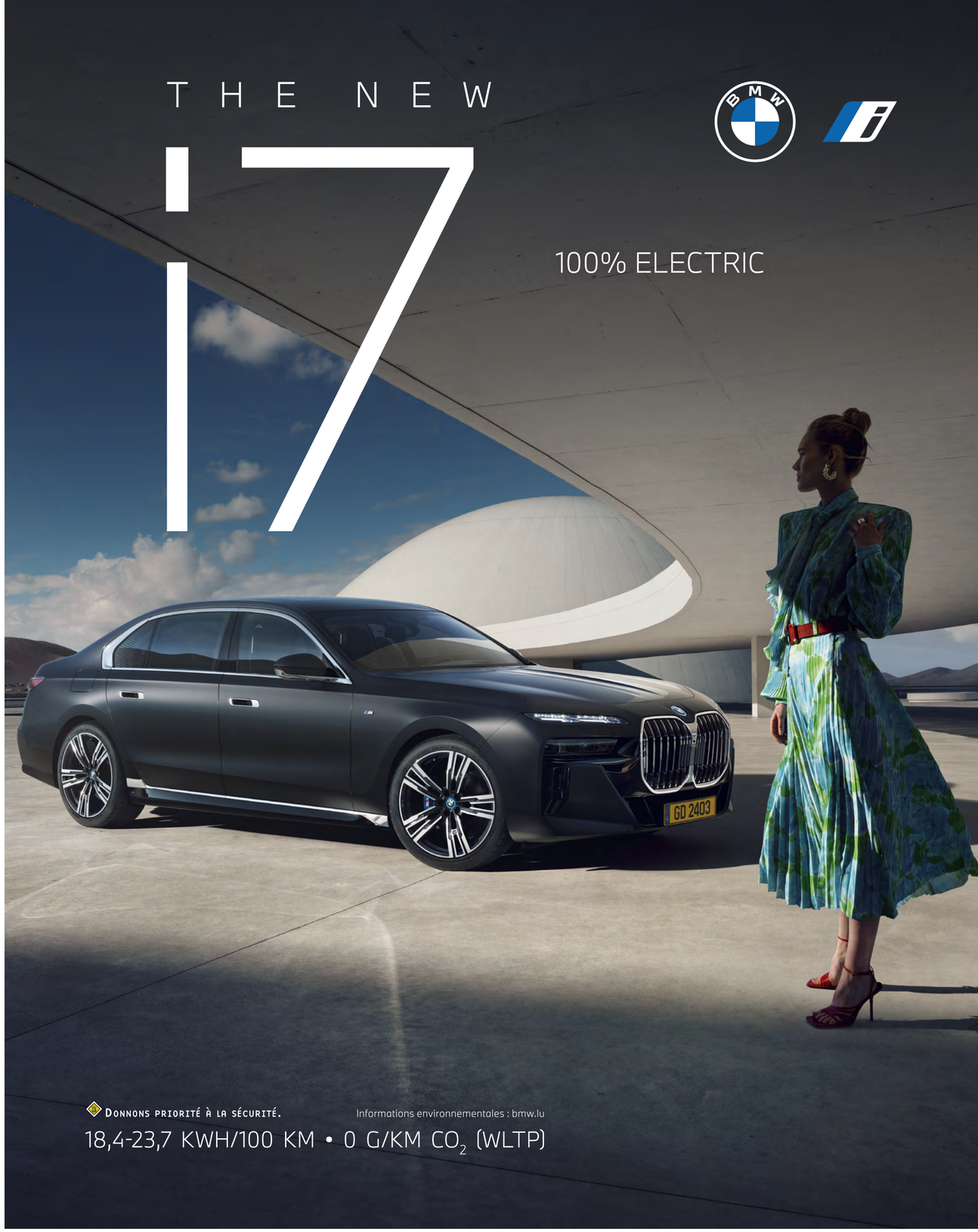
Obwohl die Manufaktur seit 1870 nicht mehr im Familienbesitz war, wurde die Fluggesellschaft Louis Breguet natürlich ihr Kunde und bestellte ab den 1930er-Jahren dort Uhren für Bordinstrumente und späterhin auch für die Piloten. Flugzeiten messen, Zwischenzeiten stoppen, Aufklärungsflüge berechnen ... für Navigatoren war die exakte Zeitmessung so wichtig, dass sich an Bord zur Sicherheit gleich zwei Chronographen befanden: einer am Armaturenbrett und einer am Handgelenk des Piloten.

Anfang der 1950er-Jahre beauftragte die französische Armee mehrere Uhrenhersteller – darunter Breguet – mit der Entwicklung einer Uhr namens Type 20, die besondere Spezifikationen aufweisen musste: Es sollte ein gut ablesbarer Fliegerchronograph mit schwarzem Zifferblatt und arabischen Ziffern sein, ausgestattet mit einer Flyback-Funktion, die es ermöglichte, die Chrono-Funktion mit einem einzigen Druck erneut zu starten. Breguet rüstete im Laufe mehrerer Jahrzehnte unter anderem die Piloten der französischen Luftwaffe, des Flugversuchszentrums und der Marine mit Versionen seiner Type 20 aus. Aufgrund seines Erfolgs wurde dem Chronographen zudem eine zivile Version für Liebhaber, die Type XX, zur Seite gestellt.

Der Flugzeugbauer Louis Charles Breguet entwarf unter anderem den Doppeldecker Breguet XIV, das „Flugzeug des Sieges" im Ersten Weltkrieg.
Foto: Manon Kramp

2023 markiert die Geburtsstunde der bereits vierten Modellgeneration, die in vierjähriger Entwicklungsarbeit entstand: die Chronographen 2057 Type 20 mit militärischem Erbe und 2067 Type XX, in Anlehnung an die zivilen Versionen der 1950er- und 1960er-Jahre. Inspiriert von den ersten Modellen der Luftwaffe mit schwarzem Zifferblatt, beidseitig drehbarer, geriffelter Lünette und birnenförmiger Krone, verfügt die neue Type 20 über zwei Zähler sowie mintgrüne Leuchtziffern und -zeiger. Sie unterscheidet sich damit von der zivilen Type XX mit drei Zählern, leuchtenden elfenbeinfarbenen Ziffern und Indizes, beidseitig drehbarer Skalenlünette und gerader 3-Positionen-Krone. Beide Modelle mit einem 42-mm-Gehäuse besitzen austauschbare Armbänder aus Kalbsleder und schwarzem NATO-Nylon.

Angetrieben werden die Uhren im sicheren Rhythmus (Frequenz von 5 Hz und 60 Stunden Gangreserve) eines neuen Automatikwerks: Kaliber 7281 für die Referenz 2057 und Kaliber 728 für die Referenz 2067, mit Hemmungsrad und Spiralfeder aus Silizium. Auslösung und Nullstellung der Flyback-Funktion wurden optimiert. Der Gehäuseboden aus Saphirglas offenbart das Werk mit seinem Rotor in Form eines Flugzeugs sowie mit polierten Kanten und geperlten Oberflächen veredelten Komponenten. Dank ihrer technischen und ästhetischen Eigenschaften schreiben die aktuellen Modelle ein neues Kapitel der langjährigen Saga des Uhrenhauses.



Bilia-Emond Luxembourg
7, Rue Christophe Plantin
L-2339 Luxembourg
www.bilia-emond.bmw.lu

Muzzolini
6, Rue Romain Fandel Zi Um Monkeler
L-4149 Esch-sur-Alzette
www.muzzolini.bmw.lu

Schmitz
21, Rue de la Gare
L-7535 Mersch
www.schmitz.bmw.lu

Schweig
6, Haaptstrooß
L-9806 Hosingen
www.schweig.bmw.lu

Uhren im Trend

Hochleistungskunstwerke

Sechs Haupttendenzen beeinflussen die aktuellen Uhrenvorstellungen: Unisex-Modelle, neu interpretierte Vintage-Zeitmesser, kleinere Formate, Schmuckversionen, nachhaltige Materialien und Farbe. Viele Manufakturen bereichern bestehende Kollektionen mit neuen Varianten, deren Optik durch modernisierte Gehäuseformen und eine klarere Gestaltung der Zifferblätter überarbeitet wurde. Gleichzeitig sollen Hightech-Materialien die Präzision, Widerstandsfähigkeit und Langlebigkeit erhöhen. Neben edlen Ausführungen in Gold kommen auch vermehrt Keramik und neuartige Verbundwerkstoffe zum Einsatz, vor allem bei sportlichen Chronographen, die sich ungebrochener Beliebtheit erfreuen.

Text: Manon Kramp
Fotos: Hersteller

Verjüngungskur

Die von der Tank Cintrée aus dem Jahr 1921 inspirierte Tank Américaine verkörpert mit ihrer schnörkellosen Ästhetik die klassisch-legere Eleganz des Hauses Cartier. Das 1988 lancierte Modell mit dem rechteckigen, gewölbten Gehäuse und den abgerundeten Seitenteilen wurde neu interpretiert. Die geradlinige Form erhielt ein grafisch gestaltetes Zifferblatt und perfekt ins Gehäuse integrierte Bandanstöße. Die Tank Américaine ist mit dem mechanischen Manufakturwerk 1899 MC mit Automatikaufzug ausgestattet, das speziell für flache Gehäuse konzipiert wurde, und ist in verschiedenen Ausführungen erhältlich: in Gold oder Stahl, als Schmuckuhr in Roségold mit Diamanten (Foto), in Weiß- und Roségold mit Diamantpavé sowie mit Armbändern aus Leder, Stahl und Gold.

Regenbogen am Handgelenk

Mit den DEFY 21 Chroma II stellt Zenith zwei neue Modelle seines Hochfrequenz-Chronographen in Keramik vor. Bei der Version in Weiß (Foto) setzen hell leuchtende Farben Akzente, die Version in Schwarz greift starke Grundfarben auf. Das offen gestaltete Zifferblatt ist mit erhabenen Chronographenzählern versehen, unter denen das dekorierte Werk zum Vorschein kommt. Jede Brücke ist in einer anderen Metallic-Farbe gefertigt. Das sichtbare Kaliber El Primero 21 mit Automatikaufzug und 1/100-Sekunden-Hochfrequenz-Chronograph verfügt über zwei Regulierorgane und Räderwerke für die Zeitmessung und die Chronographenfunktionen, die mit Frequenzen von 5 Hz (36 000 Halbschwingungen pro Stunde) und 50 Hz (360 000 Halbschwingungen pro Stunde) arbeiten. Beide Modelle sind auf jeweils 500 Exemplare limitiert.

Starkes Leichtgewicht

Die Planet Ocean Dark Grey aus der Seamaster-Kollektion von Omega trumpft mit Siliziumnitrid-Keramik im 45,5-mm-Gehäusekörper, im patentierten Naiad-Lock-Gehäuseboden und im Lünettenring auf. Das dunkelgraue Material erhöht die Robustheit und hält das Gewicht niedrig, was den Tragekomfort verbessert. Für den Lünettenkörper, das sandgestrahlte Zifferblatt und die Faltschließe des Armbands wurde langlebiges Titan Grade 5 aus der Luft- und Raumfahrtindustrie verwendet. Die dunkle Ästhetik beeinflusst auch das Uhrwerk. Das Omega Co-Axial Master Chronometer Kaliber 8906 aus Titan ist eine ultraleichte Kreation mit GMT-Funktion für höchste Präzision. Für den Einsatz in großen Tiefen ist das Modell bis zu 600 Meter wasserdicht.

