

TENDANCES

Hisst die Segel!

Mit dem Viermaster
rund um Korsika





TRINITY
Cartier



Manon Kramp

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

**„Die Herausforderung für einen Künstler besteht immer darin,
seinen eigenen Weg zu finden, etwas zu tun.“**

Tom Wesselmann (1939-2004), amerikanischer Maler und Objektkünstler

Die 1960er-Jahre waren eine Zeit des kulturellen Umbruchs. Die Pop Art verwarf die Vorstellungen davon, was Kunst darstellen sollte, und erhob das Alltägliche zum bildwürdigen Motiv. Tom Wesselmann ist einer der bekanntesten Vertreter dieser Ära. Er schuf ein eigenes ikonografisches Vokabular, indem er Werbung, Alltagsobjekte, Licht und Ton in seine Werke integrierte. Seine plakativen Stillleben und Aktbilder begründeten ein neues Format zwischen Malerei und Installation. Die Fondation Louis Vuitton in Paris widmet ihm und anderen Pop-Art-Künstlern eine große Schau. Diese und weitere Ausstellungen finden Sie auf Seite 20.

Neues schaffen und eine eigene Stimme finden – das will auch der Luxemburger Künstler Steven Cruz. Sein Antrieb ist nicht nur das Finden, sondern auch das Ausprobieren von Ideen und neuen Möglichkeiten, die sich dadurch ergeben. Dabei schlägt er Brücken zwischen Tradition und Moderne. Er hinterfragt Normen. Redakteur Gaston Carré porträtiert den jungen Kreativen auf Seite 22.

Avantgardistische Schnitte, feminine Eleganz und vor allem Schwarz: Die Mode von Esther Perbandt ist alles andere als Mainstream. Wie die deutsche Modedesignerin zu ihrem Stil fand und welche Verbindung sie zu Heidi Klum hat, darüber berichtet Redakteur Michael Juchmes auf Seite 28.

Neue Wege ging auch der Autohersteller Ford mit dem „Mustang“, der 1964 auf den Markt kam. Das sportliche Pony Car avancierte zum Kultobjekt und lässt 60 Jahre später in der siebten Generation immer noch seine Muskeln spielen. Autojournalist Dustin Mertes hat dem Geburtstagskind auf den Zahn geföhlt. Mehr dazu auf Seite 36.

Der schwedische Reeder Mikael Krafft wünschte sich hingegen einen Weg, anders zu reisen. Heute leitet er das Kreuzfahrtunternehmen Star Clippers, unter dessen Flagge drei der größten Segelschiffe die Weltmeere befahren. „Tendances“ nimmt Sie mit an Bord des Viermasters Star Flyer, um auf den Spuren Napoleons die schönsten Küstenstädte Korsikas und Elbas anzulaufen. Lesen Sie den Reisebericht auf Seite 6.

Das Team von „Tendances“ wünscht Ihnen eine anregende Lektüre.

IMPRESSUM

ÉDITEUR: Mediahuis Luxembourg s.a. 31, rue de Hollerich, L-1741 Luxembourg, Tél. +352/4993-1 DIRECTEUR GÉNÉRAL: Paul Peckels / RÉDACTEUR EN CHEF: Roland Arens
RESPONSABLE RÉDACTIONNEL: Martina Folscheid RÉDACTION: Manon Kramp (chargée de projet), Gaston Carré, Michael Juchmes, Dustin Mertes LAYOUT: Jérôme Gillen
PHOTOS COUVERTURE, ÉDITO: Manon Kramp, Morris Kemp RÉGIE 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: 42.000 exemplaires / ISSN 2418-4489

Sommaire

Auf einer Mittelmeerkreuzfahrt läuft der Viermaster Star Flyer die schönsten Küstenstädte auf Korsika und Elba an.



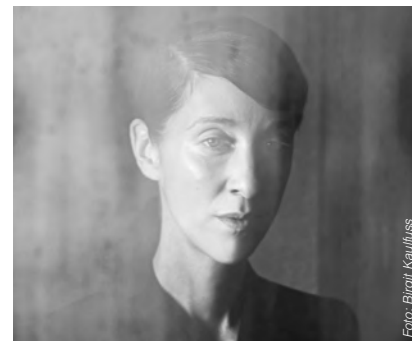
Mit aufregenden Designs, Unisex-Formaten und viel Farbe wird die Armbanduhr zum modischen Statement.



Photographe, plasticien, designer – Steven Cruz refuse l'esthétique gratuite et milite pour la valorisation du travail de l'artiste.



Esther Perbandt feiert in diesem Jahr den 20. Geburtstag ihres eigenen Modelabels. Ein Gespräch über Stil und Heidi Klum.



Prominente Schauspieler, Künstler und Sportler verkörpern als charismatische Botschafter die Werte der Luxuslabels.



Der Ford Mustang genießt Kultstatus. Zum 60. Jubiläum startet die Auto-Ikone in der siebten Generation nochmals durch.



Reise / Hisst die Segel! **6**

Stil / Uhrentrends **12**

Culture / Portrait de Steven Cruz **22**

Mode / Mehr als nur Schwarz **28**

Trend / Brand Ambassadors **30**

Auto / Eine Legende hat Geburtstag **36**



TUDOR



BLACK BAY

BORN TO DARE



UN ESPACE D'EXCELLENCE

goeres
HORLOGERIE

1-3, avenue de la Porte-Neuve • L-2227 Luxembourg
T +352 44 55 78 • horlogerie@goeres.lu
www.goeres.lu



Der 115 Meter lange Viermaster Star Flyer verbindet den Komfort einer Privatyacht mit der Romantik des goldenen Zeitalters der Großsegler.

Foto: Star Clippers

Mittelmeer-Kreuzfahrt Hisst die Segel!

Auf alten Handelsrouten segelt die viermastige Star Flyer auf den Spuren Napoleons durch das Mittelmeer und legt in den bemerkenswertesten Küstenstädten Korsikas und Elba an.

Text & Fotos: Manon Kramp

Glücksende Wellen schlagen gegen den schlanken weißen Bug, der durchs Wasser pflügt. Eine leichte Brise treibt die Star Flyer an, die weißen Segel des majestätischen Segelschiffs knattern im Wind. Die Passagiere an Bord genießen einen letzten Blick auf die Lichter von Cannes. Das Meer vor der Filmstadt an der Côte d'Azur rollt den blauen Teppich für ein Reise aus, die über Monaco entlang der Küste Korsikas bis auf die Insel Elba führt.

Zu den Klängen von „Conquest of Paradise“ von Vangelis hat die Crew die 16 Segel des Viermasters gehisst. Ein erhabener Moment.

Die 115 Meter lange Star Flyer, die wie ihr baugleiches Schwesterschiff Star Clipper zuerst unter luxemburgischer und jetzt unter maltesischer Flagge fährt, ist zusammen mit dem Fünfmaster Royal Clipper im Besitz des Kreuzfahrtunternehmens Star Clippers des schwedischen Reeders Mikael Krafft. Dieses betreibt drei der größten Segelschiffe der Welt, die auf Törns auf allen Weltmeeren die Annehmlichkeiten einer Privatyacht mit der Romantik des goldenen Zeitalters der Großsegler verbinden. Wagemut wie anno



Der argentinische Rennfahrer Fangio grüßt als Bronzestatue am Hafen entlang der Strecke des berühmten Grand Prix von Monaco.

dazumal wird von den Gästen jedoch nicht verlangt – die Star Flyer verfügt über modernste Navigationstechnik.

Die Luft schmeckt salzig, der Himmel ist mit Sternen übersät. Man könnte die Nacht an Deck verbringen ... Doch der Komfort der eleganten Kabine mit viel Holz, Messing und einem Marmorbath ist zu verlockend. Vor dem Bullauge gleitet das Meer vorbei und klanglich eingehüllt vom rhythmischen Klatschen der Wellen gegen die Bordwand gibt man sich schnell Morpheus' Armen hin.

Während am nächsten Morgen die ersten Gäste zum Frühstücksbuffet strömen, haben die sportlichen Frühaufsteher bereits die weitaufhängigen Decks mit ihren frisch gewaschenen Teakholzplanken für sich entdeckt, treffen sich beim Fitnesskurs des Sportteams oder üben am Heck mit Yogalehrerin Annette den Sonnengruß.

An Bord herrscht eine entspannte, ungezwungene Atmosphäre. Der Dresscode ist leger. Wer die Geselligkeit liebt und das Motto „Mix 'n' Match“ beherzigt, kommt schnell ins Gespräch mit interessanten Menschen aus aller Welt – den USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich – und auch mit den Schiffsoffizieren, die sich im Speisesaal unter die Passagiere mischen.

Und dann taucht am Horizont Monaco auf. Ein architektonisches Gewirr aus historischen Gebäuden und modernen Wolkenkratzern, die sich dicht an dicht drängen. Ob Fürst Albert oder seine Gemahlin Charlene vom Palast auf dem Felsvorsprung aus die Star Flyer erblicken? Das Schiff ist jedenfalls eine Augenweide und sticht mit seiner Silhouette aus der Vielzahl der schnittigen Luxusyachten heraus, die sich in der Marina tummeln. Mit einem der orangeroten Tender, die auch als Rettungsboote dienen, setzen wir über.

Ganz großes Kino

Mutige nehmen statt Bus oder Aufzug den Aufstieg zur Altstadt über die vielen Treppen auf sich – und werden mit herrlichen Ausblicken über den Hafen und das Casino-Viertel belohnt. Ob angekommen, kann man durch die von schmucken Herrenhäusern gesäumten Straßen schlendern. Empfehlenswert ist ein Spaziergang durch den öffentlichen Park zur Kathedrale mit den Gräbern von Fürst Rainier III. und Fürstin Grazia von Monaco sowie ein Abstecher ins Ozeanografische Museum mit seinen Aquarien, das über der Steilküste thront. Der berühmte Botanische Garten öffnet erst im nächsten Jahr wieder. Also auf zum Palast der Grimaldi, der Einblicke in den Lebensstil des Adels gibt.

Wem der Sinn nach noch mehr Glamour steht, der sollte auf der anderen Hafenseite im Café de Paris einkehren. In der 150 Jahre alten Brasserie trifft sich „Le Tout-Monaco“. Ein Kaffee auf der Terrasse schlägt mit um die zehn Euro zu Buche, dafür bekommt man ganz großes Kino geboten. Gleich gegenüber liegt das berühmte Casino – prunkvolle Belle-Époque-Kulisse vieler Filme, vor der die Reichen und Schönen mit den schicksten Boliden vorfahren. Ein wahrer Jahrmarkt der Eitelkeiten.

Zurück an Bord der Star Flyer kommt der Nachmittagsimbiss in der Tropical Bar gerade recht. Ob Lunchbuffet oder Dîner à la carte – auf der Speisekarte stehen internationale Gerichte: Meeresfrüchte, Salate, Grillspezialitäten und leckere Desserts. Je nachdem, wo die Star Flyer gerade vor Anker liegt, werden lokale Spezialitäten serviert.

Während sich die Nachtschwärmer über den Mitternachtssnack in der Piano Bar freuen, ist die Star Flyer bereits auf dem Weg nach Korsika. Allerdings mit Motorkraft. Es herrscht Flaute, das Mondlicht zaubert silberne Tupfer auf die ruhige See. Und so steuert die Star Flyer in der Nacht mit Pferdestärken die Insel Korsika an. „Auf einer Kreuzfahrt muss man einen strikten Zeitplan einhalten. Wir



Abseits der Besucherströme kann man in Bonifacio durch fast menschenleere Nebengassen flanieren.



Der Marinefriedhof von Bonifacio mit seinen weißen Familiengruften wirkt wie eine verwunschene Stadt.

können nicht warten, bis der Wind auffrischt“, erklärt Kapitän Ante Basica am Morgen beim Frühstück.

Der Tag beginnt mit einem Knotenknüpfkurs, gefolgt von einer Salsa-Stunde mit Cruise-Direktor Carlos Ferreira, Ansprechpartner für alle Fragen, der täglich über das Programm auf Englisch – der Hauptsprache an Bord – sowie Deutsch, Französisch und Italienisch informiert. Die Star Flyer bietet Platz für bis zu 170 Passagiere. Etliche der Reisenden sind schon mehrmals mit den Segelyachten von Star Clippers in See gestochen.

Kurz vor Mittag erreicht die Star Flyer L'Île Rousse an der korsischen Nordwestküste. Mit einem Knall rasselt die Ankerkette in die Tiefe. Bei jedem An- und Ablegen arbeitet die Crew auf Hochtouren und man wird Zeuge der komplexen Abläufe, die es braucht, um ein Segelschiff dieser Größe zu bewegen. Winden werden in



Unter den Fenstern und Balkonen der Häuser entlang der bis zu 70 Meter hohen Steilküste von Bonifacio fallen die Kalkfelsen senkrecht ins Meer ab. Über 187 Stufen führt die Treppe des Roy d'Aragon (links im Bild) in die Tiefe.



In Ajaccio, der quirligen Hauptstadt Korsikas, kam 1769 Napoleon Bonaparte zur Welt.

Gang gesetzt, Flaschenzüge surren, die Seile der schweren Segel knarren unter der Spannung. All das gehört zum Reiseerlebnis, dafür muss man auf den Decks aber achtsam sein, um nicht über eines der Seile oder andere technische Vorrichtungen zu stolpern.

Das malerische Küstendorf L'Île Rousse ist der ideale Ausgangspunkt für einen Abstecher in die Region Balagne, die mit rustikaler Schönheit verzaubert. Hinter weißen Stränden mit türkisblauem Wasser erheben sich schroffe Berge. Olivenhaine, Weinberge, Kastanien-, Feigen- und Zitronenbäume, Kakteen und die Maccia, die Heide mit ihren Kräutern, Orchideen und Wildblumen, prägen die wildromantische Landschaft, die Korsikas Titel „Île de beauté“ alle Ehre macht.

Sant'Antonino und Spiga bei Calvi sind zwei der typischen Terrassendörfer, die in den Hängen nisten und sich als verwunschene Idylle offenbaren. Hoch am Himmel ziehen Habichte ihre Kreise, es duftet nach Thymian und Rosmarin und in der Ferne schreit einer der vielen Esel, die zusammen mit Tausenden von Schafen die Insel bevölkern. Gepflasterte Gassen schlängeln sich vorbei an



Die wildromantische Region Balagne macht mit ihren Bergen, Olivenhainen und der Heidelandchaft Korsikas Titel „Île de beauté“ alle Ehre.



