09/26 harpersbazaar.de

COLLECTOR'S EDITION

LOLI BY INEZ & VINOODH

THE FASHION ICONS ISSUE

MODE FÜR INSIDER:
VON CHANELMANIA BIS CHINAMAXXING

Deutschland 10 €
Österreich 10 € Schweiz 16 CHF

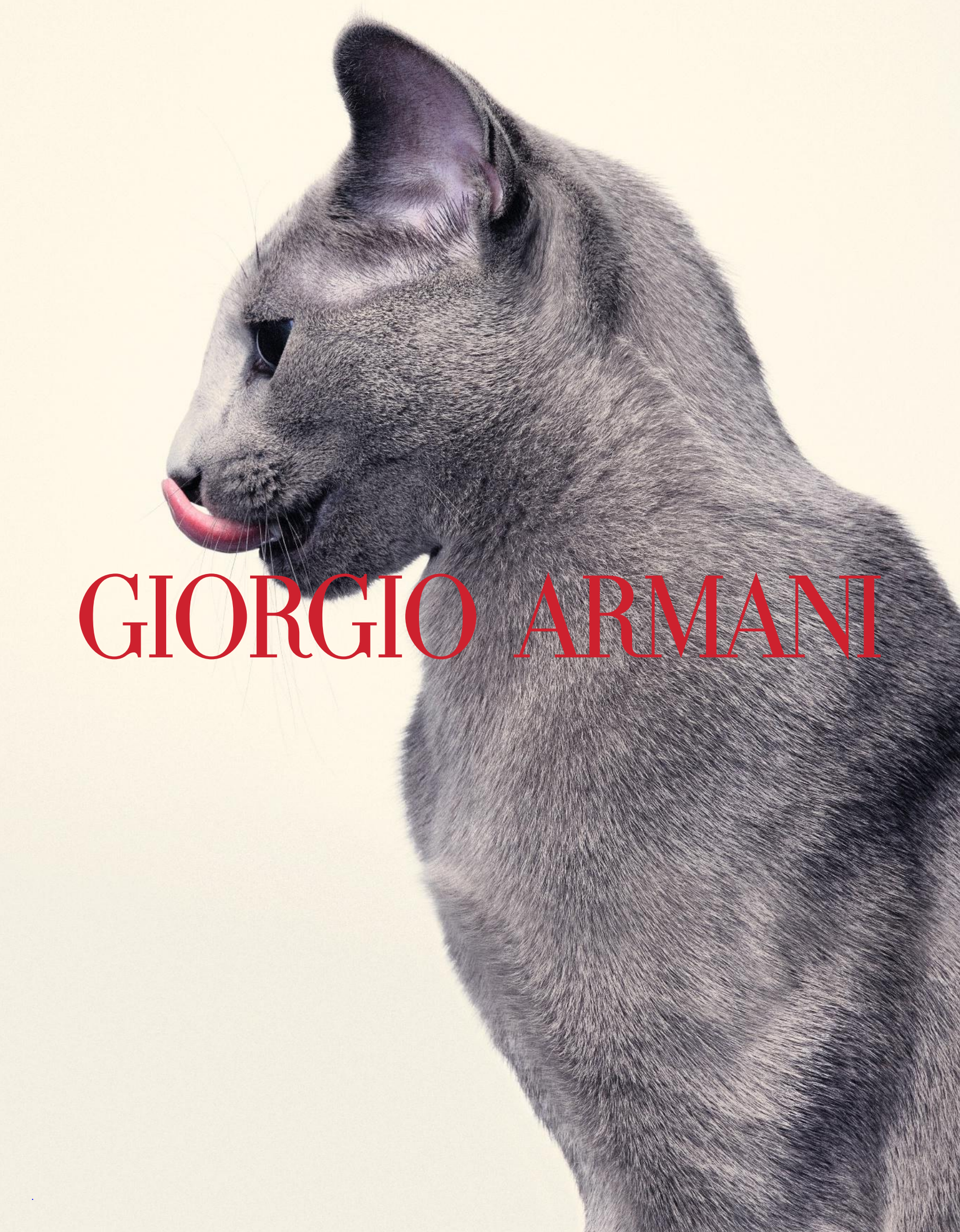
CHANEL

LOUIS VUITTON

PRADA.COM
PRADA

PRADA

GIORGIO ARMANI


GIORGIO ARMANI

FENDI

FENDI.COM

miumiu.com

miu miu

maxmara.com

MaxMara

GUCCI

cartier.com - +49 89 55984 221
Cartier

INHALT

TIFFANY & CO. Brosche aus Platin und 18 kt Gelbgold, mit einem frei geformten Feueropal (25,14 kt) sowie Smaragden, Türkisen, hellen Tsavoriten, facettierten Feueropalen und Diamanten