Alpine Schönheit

Chopard bereichert seine Kollektion Alpine Eagle mit vier Summit-Modellen, die von der Farbenpracht der Alpenlandschaften, von Felsen, Gletschern und Sonnenaufgängen inspiriert sind. Edelsteine im Baguetteschliff mit Farbverläufen säumen die Zifferblätter, deren strahlenförmige Struktur an das Auge eines Adlers erinnert. Die 41-mm-Modelle werden in vier Kombinationen hergestellt: Roségold mit Spessartinen (Foto), Weißgold mit blauen und violetten Saphiren, Weißgold mit Tsavoriten und Gelbgold mit pinken Saphiren. Da sich die Manufaktur dem nachhaltigen Luxus verschrieben hat, sind die Uhren aus 18-karätigem ethischem Gold gefertigt. Angetrieben werden sie vom Kaliber Chopard 01.15-C, dessen Präzision durch ein Chronometer-Zertifikat bestätigt wird.

Partner auf hoher See

Tudor präsentiert zwei neue, vom Segelsport und moderner Schiffstechnik inspirierte Modelle der Pelagos FXD, die im Rahmen der Partnerschaft mit Alinghi Red Bull Racing entstanden sind: einen Chronographen und eine reine Zeituhr (Foto). Als Werkstoffe kommen Hightech-Carbon, Titan und Edelstahl zum Einsatz, aus denen auch der Rumpf des Tragflächenbootes AC75 (America's Cup 75) gefertigt ist, der im Rennen höchsten Belastungen standhalten muss. Auf den matten Zifferblättern in der Farbe des AC75 sorgen quadratische Indizes aus einem lumineszierenden Keramikverbundstoff für optimale Ablesbarkeit auch unter extremen Bedingungen. Das Chronographenkaliber ist in ein Gehäuse mit fest montierten Bandanstößen integriert, und das individuell anpassbare Armband garantiert einen sicheren Sitz.

Leuchtender Co-Pilot

Als Erweiterung der 1969 eingeführten Linie Monaco entwarf TAG Heuer die limitierte Auflage des Monaco Chronograph Night Driver für das Fahren bei Nacht. Die Konstruktion des Zifferblatts mit dem Kreis im Quadrat ermöglicht eine sofortige Ablesbarkeit, wobei der graue äußere Bereich dank einer Super-LumiNova-Beschichtung in ein strahlendes Hellblau wechselt, wenn es dunkel wird. Dann leuchten auch die Zeitanzeigen des Chronographen. Nach einer vollständigen Aufladung sind sie nachts bis zu drei Stunden lang sichtbar. Das Gehäuse besteht aus Titan Grade 5 und ist – wie die am stärksten beanspruchten Teile des Chronographen – mit schwarzem DLC, einem diamantähnlichen Kohlenstoff, beschichtet. Das durch den Saphirglasboden sichtbare Kaliber Heuer 02 bietet eine Gangreserve von 80 Stunden.

Goldene Zeiten

Chanel präsentiert die J12 Calibre 12.1 mit Verzierungen in Gelbgold, die den Unisex-Charakter der Kreationen aus hochresistenter schwarzer und weißer Keramik unterstreichen. Lünette und Krone sind aus 18-Karat-Gelbgold gefertigt. Auch das Zifferblatt ist mit goldenen Akzenten versehen. Das Kaliber 12.1, ein vom Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres COSC als Chronometer zertifiziertes Manufakturwerk mit automatischem Aufzug, liefert eine Gangreserve von rund 70 Stunden. Die Schwungmasse dieses Kalibers, die durch ein Saphirglas auf der Rückseite der Uhr sichtbar ist, wurde vergoldet. Die Uhr mit einem Durchmesser von 38 mm ist bis zu einer Tiefe von 200 Metern wasserdicht.

Rasante Extravaganz

Mit dem Portugieser Tourbillon Rétrograde Chronograph Lewis Hamilton signiert der siebenfache Formel-1-Weltmeister seine dritte Design-Kooperation mit IWC Schaffhausen. Das limitierte Modell vereint ein fliegendes Tourbillon mit Minuten- und Sekundenstopp, eine retrograde Datumsanzeige, einen Chronographen mit Flyback-Funktion sowie die Anzeige der verstrichenen Stunden/Minuten in einem einzigen Totalisator. Ein gewölbtes Saphirglas krönt das 43,5 mm große Gehäuse aus 950er-Platin. Das meergrüne Zifferblatt mit zwölf Diamanten als Stundenmarkierungen wird von einem Textilarmband mit Platinfaltschließe ergänzt. Das hauseigene Automatikkaliber 89900 mit vergoldetem Dekor wird von einer 18-karätigen Schwungmasse aufgezogen und verfügt über eine Gangreserve von rund 68 Stunden.

Klassisches Understatement

Rolex bereichert seine Perpetual-Kollektion mit der Perpetual 1908 als Hommage an das Jahr, in dem Firmengründer Hans Wilsdorf den Namen „Rolex“ erfand, um seine Kreationen zu signieren und die Marke in der Schweiz einzutragen. Die elegante Uhr besitzt ein schlankes Gehäuse, das von einer geriffelten Lünette gekrönt wird. Das schlichte Zifferblatt in Weiß oder Schwarz zeigt arabische Ziffern und facettierte Indizes, eine kleine Sekunde sowie den bogenförmigen Superlative-Chronometer-Schriftzug. Das Gehäuse aus 18-karätigem Gelb- oder Weißgold ist mit einem transparenten Boden versehen, der den Blick auf die Technik des verzierten Uhrwerks freigibt. In dem als Chronometer der Superlative ausgezeichneten Modell tickt das neue Kaliber 7140.

Puristische Raffinesse

Mit einem Sondermodell der Tangente neomatik setzt die Uhrenmanufaktur Nomos Glashütte ihre Serie limitierter Editionen zu Ehren von 175 Jahren Uhrmachertradition in Glashütte fort. Die Armbanduhr hat ein Gehäuse aus Roségold und ein Zifferblatt, das sich am Originaldesign der Tangente orientiert. Die neue Version, die ebenfalls galvanisch weiß versilbert ist, verfügt nun über Minuten- und Sekundenanzeigen in Roségold, die die schlichte Optik unterstreichen. Angetrieben wird das ursprünglich mechanische Modell mit dem klassischen Durchmesser von 35 mm nun vom extra flachen hauseigenen Neomatikwerk DUW 3001 mit Automatikaufzug. Die Sammleruhr ist auf 175 Stück limitiert.

Kleiner und nachhaltiger

Die Kollektion der 1952 von Breitling kreierten Pilotenuhr Navitimer erhält Nachwuchs mit reduzierten Formaten in 36 und 32 mm. Die Navitimer 36 mm (Foto) besitzt die typische perlenbesetzte Lünette und den kreisförmigen Rechenschieber, den Piloten als analoges Rechengerät verwenden. Angetrieben wird das Modell vom COSC-zertifizierten Breitling Kaliber 17 mit automatischem Aufzug. Es ist in den metallischen Zifferblattfarben Mintgrün, Silber und Anthrazit oder mit einem weißen Perlmuttzifferblatt ausgestattet, das mit „better diamonds“ – synthetischen, rückverfolgbaren Diamanten – besetzt ist. Die Goldversion und die Goldlünette des Bicolor-Modells bestehen aus „better gold“, das den sozialen und ökologischen Kriterien der Swiss Better Gold Association entspricht.

Sammelobjekt

Die Kollektion Luminor Chrono von Officine Panerai zeichnet sich durch innovative mechanische Chronographen aus. So verfügt das Modell PAM01498 über ein 44-mm-Gehäuse aus kratzfester schwarzer Keramik und ein satiniertes grünes Zifferblatt mit Sonnenschliff. Der leuchtende Farbton bildet den Hintergrund für den Sekundenzähler und die nautische Tachymeterskala, mit der die Durchschnittsgeschwindigkeit eines Segelbootes über eine bestimmte Distanz gemessen werden kann. Ein durchbrochener Gehäuseboden gibt den Blick frei auf das automatische Manufakturkaliber P.9100, das mit der Flyback-Funktion ausgestattet ist. Sie erlaubt es, den Chronographen auf Knopfdruck sofort auf null zurückzustellen und neu zu starten. Das bis 100 Meter wasserdichte Modell bietet eine Gangreserve von drei Tagen und ist auf 200 Exemplare limitiert.

Eleganter Abenteurer

Als Hommage an die Taucheruhren der 1960er-Jahre ergänzt Jaeger-LeCoultre seine Polaris-Chronographen mit Zifferblättern in zwei Versionen: einem warmen Grau für den sportlichen Look (Foto) und einem satten Dunkelblau. Ein Farbverlauf verbessert die Ablesbarkeit der lackierten Flächen mit der zentralen Scheibe, dem Zwischenring mit den Stundenindizes und dem äußeren Höhenring der Tachymeterskala. Ein Chronograph mit zentralem Sekundenzeiger sorgt für mehr Präzision bei der Leistungsmessung. Das 42-mm-Stahlgehäuse besticht durch klare Linien, wobei der Saphirglasboden den Blick auf das Automatikwerk Calibre 761 mit integriertem Chronographenwerk freigibt, das von zwei Federhäusern angetrieben wird und eine Gangreserve von 65 Stunden bietet.

Rencontre avec Stephen Korytko, réalisateur

Le messager

Auteur de clips et de films publicitaires, le vidéaste présente son premier court-métrage

Texte: Gaston Carré
Photos: Morris Kemp

C'était un défi, une gageure, pour ne pas dire «mission impossible». Il s'agissait de réaliser, sur initiative de «Luxembourg, Let's make it happen», un film qui mettrait en lumière «la diversité du pays et de ses habitants, aussi bien dans leurs différences que dans leurs points communs». Pourquoi impossible?

Parce qu'il fallait, pour réaliser un tel film, concilier mille exigences contraires: évoquer le passé et invoquer l'avenir, faire preuve d'emphase et d'humour, de gravité et de légèreté, manier des poncifs tout en faisant preuve d'originalité, montrer à la fois une disparité et une communauté – l'impossible devait être pertinent et percutant, tenir en deux minutes et faire plaisir à voir.

Stephen Korytko, réalisateur, aurait pu fuir en courant. Se dire qu'à 36 ans il était trop vert encore pour rendre compte de «l'identité » d'un pays protéiforme et paradoxal. Que le sujet est miné et qu'il s'y brûlerait la plante des pieds, d'autant que son nom, Korytko, ne connotait pas un ancrage de nature à lui éviter les faux pas. Mais Stephen Korytko n'a pas fui, il a relevé le défi, et mené sa tâche à bien, avec brio: le film «Our Common Ground», présenté dans le cadre de la fête nationale 2023, lui vaut une large reconnaissance parmi le public et les milieux professionnels.