Hinter den dicken Steinmauern ihrer mittelalterlichen Häuser trotzen die Einwohner von Sant'Antonino Hitze und Kälte.

mittelalterlichen Steinhäusern, kleinen Läden mit Kunsthandwerk und Lokalen mit regionalen Spezialitäten: Wurstwaren, Käse und erfrischende Getränke aus einer Zitronensorte, die das ganze Jahr über Früchte trägt. Auf Schritt und Tritt bieten sich eindrucksvolle Panoramen.

Ein letztes Zimmer mit Aussicht

Die Straße zurück zum Hafen windet sich durch das felsige Hinterland und durchquert dabei einen Friedhof. Nach alter Tradition soll die letzte Ruhestätte eines Angehörigen sein schönstes Zuhause sein, und so sind die Grabmäler wie kleine Häuser gestaltet – mit Blick auf die Landschaft.

Rund 150 Kilometer südlich heißt das nächste Ziel Ajaccio. In der quirligen Hauptstadt Korsikas erblickte 1769 eine illustre Persönlichkeit das Licht der Welt: Napoleon Bonaparte. Die Korsen sind stolz darauf, dass der berühmte französische Kaiser ein Sohn der Insel ist, verübeln ihm aber auch, dass er nichts für sein Volk getan hat. Heute ist Napoleon ein Touristenmagnet. Er blickt von Denk-

mälern herab, sein Konterfei zielt allerlei Souvenirs und er spielt die Hauptrolle bei Stadtführungen, die Heerscharen von Besuchern unter anderem zu seinem unscheinbaren Geburtshaus geleiten.

Der Markt am Hafen und die hübschen Läden bieten denjenigen, die mehr an Gaumenfreuden als an Geschichte interessiert sind, eine Fülle von Leckereien: Schinken und Wurstwaren – etwa Figatelli aus Fleisch und Leber von Schweinen, die halbwild auf der Insel gehalten werden –, Olivenöl, Weine, Gebäck aus Kastanienmehl, Canistrelli-Kekse mit Anis, Kräuter, Tee mit würzigen Blüten der Immortelle, die sagenhafte Eigenschaften besitzen sollen, Heidehonig und natürlich Brocciu-Käse aus roher Schafs- oder Ziegenmilch. Mit Eiern, Zucker und Zitronenschale entsteht daraus der leckere Fiadone-Kuchen. Ein Gedicht.

Unter dem Namen „Ceil de Sainte-Lucie“ wird überall das Spiralmotiv einer kleinen Muschel angeboten. Ein Glücksbringer für die abergläubischen Korsen, genau wie die Talismane und Schmuck aus roter korsischer Koralle. Hier sollte man unbedingt auf kontrollierte Herkunft achten. Nach dem Einkaufsbummel ist für ein Konzert mit mehrstimmigen korsischen Gesängen am Abend leider keine Zeit. „White Dinner“ an Bord ist angesagt.

Bonifacio thront über dem Meer

Wenig ausgeruht heißt es am nächsten Morgen trotzdem früh aus den Federn zu kommen. Die Star Flyer nähert sich Bonifacio an der Südspitze Korsikas. Dramatisch thront die mächtige Zitadelle aus dem 13. Jahrhundert auf steilen Kalkfelsen, die aus dem tiefblauen Tyrrhenischen Meer ragen. Diese strategische Lage machte Bonifacio jahrhundertlang zu einem wichtigen Handels- und Militärstützpunkt, der auch Piraten anzog.

Das Manövrieren in der schmalen Hafengebucht, die von vielen Yachten und Booten angesteuert wird, bedeutet Millimeterarbeit für den an Bord gegangenen Lotsen, Kapitän Ante Basica und den Ersten Offizier Petrovsky, bis der große Viermaster sicher am Kai vertäut ist.

Während sich durch die zentrale Gasse der Altstadt der Strom der Besucher ergießt, flaniert man ein paar Schritte weiter durch fast menschenleere Nebenstraßen. Vor einem Laden mit einer Decke aus uralten Holzbalken bietet ein junges Mädchen „Corail de Bonifacio“ zum Probieren an. Sogar bei diesem Naschwerk aus Mandeln, Kastanienhonig, Gewürzen und kandierten Zitrusfrüchten hat Napoleon seine Finger im Spiel: Der Legende nach buk Emma Poggiolo für ihren Liebsten, den jungen Leutnant Bonaparte, die-



Blick auf die See und die Sonne: Auf den Holzdecks der Star Flyer spürt man einen Hauch von Abenteuer.



se Süßigkeit, damit er bei ihr bleibe. Er schenkte ihr eine Korallenkette, verließ aber die Schöne aus Bonifacio. Der renommierte Pâtissier François Rocca Serra hat das Rezept nun wiederbelebt – sogar als Eis.

Aber hier locken nicht nur weltliche Freuden. Rund 20 Kapellen und Kirchen zeugen von der religiösen Seele des mittelalterlichen



Elegante Kabinen mit viel Holz, Messing und einem Marmorbad verströmen traditionelles Yachtfloor. Foto: Star Clippers



Paolo Tesat, Manager des schwimmenden Hotels, empfängt die Gäste im Speisesaal der Star Flyer.



1814 ging Kaiser Napoleon I. nach Portoferraio, dem „Eisenhafen“ auf der italienischen Insel Elba, ins Exil.

Ortes und der Marinefriedhof mit seinen weißen Familiengruften aus dem 19. Jahrhundert strahlt eine bewegende Melancholie aus.

Die mehrstöckigen Häuser des pisanischen Viertels sind nur mühsam über steile, schmale Treppen erreichbar. Dafür genießen ihre Bewohner einen atemberaubenden Ausblick: Unter den Fenstern und Balkonen fallen die bis zu 70 Meter hohen, von der Brandung umtosten Felswände senkrecht ins Meer ab.

Bei einem Spaziergang auf dem Küstenweg kann man die Überreste der Festung, Bunkeranlagen aus dem Zweiten Weltkrieg und die legendäre Treppe des Roy d'Aragon erkunden. Ihre 187 Stufen wurden von den Franziskanermönchen in den Felsen gehauen, um die Trinkwasserquelle in der Grotte St.-Barthélémy am Fuß der Steilküste zu nutzen. Die über Jahrtausende durch Erosion entstandenen Höhlen und die geologisch interessanten Felsformationen des Kaps lassen sich am besten bei einer Bootsfahrt erkunden.

Am Abend schlägt das Wetter um. Die Fahrt zur Nordostküste Korsikas wird etwas unruhig, aber niemand wird seekrank. Am Morgen bietet sich kurz die Gelegenheit für Jetski und Wassersport am Strand von Bastia, doch dunkle Wolken senken sich auf die von den Gipfeln des Pigno-Massivs überragte Stadt mit ihren ocker- und terracottafarbenen Gebäuden. Gedämpftes Glockengeläut klingt herüber und in der Ferne grollt ein Gewitter. Die Star Flyer darf nicht im Hafen anlegen.

Ein heftiger Regenschauer prasselt auf das Zelt Dach der Tropical Lounge, die Pools leeren sich in Windeseile. Zeit, sich in der Bord-Bibliothek mit dem viktorianischen Interieur auf einem der weinroten Samtsessel in ein Buch zu vertiefen. Ein paar Kinder spielen



Der Hafen von Portoferraio besitzt eine besonders geschützte Lage.

Karten. Doch das Warten wird belohnt. Der Himmel klart auf und vor dem Bug der Star Flyer spannt sich ein Regenbogen.

Nun heißt es: „Adieu Korsika und buongiorno Italia!“ Die letzte Station der Kreuzfahrt steht wiederum ganz im Zeichen Napoleons. Es geht nach Portoferraio, der Hauptstadt der Insel Elba, deren wechselvolle Geschichte eng mit dem Eisenerz verknüpft ist, das die Etrusker hier bereits im 7. Jahrhundert v. Chr. abgebaut haben. Unter den Medici erhielt Portoferraio – der „Eisenhafen“ – imposante Verteidigungsanlagen, darunter das Forte Stella und das Forte Falcone, die noch heute die Stadt überragen.

Hier wählte Napoleon sein Exil

Im Mai 1814, nach seiner ersten Thronabdankung, ging Kaiser Napoleon I. ins Exil nach Portoferraio, wo er bis zum Februar 1815 blieb. Dort bezog er im Rathaus eine Wohnung, die zuvor den Bataillonskommandeur Joseph Hugo und seinen Sohn Victor Hugo beherbergt hatte, und zog später in die Villa dei Mulini zwischen den Forts Stella und Falcone. Von Napoleons Einfluss und Tatendrang zeugen viele Bauwerke, die man besuchen kann, darunter das napoleonische Museum und die Residenz.

Man kann auch bei einem Spaziergang durch die belebten Straßen und über die malerischen Anhöhen einfach das Flair dieser Stadt genießen, die sich nicht als touristische Postkartenidylle präsentiert, sondern authentisches Leben widerspiegelt.

Den Gedanken, dass dies der letzte Abend an Bord der Star Flyer sein wird und am nächsten Tag die Heimreise ansteht, sollte man sich unbedingt mit einem leckeren Gelato oder einem Espresso mit Blick auf den Hafen versüßen.



Die Bord-Bibliothek im viktorianischen Stil lädt zum Schmökern ein.



Schöne Stunden

Uhren messen nicht nur die Zeit, die verstreicht. Sie sind auch Ausdruck von Stil und einer Vorliebe für ausgefeilte Technik.

Text: Manon Kramp • Fotos: Hersteller

Mit kühnen Designs und viel Farbe wird die Armbanduhr zum persönlichen Statement. Kunstvolle Verzierungen, Malereien und aufwändigen Skelettierungen verwandeln die Zifferblätter in Kunstwerke am Handgelenk. Der sonnige Glanz des Goldes veredelt immer mehr Modelle – feminine wie maskuline – und verleiht ihnen eine Extraportion Glamour. Ein Trend, der mit einem wachsenden Interesse an Schmuckversionen und Modellen mit Komplikationen einhergeht.

Satte Blau- und Grüntöne, feuriges Rot, warmes Bordeaux, Champagner, Silber, Gold oder klassisches Schwarz und Weiß: Farbe wird zum Ausdruck von Individualität. Quick-Change-Systeme, mit denen sich Armbänder im Handumdrehen austauschen lassen, treiben das Spiel mit der Vielfalt und der Wandelbarkeit auf die Spitze.

Unisex-Designs sind auf dem Vormarsch und verwischen die klassische Segmentierung nach Geschlechtern. Neben Modellen mit Diamanten und Quarzwerken entscheiden sich Frauen immer häufiger für Uhren mit Komplikationen und mechanischen Uhrwerken. Und obwohl sportliche Chronographen und Taucheruhren nach wie vor die Favoriten der Herren sind, steigt die Zahl derer, die Uhren mit kleinerem Durchmesser bis hin zum Mini-Format tragen. Alles eine Frage des persönlichen Stils.

Der Vintage-Trend hält an: Viele Originalmodelle sind nach wie vor begehrte Sammlerstücke. Als Hommage an die DNA ihrer Manufakturen durchleben andere Ikonen der Uhrmacherkunst die Jahrzehnte in neu aufgelegten Varianten. Aufgefärbte Designs und innovative Materialien verleihen diesen einen zeitgemäßen Twist – mit der Chance, in Zukunft vielleicht selbst zu Ikonen zu werden.



Modisches Highlight

Die J12 Calibre 12.2 von Chanel kombiniert widerstandsfähige Keramik in reinem Weiß (oder Schwarz) mit glänzendem Edelstahl für einen sportlich-eleganten Look. Das bis 200 Meter wasserdichte 33-mm-Gehäuse umschließt ein lackiertes Zifferblatt mit zwölf Brillanten als Indexe. Modellvarianten sind mit Diamantbesatz auf der einseitig drehbaren Lünette oder ohne Diamanten erhältlich. Das vom Contrôle officiel suisse des chronomètres COS als Chronometer zertifizierte Automatikkaliber 12.2 mit 50-stündiger Gangreserve ist über den Fonds aus Saphirglas einsehbar.



Blaue Stunde

Die Type-XX-Modelle von Breguet haben Luftfahrtgeschichte geschrieben. Die neue Type XX Chronographe 2067 besitzt ein Gehäuse mit 42 mm Durchmesser aus Roségold und einer beidseitig drehbaren, geriffelten Lünette aus nachtblauer Keramik. Blau ist ebenfalls das Zifferblatt mit Sonnenschliff und den gravierten Registern, in Gold kontrastieren die Ziffern und Zeiger, die im Dunkeln leuchten. Der Drücker bei 2 Uhr steuert die Chronographenfunktionen, der „Fly Back“-Drücker bei 4 Uhr die Nullstellung mit sofortigem Neustart. Die Armbänder aus Krokodilleder und NATO-Gewebe verfügen über ein Schnellwechselsystem.



Subversives Styling

Jedes Jahr lässt sich Chopard Manufacture vom farbenfrohen mexikanischen „Dia de los Muertos“ inspirieren, um einen Zeitmesser neu zu erfinden. Die elfte Variante kombiniert das Design der Calavera mit der Minutenrepetition L.U.C. Full Strike in einem Gehäuse aus edelstahlfarbigem Gold. Das Zifferblatt, ein Miniaturkunstwerk, in das mehr als 100 Arbeitsstunden fließen, erweckt das traditionelle Vanitasmotiv mit Intarsien aus farbigen Edelsteinen zum Leben. Geschwärzte Hämmer und die Gangreserveanzeige formen die Augenhöhlen des Totenkopfs. Das mechanische Minutenrepetitionswerk L.U.C. 08.01-L schlägt die Stunden, Viertelstunden und Minuten mit kristallklarem Klang.



Alles Gold, was glänzt

Die Manufaktur Piaget feiert ihr 150-jähriges Bestehen mit einer Reihe von Sondereditionen, darunter eine Neuinterpretation des 1979 lancierten Polo-Modells. Die Polo 79 greift das ursprüngliche Design mit seinen horizontalen, abwechselnd polierten und gebürsteten Gliedern aus massivem Gold auf, die sich vom Zifferblatt über das Gehäuse mit durchsichtigem Boden und das Armband fortsetzen. Neu ist der von 34 auf 38 mm vergrößerte Durchmesser, der dieser Version einen Unisex-Charakter verleiht. Auch das bisher verwendete Quarzwerk wurde ersetzt – durch das ultraflache hauseigene Kaliber 1200P1 mit Automatikaufzug.