HOW BAZAAR

39 A Bag of Caramel
40 Kaleidoskop
42 Maritimer Zeitmesser
43 Taschenveredelung
44 Matthieus Magie: BryanBoy über Matthieu Blazy
46 Colors of the Season
48 Point of View
49 Glanzvolle Tasche
50 About time
52 Der Stoff, aus dem die Held*innen sind
58 Der *Bazaar* Mantel-Guide
62 *Chinamaxxing* von Susie Bubble
64 Bester Durchblick
65 Minimalismus am Henkel
66 Geschmack ist eine Sprache: Die Wohnwelten des Martin Brûlé
75 Interior Shopping
77 Im Fokus: Helen Frankenthaler und ihr Einfluss auf die Mode
78 Schreibkultur to go
80 Accessoires in Rot
187 Kettenreaktion
81 Die Bag für große Sprünge
82 Fabulous as every CEO
86 Viva Venezia!
88 Fashion Inside
92 Shopping: Peplum Jacken
93 Auf die leichte Schulter genommen
94 Spot on
95 Von Menschen und Maschinen

IKONISCH: SUPER-MODEL LOLI BAHIA
160

ZEITGEIST

98 „Lachen senkt die Abwehr“: Der Ausnahmekünstler Maurizio Cattelan über Lob, Provokation und die Großzügigkeit von Humor
102 *Babylon Berlin*-Star Liv Lisa Fries
104 Es werde Licht. Die britische Künstlerin Es Devlin
106 Women in Art
108 Goan Fischcurry
110 Notes

SAGENHAFT: BRYANBOY ÜBER *CHANELMANIA*
44

BEAUTY

114 Die besten Looks der Herbst/Winter-Saison
118 Body Shaping
120 Microneedling
121 Im Duftnebel
122 Beauty Experience
124 Augen auf!
126 Notes

HERAUSRAGEND: BEAUTY-TRENDS VOM LAUFSTEG
114

FASHION

130 Medea: Textile Opulenz trifft auf skulpturale Silhouetten
146 New Romantics
160 Loli, Multiplied! Für *Bazaar* schlüpft Topmodel Loli Bahia in ikonische Rollen
176 Wilder Luxus
190 Madame Masculinity

EINZIGARTIG: DER *BAZAAR* MANTEL GUIDE
58

AUF & DAVON

208 Andalusien, Kairo und Brasilien: drei maßgeschneiderte Trips, exklusiv für *Bazaar* entworfen von Voyageurs du Monde
216 Notes

STANDARDS

28 Impressum
34 Editorial
36 Contributors
218 RSVP
221 Horoskop
222 Music List

Die nächste Ausgabe erscheint am 12. September 2026

FOTO PR Tiffany&Co.

WAHRE WERTE
Wellendorff

PRADA *Couleur Vivante* Collier aus Weißgold, mit Aquamarin (20,3 kt) und Peridot (31,5 kt), Preis auf Anfrage

Harper's BAZAAR

09/2026

Verleger
PROF. DR. HUBERT BURDA

Chefredakteurin
KERSTIN SCHNEIDER

Textchef
JESKO PRIESS

Features Director / Co-Textchefin
MARLENE SØRENSEN

Contributing Editor
BARBARA KRAUS

Writer at Large
REBECCA CASATI

Art Direktorin
JI-YOUNG AHN

Stv. Art Direktorin
CLAUDIA TRÖSCHER

Photo Editor
MASSU NEDJAT

Managing Editor (Lab)
JENNIFER PERLICK

Workflow Manager (Lab)
MICHAEL SCHÄTZL

Fashion Director (Lab)
KAI MARGRANDER

Junior Fashion Editor (Lab)
REBECCA GLAVURTIC

Fashion Assistant (Lab)
TRACY SAKYI

Beauty & Health Director (Lab)
BARBARA HUBER

Beauty Editor (Lab)
FRANZISKA FRANK, MARTINA FUHRI

Chefredaktion Online (Lab) ALEXANDRA LINK
Online (Lab) LOUISA MARKUS (Managing Editor Digital),
ANNALENA EICHENSEER, MARALUISA LETTIERI, RAMONA NICKL
www.harpersbazaar.de

Mitarbeiter*innen dieser Ausgabe
CARSTEN SPIELMANN (Schlussgrafik)
MIRIAM VALENTINI (Horoskop)
LINH PHAN (Praktikantin Mode)