Les ressorts de cette réussite? Korytko a utilisé à son profit tout ce qui aurait pu le desservir: son expérience dans les domaines du clip et de la vidéo publicitaire confèrent à son film une modernité, un vernis esthétique, un «punch» et une immédiate efficacité, son âge lui permet de convoquer des stéréotypes sans s'y enliser, tandis que la pluralité de ses origines – Stephen pour faire court se définit comme «franco-anglais» – lui aura permis de comprendre que la question de l'identité se résorbe par la synthèse, que c'est en sa diversité que le Luxembourg trouve sa singularité. Enfin, le réalisateur a identifié le ressort qui lui permettrait de lier les diversités évoquées: «Individus et communautés sont animés d'une forme de nostalgie. C'est l'affect le plus commun, le mieux partagé. Il fallait faire vibrer les cordes sensibles qui, sur fond de cette conjonction de nostalgies, permettraient à chacun de se retrouver dans mon film». Affaire de psychologie?

«Oui, on ne peut communiquer sans la capacité à comprendre les gens dans leur intimité, on ne peut toucher une collectivité sans saisir les sensibilités qui les fédèrent. Il faut capter un imaginaire collectif, et le Luxembourg à cet égard est un terrain d'étude passionnant».

Nous rencontrons Stephen Korytko dans un café du quartier de la gare. Un jeune homme modérément barbu et raisonnablement chevelu, portant une casquette à l'envers dont la visière protège la nuque tout en révélant un regard où brille une assurance sans arrogance. Un jeune homme avenant, qui de toute évidence se refuse à endosser les traits du «créatif» surbooké ou de l'intello

«Je vois mes réalisations comme des marques, comme des tatouages.»

Stephen Korytko sur son engagement créatif

tourmenté. Des reliquats d'adolescence encore, et tout à la fois les signes d'un professionnalisme mature. Créateur indépendant, Stephen Korytko a tôt fait l'apprentissage de ce premier impératif: «être au service du client, identifier sa demande, la satisfaire en fonction de ce qu'il est et de ce qu'il attend», entendez: sans brouiller le message par les ajouts que tendent à instiller les créateurs au narcissisme hypertrophié.

«Je n'ai pas la grosse tête»

Nous évoquons des réalisations anciennes déjà. Parmi lesquelles un clip pour l'artiste CHAILD, que nous avons présenté dans une précédente édition de Tendances. Le chanteur est saisi en studio durant l'enregistrement de la composition «Above water». CHAILD dans sa fragile atypie, sa musique à la fois éthérée et sensuelle, sa gestuelle lascive et maniérée. Comment le réalisateur a-t-il traité son sujet? En l'«épousant». Stephen ne l'altère pas par addition ou soustraction, ne tente pas d'y greffer sa propre esthétique: sa caméra se contente de tourner autour du chanteur chantant, d'épouser ses mouvements, et ce faisant elle sublime sa gestuelle plutôt que de l'écraser. Il y faut de l'humilité, et Stephen s'en revendique: «je n'ai pas ce qu'on appelle la grosse tête, j'ai des difficultés même à me définir comme créateur, a fortiori comme artiste – j'estime simplement avoir acquis un ensemble de techniques, un savoir-faire, qui me place dans le domaine du tangible, non de la magie».

Le «tangible». Mot-clé dans la conception de la récente installation de Korytko dans le CeCiL's Box du Cercle Cité à Luxembourg. Intitulée «REGÆN», cette installation visible jusqu'au 3 décembre, définie comme une œuvre cinématographique et photographique, vise une «célébration de la physicalité des choses». Dans un monde régi par le numérique, et face aux interrogations que suscite la montée en puissance de l'intelligence artificielle, Stephen Korytko met en scène son «aspiration au tactile, au tangible, au réel», et affirme sa volonté de se «réapproprier l'art par des processus analogiques». «REGÆN» est un retour à l'artisanat, revendiqué par un professionnel qui considère son activité, la publicité, comme un art certes, mais avant tout comme le produit d'une maîtrise qui célèbre «la beauté unique du fait-main».

«L'intelligence artificielle peut jouer un rôle néfaste, dans la mesure où elle réduit la contribution de l'homme aux processus créatifs. Cette réduction à son tour pervertit les métiers dont la création est la vocation. La publicité, ainsi, est en train de devenir une science. C'est à l'encontre de ces tendances qu'il faut (re)valoriser la main humaine, la création sensible».

L'analogique et le numérique, la tradition et la modernité, l'authenticité et la sophistication: Korytko se plaît à surmonter les antinomies. Voyez le film qu'il a réalisé pour les Caves Wengler, à travers

les portraits de leur responsable et de la cuisinière Anne Knepper. Ode au vignoble, apologie du terroir, plaidoyer donc pour la nature et l'authenticité par un traitement cinématographique résolument esthétique, sans que la sophistication de la forme ne vienne dévoyer le «naturel» postulé par le message. Il y faut de l'habileté et de la maturité, celle-ci permettant, comme dans la vidéo «Our Common Ground», de solliciter archétypes et stéréotypes tout en préservant la «sincérité» du message et de son émetteur. D'où Korytko tient-il son habileté, son «savoir-faire»?

Sa formation débute à l'Ecole européenne, au Luxembourg, mais c'est à Londres, au College of Music and Media, qu'il acquiert les rudiments de son métier. Cette formation conforte son goût de la «manipulation» – il faut entendre le mot à la lettre, et deviner la fascination de Korytko pour ses outils plus que pour son art: dans une autre vie il aurait pu être ingénieur du son, passionné de musique mais séduit surtout par les moyens de son élaboration, on l'imaginerait penché sur ses tables de mixage, à pousser boutons et curseurs, comme on l'imagine aujourd'hui dans sa passion pour la production audio et son corollaire le travail vidéo. Un «geek»? Un «bidouilleur»? De cette génération férue de technologie, qui peut consacrer des nuits et des jours à l'exploration de ses fabuleux jouets?

Pas vraiment: «la technologie est un outil au service d'une finalité, d'une mission à accomplir, et la mission c'est le message publicitaire que le client me confie. Le bonheur dans ce métier advient quand on parvient à trouver la juste équation, à définir, à maîtriser puis à utiliser les outils permettant de donner corps au message à véhiculer».

L'installation «REGÆN» est une œuvre cinématographique et photographique qui vise une «célébration de la physicalité des choses».
Photo: Stephen Korytko

Une certaine inclination à l'introspection

La publicité, ce métier qui jadis fut problématique, pour ne pas dire malséant. On se souvient de ces années 1970 et 80 où elle suscitait une euphorie vaguement éhontée, ce temps paradoxal où la «pub» se définissait comme culture nouvelle sans être libérée tout-à-fait de la suspicion qui pesait sur ses pratiques, quand la pub était «réclame» et que la réclame était décriée comme «propagande». On se souvient de Jacques Séguéla et du livre qu'il signa, dont le titre – «Fils de Pub» – dit bien l'ambiguïté dont sa pratique était entachée. Or, ce qui frappe tout au long de notre rencontre avec Stephen Korytko, c'est l'absence quasi totale du scrupule dont se gargarisaient ses aînés: Stephen est d'une génération émancipée de maintes tartufferies, libérée du lest idéologique qui hier encore pouvait encombrer ses pratiques: «la publicité est légitime quand le message est honnête, et elle peut produire du beau à partir du trivial».

Le goût de la polyvalence

«Je pense que je n'aurais pas pu travailler dans ce métier il y a trente ans. Aujourd'hui par contre on peut l'exercer sans états d'âme, réaliser des pubs sans que cela ne trouble votre sommeil». D'où cette sérénité? «Il me semble que tous les discours aujourd'hui sont plus nuancés, les médias et la pub rendent compte de cette complexité».

Les études à Londres portaient sur les technologies du son. «Je ne vivais pas encore, dans cette période londonienne, dans l'idée de réaliser des films un jour». Par contre, Stephen s'avise que l'audio est «un support de storytelling», et va évoluer vers des pratiques faisant une large part à la vidéo. Retour de Londres il se consacre à un master audiovisuel en France, puis revient au Luxembourg où durant une période de quatre années il va apprendre tous les aspects du métier qui sera le sien – le son encore, mais aussi l'image, l'éclairage, le montage, jusqu'au l'organisation des tournages – «je comprenais alors que c'était le caractère multidisciplinaire de ce métier qui me séduisait, la richesse et la complexité des moyens à disposition. Et ce que je comprendrai ensuite, ce sera mon bonheur à conjuguer ces moyens, à orchestrer un projet, à coordonner ses différents intervenants». Le parcours de Stephen va connaître une première culmination, quand au sein d'un «studio créatif» il mènera à bien ses premières réalisations.

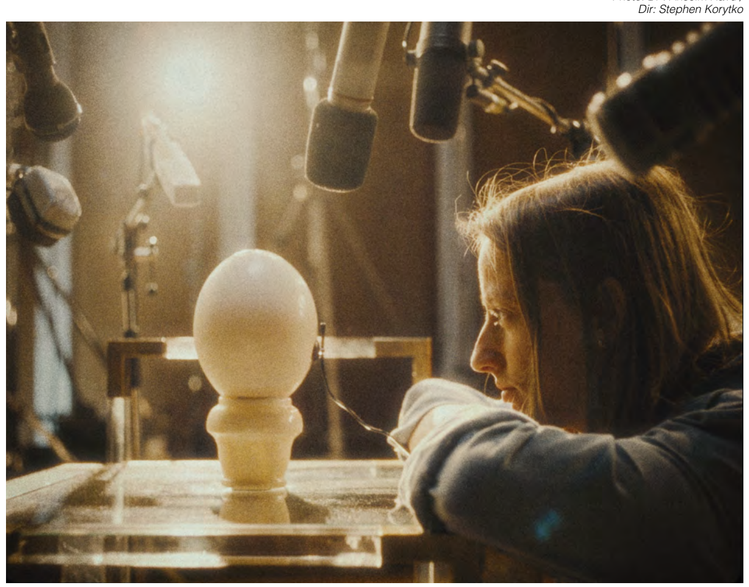
Une esthétique singulière: Korytko a la réputation de posséder une «patte».
Photo: DP: Anselm Havu / Dir: Stephen Korytko

Stephen Korytko, droit dans ses bottes de réalisateur
Photo: Max Jacoby

Vient toutefois un moment où il veut changer d'air. Il largue les amarres et se rend à Berlin, pour une nouvelle période de quatre ans – «Je me suis rendu compte, avec le recul, que je fonctionne selon des cycles de quatre ans». Que découvre-t-il dans la capitale allemande? L'effervescence créative, l'inventivité débridée, une avant-garde à la fois technologique et artistique. Quatre ans durant Stephen absorbe cette profusion, engrange de nouveaux savoirs et de nouvelles idées, suite à quoi il revient au Luxembourg «où je vais enfin m'épanouir».