Maxi & Mini

Eine der markantesten Uhren von Cartier ist die Panthère, deren quadratisches Gehäuse fließend in das Armband aus geschmeidigen Metallgliedern übergeht. Das ursprüngliche Design aus den 1980er-Jahren blieb in den verschiedensten Ausführungen en vogue, von lässig-schick bis hin zu diamantbesetzten Schmuckversionen. Die bereits um Mini-Formate erweiterte Kollektion wurde um ein Large-Modell mit 31 mm Kantenlänge ergänzt. In Stahl, Gelbgold und einer Kombination beider Metalle punktet die bis 30 Meter tiefe wasserdichte Uhr mit Quarzwerk bei Damen wie bei Herren.



Rendez-vous in 100 Jahren

Anlässlich seines 140. Geburtstags lanciert Breitling drei Modelle in limitierter Auflage: die Premier, die Chronomat und die Navitimer. Sie alle sind mit dem Kaliber B19 ausgestattet, dem ersten Chronographenwerk mit ewigem Kalender, das ein Jahrhundert Präzision ohne größere Anpassungen und eine Gangreserve von 96 Stunden garantiert. Bei der Navitimer B19 Chronograph 43 Perpetual Calendar 140th Anniversary glänzt der kreisförmige Rechenschieber auf einem Zifferblatt aus Rotgold, von dem sich die detaillierte Mondphase abhebt. Das Alligatorlederarmband besitzt eine Faltschließe aus Gold.



Alles klar!

Beim Portofino Chronograph 39 kombiniert IWC das puristische Design des Modells mit einem Chronographen in einem kompakten Edelstahlgehäuse mit 39 mm Durchmesser. Ein versilbertes Zifferblatt, rhodierte Zeiger und Stabindexe sowie ein neues Fünf-Glieder-Edelstahlarmband unterstreichen die sportliche Eleganz. Angetrieben wird das Modell vom IWC-Manufakturkaliber 69355 im klassischen Säulenraddesign, das aus 205 Einzelteilen besteht und durch den Saphirglasboden sichtbar ist. Der beidseitige Klinkenaufzug erzeugt eine Gangreserve von 46 Stunden in der Zugfeder.

Elegantes Understatement

Mit der Master Ultra Thin Date erweitert Jaeger-LeCoultre das Konzept seiner Dresswatch. Das Design des Zifferblatts mit Sonnenschliff zeigt eine fein ausbalancierte Symmetrie und präsentiert sich mit einer Datumsanzeige bei 6 Uhr, spitz zulaufenden Indexen und einem neuen, blau-grau changierenden Farbton in dem flachen 39-mm-Gehäuse aus Edelstahl. Das hauseigene, durch den Saphirglasboden sichtbare Automatikkaliber 899 mit feinen Finishes hat alle Prüfungen des „1,000 Hours Control“-Tests bestanden. Das schwarze Alligatorlederarmband mit Faltschließe lässt sich mühelos auswechseln.





Boxen-Star

2024 kehrte TUDOR als Partner des neuen Formel-1-Teams Visa Cash App Red Bull in die Welt des Motorsports zurück. Das zunächst von den Fahrern getragene Modell Black Bay Ceramic mit dem leuchtend blauen Zifferblatt ist nun für alle Uhren-Aficionados erhältlich. Im mattschwarzen 41-mm-Keramikgehäuse tickt ein ebenfalls schwarzes Manufakturkaliber, das vom Eidgenössischen Institut für Metrologie METAS als Master Chronometer zertifiziert wurde – einem der höchsten Standards für Chronometrie und Magnetfeldresistenz. Blaue Akzente auf den Armbändern aus Hybridleder oder Stoff unterstreichen den Rennsport-Look.



Einfach himmlisch

Die Rolex Perpetual 1908 überrascht in einer Version aus 950er-Platin mit einem gletscherblauen Zifferblatt. Wie ein Netz spannt sich das mit einem Reiskornmuster in Rosettenform guillochierte Zifferblatt auf und erzeugt bei jeder Bewegung faszinierende Lichtreflexe. Die facettierten Indexe und Ziffern aus Gold, die unterschiedlich gestalteten Zeiger und die gerillte Lünette des 39-mm-Gehäuses unterstreichen die Leichtigkeit des Designs. Der Saphirglasboden gibt den Blick frei auf das als „Superlative Chronometer“ zertifizierte Kaliber 7140 mit seinem Rotor aus Gelbgold, der eine Gangreserve von 66 Stunden liefert.

Der Renner

TAG Heuer präsentiert vier neue Varianten des Carrera Chronograph Extreme Sport. Das hier gezeigte Modell verfügt über ein 44-mm-Gehäuse aus Titan Grad 2, eine sandgestrahlte Keramiklünette mit Tachymeterfunktion und markante skelettierte Anzeigen, die sich von dem gekörnten schwarzen Zifferblatt abheben. Die Chronographenzähler sind ausgehöhlt und mit aufgedruckten Markierungen versehen. Hinter der durchbrochenen Datumscheibe sorgt ein Quadrat aus weißer SuperLuminova-Leuchtmasse für gute Sichtbarkeit im Dunkeln. Akzente in Signalrot betonen den Performance-Charakter der Uhr mit Automatikkaliber.



Frischkick in Blau-Weiß

Nach einer Version in schwarzer Keramik lanciert Zenith die Defy Skyline Skeleton mit einem weißen Keramikgehäuse von 41 mm mit einem passenden Armband aus Keramik- oder Kautschuk. Das bis 100 Meter wasserdichte achteckige Gehäuse wird von einer Lünette mit zwölf Facetten gekrönt. Zifferblatt und Uhrwerk kontrastieren in Dunkelblau, die durchbrochenen Brücken bilden einen vierzackigen Stern und geben den Blick frei auf das komplexe, vom Sternlogo in 3D gekrönte Innenleben der Uhr. Für optimale Ablesbarkeit sind alle Anzeigenelemente mit SuperLuminova-Leuchtmasse beschichtet.



Retro-Charme

Mit einer Automatikversion feiert Vacheron Constantin das in den 1950er-Jahren wurzelnde Design der Kollektion Fifty-six. Das runde Gehäuse aus Roségold mit 40 mm Durchmesser geht nahtlos in stromlinienförmige Bandanstöße über, und auf dem in Sektionen unterteilten Zifferblatt wechseln sich arabische Ziffern mit Stabindexen ab. Erstmals erscheint eine Variante in Schwarz: In dem mit einem Sonnenschliff verzierten Außenring schimmert der zentrale Kreis opalisierend. Blaue Leuchtmasse auf den Zeitanzeigen sorgt für gute Ablesbarkeit bei Dunkelheit und ein Malteserkreuz ziert die Schwungmasse des sichtbaren Automatikkalibers.

T H E

17

100% ELECTRIC



Donnons priorité à la sécurité.

Informations environnementales : bmw.lu

18,5-23,7 KWH/100 KM • 0 G/KM CO₂ (WLTP)

Bilia Luxembourg
7, Rue Christophe Plantin
L-2339 Luxembourg
www.bilia.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, Hauptstroß
L-9806 Hosingen
www.schweig.bmw.lu

Das kleine Extra



Ikone mit Biss

Gucci feiert den 20. Geburtstag seines berühmten Horsebit-Designs mit einer Kollektion, deren Modelle den ursprünglich am Pferdegeschirr befestigten Metallring mit weichen, abgerundeten Formen elegant neu interpretiert.

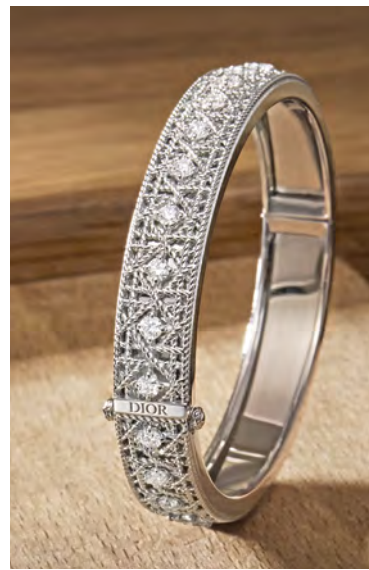
„Schmuck ist wie das perfekte Gewürz – er ergänzt immer das, was schon da ist“, sagt Modedesignerin Diane Von Furstenberg. Schmuckstücke sind Accessoires und zugleich Ausdruck einer Persönlichkeit. Fantasievolle und minimalistische Formen, Materialkombinationen sowie Perlen und Edelsteine in vielen Farben offenbaren eine reiche Spielweise.

Zusammenstellung: Manon Kramp • Fotos: Hersteller



Sag es mit Blumen!

Die „Camélia“-Kollektion von Chanel besticht durch die Reinheit ihres floralen Designs. Die mit Diamanten besetzten Kreationen, wie diese wandelbaren Ohrhänger, wirken wie filigrane Spitze. Erhältlich in Gelb-, Rosé-, Weiß- und Beigegold.



Von Meisterhand geschaffen

Der von Victoire de Castellane entworfene Armreif aus der Kollektion „My Dior“ ist vom ikonischen „Cannage“-Muster des gleichnamigen Hauses inspiriert: Alle Elemente des Flechtwerks sind wie bei einer Haute-Couture-Kreation von Hand gefertigt und zusammengefügt.



Logo!

Das identitätsstiftende Damier-Muster des Hauses Louis Vuitton findet in Schmuckkreationen eine neue Ausdrucksform. Abgeschrägte Seiten verleihen dem Design mit Quadraten in Gelb- oder Weißgold und Diamanten eine markantes Volumen.



Sagenhaft

Poseidons Dreizack stand Pate für die „Titan“-Kollektion, die Pharrell Williams für Tiffany & Co. design hat. Das speerförmige Motiv steht mit sanften Rundungen im Dialog und kombiniert je nach Ausführung Gelbgold, schwarzes Titan, Diamanten und Perlen.



Ganz schön cool

Die neuen Modelle der „Ice Cube“-Kollektion von Chopard aus ethischem Gold in drei Farbnuancen verbinden mehrere Ringe. Würfel mit polierten Facetten und weichen Kanten sowie feine Diamanten erzeugen spielerische Lichtreflexe.



Funkelndes Statement

Für die Designerin Valérie Messika sind Schmuckstücke keine statischen Ornamente. Ihre Armreifen „So Move“ mit den drei beweglichen Diamanten sollen den ständigen Wandel des Lebens widerspiegeln und gleichzeitig Stärke symbolisieren.

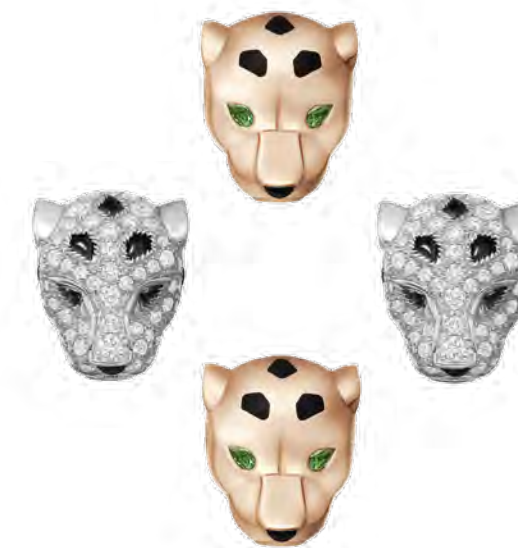


Edle Bonbons

Farbenfrohe Kreationen mit grünen Smaragden, blauem Apatit und weißen Diamanten bereichern die Linie „Chloé meets Sweety“ von Bigli. Der runde Cabochon-Schliff betont die Farbenpracht der Edelsteine und bringt sie zum Leuchten.

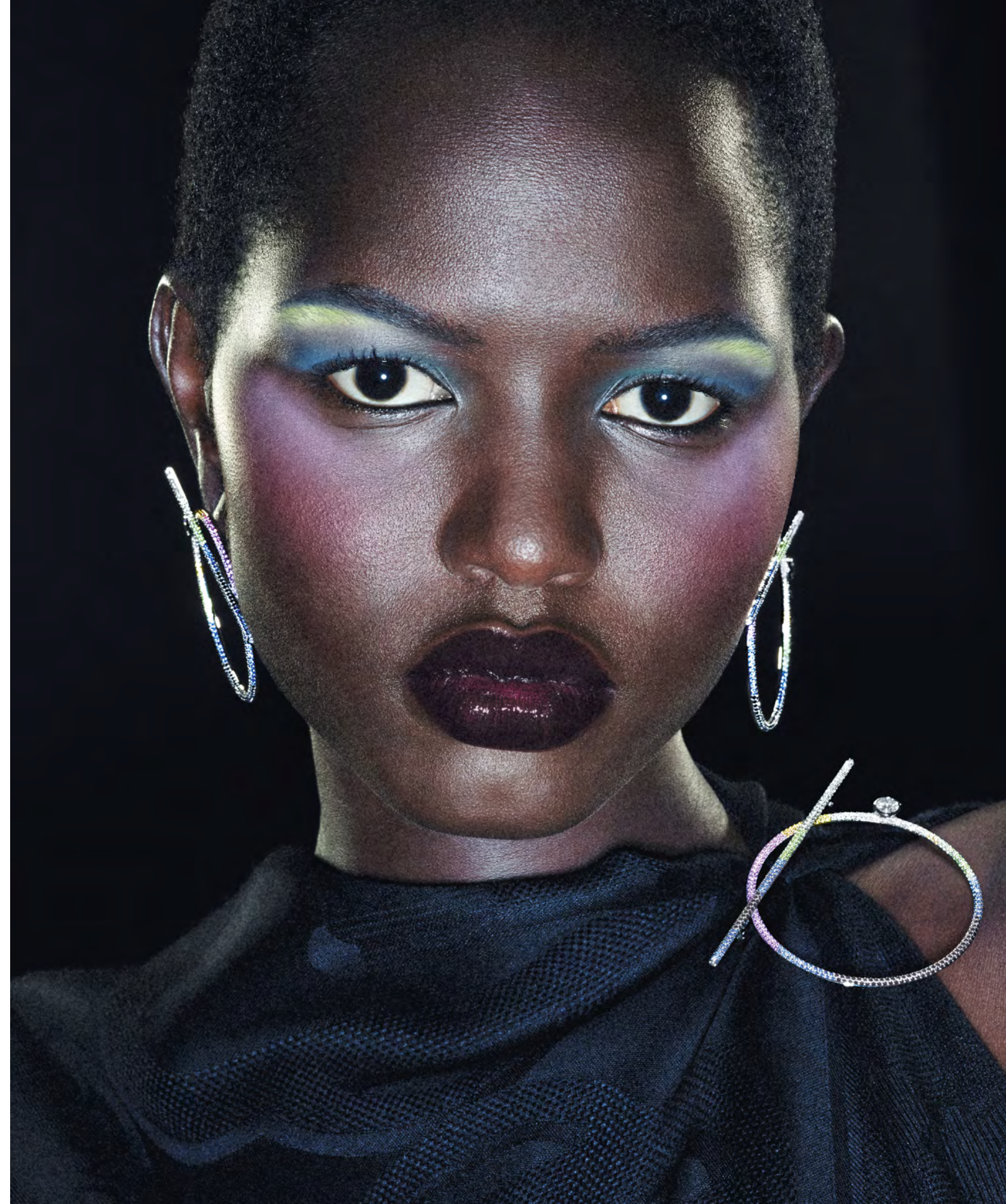
Vorsicht, Wildkatze!