Fotografen
REGAN CAMERON, DIMA HOHLOV,
INEZ & VINOODH, VASSILIS KARIDIS,
ARNAUD PYVKA

Verantwortlich i. S. d. Presserechts für den Inhalt
KERSTIN SCHNEIDER
Burda Hearst Publishing GmbH

Redaktionsanschrift
HARPER'S BAZAAR
Arabellastr. 23, 81925 München

Harper's Bazaar-Abonnentenbetreuung
HARPERS-BAZAAR@BURDADIRECT.DE

Correspondent at Large
KARO BRANDI (New York)

Korrespondent*innen
BARBARA GRANETZNY-GÖRTZ (Mailand)
SIBYL REEB (Paris)

Repro
EUPRO MEDIENTECHNIK GMBH
BEAUFTRAGT VON BURDA VERLAG GMBH

FOTO PR Prada

Copyright Burda Hearst Publishing GmbH, soweit nicht anders vermerkt. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen.

DIOR.COM
Miss Dior
THE NEW COUTURE ICON
Miss Dior
EAU DE PARFUM
Miss Dior
EAU DE PARFUM
DIOR

Beirat
FLORIAN BUCK, ELISABETH VARN,
GIACOMO MOLETTO, JONATHAN WRIGHT

Geschäftsführerin
MANUELA KAMPP-WIRTZ

Chief Publishing Officer
ELFI LANGEFELD

ANZEIGEN
BCN Brand Community Network GmbH
Arabellastraße 23, 81925 München
Es gilt die aktuelle Preisliste,
siehe bcn.group
Head of Brand Media Solutions:
Sabine Adleff
Brand Media Solutions:
Ilka Hoffmann, Mara Ciurletti
Verantwortlich für den Anzeigenteil:
Johanna Gassner

ANZEIGEN AUSLAND
Hearst Advertising Worldwide,
300 West 57th Street, New York, NY 10019, USA
EUROPE:
Hearst Advertising Worldwide, Europe,
Robert Schoenmaker, Managing Director,
rschoenmaker@hearst.it
GROSSBRITANNIEN:
Hearst Advertising Worldwide UK,
Ben Chesters, ben.chesters@hearst.co.uk
ITALIEN: Hearst Advertising Worldwide Milano,
Pietro Romagnini, promagnini@hearst.it
FRANKREICH: Hearst Global Solutions France,
Jean Christophe Demarta, jc.demarta@hearst.fr
ÖSTERREICH: BCN Brand Community Network
GmbH, Tatjana Franek, tatjana.franek@burda.com
SCHWEIZ: Phoenix Media SA, Chiara Leardi,
chiara@phoenix-media.ch

VERTRIEB
Vertriebsleiter: Markus Cerny
Vertriebsfirma: Moderner Zeitschriften-Vertrieb
GmbH & Co. KG, 85716 Unterschleißheim,
Internet www.mzv.de

Harper's Bazaar darf nur mit Genehmigung
des Verlages in Lesezirkeln geführt werden.
Der Export von Harper's Bazaar und der Vertrieb
im Ausland sind nur mit Genehmigung des
Verlages statthaft.

COPYPREIS
EINZELPREIS IN DEUTSCHLAND
8,50 € inkl. der gesetzl. MwSt.

ABO-SERVICE
BurdaVerlag Consumer Sales & Services GmbH
PF032, 77649 Offenburg,
Tel. 0049/781/63 96 515 zum Ortstarif,
Mobilfunknetze können abweichen,
hapers-bazaar@burdadirect.de

ABONNENTENPREIS
7,90 € inkl. der gesetzl. MwSt.
Im Ausland zuzüglich Porto;
Jahresabopreis 86,90 €;
Auslandskonditionen auf Anfrage
unter Tel. 0049/781/63 96 515
Für Mitglieder des Fashion Council Germany
e. V. ist der Bezug des Harper's Bazaar-
E-Papers im Mitgliedsbeitrag enthalten.

GESAMTAUSLIEFERUNG ÖSTERREICH
Pressegroßvertrieb Salzburg Ges.m.b.H.,
St. Leonharder Straße 10, A-5081
Salzburg-Anif, Tel. +43/6246/88 20,