Un épanouissement à travers des sollicitations de plus en plus nombreuses. Qu'est-ce qui motive les commanditaires? «Le savoir-faire, une fois encore, et donc une efficacité objective. Mais, aussi, je peux me prévaloir maintenant d'une esthétique qui n'appartient qu'à moi, que mes clients reconnaissent en tant que telle. On me sollicite pour mon style, pour ma 'patte'». Le spot «Look closer: What does it mean to be a researcher?» restitue bien cette «patte», à savoir une esthétique «léchée» au service d'un message qui brise les idées reçues sur la recherche au Luxembourg. Un spot encore, pour La Belle Etoile, porte la marque de sa «psychologie»: message «d'amour» pour cette grande surface qui est un grand référent pour plusieurs générations, «qui à chacun d'entre nous rappelle des souvenirs», ce spot à nouveau titille les cordes de la nostalgie. L'ambition de Stephen Korytko: «apporter quelques prix, quelques récompenses professionnelles au Luxembourg».

Dans le court-métrage «The Golden Record» produit par Samsa Film, Stephen Korytko traduit sa vision sonore et visuelle.
Photo: DP: Anselm Havu / Dir: Stephen Korytko



Arrive un moment où Stephen veut endosser plus avant sa particularité. Faire entendre sa voix à travers une production personnelle. Un nouveau cycle s'amorce: ce sera l'aventure du premier court-métrage, «The Golden Record» pour la société de production Samsa. «Bernard Michaux un jour m'a contacté, dans l'idée que je pourrais réaliser un film. Il y voyait une continuité naturelle de ce que j'avais fait jusqu'alors. Je m'y suis consacré avec enthousiasme, parce que j'y voyais une opportunité de mobiliser l'entièreté de ce que j'avais appris, tout en développant un discours personnel. C'est un film sans dialogues, qui met en scène tout ce qui me tient à cœur, les années 1970, un studio d'enregistrement, et c'est un film (attention: spoiling) sur… la communication».

«The Golden Record» (13 minutes) est en ce moment même dans le circuit des festivals. Sa première a eu lieu le 8 novembre au Black Nights Film Festival (festival de qualification aux Oscars) à Tallinn, Estonie, et il sera à voir à partir de mars de l'année prochaine. Pour son réalisateur le travail est achevé, et un cycle de quatre ans arrive à son terme. Stephen jette un regard étonné sur sa notoriété, sur le talent qu'on lui prête: est-ce mérité, vraiment? Il se pose la question, et ce questionnement est l'indice de son honnêteté. «Je vois mes réalisations comme des marques, comme des tatouages. Je voudrais en être fier encore quand je les reverrai dans l'avenir».

Marques, tatouages: la «physicalité des choses», encore. De quoi l'avenir sera-t-il fait? Quel projet désormais pour Stephen Korytko?

«Découvrir le cycle nouveau. Me laisser surprendre, toutes voiles déployées, par ce qui me poussera alors».

Plus d'info sur www.korytko.co
et sur Instagram @thegoldenrecord.film

Expositions

A voir!

Peinture, musique, installations: trois événements coup de cœur autour de trois artistes dont les œuvres ont profondément influencé le monde de l'art.

Rédaction: Manon Kramp

Art

Vue nouvelle sur l'œuvre de Mark Rothko

Jusqu'au 2 avril 2024, la Fondation Louis Vuitton à Paris présente la première rétrospective en France consacrée à Mark Rothko (1903-1970) depuis celle du musée d'Art Moderne de la Ville de Paris en 1999. Cette exposition réunit quelque 115 œuvres provenant des plus grandes collections institutionnelles et privées internationales. Celles-ci retracent l'ensemble de la carrière de l'artiste depuis ses premières peintures figuratives jusqu'à l'abstraction qui définit aujourd'hui son œuvre. L'exposition s'ouvre sur des scènes intimistes et des paysages urbains qui dominent dans les années 1930, avant de céder la place à un répertoire inspiré des mythes antiques et du surréalisme à travers lesquels s'exprime, pendant la guerre, la dimension tragique de la condition humaine. À partir de 1946, Rothko opère un tournant décisif vers l'abstraction dont la première phase est celle des Multiformes. Progressivement, l'organisation spatiale de sa peinture évolue vers ses œuvres dites «classiques» des années 1950 où se superposent des formes rectangulaires suivant un rythme binaire ou ternaire, où dominent des tons jaunes, rouges, ocres, oranges, mais aussi bleus, blancs...

Si depuis la fin des années 50, Rothko privilégie des tonalités plus sombres, des contrastes sourds, l'artiste n'a pourtant jamais complètement abandonné sa palette de couleurs vives, comme en témoignent plusieurs toiles de 1967 et son dernier tableau demeuré inachevé dans son atelier. La permanence du questionnement de Rothko, sa volonté d'un dialogue sans mots avec le spectateur, son refus d'être vu comme un «coloriste», autorisent à travers cette exposition une lecture renouvelée de son œuvre – dans sa vraie pluralité.

fondationlouisvuitton.fr

Mark Rothko, The Ochre (Ochre, Red on Red), 1954, huile sur toile 235,3 x 161,9 cm The Phillips Collection, Washington DC, acquired 1960
© 1998 Kate Rothko Prizel & Christopher Rothko - Adagp, Paris, 2023

Serge Gainsbourg *© Tony Frank, 1985*

Sur les traces de Serge Gainsbourg

Dédiée à la transmission de l'œuvre de Serge Gainsbourg, la Maison Gainsbourg est une nouvelle institution culturelle qui propose depuis septembre 2023 une expérience sur deux sites distincts rue de Verneuil à Paris (7e). Au 5 bis: la maison historique dans laquelle Serge Gainsbourg a vécu pendant 22 ans – intérieur conservé intact depuis sa disparition en 1991. Le lieu chargé en émotions se visite grâce à une bande son originale créée par Soundwalk Collective en collaboration avec Charlotte Gainsbourg, la fille de l'artiste et de la chanteuse et actrice Jane Birkin (1946-2003). C'est une découverte exceptionnelle du domicile de l'artiste, narrée par Charlotte qui guide le public dans sa maison d'enfance. En face, au numéro 14, le musée propose une plongée dans l'œuvre et la vie de Serge Gainsbourg. Il s'articule autour d'une galerie composée d'œuvres emblématiques ou inédites qui forment la collection permanente. Le musée propose également le Gainsbarre, café et piano-bar, et des expositions thématiques temporaires.

maisongainsbourg.fr

Bill Viola, «Tristans Ascension»

Bill Viola. Sculptor of Time

Le musée de La Boverie à Liège accueille encore jusqu'au 28 avril 2024 l'exposition monographique «Bill Viola. Sculptor of Time» qui réunit 18 œuvres monumentales de l'artiste américain. Pionnier de l'art vidéo, où à l'aube des années 70 il dynamite les codes de la télévision et du cinéma, Bill Viola invente alors une nouvelle grammaire de l'image en mouvement, puissante et animée d'un profond questionnement spirituel. L'écran devient le support privilégié et la caméra, l'œil qui capte et dit le monde. Ses installations à la fois grandioses et intimistes, spectaculaires et profondément humaines, nous font prendre conscience de notre propre finitude et Bill Viola se fait le sculpteur du temps. Dans l'interstice des secondes allongées indéfiniment, il révèle ce qui reste habituellement enfoui, nous faisant basculer de l'ordre du visible à celui du sensible et nous pousse à contempler l'essence des choses et non plus seulement leur surface. En abordant des thèmes fondamentaux comme la naissance, la vie et la mort, il évoque des émotions primordiales: l'empathie, la souffrance et l'espoir. Sculpter le temps, mais aussi façonner l'espace. Car les œuvres de Bill Viola transfigurent les lieux qu'elles occupent. Telle une invitation au voyage, l'exposition déroule un territoire d'images, de sons et de silences qui en appellent aux sens et à l'émotion du visiteur.

laboverie.com

„Grain de Café"

Heißbegehrte Bohne

Die füllige Form der Kaffeebohne inspirierte das Haus Cartier zu einer Kollektion, die der Vision einer heiteren, stilisierten Natur entspringt.

Text: Manon Kramp

Die Schauspielerin Elle Fanning ist das Gesicht der neu interpretierten Kollektion.

Grace Kelly, alias Fürstin Grazia von Monaco, verliebte sich in ein Set der Kollektion „Grain de Café", die das Licht der französischen Riviera und den opulenten Chic der 1950er-Jahre vereint.

Das Schöne dort zu finden, wo man es nicht erwartet, ist eine der kreativen Leitlinien des Hauses Cartier. Selbst eine unscheinbare Kaffeebohne kann so zur Inspiration für eine ebenso originelle wie verspielte Schmuckkollektion namens „Grain de Café" werden. Diese basiert auf zwei gestalterischen Prinzipien: der Verwendung floraler Elemente und der Veredelung eines an sich banalen Objekts durch die Arbeit des Goldschmieds.

Die Idee zu „Grain de Café" entstand 1938 auf Anregung von Jeanne Toussaint, der extravaganten künstlerischen Leiterin des Hauses von 1933 bis 1970. Sie erkannte das gestalterische Potenzial des Motivs. Mit ihr wurde Gold zum Träger einer heiteren Juwelierkunst, die von einer naturalistischen Ader durchzogen ist und einen kostbaren Garten erblühen lässt: Mit Früchten beladene Palmen, schlanke Lorbeerblätter und explosive Farbbouquets bereicherten immer neue „Grain de Café"-Varianten. Die ersten Entwürfe waren meist aus Gelbgold gefertigt und teils mit Diamanten oder farbigen Edelsteinen besetzt.

Auf dieser Variante aus Roségold setzen Details aus schwarzem Onyx Akzente.

Die Kreationen rund um die stilisierte Kaffeebohne lösten in den 1950er- und 1960er-Jahren eine Welle der Begeisterung aus. Auch Hollywoodstar Grace Kelly konnte ihnen nicht widerstehen: Sie verliebte sich anlässlich ihrer Hochzeit mit Fürst Rainier III. von Monaco in ein Set „Grain de Café". Als Fürstin Grazia wurde sie zur verführerischen Verkörperung der Kollektion, die die Eleganz Monacos, die Leichtigkeit der französischen Riviera und den opulenten Chic der 1950er-Jahre vereint. Heute ist die junge amerikanische Schauspielerin Elle Fanning mit ihrem frischen Charme das Gesicht der Kampagne, die von der Persönlichkeit Grace Kellys inspiriert wurde.

Auf der Haut tanzt das Licht

30 Kunsthandwerker waren an der neu interpretierten „Grain de Café"-Kollektion beteiligt und über 60 Prototypen wurden angefertigt, um bewegliche Schmuckstücke zu kreieren, mit denen man spielen kann, die bei jeder Bewegung tanzen und Lichtreflexe aufblitzen lassen. Ringe, Colliers, Ohrringe, Armbänder und Broschen baumeln nunmehr an Ketten mit palmenförmig verzahnten Gliedern aus Gelb- und Weißgold. Die Goldbohnen bestehen aus einem zweiteiligen Hohlkörper, dessen Oberflächen glattpoliert sind oder Riffelungen aufweisen, auf denen diamantbesetzte Krönchen funkeln. Einige Varianten vermählen schwarzen Onyx und Roségold oder sind von Kugeln aus pinkem Rubellit und Brillanten übersät.