Der Panther ist der Star im Bestiarium von Cartier. Jetzt versprüht das Raubtier in der Kollektion „Panthère“ seinen Zauber auch in Form von originellen Ohrsteckern. Erhältlich in Gelb- und Roségold mit Tsavoriten und Onyx sowie in Weißgold mit Diamanten.



Regenbogenzauber

Die Haute-Joillier-Kollektion „Portraits de la Couleur“ von Pierre Hardy, Kreativdirektor des Hauses Hermès, ist ein Experiment rund um die Reflektion von Licht. „Fresh Paint“, „Arc en Couleurs“, „Supracolor“ oder „Color Trip“ (hier im Bild) heißen die Kreationen mit Diamanten, Smaragden, Tansaniten, Granaten und Saphiren, die in allen Schattierungen des Farbspektrums und spektakulären Farbverläufen funkeln.



Stil



RENAULT 5 E-TECH 100% ELECTRIC

made in Europe
jusqu'à 410 km d'autonomie ⁽¹⁾
openR link avec Google intégré ⁽²⁾
200 combinaisons de personnalisation
jusqu'à 26 systèmes avancés d'aide à la conduite ⁽³⁾
bénéficiez de la prime gouvernementale allant jusqu'à 6000 € ⁽⁴⁾

plus d'infos



0 gr CO₂/km · 14,9 - 15,5 kWh/100 km (wltp)
contactez votre distributeur pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule

maintenant disponible à l'essai en show-room

(1) selon wltp (2) Google, Google Play, Google Maps, Waze et autres marques sont des marques déposées de Google LLC (3) selon la version (4) info et conditions sur guichet.public.lu annonceur: Renault Belgique-Luxembourg s.a. (importateur), chaussée de mons 281, 1070 bruxelles, TVA BE 0403 463 679, IBAN BE76 0017 8828 2195, rpm bruxelles. DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Ausgestellt

5 x Kunst

Paris, München, Kopenhagen, London – diese Ausstellungen sind eine Reise wert.

Zusammenstellung: Manon Kramp



Vincent van Gogh: „La Chaise de Vincent“, 1888 / The National Gallery London

„Van Gogh: Poets and Lovers“

Anlässlich ihres 200-jährigen Bestehens präsentiert die National Gallery in London „Van Gogh: Poets and Lovers“, eine Ausstellung, die sich auf die letzten Lebensjahre des niederländischen Künstlers (1853-1890) und damit auf seine Zeit in Arles und Saint-Rémy-de-Provence von 1888 bis 1890 konzentriert. Rund 50 Gemälde und 14 Zeichnungen – darunter die berühmten Werke „La Nuit étoilée sur le Rhône“, „La Chaise de Vincent“ und „La Maison jaune / La Rue“ – zeugen von dieser entscheidenden Phase in der Vincent van Gogh seinen Stil mit kräftigen Farben und Pinselstrichen revolutionierte. Dichter und Liebende beflügelten seine Fantasie, er entwickelte eine Leidenschaft für die Kunst des Erzählens und idealisierte die Orte seines Alltags. Zu den Arbeiten gehören auch eindrucksvolle Landschaften, die van Goghs innere Qualen widerspiegeln – er verbrachte zwölf Monate in der Heilanstalt Saint-Paul-de-Mausole –, und Porträts, in denen er seinen Modellen symbolische Bedeutung verlieh.

Als Leihgabe des Philadelphia Museum of Art wird eine Version der „Tournesols“ zum ersten Mal seit ihrem Erwerb im Jahr 1935 außerhalb der USA gezeigt – zusammen mit dem Bild der Sonnenblumen, das sich seit 100 Jahren im Besitz der National Gallery befindet. Eine Premiere, seit das Ensemble 1889 das Atelier des Künstlers in Arles verließ.

Bis zum 19. Januar 2025: nationalgallery.org.uk

„Rachel Ruysch – Nature into Art“

Die Alte Pinakothek in München widmet der niederländischen Malerin Rachel Ruysch (1664-1750) die weltweit erste Retrospektive. Berühmt wurde die Künstlerin aus Amsterdam durch ihre opulenten, täuschend echt wirkenden Blumenstillleben. Ihre Bouquets aus exotischen Pflanzen und Früchten, in denen es von Insekten wimmelt, waren schon zu ihren Lebzeiten begehrt. Erstes weibliches Mitglied der Confrerie Pictura in Den Haag, Hofmalerin in Düsseldorf und Mutter von elf Kindern: Rachel Ruysch war eine Ausnahmeerscheinung. Die Ausstellung „Rachel Ruysch – Nature into Art“ widmet sich dem Leben der Künstlerin und ihrer ruhmreichen, fast 70 Jahre dauernden Schaffensperiode.

Die Sammlung naturwissenschaftlicher Präparate ihres Vaters, Frederik Ruysch, war eine wesentliche Inspirationsquelle für die Künstlerin. Die Schau wirft auch ein neues Licht auf die Verbindungen zwischen Kunst und den großen wissenschaftlichen Fragen des 17. und 18. Jahrhunderts sowie auf die Rolle der Frauen in der Erforschung der Natur. Porträts von Rachel Ruysch und ihrer Familie, Bücher, Grafiken, Zeichnungen, naturwissenschaftliche Exponate und die Gegenüberstellung mit Gemälden von Zeitgenossen und anderen Künstlerinnen unterstreichen ihren Innovationsgeist und ihren Einfluss.

Bis zum 16. März 2025: pinakothek.de/nature-into-art



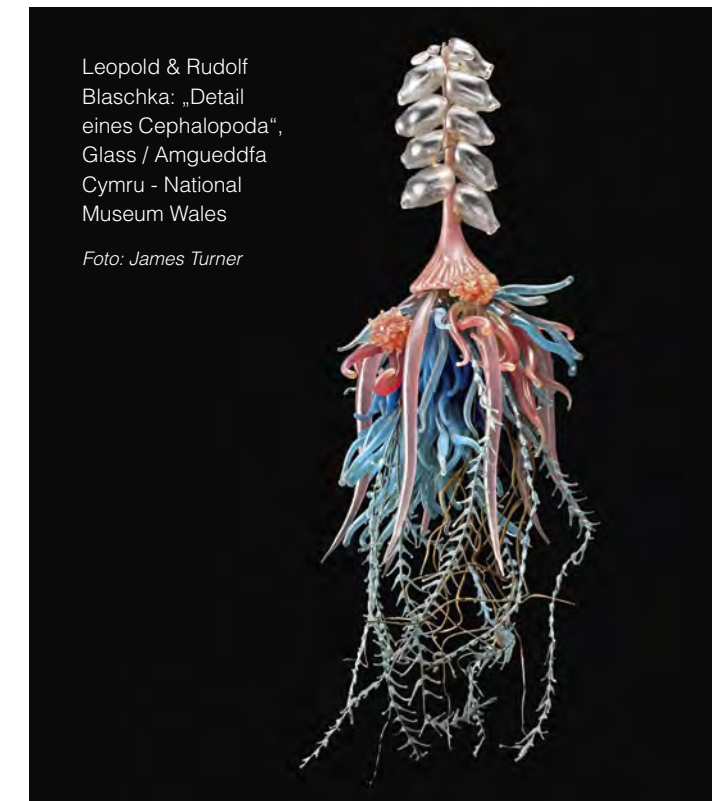
Rachel Ruysch: „Blumenstrauß“, 1708 / Bayerische Staatsgemäldesammlungen – Alte Pinakothek München
Foto: Sibylle Forster

„Havet“

Mit „Havet“ zeigt das Louisiana Museum für Moderne Kunst in Humlebæk nördlich von Kopenhagen eine Themasausstellung rund um das Meer, die von der Schönheit und Schrecken der Ozeane, von Mythen, Politik und Klimarealität erzählt. Meere bedecken 71 Prozent der Erdoberfläche. Sie sind eine Voraussetzung für unsere Existenz, Reservoir kollektiver Vorstellungen von Göttern, Ungeheuern und Märchen; Quelle von Nahrung und Rohstoffen – aber leider auch Müllhalde.

Die Entdeckungsreise über und unter der Meeresoberfläche gliedert sich in drei Kapitel: „Das Meer zwischen Kunst und Wissenschaft“ präsentiert Exponate an der Schnittstelle von Ästhetik und Wissenschaft, wie die Glasmodelle wirbelloser Meerestiere von Leopold und Rudolf Blaschka. „Das sublimierte und mythologische Meer“ offenbart den Ozean als metaphorischen Ort mit Statuen antiker Götter, Marinebildern von Caspar David Friedrich und August Strindberg oder abstrakten Mollusken von Georgia O'Keeffe. „Die Ausbeutung des Meeres“ greift hingegen aktuelle Themen auf: Container- und Kreuzfahrtschiffe, die unserer Konsumgesellschaft geschuldet sind, aber auch das Meer als Fluchtweg und Schauplatz der Zerstörung.

Bis zum 27. April 2025: louisiana.dk



Leopold & Rudolf Blaschka: „Detail eines Cephalopoda“, Glass / Amgueddfa Cymru - National Museum Wales
Foto: James Turner

Olga de Amaral

In Paris präsentiert die Fondation Cartier die erste große Retrospektive der kolumbianischen Künstlerin Olga de Amaral in Europa. Als eine unumgängliche Vertreterin der Fiber Art erweitert die Künstlerin seit den 1960er-Jahren die Grenzen des textilen Mediums, indem sie mit Materialien – unter anderem Leinen, Baumwolle, Rosshaar, Gesso, Blattgold und Palladium – und Techniken experimentiert: Sie webt, knüpft, flechtet und verwebt Fäden zu monumentalen Raumskulpturen. Ihre Kunst verbindet modernistische Prinzipien mit volkstümlichen Traditionen ihres Landes und präkolumbianischer Kunst.

Mit Gold verwandelt Olga de Amaral Textilien in schimmernde Oberflächen, die das Licht reflektieren. Ihre hängenden dreidimensionalen Arbeiten sind mit geometrischen Mustern in leuchtenden Farben verziert, die direkt auf die Baumwollfäden gemalt sind. Als Gemälde, Skulpturen und Installationen hüllen die großformatigen Werke ihr Publikum in ein luftiges, sinnliches Universum ein. Die Ausstellung präsentiert auch zahlreiche historische Arbeiten, die noch nie außerhalb Kolumbiens gezeigt wurden.

Bis zum 16. März 2025: fondationcartier.com



„Pop Forever, Tom Wesselmann & ...“

Die Fondation Louis Vuitton feiert den zehnten Jahrestag ihrer Eröffnung mit einem „Bang“: Das vom Architekten Frank Gehry entworfene Kunsthaus präsentiert die Ausstellung „Pop Forever, Tom Wesselmann & ...“, die der Pop Art gewidmet ist. Die Kunstrichtung der 1960er-Jahre kennt kein Manifest und keine Grenzen: Comics, Werbung, Filmstars, Lebensmittel und Boulevardzeitungen – alles wird zum Thema, wird gemalt, als Foto zu Collagen geklebt oder maschinell auf Leinwand gedruckt.

Im Zentrum der Schau steht der US-Künstler Tom Wesselmann (1931-2004) mit einer Auswahl von 150 Werken. Um diese in einen kunsthistorischen Kontext zu stellen, werden ihm 70 Arbeiten von 35 Künstlern gegenübergestellt, die eine gemeinsame Sensibilität für „Pop“ verbindet. Dazu gehören die amerikanischen Ikonen seiner Zeitgenossen wie Jasper Johns, Roy Lichtenstein und Andy Warhol, aber auch die dadaistischen Wurzeln der Pop Art in den Collagen von Marcel Duchamp und Kurt Schwitters. Wesselmanns Darstellungen von Konsumgütern nehmen die Interpretation im Zeitalter der Globalisierung durch Jeff Koons oder Ai Weiwei vorweg. Akte und private Szenen spiegeln sich in den Bildern von Derrick Adams, Tomokazu Matsuyama und Mickalene Thomas wider. Die umfangreiche Ausstellung erstreckt sich über die vier Stockwerke der Fondation Louis Vuitton am Pariser Bois de Boulogne.

Bis zum 24. Februar 2025: fondationlouisvuitton.fr



Né en 1996 au Luxembourg de parents portugais, Steven Cruz est un artiste réfléchi qui veut explorer le monde par tous les moyens que la création met à sa disposition.



Plein phare sur un créateur émergent

Steven Cruz, ou l'art de l'empathie

Entre Lisbonne, Bruxelles et Luxembourg le jeune plasticien concilie l'ancien et le moderne, le collectif et le singulier, les normes et leur transgression.

Texte: Gaston Carré • Photos: Marc Wilwert

Comment va-t-on à l'art, comment l'art vient-il à vous? On suppose une fulgurance ou une révélation, un appel ou un coup de foudre, mais c'est une supposition romanesque, qui ne convient guère à Steven Cruz, artiste parce qu'il l'a toujours été, parce que l'art pour ce jeune plasticien est une façon d'être au monde et de l'explorer par tous les moyens que la création met à sa disposition.

Né en 1996 au Luxembourg de parents portugais, Steven étudie les Arts visuels à Luxembourg puis le Design à Lisbonne. Titulaire d'un master à Saint-Luc, Bruxelles, il y gagne un concours et se dit «tiens, oui, je sais faire cela». Un constat donc plus qu'une révélation, la prise de conscience d'une disposition qui pourrait devenir profession. «Je considère désormais que je suis artiste en effet, mais ce n'est pas une décision que j'ai prise, ce n'est pas une vocation qui m'est venue un matin, j'ai l'impression au contraire que je me suis toujours consacré à l'art». Quel art?

Steven a connu une année décisive en 2022, sous les projecteurs de la série «Generation Art» sur RTL, consacrée alors à la photographie. Son visage s'imprima dans les rétines des téléspectateurs, séduits par sa jeunesse conquérante, son œil vif, par cette moustache fine aussi, ces boucles d'oreilles et ce rien de suavité dans le regard par quoi il affirme sa différence avec aplomb.

Steven remporte le concours terminal, gagne une récompense et une exposition au Pomhouse du CNA à Dudelange. Au fil des épisodes Steven s'était enveloppé de cellophane pour un autoportrait, s'était photographié en voiture nuitamment avec son compagnon, pour signifier le caractère dérobé, illicite encore des rencontres homosexuelles.

Steven, derrière sa tasse de thé chinois, ce matin au Limbertsberg: «Je ne maîtrisais pas la photo à ce moment-là, c'était par contre un outil que je voulais expérimenter» – ni emphase ni grandiloquence chez ce jeune homme, comme pour déjouer d'emblée la tentation de lui faire endosser un habit trop grand.

«Je pratique le design, la photographie, on peut dire que je suis artiste visuel, mais pas seulement»: des mots sans plumes donc, pour signifier une pratique artistique conçue comme artisanat, comme un «métier», non comme un apostolat, par un jeune homme réticent aux catégories et aux étiquettes. «Je ne veux pas être enfermé, je ne veux pas m'enfermer moi-même dans une case, je veux apprendre, essayer, explorer.»



«Je ne veux pas être enfermé, je ne veux pas m'enfermer moi-même dans une case, je veux apprendre, essayer, explorer.»

«Explorer». Les matières, les couleurs, la physionomie d'un quartier, ailleurs d'abord pour se rapprocher de soi ensuite – ou ailleurs pour y constater qu'il est une part de vous-même.

À la recherche de l'âme perdue

Ailleurs c'est Lisbonne, et le projet «Angústia Silenciosa» en 2023. Steven y découvre le «bairro da Curraleira», quartier emblématique d'une ville dont l'âme est dispersée par les vents de la modernisation. «Le bairro da Curraleira avait été un lieu de vie commun, un espace de solidarité, mais l'urbanisation est passée par là, privant les habitants de ce qui avait fait leur originalité et leur vitalité. J'ai voulu montrer cette perte, mais la volonté aussi de résister à l'effacement».

Steven a réalisé une série de photographies, fascinantes par la désolation sourde qui s'en dégage – on voit un linge suspendu à une façade depuis toujours, une trottinette abandonnée, mais un buffet aussi et ses humbles colifichets, comme pour signaler un reste de coquetterie. Une «vision» est à l'œuvre, une sensibilité, qui sans ostentation, avec tendresse presque, fait vibrer à bas bruit un monde délicuescent mais résilient. Un monde muet que Steven fait parler, un monde qui peut-être parle de lui.

C'est une impression de fragilité qui vous saisit à la rencontre de Steven Cruz. Tempérée par son assurance quant à son statut d'artiste, à sa fonction dans la société. C'est ce contraste qui séduit, entre sa vulnérabilité apparente d'une part et son adhésion à soi d'autre part. Il lui fallut se battre un peu, certes, pour affirmer sa singularité dans un environnement familial peu préparé à celle-ci, «mais cela s'est fait sans trop de problèmes finalement» – toujours ce refus du pathos et de l'enflure romanesque.

Le «compagnon» évoqué plus haut porte un nom, et même deux: Adriano Lopes da Silva, musicien, compositeur et chanteur, bien connu désormais sous le nom de «Chaild», que nous avons présenté dans un précédent numéro. On voit bien les affinités artistiques et personnelles entre les deux jeunes hommes, mais l'assurance chez Adriano est plus expressive, qui se consacre avec brio à la mise en scène de son personnage, multiplie les masques, dans le bonheur du paraître et de ses métamorphoses. Steven est moins «poseur», plus réfléchi, jusqu'au scrupule excessif. «Adriano est un extraverti à haute énergie. Il a une idée, il fonce, se donne de suite tout entier, spontanément. Adriano est dans l'action, et j'admire sa capacité à s'y vouer sans retenue. Nous sommes très

différents sur ce plan-là». Où est la singularité de Steven, en regard de son rutilant «alter ego»?

La réflexion avant tout

«La formation artistique à Bruxelles privilégiait une approche 'conceptuelle'. On apprenait à se méfier de l'esthétique gratuite, de 'l'art pour l'art'. Il fallait concevoir une idée d'abord, puis l'explorer, puis réfléchir à la forme qu'on pourrait lui donner. C'est cette réflexion qui m'attire».



Le projet «Angústia Silenciosa» (2023) fait découvrir au spectateur le «bairro da Currealeira» de Lisbonne, quartier emblématique dont l'âme est anéantie par l'urbanisation.



«Faggot» (2022) détourne l'ornementation traditionnelle des «azulejos» portugais qui, posés au sol et non sur un mur, symbolisent la fragilité du concept de masculinité.
Photo: Mad home of creators/typic.aelix



«Holidays from Morality» (2022) offre plusieurs degrés de lecture pour subtilement contrecarrer une certaine vision hétéronormée.

L'exploration encore, maître mot. Exploration de l'idée, pour aller à un concept, puis traduire celui-ci avec les moyens les plus opportuns. C'est cette «réflexion» qui explique que Steven n'est pas un artiste prolifique: «ne me lançant pas dans la création tête baissée, sans un temps de préparation, forcément je ne produis pas beaucoup». Refus de l'aléatoire, de l'impulsion?

«Je me suis donné cette exigence: être en mesure, devant tout ce que je fais, de répondre aux questions soulevées, d'expliquer le choix des moyens, les matières retenues, les couleurs utilisées. Je pense que l'artiste a cette responsabilité devant son travail, surtout quand il porte sur du réel, ou sur une transformation de l'existant».

On songe à son travail sur les «azulejos», les carrés de faïence chers au Portugal: Steven s'en est saisi pour une «mise à plat», littéralement, au service d'un concept consistant à déjouer l'ornementation traditionnelle et lui substituer une iconographie à rebours des valeurs que ces «azulejos» véhiculent communément. Sa grande pièce de presque 600 carreaux, intitulée «Faggot» (homo) entend «défaire une certaine vision hétéronormée en déclenchant de l'émotion». L'œuvre est posée au sol et non sur un mur, comme pour symboliser la fragilité du concept de masculinité.

Individualiste coopératif et militant

Convaincu de sa responsabilité d'artiste parmi les artistes, Steven Cruz devient militant. En août 2023 il fonde l'association «La Concierge», après une rencontre à Lisbonne avec Liliana Francis. Les deux artistes reconnaissent leur connivence et ce qui les mobilise: la volonté de lutter pour une meilleure reconnaissance de l'artiste, de valoriser son statut, de revendiquer une juste rémunération d'une activité artistique qui est «un métier comme un autre».

Parmi les réalisations de «La Concierge», la manifestation «Lost Symbiosis» à Differdange. Et au sein de celle-ci, des installations réalisées par Steven avec Delphine Synadino: un repas est figuré par ses objets rituels, plateaux, couverts, assiettes. Tandis que Delphine déjoue le vocabulaire de la nature morte, Steven infléchit le prestige du repas par une poubelle. Objectif: travailler

Symbole de festivité, de réunion et de rituels familiaux, le repas figurant dans «Le buffet» (2023) dénonce aussi la démesure.



ensemble, confronter les regards, multiplier les expressions – Steven est de l'espèce paradoxale des individualistes coopératifs.

«Je veux toucher des communautés – le milieu homosexuel par exemple, en montrant son appréhension de sa part féminine, je veux évoquer la communauté portugaise, ou alors les minorités LGBT au sein de la communauté portugaise, un travail fascinant du fait des contradictions à l'œuvre, chez des hommes qui affichent une féminité dans un milieu culturel pétri de virilité».

Après son séjour de Lisbonne, le Portugal à nouveau s'impose à Steven, comme un grand référent qui demanderait à être «exploré» plus avant. Le Portugal lui fait signe, et à l'Europe tout entière en cette année 2024 où le pays célèbre sa Révolution. Au cœur des manifestations, le Nationalmuseum um Féschmaart commande à Steven et Liliana Francisco une contribution à l'exposition qu'il consacre à cet acte fondateur de la démocratie portugaise. Les deux artistes réalisent un «crapbook» à leur image: outil pédagogique à l'adresse des petits, ce carnet donne des énoncés et des illustrations réellement instructifs, tout en donnant libre cours à un art délicat, ludique, d'une candide poésie dans l'hybridation de documents d'époque et d'ornementations contemporaines.

L'exploration comme une forme d'identification

Or, dans la trame du travail sur le Portugal des affects se tissent. Évoquer le Portugal, à travers sa révolution, c'est évoquer une communauté à nouveau, et pour l'évoquer il fallait s'en rapprocher, pour l'«explorer», mieux la connaître. Steven entretenait avec cette communauté des rapports mitigés, agacé par «sa fierté hautaine parfois, sa frilosité face au pays d'accueil, son éternelle 'saudade', sa tendance à se replier sur son quant-à-soi et à clamer sans cesse qu'avant c'était mieux».

Or Steven à mesure qu'avance son travail sent que s'estompe son exaspération, qu'avec la compréhension vient l'acceptation, que l'exploration mène à une forme d'identification. «J'ai gagné de l'empathie pour ce pays qui est le mien aussi. Une distance s'est estompée, c'est comme si je me réconciliais avec une part de moi-même».

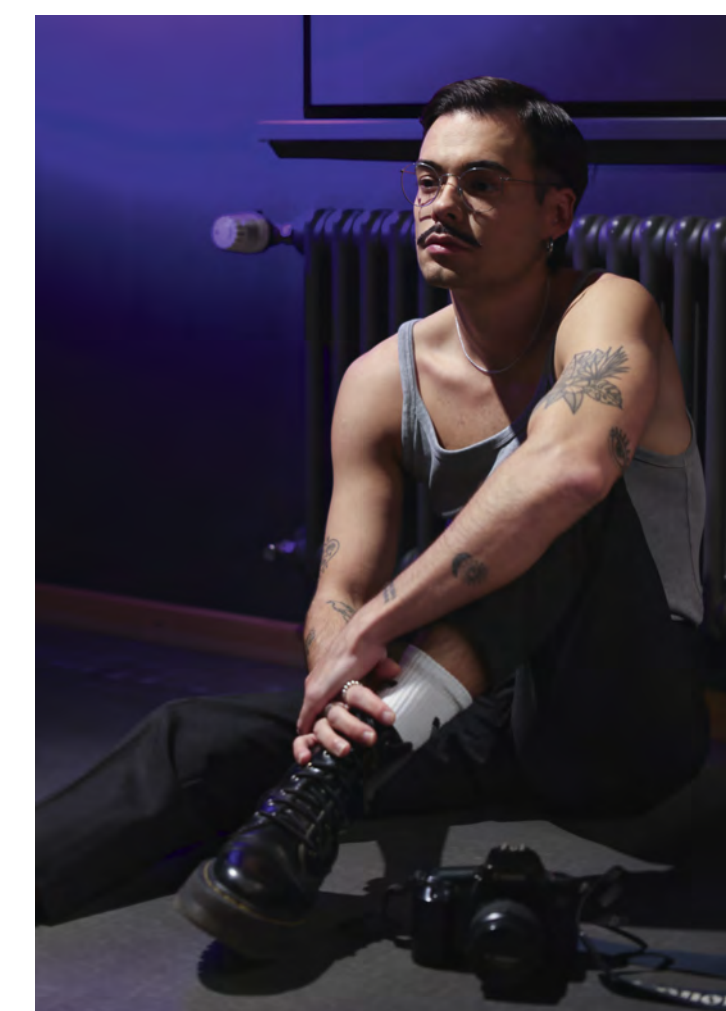
Une réconciliation aux traits d'adhésion, qu'on sent à l'œuvre dans le discours critique que Steven tient désormais au sujet de cette communauté lusophone qu'il voulut illustrer d'abord, défendre en-

suite – l'artiste conçoit son travail comme une lutte contre les préjugés, contre la condescendance dont les Portugais sont l'objet encore.

Parmi les projets de Steven Cruz: un travail à base d'azulejos encore. L'artiste en habillera le pilier d'une passerelle en périphérie des Rondes à Luxembourg-ville. Il anime aussi un atelier de dessin sur azulejos au Nationalmuseum um Féschmaart.

Un vernissage est prévu au lendemain de notre rencontre. Steven a découvert une vieille photo de famille, un buffet très ornémenté, typique des intérieurs portugais. Fasciné, le jeune artiste a exploré cet objet pour le transfigurer à sa façon – ludique et oblique. En artiste hybride et pluriel, qui veut concilier l'ancien et le moderne, le collectif et le singulier, les normes et leur transgression.

Dans le cadre de l'exposition collective «Novum Aspectum» dans les rues de Clervaux, Steven Cruz expose sa série de photos «Angústia Silenciosa» jusqu'au 7 septembre 2025 sur la place du Marché.



En artiste hybride et pluriel, Steven Cruz veut concilier l'ancien et le moderne, les normes et leur transgression.

Trends und Must-haves

Leo & Leder

Was ist in, was ist out? Diese Frage beschäftigt viele Modedfans auch in dieser Saison. Und es gibt einige richtige Antworten: Angesagt ist Rot in vielen Schattierungen und auch Dunkelbraun, Cord-Stoffe und Denim-Looks werden ebenfalls gefeiert. Außerdem dürfen Buntfaltenhosen und romantische Blusen in den Kleiderschrank einziehen. Und: alle Trendteile auf diesen Seiten. Denn Animal-Prints und schwarzes Leder feiern derzeit – mal wieder – ein großes und gern gesehenes Comeback.

Text: Michael Juchmes • Fotos: Hersteller

Ohne Ross und Reiter

Für dieses Kleidungsstück musste weder ein Raubtier noch der namensgebende Gaul Federn lassen: Kleid „Alya“ aus leichtem und vor allem nachhaltigem Lyocell-Gewebe von Baum und Pferdgarten.



Kopf hoch!

Raubkatzenmuster gibt's in der aktuellen Herbst-Winter-Saison von Kopf bis Fuß. Und wir fangen daher mal so weit oben wie möglich an: Baseballkappe im Leo-Look mit schwarzem Schirm von Dior.