„‚Grain de Café' lässt durch das Spiel mit Licht, Oberflächen und Volumen eine neue Kostbarkeit entstehen", sagt Marie-Laure Cérède, Kreativdirektorin Joaillerie & Horlogerie über das Design. „Das Ergebnis ist eine vielstimmige Kollektion mit einer zusätzlichen Seele".

Erleben Sie den Defender hautnah

Heutzutage ist der Gipfel des Luxus oft mit einer Reise oder einem unvergesslichen Erlebnis verbunden, wie es Land Rover Experience seit langem anbietet. Von 4x4-Fahrkursen über All-Inclusive-Reisen bis hin zu Teambuilding-Aktivitäten gibt es eine Vielzahl von Angeboten.

Der Belgier Bartel Van Riet, TV-Moderator und Naturforscher, entschied sich für ein Abenteuer mit kulinarischem Höhepunkt: ein Abendessen in einem Sterne-Restaurant und eine geführte Tour mit dem Defender in der französischen Region Marquenterre an der Somme-Bucht.

Das Abenteuer beginnt

Bartel Van Riet, der in Brüssel in einem Defender 110 „Tasman Blue“ gestartet war, fuhr die Opalküste in Nordfrankreich hinunter, um zwei Stunden später auf der Domaine du Marquenterre anzukommen. Die Domaine du Marquenterre liegt mitten im nationalen Naturschutzgebiet der Somme-Bucht und ist ein idealer Ort, um die unberührte Natur zu genießen. Hier können Sie die Tierwelt in einem einzigartigen Naturgebiet von 1 000 Hektar mit 22 Kilometern unberührter Küste, einzigartigen Sanddünen und Kiefernwäldern beobachten. Es ist auch der perfekte Ort, um die Fähigkeiten des Defender kennenzulernen.

„Zwei Autostunden von Brüssel entfernt ist man plötzlich in einer ganz anderen Welt – unglaublich! Außerdem ist Offroad-Fahren in der Natur für mich Entspannung pur. Mit dem Defender erlebt man sowohl die Kraft eines Geländewagens als auch den modernen Luxus eines Sterne-Restaurants“, freut sich Van Riet.

Essen als Synonym für Luxus

Denn wenn er von einem Sternerestaurant spricht, denkt Bartel bereits an das abendliche Dinner und die kulinarischen Genüsse. Dieses Dinner findet im La Grenouillère statt, Alexandre Gauthiers Restaurant, das nicht weniger als zwei Michelin-Sterne, einen grünen Stern, eine 50 BEST-Auszeichnung und eine 19/20-Bewertung im Gault & Millau vorzuweisen hat. Der Spitzenkoch, der es liebt, die Regeln auf den Kopf zu stellen, um seiner Kreativität freien Lauf zu lassen, bietet saisonale Gerichte an, die von der französischen Küche inspiriert sind und in denen er beliebte Produkte wie Rote Bete, Steckrübe oder Bulot verfeinert.

Nach dem Schlemmen können Sie im Hotel neben dem Restaurant oder in einer der zahlreichen Unterkünfte auf dem Gelände übernachten.

Schlafen auf dem Dach

Doch für einen erholsamen Schlaf bevorzugt unser Abenteurer frische Luft. Und das geht am einfachsten mit dem Autohome-Zelt auf dem Dach des Defender. Es ist nicht nur komfortabel und in Sekundenschnelle aufgebaut, sondern bietet auch Platz für zwei Erwachsene und ist mit einer luxuriösen Matratze, Kopfkissen, LED-Beleuchtung und einer kompakten Leiter ausgestattet. Kurz gesagt, die perfekte Kombination aus modernem Lebensstil und der Natur.

„Das Schöne am Schlafen im Dachzelt des Defender ist, dass man buchstäblich im Trockenen sitzt, ohne den Kontakt zur Umwelt zu verlieren. Außerdem ist das Zelt in drei Sekunden aufgebaut, so dass man sich beim Schlafengehen keine Sorgen machen muss. Außerdem hat man durch die höhere Perspektive eine schöne Aussicht auf die Umgebung. Ich habe sogar eine Wildschweinfamilie gesehen – ein magisches Erlebnis“, schwärmt der Naturforscher.

Ein Weltklasseexperte auf & neben der Straße

Am nächsten Tag ging das Abenteuer weiter. Mit dem Defender fuhr Bartel unter Anleitung eines Mitarbeiters des Gutes über hohe Sanddünen und durch alte Kiefernwälder mit Blick auf das Meer.

Dabei lernte er die Fähigkeiten des Defender schätzen. Er ist stark und sicher, und seine einzigartige Offroad-Geometrie ermöglicht es sowohl geübten Fahrern als auch Neulingen, die Konkurrenz abseits der ausgetretenen Pfade herauszufordern – und das in aller Ruhe.

Die sorgfältig gestalteten Modelle sind mit verschiedenen Motoren erhältlich: Benzin, Diesel oder sogar als Plug-in-Hybrid. „In der heutigen hektischen Gesellschaft ist ein Wochenende mit einem Defender eine großartige und vor allem einzigartige Möglichkeit, den Kopf frei zu bekommen. Man verbindet sich auf eine ganz neue Art mit der Natur und das Handy ist nicht mehr das Wichtigste. Natürlich auch, weil man im Naturschutzgebiet Marquenterre absolut keinen Empfang hat. Das ist auch eine Form von ultimativem Luxus“, genießt er lachend.

Am Abend, bevor er eine weitere Nacht im komfortablen Zelt des Defender verbrachte, konnte er sich bei einem Barbecue unter freiem Himmel inmitten des Geländes noch einmal mit der Natur verbinden.

Sollten Sie also einen Defender mit einem Dachzelt besitzen, lassen Sie sich doch für einen zukünftigen Abenteuerausflug verführen.

Weitere Informationen über den Defender finden Sie hier:

Schmucktrends

Edle Extras

Oft sind es die kleinen Accessoires, die für den großen Aha-Effekt sorgen. Die aktuellen Schmuckdesigns kombinieren Gold, Silber und Edelsteine in mehreren Farbnuancen und punkten mit extravaganten Formen. Damit verleihen die Preziosen jedem Outfit Persönlichkeit.

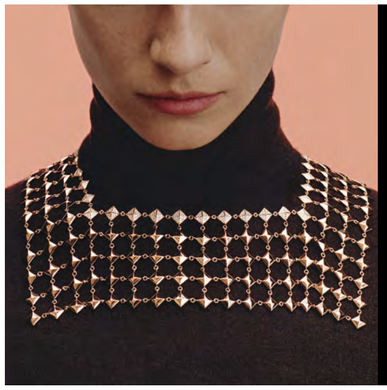
Text: Manon Kramp
Fotos: Hersteller

Für Träumer

Die Kollektion „Rose Céleste“ ist eine Hommage an die Leidenschaft des verstorbenen Couturiers Christian Dior für die Wahrsagekunst. Hier tanzen Sonne, Mond und Sterne aus Gold, Onyx, Perlmutt und Brillanten einen fantasievollen Reigen auf den beidseitig verzierten Elementen.

Moderne Ikonen

Gewebter Tweed-Stoff und der Löwe als Symbol für Stärke inspirierten die Juweliere von Chanel zu diesen asymmetrischen Ohrhängern aus der Haute-Joaillerie-Kollektion „Tweed Lion“. Die Kreation schmückt sich mit Diamanten, gelben Saphiren und Spessartinen sowie zwei Rubinen von jeweils rund drei Karat.

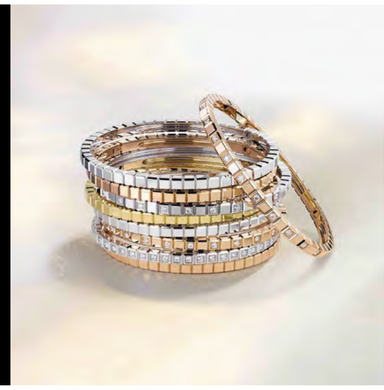


Extra cool

Eiswürfel standen Pate beim Design der nachhaltigen Kollektion von Chopard mit ihren kleinen, funkelnden Kuben. Das Mix-'n'-match-Konzept lädt dazu ein, viele Elemente aus „Fairmined“-Gold in unterschiedlichen Nuancen zu tragen.

Schutzpanzer

Für das originelle Collier „Clou d'H“ von Hermès wurden Elemente in Form von Nagelköpfen aus Gold und Diamanten zu einem filigranen geometrischen Netz aneinandergereiht, das an ein Kettenhemd erinnert.



Auf ewig

Die Love Bands von Ole Lynggaard verleihen dem Design des klassischen Memory-Rings einen romantischen Twist, wobei sich Edelsteine in unterschiedlichen Größen sanft um den Finger winden.

Disco Fever

Für die Ohrhänger der Kollektion „Elements“ im Esprit der Siebzigerjahre lässt Bigli mit Brillanten bestückte Ketten an einem Ring mit hybrider Form baumeln. In Rosé-, Gelb- und Weißgold.

Ein starkes Stück

Der Klassiker „So Move“ von Messika Paris wächst über sich hinaus. Größere, markantere Volumen verleihen dem einst delikaten Design eine neue Kraft und verwandeln Armbänder, Ketten und Ohrringe in Statement Pieces für Sie und Ihn.

Blütezeit

Mit „Silhouette Blossom“ interpretiert Louis Vuitton seine Monogram-Blume in Schmuckstücken mit grafischen Volumen in Rosé- und Weißgold. Die schmalen Frontflächen dieser Oversize-Creolen sind zudem mit Diamanten besetzt.

Mutter Natur

Die Schmucklinie „Mira Stella“ ist eine Hommage der Designerin Sophie Bouilhet-Dumas an ihren blühenden Garten in der Normandie, dessen Schönheit sie in floralen Kreationen aus Gold aufblühen lässt.

Eine runde Sache

Der Zusammenarbeit zwischen dem Juwelierhaus Georg Jensen und der dänischen Strickmodedesignerin Amalie Roege Hove entsprangen neue Modelle der „Moonlight Grapes“, deren linear angeordneten Kugeln aus recyceltem Silber an ein Gewebe erinnern.

Die Golfanlage La Reserva Club bietet einen anspruchsvollen 18-Loch-Platz.

Sotogrande

Dulce Vida in Andalusien

Reise

Wer nach Sotogrande reist, ist auf der Suche nach Sonne, Erholung und einem gewissen Lebensstil. Manch einer findet in dem privaten Wohnresort an der Costa del Sol sogar eine neue Heimat.

Text & Fotos: Manon Kramp

Eine leichte Brise weht vom Meer über die Baumwipfel vom Tal herauf und kräuselt die Wasseroberfläche des Pools, auf der sich die orange-rosa Lichtstreifen der aufgehenden Sonne spiegeln. „Hola, ¿qué tal?" Ein Jogger grüßt und zieht seine Runden auf den von Olivenbäumen und Eukalyptusbüschen gesäumten Wegen. Sie verbinden die niedrigen, weißgetünchten Wohneinheiten des SO/Sotogrande Spa & Golf Resort Hotels zu einem kleinen Dorf. Zwei Yoga-Anhänger üben auf einer Wiese den Sonnengruß, Palmen wiegen sich im Wind, als wollten sie das letzte Quäntchen Schlaf abschütteln. Das tue ich auch, im Wellness Spa & Fitness Club, wo ich die entspannende Wirkung einer Massage mit anschließendem Hammam einem Workout vorziehe.

Beim anschließenden Frühstück auf der Terrasse oberhalb des Golfplatzes genießen bereits einige Frühaufsteher die wärmenden Sonnenstrahlen, die an der Costa del Sol selbst im Herbst für angenehme Temperaturen sorgen. Hier, von den Hügeln von Sotogrande Alto aus, scheint das Meer zum Greifen nah. Dabei sind es rund sechs Kilometer Luftlinie bis zur Küste. Eingebettet in die dichte Vegetation sind die schmucken Villen, für die das private Wohnresort an der Küste Andalusiens berühmt ist, kaum auszumachen. Doch dessen Areal erstreckt sich zwischen dem Mittelmeer und den Ausläufern der Sierra Almenara über eine Fläche von rund 20 Quadratkilometern.

Dass dieses Fleckchen Spaniens bei Einheimischen wie Urlaubern so beliebt ist, liegt an der besonderen geografischen Lage am südöstlichen Zipfel der Provinz Cádiz und am Klima. An 300 Tagen im Jahr scheint hier die Sonne. Erfrischende Winde aus Meeresrichtung machen heiße Sommertage erträglich und die Winter sind milde.

Der Naturpark Los Alcornocales im Hinterland von Sotogrande beherbergt seltene Tierarten und den größten Korkeichenbestand Spaniens.

Foto: Shutterstock

1962 erwarb Joseph McMicking, ein Geschäftsmann und Philanthrop amerikanisch-philippinischer Herkunft, zu beiden Seiten des Flusses Guadiaro an dessen Mündung ins Mittelmeer vier Cortijos und vereinte die typisch andalusischen Landgüter zum größten Privatbesitz Spaniens. Sein Projekt, einen Ort zu schaffen, an dem man im Kreise von Familie und Freunden einen luxuriösen, entspannten Lebensstil pflegen kann, wird immer noch weiterentwickelt.

Das Hotel SO/Sotogrande befindet sich am ursprünglichen Standort des ehemaligen Cortijo de Santa Maria de la Higuera. Als Symbol andalusischer Architektur hat es die Gestaltung der Gebäude und Gärten maßgeblich beeinflusst. Lokale Handwerkskunst, bunt glasierte Kachelreliefe und lichtdurchlässige Tonziegel im Empfangsbereich, ein Patio mit sprudelndem Brunnen sowie florale Motive prägen das Ambiente und mischen sich mit modernem Wohndesign.

In den Gärten ringsum duftet es würzig. Blumen, Wildkräuter aber auch ein Hauch von Leder und salzige Meeresaromen bestimmen die olfaktorische Identität dieses Ortes, der unter anderem die Parfümeurin Marie-Aude Couture zu einer Kerzenkollektion inspirierte.

Bitte diskret

Wer nach Sotogrande kommt – selbst wenn es für einen Kurztrip ist –, kann Erholung mit sportlichen Aktivitäten wie Tennis, Padel, Reiten, Biken und vielen Wassersportarten kombinieren. Das Resort gilt aber vor allem als Zentrum der internationalen Golf- und Poloszene, die sich hier zum Spiel und bei prestigeträchtigen Turnieren trifft. Der Santa Maria Polo Club mit seinen sieben Feldern gilt als einer der besten Clubs weltweit. Das Ziel der Anlage Polo Valley, etwas außerhalb von Sotogrande, ist es hingegen, diese doch sehr exklusive Sportart allen zugänglich zu machen. Das Programm bietet Trainingsprogramme für Spieler, aber auch eine Poloschule und Kurse für Anfänger jeden Alters.

Der Weg dorthin führt vorbei an Villen im klassisch-spanischen Landhausstil und modernen, kubischen Architekturentwürfen, die, vor indiskreten Blicken geschützt, die Landschaft wie weiße und ockerfarbene Tupfer sprenkeln. Nur 25 Prozent des Resorts dürfen bebaut werden, um die artenreiche Natur zu erhalten. Anders als im knapp 30 Minuten entfernten Party-Hotspot Marbella geht es in Sotogrande nicht ums „Gesehenwerden". Röhrende Boliden, die in den Touristenhochburgen für Aufsehen sorgen, sind hier Fehlanzeige. Diskrete Fahrzeuge bestimmen das Bild auf den privaten Straßen – und sogar Schulbusse, denn das Resort beherbergt mehrere Bildungseinrichtungen, darunter die Sotogrande International School, die laut Forbes zu den 20 besten Schulen Spaniens zählt. Schließlich leben und arbeiten hier rund 2500 Menschen verschiedenster Nationalitäten das ganze Jahr über. Andere haben einen Zweitwohnsitz, so dass die Einwohnerzahl mit den Urlaubern in der Hochsaison auf etwa 8000 steigt.

Hochburg der Golfer und Polospieler

In Polo Valley angekommen, schwant mir angesichts des Ponys, das doch größer als erwartet ist, dass selbst ein Schnupperkurs in Sachen Polo eine Nicht-Reiterin möglicherweise etwas überfordern könnte. Der körperlich sehr anspruchsvolle Sport verlangt Pferd und Reiter schließlich einiges ab. Doch mein Coach Pablo wischt mit viel Humor alle Bedenken beiseite. Mithilfe seiner Anleitungen schaffe ich es sogar, im Sattel aufzustehen und seitwärts gebeugt mit dem Schläger den Ball, der etwas größer als ein Tennisball ist, mit einem schwungvollen Schlag ein paar Meter weit zu katapultieren. Aus der Polokarriere wird mit Sicherheit nichts, aber ich bin begeistert und gönne meinem geduldigen Ross seine wohlverdiente Stallruhe.

So viel Anstrengung verlangt nach einer kulinarischen Stärkung. Um die vielen Facetten der spanischen Küche kennenzulernen, sind Tapas ideal. Das Prinzip „ein bisschen von allem" lässt auch wählerische Esser ihr kulinarisches Glück finden. Ich lasse mich in der hoteleigenen „IXO Tapas & Bar" überraschen und bekomme Tapas „mit einem besonderen Pfiff" serviert: frische grüne Oliven mit Kräutern, dreierlei Kartoffeln mit Schnittlauch und knackig gebratene Thunfischecken. Die kleine Servierplatte aus Schiefer zerbricht krachend unter der Gabel und entpuppt sich als knuspriges Gebäck aus schwarzem Vollkornmehl. Lecker! Die süße Torrija, die spanische Variante von Arme Ritter und ein traditionelles Dessert der ländlichen Region, verlangt nach sportlicher Betätigung am nächsten Tag.

Von den Pools des Hotels SO/Sotogrande aus sind die in dichte Vegetation eingebetteten Villen kaum zu erkennen.

Der Wellness Spa & Fitness Club bietet auf 3000 Quadratmetern einen Indoorpool mit Hydrothermalkreislauf, Hammam, Sauna, Massagen, Kryotherapie, Floating und einen Fitnessbereich.

Foto: SO/Sotogrande

Traditionelle andalusische Cortijos haben die Gestaltung des Hotelkomplexes SO/Sotogrande maßgeblich beeinflusst.

„The Beach“, ein künstlich angelegter Privatstrand in den Hügeln von Sotogrande, lockt mit einer tropischen Lagune und einem großen See Sonnenanbeter und Wassersportler an.

Aktiv geht es deshalb am nächsten Morgen mit Golf weiter. Den Abschlag auf dem Green kann man in Sotogrande auf mehreren von Spaniens bestklassierten Golfplätze üben. Drei davon sind innerhalb von 15 Minuten erreichbar: der Real Club de Valderrama, seit 1989 die Nummer eins in Kontinentaleuropa, der Real Club Sotogrande (auf Platz zwei unter Spaniens Top-100-Golfplätzen) und der La Reserva Club, eine herausfordernde 18-Loch-Anlage, die auf Patz sieben rangiert. Dort werde ich zum ersten Mal den Schläger schwingen.

Mein Golflehrer Salvador Ruiz Arias erklärt, wie man die unterschiedlichen „Clubs“ einsetzt und zeigt mir die richtige Haltung, die er anschließend per App korrigiert. Der Abschlag klappt tatsächlich auf Anhieb, allerdings will sich der Ball partout nicht einlochen lassen und entwickelt auf der leicht geneigten Rasenfläche ein dynamisches Eigenleben. Womöglich lenkt mich auch die Aussicht auf die gepflegten Grünanlagen ab. Laut Salvador ermöglicht die lokale Topografie atemberaubende Panoramen, sie erleichtert aber auch die Bewässerung. Die Vegetation profitiere von der Feuchtigkeit, die ständig vom Meer aufsteige. Große Regenrückhaltebecken lieferten im Sommer die nötigen Wasserreserven.

Ein Strand in den Bergen

Apropos Wasser: Da wäre noch „The Beach“, der 2018 direkt neben dem La Reserva Club in den Hügeln von Sotogrande Alto angelegte Privatstrand. Weißer Sand aus Punta Paloma in Tarifa säumt das Ufer der 2800 Quadratmeter großen Lagune, deren Wasser mir ein wenig zu erfrischend ist. Ich spaziere lieber um den künstlichen See, auf dem sich ein paar Kajakfahrer und Surfer tummeln, während von den Tennisplätzen der dumpfe Aufschlag der Bälle widerhallt.

Rund um „The Beach“ wird deutlich, dass Sotogrande ein Work in Progress ist. Unterhalb einer Siedlung mit Häusern im maurisch-andalusischen Stil, die wie ein historisch gewachsenes Dorf aussieht, entstehen moderne Appartements mit wellenförmigen Balkonen. Zu ihrem familienfreundlichen Wohnkonzept gehören flache Pools, Bäume und grüne Ruheinseln. Die Autos verschwinden in Tiefgaragen. Auf dem höchsten Punkt von Sotogrande sieht das urbanistische Projekt „The Seven“ den Bau von sieben spektakulären Villen vor. Inspiriert von römischen Pantheons und japanischen Gärten soll sich beispielsweise die von ARK Architects entworfene Villa „NIWA“ organisch in ihre hügelige Umgebung einfügen und sich zum Tal, zum Golfplatz und zum Meer hin öffnen. Das einen Hektar große Grundstück ist gigantisch, allerdings auch der veranschlagte Preis von 22,5 Millionen Euro. Dafür bietet das Schlüsselprojekt auf rund 4300 Quadratmetern unter anderem neun Schlafzimmer/Suiten, acht Bäder, ein Kino, einen Infinity-Pool, ein Spa mit Innenpool und eine Garage für acht Autos. Im Sinne einer standortgerechten, nachhaltigen Architektur für zukünftige Generationen sollen vor allem natürliche Materialien zum Einsatz kommen.