Mix & Match

Passt perfekt zu den auf diesen Seiten gezeigten wilden Pieces in Animal-Print: kurze Lederjacke im Biker-Stil von Riani mit diagonalem Reißverschluss und Nietendetails.



Ständiger Begleiter

Hier wird nicht mit Farben, sondern mit Formen und markentypischen Details gespielt: Gürtel von Chanel aus Lammlleder und Metallelementen sowie einer Schnalle im ikonischen Kettendesign.



Farbtupfer

Wer neben Schwarz und Animal-Print noch ein wenig Farbe ins Outfit bringen will, kann zu diesem Hingucker greifen: Schal aus einem Kaschmir-Seide-Gemisch mit Schriftdetail von Louis Vuitton.

Wahlverwandte

Es muss nicht immer Leo sein, aber wir bleiben mal in der Katzenfamilie: Pumps „Winona“ von Michael Kors Collection aus Kalbshaar im Gepard-Muster. Gib'ts übrigens auch im Kroko-Design.



Girls just wanna ...

Der Name täuscht gewaltig! Mit dem gerade geschnittenen Faltenrock aus Fake Leather des japanischen Modelabels Comme Des Garçons sieht keine Frau automatisch wie ein Junge aus. Ganz im Gegenteil!

Schneller Flitzer

Track Pants sprinten derzeit – mal wieder – so schnell wie flinke Raubkatzen in die Herzen der Fashionistas: High-Waist-Hose von Dolce & Gabbana mit Cargo-Tasche und Goldapplikation auf der Rückseite.



Black Beauty

Das Traditionshaus Hermès, bekannt für zurückhaltende und edle Designs, liegt auch in dieser Saison mit seinen Entwürfen auf der Höhe der Zeit, etwa mit Leder-Looks in verschiedenen dunklen Nuancen.

Dschungelfeeling

Fast wie in den Tropen: Diese kleine schwarze Handtasche von Gucci mit dem ikonischen Bambushenkel und passender Schließe sorgt selbst im unterkühlten Großherzogtum für heiße Momente.





Kreativ über die Mode hinaus: Bei der Fashion Week in Berlin geht Esther Perbandt neue Wege und schafft Verbindungen bis hin zur Architektur. Foto: Isa Foltlin

Designerin Esther Perbandt

Mehr als nur Schwarz

Elegante avantgardistische Kreationen, ausgefallene Schnitte, Transparenz: Die Mode des Labels Esther Perbandt ist vielfältig und mit wenigen Ausnahmen monochrom gehalten. Der kreative Kopf dahinter ist eine Frau, die sich nicht aufhalten lässt.

Text: Michael Juchmes

Eigentlich treffe ich meine Gesprächspartner gerne live“, erklärt Esther Perbandt beim Videotelefonat. Doch der Zufall wollte es anders: An den Tagen, an denen ein Mitglied der „Tendances“-Redaktion in Berlin weilte, hielt sich die Designerin in New York auf – anlässlich der Halloween-Party von Heidi Klum. „Ich bin als die Worst Version of Esther Perbandt gegangen. Ich wollte endlich mal all das verkörpern, wofür ich nicht stehe“, erklärt die 49-Jährige. Also ganz in Weiß? „Nein, komplett in Pink, mit einer blonden Perücke und doppeltem Brustumfang. Dabei liebe ich doch meine kleinen Brüste.“

Model und Moderatorin Heidi Klum kennt Esther Perbandt seit den Dreharbeiten zur Amazon-Prime-Show „Making the Cut“, in der Designerinnen und Designer aus aller Welt um den Sieg kämpften. Die einzige deutsche Teilnehmerin landete mit ihren Entwürfen auf dem zweiten Platz. Und in den Herzen der Modedfans weltweit.

Sich zu verkleiden, gefiel Esther Perbandt schon immer. Sie sei ohne Fernseher in West-Berlin aufgewachsen, „und meine Eltern



haben beide Pädagogik studiert“. Zum Spielen gab es eine riesige Verkleidungskiste. „Ich fand es spannend, durch Bekleidung in eine andere Identität zu schlüpfen. Und das ist bis heute so geblieben.“

Die Freude am Verkleiden führte die junge Esther schließlich zum Modedesignstudium. Sie bewarb sich an der Universität der Künste, da dort Vivienne Westwood als Dozentin tätig war. „Als ich in das Semester kam, in dem man sich bei ihr bewerben konnte, hat sie mich einfach nicht genommen, diese freche Nudel“, berichtet sie mit einem Lachen. „Und da habe ich den Entschluss gefasst, meinen eigenen Weg zu gehen.“

Dieser führt sie unter anderem nach Russland. Während eines Praktikums bei einem russischen Künstler wird sie von Stylisten „gebrainwashed“, wie sie es nennt. Die langen blonden Zöpfe fallen, der „Mädchenkram“ verschwindet. Auch ihre Arbeiten ändern sich. „Diese uniformhafte Strenge, dieses Pflänzchen, wäre ohne diese Zeit in Moskau nicht in mir gewachsen.“

Ihr Studium in Berlin krönt die Designerin mit einem Master am Institut français de la mode, danach geht es für anderthalb Jahre als Designassistentin zum 1971 gegründeten Modehaus Chacok und schließlich wieder zurück nach Berlin. Dort hebt Esther Perbandt ihr eigenes Label aus der Taufe, arbeitet nebenbei aber auch, um sich über Wasser zu halten, drei Jahre für die Jeans-Marke Mustang.

Die Farbe Schwarz war zu dieser Zeit in ihrem Leben noch nicht omnipräsent. „Klar, ich hatte als Teenager mal eine Phase, in der hatte ich einen Irokesenschnitt, war ein kleiner Pseudo-Punk. Während der ganzen Studienzeit war ich aber sehr farbenfroh unterwegs, auch noch in Paris. Damals habe ich viel Pink getragen.“ Sogar die ersten Jahre des eigenen Labels waren noch recht bunt: Es entstehen Designs voller Farben.

Doch irgendwann kam ein Wechsel, nicht ausgelöst durch ein Ereignis, sondern aus eigenem Antrieb, denn privat trug sie immer häufiger Schwarz. „Und ich dachte mir: Da stimmt doch was nicht. Ich bin doch die Marke und warum hängt hier noch so viel Farbe.“ Zudem stellt sie sich die Frage: „Wann fühle ich mich am coolsten, am stärksten, am schönsten und rundum geschützt.“ Die Antwort darauf lautet: in Schwarz.

Schwarz ist elegant

In die Gothic-Ecke möchte Esther Perbandt aber keinesfalls gedrängt werden. „Ich mag es überhaupt nicht, wenn Leute zu mir in den Laden kommen und sagen: Ach, du hast so einen Gruffi-Stil. Damit habe ich nichts am Hut.“ Für die kreative Berliner ist Schwarz alles andere als düster und negativ: „Für mich ist Schwarz extrem elegant; so stilvoll, so klassisch, so puristisch. Das schafft eine große Bühne für Details.“

Inspirationsquelle für die Designs ist sie selbst. „Schlussendlich mache ich die Mode für mich. Und obwohl meine Kleiderschränke wirklich überquellen, habe ich ständig das Gefühl, nicht das Richtige zum Anziehen zu haben. Und es macht mir großen Spaß, für

Esther Perbandt ist stolz auf ihren weiblichen Körper und möchte auch ihre Kundinnen entsprechend einkleiden.

Foto: Esther Perbandt



jeden Moment etwas Neues zu kreieren.“ Um die Kleidung ihrer Marke zu tragen, muss man aber nicht aussehen wie sie, betont die Designerin. „Wenn ich weiß, dass etwas an mir funktioniert, also die Aussage passt, dann weiß ich, dass es auch in einer anderen Größe geht.“

Viele ihrer Kundinnen und Kunden stammen von außerhalb, was sie auch der Show „Making the Cut“ zu verdanken hat. Anfangs hatte Esther Perbandt sogar Angst, ihre Fans mit einer Zusammenarbeit mit dem „großen Feind“ zu enttäuschen. „Ich halte doch sonst immer die Fahne hoch für Kunst, für Unabhängigkeit.“ Die Teilnahme am Format wurde für die 49-Jährige schließlich zur Entdeckungsreise. Und zum Motor für die Zukunft.

Die Show wurde Anfang 2020 ausgestrahlt, fast gleichzeitig mit dem Beginn der Covid-Pandemie. Zuvor hatte sich die Designerin vorbereitet: einen Webshop eingerichtet, Easy-Access-Produkte ins Sortiment aufgenommen und in Suchmaschinenoptimierung investiert. Das rettete ihr und dem Label das Leben: „In Berlin ist ja alles sehr auf Kante genäht. Ich hatte hier und da Schulden, viele Rechnungen offen. Ohne Laden und funktionierenden Onlineshop hätte ich nicht lange überlebt.“ Rückblickend, das gibt sie offen zu, war es das Beste, was sie für ihre Marke tun konnte. Auch, um wieder Spaß an der Mode zu finden.

Ausleben der Weiblichkeit

Ihren Stil verändert sie dabei immer wieder. „Ich bin von einem androgynen Zinnsoldaten zu einer femininen, stolzen Frau geworden. Ich habe einen weiblichen Körper und liebe es, diese Weiblichkeit auszuleben.“ Heute entwerfe sie daher auch Sachen, die anders mit dem Körper umgehen als noch vor einigen Jahren.

Wie weit sie bereit ist, sich von ihrer Basis zu entfernen, verrät die letzte Frage: Würde sie auch ein ausladendes Brautkleid mit Puffärmeln in Champagner oder Elfenbein für eine Kundin entwerfen? „Die Farbe wäre jetzt kein Problem, aber in allem, was ich mache, muss mein Stil erkennbar sein.“ Wäre selbst für Heidi Klum keine Ausnahme möglich? „Nein, dann müsste sie zu einem anderen Designer gehen. Und außerdem hat sie ja schon geheiratet.“



Von puristisch bis avantgardistisch: Neben Kleidung vertreibt die Designerin unter dem Label Esther Perbandt auch Schmuck.

Foto: Esther Perbandt



Rockstar Lenny Kravitz schlüpft für die Uhrenmanufaktur Jaeger-LeCoultre in die Rolle des Global Ambassadors.

Foto: Jaeger-LeCoultre

Brand Ambassadors

Die Gesichter der Luxuslabels

Prominente repräsentieren als charismatische Botschafter die Werte und die Ästhetik von Marken. Sie stellen damit eine emotionale Bindung zu den Konsumentinnen und Konsumenten her.

Text: Manon Kramp

Sie sind berühmt und erfolgreich, posieren auf Roten Teppichen, lächeln den Leserinnen und Lesern von den Seiten der Hochglanzmagazine entgegen, ziehen auf Werbetafeln die Blicke auf sich und machen mit Videoclips in den sozialen Netzwerken von sich reden. Doch die Schauspieler, Musiker, Künstler und Sportler, von denen hier die Rede ist, tun dies nicht nur in eigener Sache, sondern auch im Namen diverser Marken. Als sogenannte Brand Ambassadors werden die angesagtesten Stars zu den Gesichtern der Luxusindustrie.

Ob Mode, Parfum, Schmuck, Uhren, Accessoires, Getränke oder Autos: Um sich voneinander abzuheben, buhlen die Unternehmen um Aufmerksamkeit. Im Gegensatz zu reiner Produktwerbung bringen Markenbotschafterinnen und -botschafter eine menschliche

Dimension ein und schaffen so eine emotionale Bindung zu den Konsumentinnen und Konsumenten. Denn diese will man für sich gewinnen.

Allerdings ist nicht nur der Bekanntheitsgrad bei der Auswahl entscheidend: Brand Ambassadors sollen auch die Werte, den Geist und die Ästhetik der Marken widerspiegeln. Die Chemie muss folglich stimmen.

Die Musen der Couturiers

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts revolutionierte Gabrielle (Coco) Chanel die Mode mit ihren modernen Silhouetten für die moderne Frau. Ihr revolutionärer Stil und ihr Durchsetzungsvermögen machten sie zur perfekten Botschafterin ihrer eigenen Marke. Ihren wahr-

ren Aufstieg erlebten die Musen der Mode in den 1950er-Jahren, als Filmstars und Models begannen, den Stil der Couture-Häuser zu verkörpern. Ihr Image war ganz auf den Glamour der Luxusmarken zugeschnitten.

Manche beflügelten auch die Kreativität der Designer. Zum Beispiel Audrey Hepburn, die bis heute als Modeikone gilt. Ihre natürliche Anmut und Eleganz sind untrennbar mit dem Couture-Haus Givenchy verbunden. Die Zusammenarbeit der Schauspielerin mit dem Modeschöpfer Hubert de Givenchy brachte zeitlose Kreationen hervor – darunter das „Kleine Schwarze“, das sie im Film „Breakfast at Tiffany's“ (1961) trug und bis heute in den unterschiedlichsten Varianten ein Klassiker in jeder Garderobe ist.

In den 1970er-Jahren verkörperten Models wie Lauren Hutton, Grace Jones, Bianca Jagger oder Jerry Hall die Disco-Ära und das Bild der starken Frau, das sich beispielsweise in den Kreationen von Yves Saint Laurent und Halston widerspiegelt. Die 1980er- und 1990er-Jahre standen ganz im Zeichen der Supermodels – Cindy Crawford, Linda Evangelista, Naomi Campbell, Christy Turlington und Claudia Schiffer –, um die sich die Luxuslabels rissen.



Die luxemburgische Schauspielerin Vicky Krieps ist eine „Freundin“ des Hauses Chanel und zeigt sich in den Kreationen des Luxuslabels wie in diesem schwarz-weißen Abendkleid beim Festival von Cannes im Mai dieses Jahres.

Foto: Getty Images



Der Name der Schauspielerin Audrey Hepburn ist untrennbar mit dem Couture-Haus Givenchy verbunden. Die „Petite robe noire“, ein Kleid, das Modeschöpfer Hubert de Givenchy für sie entwarf, ist bis heute ein Muss in jeder Garderobe.

Foto: Getty Images

Das von Karl Lagerfeld entdeckte deutsche Model Claudia Schiffer etwa gehörte zu einer ganzen Reihe von Musen, die den Modeschöpfer bei seinen Entwürfen inspirierten, und zu denen in der Folge auch Kate Moss, Cara Delevingne, Kaia Gerber oder Kristen Stewart zählten. Ihr Look und ihr Charisma trugen unter anderem dazu bei, die Identität des Hauses Chanel, das den Designer 1983 zum Kreativdirektor ernannte, bei jüngeren Kundinnen zu verankern.