Im Einklang mit der Landschaft

Die Natur ist in Sotogrande omnipräsent und prägt den Lebensstil. Im Hinterland von Sotogrande Alto erreicht man den Naturpark Los Alcornocales. Das rund 170 Hektar große Reservat war früher in Privatbesitz und wurde vom spanischen Staat übernommen. Tourguide Gaby zeigt mir bei einer Wanderung in der Nähe von Castellar de la Frontera die Schönheit der ursprünglichen Landschaft Andalusiens, „ihr kleines Paradies“ wie sie es nennt, das von quirligen Bächen, den Canutos, durchzogen ist. Im Park leben zahlreiche seltene Tiere, wie zum Beispiel Adler, Uhus, Wildkatzen und Mangusten. Gaby deutet auf eine dicke grüne Raupe, die den Stängel einer Seidenblume hochkriecht: Auch die Monarchfalter sind hier heimisch geworden. Das Naturschutzgebiet beherbergt darüber hinaus den größten Korkeichenbestand Spaniens. Auf Schritt und Tritt begegnet man uralten Bäumen mit ihren knorrigen Ästen und abgeschälter Rinde. Diese wird im Laufe der Jahre immer dichter und vor allem für die Korken hochwertiger Weine verwendet. Die Verarbeitung hat sich allerdings weitgehend nach Portugal verlagert.

Am späten Nachmittag bietet sich ein beschaulicher Spaziergang an der Playa de Sotogrande an. Dieser Küstenabschnitt ist außerhalb der Hochsaison wie leergefegt. In den Dünen verstecken sich die Ruinen der Betonforts, denen der Strand den Namen „Bunker Beach“ verdankt. Sie wurden 1936 als Verteidigungslinie gegen eine mögliche Invasion von Gibraltar errichtet, dessen schroffen Felsen am dunstigen Horizont in den Himmel ragen. Schnell noch ein paar Muscheln und von der Brandung geschliffene Glitzersteine aus dem grauen Sand fischen, dann heißt es Abschied nehmen von Sotogrande.

Die von Manuel Ruiz Moriche entworfene Villa „NIWA“ soll sich harmonisch in die Landschaft einfügen.
Foto: ARK Architects

Bunte Fassaden beleben das von Kanälen durchzogene Hafenviertel,wo die Besitzer ihre Yachten vor der Tür parken können.
Foto: Shutterstock

In Sotogrande trifft sich die internationale Polo-Szene zum Spiel und zu prestigeträchtigen Turnieren.
Foto: Getty Images

Lage: Sotogrande liegt rund 25 Kilometer von Gibraltar und 105 Kilometer von Málaga entfernt. Direktflüge von Luxemburg zum Flughafen Málaga und die Anbindung an die spanische Autobahn A7 machen das Resort schnell erreichbar.

Gastronomie: Das „KE“ am Yachthafen ist der gesellschaftliche Treffpunkt der Alteingesessenen. Hier tauscht man sich bei einheimischer Küche aus und verabredet sich zum Segeln oder Golfen.

Der „Beach Club Trocadero“ mit seinem nordafrikanisch inspirierten Dekor lädt zu typisch spanischer Küche, aber auch zum Sonnenbaden am Pool ein. Im Sommer finden hier Strandpartys statt.

Das „Marxa Chiringuito“ am Pool des Hotels SO/Sotogrande bietet mediterrane Köstlichkeiten vom Grill, Salate und Cocktails sowie ein Programm mit Live-Musik.

Baden: Sotogrande verfügt über mehrere Strände: die 1,3 km lange Playa de Torreguadiaro mit mehreren Beachclubs, die Playa Sotogrande an der Mündung des Guadiaro, die Playa de Sotogrande sowie der Privatstrand La Reserva in den Hügeln.

Shopping: Auf dem Sonntagsmarkt am Yachthafen kann man nach Antiquitäten, Bekleidung, Kunsthandwerk und Produkten der Region stöbern. Die Marina beherbergt Kunstgalerien und Boutiquen.

Sehenswert: Das Estuario del Río Guadiaro Natural Area an der Mündung des Guadiaro ist ein geschütztes Reservat und ein Beobachtungspunkt für Fischotter und viele Vogelarten.

Von Sotogrande aus empfiehlt sich ein Ausflug zur Ruta de los Pueblos Blancos, der Straße der weißen Dörfer, mit ihren jahrhundertealten verwinkelten Gassen und der reizvollen Landschaft Andalusiens.

Zeit zum Verwöhnen

Winterliche Highlights

Foto: Chanel

Kälte, Wind und Regen bestimmen das Wetter – trübe Aussichten, bei denen man sich einen strahlenden Teint eigentlich abschminken kann. Doch die richtigen Beauty-Helfer mit Wirkstoffen der neusten Generation sowie aufmunternde Farben und Düfte helfen gutem Aussehen und der Laune auch in der kalten Jahreszeit auf die Sprünge. Eine Auswahl.

Text: Manon Kramp
Fotos: Hersteller

Forscher des Hauses Guerlain haben die Kräfte zweier Orchideen in dem Extrakt „Orchid Totum“ eingefangen. Das in „Orchidée Imperiale La Crème“ integrierte Langlebigkeitsenzym soll in der Tiefe der Haut wirken, wo seine Moleküle die Regulierung der Zellatmung unterstützen und die Regeneration ankurbeln, um so Falten zu reduzieren.

„Ombre Première Libre“ von Chanel ist ein loses Lidschattenpuder mit Perlmuttpartikeln und Farbpigmenten in intensiven Herbsttönen, die auf der Haut zu einer cremigen, schimmernden Textur verschmelzen und acht Stunden halten sollen.

„Le Rouge Deep Velvet“ von Givenchy ist in ein rotes Samtetui gehüllt, welches das pudrige Finish der 14 matten Lippenstiftnuancen widerspiegelt. Die reichhaltige Textur spendet eine lebendige Farbe, die bis zu zwölf Stunden hält.

Das goldene Motiv der nachfüllbaren Schatulle für das „Cushion Make-up“ aus der limitierten Holiday-Kollektion von Dior ist eine Hommage an den königlichen Tuileries-Garten mit seinen schmiedeeisernen Toren in Paris.

„Smoking Hot“ von Kilian eröffnet mit dem Duft von Apfel-Tabak und warmer Zimtrinde, um dann in gewagt rauchigen Noten von feuergetrocknetem Kentucky Tobacco Absolute, Eichenmoos und balsamischer Bourbonvanille aufzuglühen.

Die Pflegelinie „Supremÿa La Nuit“ von Sisley nutzt Erkenntnisse aus der Chronobiologie und die nächtlichen Regenerationsmechanismen des Körpers. Der Complexe Régénération Fondamentale und Pflanzenextrakte sollen die Haut unter anderem mit Sauerstoff und Feuchtigkeit versorgen, sie wiederaufbauen und die Kollagensynthese verbessern.

Die Emulsion „Hydra 3 Eye“ von Valmont für die empfindliche Augenpartie enthält Polymatrix-DNA. Diese soll ihre Wirkung nach und nach abgeben und ein tiefenwirksames Feuchtigkeitsreservoir bilden, um die Haut aufzufüllen, zu glätten und Augenringe zu mildern.

Das „Shimmer Bomb Spray-on Glitters“ von Paco Rabanne verleiht Gesicht und Körper partytauglichen Glanz. Die leichte Formel in den Metallic-Tönen Kupfer, Bronze und Roségold soll schnell trocknen, nicht kleben und nicht abfärben.

Für die Weihnachtsedition der Lidschattenpalette „Glittery Tiger“ hat Guerlain vier raffinierte, schillernde Farben zusammengestellt, die einen harmonischen Look kreieren oder fantasievolle Akzente setzen.

Der Unisex-Duft „Zafferano“ von Acqua di Parma vereint die würzig-trockenen Noten von Safran mit den strahlenden Aromen von reifen Zitrusfrüchten aus Italien, Koriander, Jasmin und Rose auf einer warmen Basis aus Vanille und Tonkabohne.

Ein hochgebockter Sportwagen oder ein abgeflachter SUV? Die Karosserieform des Lamborghini Lanzador sorgt für die ein oder andere Diskussion.

Vom Gelände-Kleinwagen zum Prestige-Objekt

Der SUV-Boom

Nicht nur von hiesigen Straßen sind SUVs nicht mehr wegzudenken, dabei hat die Ära der wuchtigen Straßenkreuzer dank der Elektromobilität gerade erst begonnen.

Text: Dustin Mertes
Fotos: Hersteller

Kompaktes Format, drei Türen und 131 PS: Der Steckbrief des 1994 lancierten Toyota RAV4 klingt nicht gerade wie der Ursprung eines Fahrzeug-Segments, das heutzutage nicht nur die gesamte Autoindustrie dominiert, sondern auch als Basis zahlreicher prestigeträchtiger Luxus-Angebote fungiert. Aber für viele geht das Sport Utility Vehicle, welches die meisten unter der Abkürzung SUV kennen, auf den kleinen Toyota zurück, der vielleicht als erstes Modell wirklich massentauglich Elemente gängiger Autos und geländetauglicher Fahrzeuge vereinte.

Ohne Frage gab es zuvor bereits ähnliche Versuche. Tatsächlich tauchte die Bezeichnung „Sport Utility Vehicle“ erstmals im Jahr 1974 in einem Prospekt des Jeep Cherokee auf, der noch deutlich als Geländewagen daherkam. VW wagte sich mit dem Golf Cross Country im Jahr 1989 an einen geländetauglichen Golf, verkaufte bis zur Einstellung im Jahr 1991 jedoch nur 7735 Exemplare.

Der Vorstoß von Toyota, die mit dem RAV4 im Jahr 1994 eher einen hochgebockten Kleinwagen als einen Geländewagen lieferten, war also keineswegs eine sichere Bank. Nur ein vereinfachter Allradantrieb erinnerte an die Offroad-Verwandtschaft. Vor allem der RAV4-Fünftürer erfreute sich aber bei den Kunden enormer Beliebtheit. Das bullige Auftreten und die erhöhte Sitzposition kombiniert mit einem komfortablen Fahrverhalten begeisterten.

SUV, Crossover, Ultra GT

In der heutigen Autowelt sind die wuchtig auftretenden Straßenkreuzer im Geländekostüm fest etabliert. Viele Marken bieten gleich für jedes Segment ein passendes SUV an, vom Kompaktmarkt über die Mittelklasse, sportliche Coupés bin hin zum Premiummarkt. Auch bei der Benennung werden die Hersteller kreativ, mittlerweile ist ein SUV auch oft ein Crossover. Manch anderer Fahrzeugtyp wird dabei beinahe komplett verdrängt, so etwa der Van.

Im Interview mit dem „t-online-Magazin“ erklärt der Wirtschaftspsychologe Rüdiger Hossiep den Siegeszug des SUVs: „Man kann das Auto als gepanzertes Selbst verstehen. Ich kann mich mit einem SUV stärker von der Außenwelt abschotten und transportiere auch etwas nach außen. Es erzeugt so etwas wie ein Überlegenheitsgefühl. Man sitzt höher, ist vermeintlich für jede Lage gut gerüstet und hat mehr Bodenfreiheit.“ Zudem sei das Auto gewissermaßen ein Rückzugsort zum Mitnehmen, der sowohl sicher sein als auch ein Statement darstellen soll.

Dies trifft mittlerweile auf den europäischen Markt zu, zeigt sich aber in anderen Märkten noch viel deutlicher. Ein mit 653 PS protzender SUV-Koloss wie der BMW XM wird oft gar nicht für die europäischen Kunden entwickelt, sondern mit klarem Blick auf den US-Markt, die Golf-Staaten und nicht zuletzt China. Dort, wo ein gigantischer Kühlergrill und Luxus-Materialien eher als Statussymbol denn als Neidobjekt fungieren, müssen auch die hiesigen Autohersteller klotzen, um nicht wichtige Marktanteile an die Konkurrenz zu verlieren. Nicht nur BMW liefert mit seinem fast schon absurd auf die Spitze getriebenen Power-SUV ein Statement für ferne Luxusmärkte, auch die Nobel-Marke Bentley musste mit ihrem Bentayga ins Trend-Segment einsteigen, genauso wie die italienischen Sportwagen-Experten von Lamborghini mit ihrem 650-PS-Biest Urus.

Mehr Platz für den Akku

In der Elektromobilität kommt ein weiterer konstruktionsbedingter Faktor hinzu. In der Regel versuchen Autohersteller die schweren Akkus im Unterboden der Fahrzeuge unterzubringen. Dies ist in einem großen SUV mit viel Bodenfreiheit deutlich einfacher realisierbar als bei einer flachen Limousine. Dementsprechend setzten fast alle Hersteller bei ihren ersten Elektrofahrzeugen auf SUVs, so etwa Audi mit dem e-tron oder Mercedes mit dem EQC. Auf der Schattenseite stehen besonders bei E-Autos aber auch immer das höhere Gewicht und der formbedingt größere Luftwiderstand, was sich merklich auf die Effizienz und damit auf die elektrische Reichweite auswirkt.

> In der heutigen Autowelt sind die wuchtig auftretenden Straßenkreuzer im Geländekostüm fest etabliert.

Einen Abbruch tut dies der Fahrzeuggattung aber auch in der Elektromobilität nicht, stattdessen wird eine SUV-Karosserie mit coupéhaft abgeschrägtem Heck und dementsprechend besserer Aerodynamik zunehmend beliebter. In den Top 20 der in Luxemburg zugelassenen E-Autos steht das Tesla-SUV Model Y auf dem zweiten Platz, sieben weitere SUVs folgen in der Liste, Tendenz steigend. Denn auch bei den kommenden Neuvorstellungen der Autohersteller ist keine Trendwende abzusehen.

Kia bringt mit dem variablen EV9 einen luftig-offenen, aber dennoch wuchtigen Van-Ersatz auf den Markt und setzt auch bei kommenden Modellen (EV3 und EV5) voll auf das Format. Auch Volvo geht im kommenden Jahr mit dem leistungsstarken Kompakt-SUV EX30 und dem Flaggschiff EX90 in die Vollen. Wer die Excellence-Fassung des letztgenannten Models bestellt, erhält einen bis zu 500 PS starken Business-Class-Jet auf Rädern, der für die hinteren Reihen sogar einen Kühlschrank in der Mittelkonsole bereit hält. Etwas sportlich-moderner geht es beim Schweden-China-Ableger Polestar zu, der mit dem schnittigen Premium-SUV mit der Zahl 3 auf den Markt drängt. Basis für alle drei Modelle ist die Elektro-Plattform des chinesischen Konzerns Geely, die auch den Unterbau für die

Der erste Toyota RAV4 war ein 3,70 Meter langer Dreitürer und hat damit mit den Dimensionen vieler moderner SUVs wenig gemein.
Foto: Shutterstock

Auch die Sportwagenmarke Lotus setzt mittlerweile bei ihren Neuvorstellungen auf SUVs.

Der Kia EV9 ist auch im Innenraum ein wahres (Raum-)Schiff.

Der Volvo-China-Ableger Polestar will im kommenden Jahr mit dem Polestar 3 auf Kundenfang gehen.

neuen Elektro-Smarts #1 und #3 liefert und den etablierten Herstellern durchaus das Leben schwer macht.

Ebenfalls mit von der Geely-Partie ist der britische Traditionshersteller Lotus, der eigentlich für besonders leichte Sportwagen bekannt ist, aber mit dem neuen Eletre ebenfalls auf das SUV-Format setzt. Der Elektro-Allrader will mit 603 PS Sportwagenfans von der angehobenen Fahr-Erfahrung im fast drei Tonnen schweren Luxus-Ungetüm überzeugen. Noch mehr Leistung soll die Topversion bieten, die mit wahnwitzigen 900 PS und Beschleunigungswerten von 2,9 Sekunden von 0 auf 100 das SUV-Format in Motorsport-Regionen wuchtet.

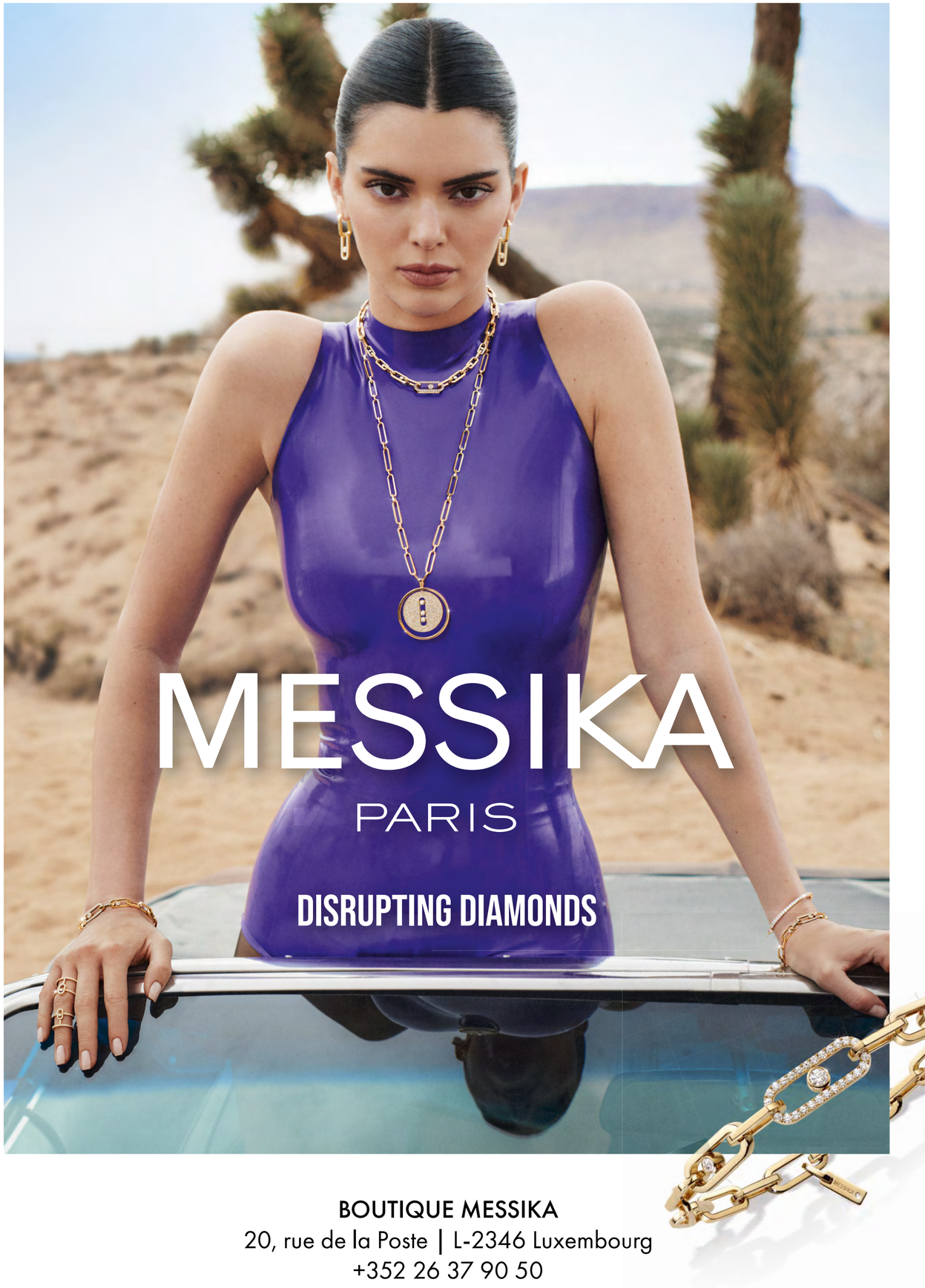
Wie Sportwagen auf Steroiden

Ursprung für derartige Leistungs-Orgien im Riesenformat ist der Tesla Model X, das seit seinem Facelift vor zwei Jahren den Sprint dank 1020 PS in nur 2,6 Sekunden absolviert. Spätestens seit dem Siegeszug der Elektromobilität bietet die trendige Fahrzeugklasse also auch für sportaffine Fahrer keinerlei Hindernisse mehr. Die oft über 100 kWh großen Batteriepakete sorgen aufgrund ihres Gewichts für einen niedrigen Schwerpunkt und eine optimale Straßenlage, das sofort anliegende Drehmoment des Elektroantriebs katapultiert auch Drei-Tonnen-SUVs in Sekundenbruchteilen auf Autobahngeschwindigkeit. Wer braucht da noch einen Sportwagen?

Auf die Spitze getrieben hat diese Entwicklung wohl dieses Jahr Lamborghini mit der Vorstellung des ersten hauseigenen E-Boliden Lanzador, der die klassische Lamborghini-Keilform ins SUV-Format presst. Die Italiener nennen das „Ultra GT“ und planen für den Supersportler eine Leistung von 1360 PS und Höchstgeschwindigkeiten jenseits der 300 Stundenkilometer-Schallmauer. Ab 2028 soll der Lanzador ausgeliefert werden. Und da in Luxemburg durchschnittlich alle drei Tage ein Lamborghini zugelassen wird, dürfte dann auch das neuste Ungetüm in absehbarer Zeit auf den Straßen des Großherzogtums zu sehen sein.

Power-SUVs wie der BMW XM haben nicht mehr viel mit den Ursprüngen der Fahrzeugklasse gemeinsam. Der BMW XM verwöhnt trotz 653 PS mit Luxusatmosphäre im Innenraum.

Auch Volvo setzt mit seinem großen EX90 auf Luxus.



COCO CRUSH

CERTAINES RENCONTRES MARQUENT POUR TOUJOURS.

BAGUES EN OR BEIGE ET OR BLANC.

CHANEL.COM

CHANEL

JOAILLERIE