Luxemburgerin Vicky Krieps mischt mit

Seit einigen Jahren ist auch die Luxemburgerin Vicky Krieps eine „Freundin“ des Hauses. Sie tritt bei internationalen Filmveranstaltungen von Kopf bis Fuß in Chanel auf und ist ein gern gesehener Gast bei kulturellen Veranstaltungen, die den Gedankenaustausch fördern, wie den „Rendez-vous littéraires rue Cambon“.

Neue Markenbotschafterin des Modehauses ist seit Kurzem die Oscar-prämierte kenianisch-mexikanische Schauspielerin, Produzentin und Autorin Lupita Nyong'o. Die australische Schauspielerin Margot Robbie wiederum tritt als neues Gesicht des Parfums „N°5“ in die Fußstapfen illustrierter Vorgängerinnen: Catherine Deneuve, Vanessa Paradis, Nicole Kidman, Audrey Tautou, Marion Cotillard ... Sogar Brad Pitt warb 2012 in einem minimalistischen Clip für den legendären Duft.



Der Golden-Globe-Preisträger Jeremy Allen White ist Hollywoods neuer Liebling und verkörpert das sexy Image der Marke Calvin Klein. *Foto: Mert Alas für Calvin Klein*

Brand Ambassadors sollen die Werte, den Geist und die Ästhetik der Marken widerspiegeln.

Jaeger-LeCoultre einen sehr trendigen Markenbotschafter, Oscar-Preisträger Remi Malek hat sich der Marke Cartier verschrieben und Schauspieler Ryan Gosling ist eines der Gesichter des Uhrenhauses TAG Heuer. Das Label Calvin Klein konnte den Schauspieler Jeremy Allen White für sich gewinnen. Der New Yorker Star, der für seine Rolle als aufsteigender Sternekoch in der Serie „The Bear“ mit einem Emmy und einem Golden Globe ausgezeichnet wurde, gilt als neuer It-Boy Hollywoods.

Auch Sportler sind gefragt – vor allem Fußballer: Das Modelabel Boss hat David Beckham zu seinem Aushängeschild erkoren, und Zinedine Zidane wirbt für die Taschenkollektion, die er gemeinsam mit dem Leder- und Schreibwarenhersteller Montblanc entwickelt hat.

Mehr Vielfalt gewünscht

Mit dem Aufkommen der sozialen Medien im 21. Jahrhundert hat sich die Rolle der Musen verändert und die Präsenz in den sozialen Netzwerken ist zu einem wichtigen Faktor geworden. Wie viele Stars hat Dua Lipa gleich mehrere Feuer im Eisen: Die Sängerin, die allein auf Instagram mit 87,5 Millionen Fans punktet, ist das Gesicht des italienischen Modehauses Versace und des Parfums „Libre“ von Yves Saint Laurent.



Megastar Rihanna verwandelt sich als neue Inkarnation des Parfums „J'Adore“ für Dior in eine goldene Göttin. *Foto: Dior*

Um eine jüngere Klientel anzusprechen, werden gerne die „Nepo Babies“, die Kinder von Stars, als Markenbotschafter eingesetzt. So zum Beispiel Lily Rose Depp, die Tochter von Vanessa Paradis und Johnny Depp, und Kaia Gerber, die Tochter von Supermodel Cindy Crawford, die beide bereits mit 16 Jahren für Chanel gemodelt haben. Lily Collins, die Tochter des Musikers Phil Collins und Star der Serie „Emily in Paris“, leiht derzeit der Marke Cartier ihr Gesicht.

Indem Persönlichkeiten unterschiedlicher Herkunft, Geschlechts und Alters ins Rampenlicht gerückt werden, spiegeln die neuen Brand Ambassadors auch ein Stück weit den soziokulturellen Wandel und den Wunsch nach mehr Vielfalt wider.

Bereits 2015 wählte die Marke L'Oréal Professional eine 65-Jährige zur neuen Markenbotschafterin: Dame Lesley Lawson, die als Teenagerin unter dem Namen „Twiggy“ berühmt wurde und zum It-Girl der Swinging Sixties in London avancierte. Mit ihrem frechen Pixie-Haarschnitt und ihrer überschultrigen Figur prägte sie ein völlig neues Frauenbild. Heute ist die 75-jährige Schauspielerin und Designerin wieder ein gefragtes Fotomodell.

Gucci setzt auf Coolness und wählte Debbie Harry (79), Sängerin und Ex-Frontfrau der Kultband Blondie, als Aushängeschild für die gleichnamige Tasche. Auch Balenciaga setzt mit den Schauspielerinnen Isabelle Huppert (71), Michelle Yeoh (62) und Naomi Watts (56) auf Botschafterinnen eines bestimmten Alters, um für eine Handtasche namens „Bel Air“ zu werben.

Trotz der Diversifizierung spiegeln auch die derzeitigen Brand Ambassadors nicht die Realität wider. Es fehlt nach wie vor an Offenheit in der Darstellung der Vielfalt von Körpern und Geschlechtsidentitäten. Obwohl sie in gewisser Weise auch Träume verkaufen, könnten aber gerade Luxusmarken durch das Aufbrechen von Stereotypen eine Vorreiterrolle bei der Schaffung einer inklusiveren Gesellschaft spielen.



Zinedine Zidane hat bei der Kreation einer Lederwarenkollektion für Montblanc mitgewirkt. *Foto: Montblanc*



Das Topmodel Bella Hadid ist das neue Aushängeschild des Juwelier- und Uhrenhauses Chopard. *Foto: Chopard*



Mit 79 Jahren ist Sängerin Debbie Harry das Aushängeschild der Marke Gucci und wirbt für die Tasche „Blondie“. *Foto: Nan Goldin für Gucci*

Doch wie ein Parfum sind auch Markenbotschafter vergänglich: So löst nunmehr das Supermodel Bella Hadid die Schauspielerin Julia Roberts als langjähriges Aushängeschild des Schmuck- und Uhrenhauses Chopard ab. Megastar Rihanna – Stilikone und 2015 erste Person of Color als Muse des Luxushauses Dior – wird die Nachfolgerin von Schauspielerin Charlize Theron, die lange Zeit das Parfum „J'Adore“ verkörperte.

Nun verwandelt sich die Pop-Sängerin aus Barbados im Videoclip „Your Dreams, make them real“ in eine goldene Göttin, die durch das Schloss von Versailles schreitet. Allerdings mit blonden Haaren und aufgehelltem Teint, was auch für Kritik sorgte.

Sprungbrett für die Designerkarriere

Aus der Nähe zu einer Luxusmarke entsteht manchmal mehr: So hat sich der Luxuskonzern LVMH mit Rihanna zusammengetan, um ihr Kosmetik- und Modelabel „Fenty“ zu gründen – abgeleitet vom Nachnamen der Sängerin. Obwohl die Modelinie „Maison Fenty“ wieder eingestellt wurde, gehört „Fenty Beauty“ weiterhin zum Portfolio der LVMH-Gruppe.

Der siebenmalige Formel-1-Weltmeister Lewis Hamilton stieg bei Dior vom Brand Ambassador zum Gastdesigner auf. In Zusammenarbeit mit dem künstlerischen Leiter Kim Jones kreierte er die aktuelle Wintersportkollektion „Lifestyle Capsule“, die eine Brücke zwischen technischen Materialien, nachhaltiger Produktion und ethnischer Handwerkskunst schlägt.

Auch der US-Musiker Pharrell Williams hat es in den Modeolymp geschafft: Das Luxusunternehmen Louis Vuitton hat den für seine Musik und seinen originellen Kleidungsstil gefeierten Star 2023 zum Kreativdirektor der Herrenmode ernannt.

Weibliche und männliche Musen sind gleichermaßen begehrt: Mit dem Rockstar Lenny Kravitz holte sich die Uhrenmanufaktur

Tendances maquillage

Belle d'hiver

La saison festive s'annonce brillante chez Lush, où bombes de bain fondantes et gélées de douche se parent de paillettes d'or, de senteurs divines – citron, orange, gingembre, vanille, chocolat – et de couleurs surprise!



Beauty

Photo: Chanel

Les journées raccourcissent et le froid s'installe: il est grand temps d'adapter sa routine beauté. Des soins ciblés sont la clé d'une peau saine et d'un teint lumineux. Les maquillages se dopent de fards aux tons chauds terreux et roses ou de nuances glacées grises et bleues. Un coup de blush rehausse l'effet bonne mine et des rouges à lèvres estompés permettent un look «bitten lip».

Texte: Manon Kramp • Photos: Marques



Avec «Barénia», Christine Nagel signe le premier chypre Hermès. Sa composition, dont le nom désigne un cuir fin et souple, mêle bergamote, fruit miraculeux et lys papillon aux effluves chaudes de bois de chêne et de patchouli. Le flacon s'inspire du fameux design «collier de chien» de la Maison.



Le câlin d'une fourrure de félin imbibée des sensuelles effluves d'un musc fauve associé à un jasmin velouté et à la sensualité du gardénia: telle est la sensation que Mathilde Laurent, le nez de Cartier, souhaite procurer avec le nouvel accord de «La Panthère Elixir», qui joue avec les facettes de l'Eau de parfum originelle.



Les soins «Divine Alba» de Stendhal se basent sur l'efficacité d'une fleur sacrée: l'Alba Grandiflora, qui entre en dormance pour résister aux conditions extrêmes et aux agressions extérieures. La méthode d'extraction permet de transmettre l'intégralité de ses propriétés de régénération et de longévité à la peau.



Le sérum raffermissant «Wakame» d'Annayake stimule la dynamique cellulaire de la peau et réactive la synthèse de collagène, d'élastine et d'acide hyaluronique afin de reformer un réseau maillé résistant. L'extrait d'algue Wakame aide à réduire les rides et la perte de densité.



La collection de maquillage «Holiday» de Chanel recrée l'ambiance d'une nuit d'hiver parsemée d'étoiles et de flocons argentés. Fards, vernis et rouges à lèvres se parent de fuchsia, rose vibrant, corail et gris irisé qui font, ensemble avec la poudre «Diamond Dust», vibrer le teint de nuances arctiques et inattendues.



La crème «Hydro-Active 24 Heures» de Méthode Jeanne Piaubert infuse la peau d'un complexe de trois acides hyaluroniques de poids moléculaires différents afin de l'hydrater en profondeur. Sa formule est enrichie d'huile de rose musquée aux propriétés cicatrisantes et émollientes.



L'émulsion «Skinexpert Anti-Rougeurs» de Louis Widmer apaise les peaux sujettes à la rosacée et à la couperose. Les substances actives renforcent les vaisseaux sanguins, réduisant les irritations et leur réapparition, tandis que des pigments minéraux verts rééquilibrent le teint.

L'artiste Shourouk Rhaïem pare la collection de fête «Be Extraordinary» de Guerlain de décors de strass au style adorablement décalé. Les «Météorites» abritent une harmonie de perles nacrées aux sous-tons dorés qui illuminent le teint et les «Rouge G» se dotent des nuances Rouge Fabuleux Intense et Beige Bijou.





Urvater der Pony Cars: Mit dem Mustang begründete Ford eine Fahrzeugklasse, bei der günstige Mobilität mit sportlichen Ambitionen im Vordergrund stand.
Foto: Getty Images

Der Ford Mustang wird 60

Ein Geburtstags-Ausritt mit 453 Pferdchen

Eine Auto-Ikone startet zu ihrem Jubiläum in der mittlerweile siebten Generation nochmals durch. Ist das eine zukunftsweisende Verjüngungskur oder ein letztes Aufbäumen vor der Rente?

Text: Dustin Mertes

Was haben Wildpferde und ein Jagdflugzeug aus dem Zweiten Weltkrieg gemeinsam? Beide sind untrennbar mit dem Auto-Design eines Klassikers verknüpft, der nicht nur Ford Mitte der 1960er-Jahre zu neuem Glanz verhalf, sondern mit dem sogenannten Pony Car auch eine neue Fahrzeugkategorie gründete: der Ford Mustang. Das für US-Verhältnisse eher kleine Coupé, das mit seiner überlangen Motorhaube und der eher kompakten Fahrgastzelle an ein Flugzeug erinnern sollte, verdankt seinen Namen dem Jagdflugzeug P-51 Mustang. Das von Gale Halderman designte Automodell sollte eine junge Generation an Autokunden ansprechen, die keine Lust auf eine biedere, mit Chrom überladene Limousine hatte, sondern stattdessen auf der Suche nach etwas Dynamischem waren.

22.000 Bestellungen am ersten Tag, über eine halbe Million Fahrzeuge im ersten Produktionsjahr: Als Ford am 17. April 1964 auf Weltausstellung in New York den Mustang enthüllte, traf der Autohersteller den Nerv der Zeit. Coupé und Cabriolet wurden zu Ikonen ihrer Zeit, wie geschaffen für die Aufbruchstimmung und die Technikbegeisterung im Land. Und das, obwohl der Mustang unter der Karosserie anfangs nur ein Update des eher drögen Ford Falcon war. Der Rest ist Automobilgeschichte, woran sicherlich auch die Popkultur nicht ganz unschuldig ist.

Bis heute unvergessen ist eine der längsten Verfolgungsjagden der Filmgeschichte im Action-Klassiker „Bullitt“, in welcher Steve McQueen seinen 1968er Ford Mustang Fastback durch die Straßen von San Francisco jagt. Für die knapp zehnmündige Szene

arbeitete das Filmteam rund drei Wochen lang in der Westküsten-Metropole. Auch im 1974er Heist-Film „Gone in 60 Seconds“ spielte ein Ford Mustang namens „Eleanor“ eine zentrale Rolle. Dessen Remake im Jahr 2000 brachte das beliebte Muscle Car erneut auf die Leinwand und ließ es nach einer wilden Verfolgungsjagd über die Vincent Thomas Bridge in Los Angeles fliegen.

Vom Aussterben bedroht

Fliegende Autos hin oder her, mittlerweile denkt beim Anblick eines Ford Mustang niemand mehr an die Luftfahrt. Viel mehr wird die Auto-Ikone mit den wild lebenden Mustang-Pferden in Nordamerika assoziiert, deren Silhouette auch den Kühlergrill des Wagens ziert, und ist damit beinahe untrennbar mit dem amerikanischen Freiheitsgefühl verbunden.

So wurde auch die neueste Power-Variante des Klassikers „Dark Horse“ getauft. Sie gehört mit einem immer seltener werdenden V8-Motor und knapp über fünf Liter Hubraum zu einer aussterbenden Gattung, der schon fast alle Konkurrenten von Ford abgeschworen haben. Der wilde Mustang ist mittlerweile allein auf weiter Flur. Anlässlich des runden Geburtstages schickte Ford ein Testexemplar für zwei viel zu kurze Tage in die Redaktion, um der Faszination Mustang auf den Zahn zu fühlen. Auch in der siebten Generation hat sich die Ikone kaum verändert und wurde nur behutsam modernisiert. Dabei hat sich Ford auf das Wesentliche konzentriert, auf unnötigen Schnickschnack wird verzichtet, bei den Materialien hält man sich nicht mit übermäßigem Luxus auf und präsentiert selbst im sichtbaren Bereich viel Hartplastik.

Ein Sound für die Magengrube

Doch das alles ist vergessen, sobald man den Startknopf betätigt. Nur wenige Fahrzeuge röhren so wohligh brubbelnd los, sodass man die Verbindung zum Auto von Beginn an bis tief in die Magengrube spürt, noch bevor sich der Wagen einen Meter bewegt hat. Der Sound wird im Innenraum zusätzlich über die Lautsprecher verstärkt.



Die Handbremse ist elektronisch und erzeugt keinerlei Widerstand.

Ford macht unmissverständlich klar, wer hier der Star ist. So ziemlich alles beim „Dark Horse“ dreht sich um den V8-Motor, der nicht nur für den gewaltigen Vortrieb mit immerhin 453 PS, sondern auch die vor Hubraum schnaubende Symphonie sorgt. Im Falle des Testwagens versetzt ein klassisches Sechsgang-Schaltgetriebe von Tremec Mustang-Fans in nostalgische Verzückung (alternativ bietet Ford auch eine 10-Gang-Automatik an). Der dem „Dark Horse“ vorbehaltene eloxierte blaue Titan-Schaltknäuf schmeichelt nicht nur der Handfläche des Fahrers, sondern rastet auch mit perfekt gewähltem Widerstand in den ersten Gang ein. Es wird Zeit, den V8 von der Leine zu lassen.

Gleich einem losgaloppierenden Pferd benötigt selbst der auf bessere Fahrdynamik feingeschliffene „Dark Horse“ eine Denksekunde beim Anfahren. Ein klassischer Sprintkünstler war der Mustang noch nie. Die angegebenen 4,8 Sekunden von 0 auf 100 Stundenkilometer locken in Zeiten der Elektromobilität auch niemanden mehr hinter dem Ofen hervor. Sobald die 453 PS aber mit einem maximalen Drehmoment von bis zu 540 Nm im Galopp angekommen sind, gibt es kein Halten mehr, der Vorwärtsdruck ist enorm, das akustische Inferno des V8 tut sein Übriges, um die schiere Kraftentfaltung noch weiter zu verstärken. Bei Tempo 263 schieben die Amerikaner dann den Riegel vor.

Ein Donnerwetter mit dem Hang zum Cruisen

Zugegeben, auf der Rennstrecke hat der Dark Horse mit seinen imposanten, aber nicht konkurrenzlosen Leistungsdaten vermutlich das Nachsehen, was der Faszination Mustang aber keinerlei Abbruch tut. Selbst im legendären „Bullitt“ musste die Filmcrew den Mustang leistungsmäßig tunen, um gegen den deutlich stärkeren Dodge Charger in der Verfolgungsjagd bestehen zu können.

Gewissermaßen vereint der Mustang das Beste aus beiden Welten, denn er überzeugt auch als lässiger Cruiser, aber stets mit dem imposanten Achtzylinder-Soundtrack. Dies ist vielleicht auch seinem Herkunftsland geschuldet, in welchem auf endlos langen



Trotz der Doppel-Displaylandschaft wirkt der Mustang wie ein klassisches Muscle Car.



Die Anordnung der Heckleuchten erinnert immer noch an den ersten Mustang.



„Luxemburger Wort“-Redakteur Dustin Mertes hätte den Ford Mustang-Testwagen gerne noch länger Probe gefahren. Fotos: Tamara Holper



Der Schauspieler Steve McQueen (1930-1980) als Frank Bullitt neben einem Ford Mustang 390 GT 2+2 Fastback im amerikanischen Thriller „Bullitt“ (1968). Foto: Getty Images

Auto

Highways im wilden Westen sowieso nicht schneller als 75 Meilen pro Stunde (rund 120 km/h) gefahren werden darf. Da schadet es nicht, wenn auch der Sportwagen die Fahrt durch die Wildnis mit einem gewissen Grundkomfort meistert.

Die adaptiven Dämpfer des MagneRide-Fahrwerks schaffen den Spagat zwischen knackiger Sport-Performance und deutlich weicherer und komfortbetonterer Fahrt je nach ausgewähltem Fahrmodus sehr überzeugend und lassen den Power-Mustang zwi-

schen Sportwagen und Ami-Straßenkreuzer hin und her pendeln. Das passt durchaus in die Mustang-Historie, denn ein großer Kurvenräuber war auch der Ur-Mustang nicht, mit welchem Steve McQueen einst durch San Francisco schlitterte. Dies hing auch mit der hinteren Starrachse und der Blattfeder-Aufhängung zusammen, die ein eher simples Fahrwerk bildeten.

Keine Illusion an der Zapfsäule

Mit der gut ausgearbeiteten Abstimmung macht der dunkle Mustang auch im Luxemburger Verkehr Spaß, wo sowieso keine Geschwindigkeitsrekorde machbar sind, dafür aber ein eher entspanntes Fahrerlebnis im Vordergrund steht, welches auf Wunsch beim Überholvorgang vom Achtzylinder-Höllenfürer für kurze Zeit pulverisiert werden kann. Allzu viele elektronische Helferlein sollte man dabei nicht erwarten, denn trotz der neumodischen Display-Landschaft hält sich die neue Mustang-Generation mit Fahrassistenzsystemen zurück. Der Mustang bleibt eine Fahrmaschine.

Auch wenn man den nicht gerade nachbarschaftstauglichen Lärm beiseite wischt, spätestens an der Tankstelle offenbart die Mustang-Nostalgie dann doch leichte Risse. Weit unter zwölf Liter lässt sich der Verbrauch nicht bewegen, fährt man den Mustang wie einen Mustang, klettern die Werte auch gerne mal über 15 Liter.

Attraktiv ist das leistungsfähige Gesamtpaket dennoch, vor allem im Hinblick auf den Preis. Für rund 72.000 Euro rollt der Dark Horse in die Kundengaragen und ist damit deutlich günstiger als vergleichbare Performance-Sportler, auch wenn diese unter Umständen die Leistung noch etwas wirksamer auf die Straße bringen. Dafür punktet der Mustang mit dem Kult-Faktor, einem erhabenen Fahrgefühl und dem wahrscheinlich kernigsten Sound seiner Klasse.

Ford weiß wohl auch selbst, dass das Geburtstagskind „Dark Horse“ eines der letzten seiner Art sein könnte. Was die Muscle-Car-Konkurrenten bereits akzeptiert haben, will der wilde Mustang noch nicht so ganz wahrhaben. Das Auto, welches einst für Aufbruchstimmung und Technikbegeisterung stand, steht vor einer Zeitenwende und wird sich für die nächste Generation voraussichtlich neu erfinden müssen. Aber kein Grund, traurig zu sein. Wo, wenn nicht in der Elektromobilität, lassen sich absurde PS-Feuerwerke und Cruising-Qualität geradezu perfekt verbinden? Und das sogar ohne die Nachbarn zu verärgern ...



Foto: Ford

Ist das noch ein Mustang?

Ein Blick ins Ford-Portfolio zeigt, dass zumindest der ikonische Modellname bereits einen ersten Ausflug in die Elektromobilität unternommen hat. Der Ford Mustang Mach-E hat als sportlicher Crossover-SUV mit Versatzstücken aus dem Mustang-Designkatalog nur noch wenig mit dem beliebten Pony Car gemein und hat sich in der Fangemeinde dementsprechend wenig Freunde gemacht. Als erster moderner Elektro-Ford schnitt der Mach-E aber durchaus gut ab, so auch im Test beim „Luxemburger Wort“.



Egal, ob als Cabrio oder Coupé, der Mustang traf genau den Nerv der Zeit. Foto: dpa

News

Schön zu wissen: Lifestyle-Nachrichten, für Sie herausgepickt.

Zusammenstellung: Manon Kramp



Die „Anniversary Edition“ des Defender 130 Outbound unterstützt das italienische Rote Kreuz bei Notfällen. Foto: Land Rover

70 Jahre Hilfe in Krisengebieten

Im Jahr 2024 feiert das Automodell Defender das 70. Jubiläum seiner Charity-Partnerschaft mit dem Britischen Roten Kreuz und der Internationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Bewegung (IFRC). Die humanitäre Kooperation begann mit einem Land Rover der Serie 1, der 1948 auf der Amsterdam Motor Show seine Weltpremiere feierte und 1954 erstmals als mobile Krankenstation eingesetzt wurde. „Die Partnerschaft zeigt, was man erreichen kann, wenn man sich langfristig engagiert. Was 1954 in den Wüsten von Dubai und in den Walddörfern Kenias begann, ist Teil unserer DNA geworden“, sagt Mark Cameron, Geschäftsführer von Defender. Seit den Anfängen wurde durch die Partnerschaft rund zwei Millionen Menschen in Krisengebieten in mehr als 50 Ländern geholfen.

Dieses Engagement wird mit einem Projekt in Italien, dem Geburtsort des größten humanitären Hilfswerks der Welt, fortgesetzt. Im Rahmen des Jubiläums der vor 160 Jahren von Henry Dunant in Solferino ins Leben gerufenen Organisation wurde ein als Notfallfahrzeug ausgestatteter Defender 130 an das italienische Rote Kreuz übergeben. Das mit modernster Kommunikationstechnik ausgerüstete Sondermodell verfügt über eine auf dem Dach montierte Satellitenschüssel, die sicherstellt, dass die Einsätze der Hilfskräfte nicht durch den Ausfall des Mobilfunknetzes behindert werden – ein häufiges Problem bei Umweltkatastrophen wie Überschwemmungen oder Schlammlawinen. Es ist zudem mit einer Seilwinde und einem Abschlepphaken ausgestattet, damit die Zuglast von 3.000 Kilogramm des Fahrzeugs voll genutzt werden kann. Weltweit unterstützt eine Flotte von 267 Defendern die Rotkreuz- und Rothalbmond-Vereinigungen.



Was die „Emily in Paris“-Heldinnen Ashley Park (Mindy), Lily Collins (Emily) und Philippine Leroy-Beaulieu (Sylvie) – hier in Los Angeles bei der Premiere der vierten Staffel – in der beliebten Serie tragen, kann man einfach nachschlagen. (v.l.n.r.) Foto: Shutterstock

Das will ich haben!

Man schaut einen Film und plötzlich fällt einem ein bestimmtes Kleidungsstück ins Auge. „Das will ich haben!“, schießt es einem durch den Kopf. Doch wo finden? Die Antwort gibt es in vielen Fällen auf shopyourtv.com. Die Seite veröffentlicht Informationen zu einer ganzen Reihe von Outfits, die in Serien und Shows getragen werden. Ob die „Over the top“-Mode aus „Emily in Paris“ und „Sex and the City“ sowie dessen Nachfolger „And Just Like That“, die Looks der 1990er-Jahre aus „Friends“, das Boho-Flair der 1970er-Jahre aus „Daisy Jones and the Six“ oder kultige Kleidung aus aktuellen Serien wie „Only Murders in the Building“ und „Kaos“ – es geht stylisch zu. Kleidung, Schmuck, Taschen, Accessoires, Beautyprodukte und sogar Autos und Musik: Die Stücke sind nach Serien, Staffeln, Episoden und Charakteren geordnet und leicht zu finden.

Auch wenn man nichts kaufen möchte, macht das Stöbern in den alphabetisch geordneten Rubriken Spaß. Die Suche wird zur Zeitreise: Es gibt ein Wiedersehen mit TV-Lieblingen und bei vielen Fundstücken wird man nostalgisch, wenn man sich daran erinnert, wann und mit wem man sich die Serien angeschaut hat. Die von den Schwestern Chloe und Kirsty Bell ins Leben gerufene Website wird ständig aktualisiert und umfasst mittlerweile 200.000 „Fundstücke“. Vieles davon gibt es nicht mehr in den Läden zu kaufen, aber womöglich im Second-Hand-Handel. Filmfans werden auf shopyourmovies.com fündig. Der Ableger der Originalseite ShopYourTv beschäftigt sich mit Outfits aus Kinofilmen. Das Angebot ist allerdings weniger umfangreich.

Überall gut gebettet

Das Reisen ist eines der zentralen Themen von Louis Vuitton. Im Jahr 1868 entwarf der Gründer des Hauses für den Forscher Pierre Savorgnan De Brazza die „Malle Lit“. Dieses transportable Bett im Koffer, das Louis' Sohn Georges 1885 patentieren ließ, erfreute sich bei Reisenden und Abenteurern großer Beliebtheit. In diesem Jahr hat Louis Vuitton die „Malle Lit“ in einer zeitgemäßen Version mit dem klassischen Monogram Canvas und einem Bettgestell aus Aluminium und Buchenholz neu aufgelegt. Als Reisebegleiter, Gästebett oder Lounge-Meridian wurde diese Version jetzt von Nicolas Ghesquière, dem künstlerischen Leiter der Damenkollektionen des Hauses, und Pharrell Williams, dem kreativen Leiter der Herrenkollektionen, auf originelle Weise gestaltet.

Das spannungsreiche Design von Nicolas Ghesquière (im Bild) weist gravierte Metallplatten und modernisierte Ecken auf, die an Science-Fiction-Architektur erinnern. Das Innere des Koffers überrascht mit einer romantischen Note: eine Matratze, die mit Blumen übersät ist.

Pharrell Williams interpretiert einen historischen Bettkoffer neu, indem er außen Streifenmuster verwendet, die an das Original von 1872 erinnern, und rot-weiße Streifen auf der Innenseite. „LV Lovers“-Stickerzieren Matratze und Kissen, während gelbe Holzelemente mit schwarzem Aluminium kontrastieren.



Die „Malle Lit“ von Nicolas Ghesquière enthält eine romantische Spielwiese. Foto: Louis Vuitton



CHANEL