DATENSCHUTZINFO ZUM ABONNEMENT
Die Datenverarbeitung erfolgt in gemeinsamer
Verantwortlichkeit mit mehreren Verlagen
von Hubert Burda Media
(siehe www.burda.com/de/gvv)
Kontakt zum Datenschutzbeauftragten:
BurdaVerlag Consumer Sales & Services
GmbH, Postfach 1223, 77602 Offenburg,
Tel. 0781-639 61 00.
Namens-, Adress- und Kontaktdaten zum Vertragsschluss erforderlich. Verarbeitung (auch durch Zahlungs- und Versanddienstleister) zur Vertragserfüllung sowie zu eigenen und fremden Werbezwecken (Art. 6 1b) bzw. f) DSGVO) so lange für diese Zwecke oder aufgrund Aufbewahrungspflichten erforderlich. Bei Art. 6 1f) DSGVO ist unser berechtigtes Interesse die Durchführung von Direktwerbung. Sollten wir Ihre Daten in einen Staat außerhalb der Europäischen Union übermitteln, stellen wir sicher, dass Ihre Daten gemäß Art. 44 ff. DSGVO geschützt sind. Sie haben Rechte auf Auskunft, Berichtigung, Löschung oder Einschränkung der Verarbeitung, Widerspruch gegen die Verarbeitung, auf Datenübertragbarkeit sowie auf Beschwerde bei einer Aufsichtsbehörde. Details unter harpersbazaar-abo.de/datenschutz

DATENSCHUTZ
Datenschutzanfrage: Tel. 0781/639 61 00
burdahearstpublishing@datenschutzanfrage.de

DRUCK
P/mint Sp. z o. o., ul. Pułtuska 120,
07-200 Wyszków, Polen
Geschäftsführung JEAN-MICHEL GAFFE
President of P/mint

PEFC zertifiziert
Dieses Produkt stammt
aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern
und kontrollierten Quellen
PEFC/04-32-0832
www.pefc.de

VERLAG
Burda Hearst Publishing GmbH
GESELLSCHAFTER
Burda Gesellschaft mit beschränkter
Haftung und International Publications
Holding (IPH) B.V., ISSN 2198-0896
The „Harper's Bazaar" Trademark and Logo are
owned by Hearst Communications, Inc.,
New York, New York, United States of America.
„Harper's Bazaar" is used under license from
trademark owners.

President, Hearst Magazine Media, Inc.
DEBI CHIRICHELLA

President of Hearst Magazines International
JONATHAN WRIGHT

Senior Vice President /
Global Editorial & Brand Director
KIM ST. CLAIR BODDEN

Global Editorial & Brand Director
ELEONORE MARCHAND

Arabia, Australia, Brazil, China, Colombia,
Czech Republic, Ecuador, France, Germany,
Greece, Hong Kong, India, Indonesia, Italy,
Japan, Kazakhstan, Korea, Mexiko, Malaysia,
Netherlands, Qatar, Saudi Arabia, Serbia,
Singapore, Spain, Taiwan, Thailand, Turkey,
Ukraine, UK, US, Vietnam

Veröffentlichung gem. § 8 Abs. 3 Bayerisches Pressegesetz: Verlag: Burda Hearst Publishing GmbH; Gesellschafter je zu 50 %: (1) Burda Gesellschaft mit beschränkter Haftung;
deren alleinige Gesellschafterin: Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft. Deren Komplementäre sind Prof. Dr. Hubert Burda, Verleger, Offenburg, und die Hubert Burda Media Holding Geschäftsführung SE; (2): International Publications Holding (IPH) B.V., Niederlande; deren alleinige Gesellschafterin: Hearst Communications, Inc., New York, U.S.A.

Weitere Transparenzangaben nach Art. 6 Europäisches Medienfreiheitsgesetz – VERORDNUNG (EU) 2024/1083 (EMFG):
Eigentumsverhältnisse: Gesellschafterin der Burda Hearst Publishing GmbH zu 50,00 % ist Burda Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Gesellschafterin der Burda Gesellschaft mit beschränkter Haftung zu 100,00 % ist Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft. Gesellschafterin der Burda Hearst Publishing GmbH zu 50,00 % ist International Publications Holding (IPH) B.V.. Gesellschafterin der International Publications Holding (IPH) B.V. zu 100,00 % ist Coöperatief International Publications Holding (IPH) U.A.. Gesellschafterin der Coöperatief International Publications Holding (IPH) U.A. zu 99,97 % ist Hearst Communications, Inc.. Gesellschafterin der Hearst Communications, Inc. zu 94,56 % ist Hearst Holdings, Inc.. Gesellschafterin der Hearst Holdings, Inc. zu 100,00 % ist The Hearst Corporation. Gesellschafterin der The Hearst Corporation zu 100,00 % ist The Hearst Family Trust. Wirtschaftlicher Eigentümer der Burda Hearst Publishing GmbH: Dr. Hubert Burda

Staatliche Werbung: Jährlicher Gesamtbetrag staatlicher Mittel für staatliche Werbung: (Angaben für 2025 werden nach Abschluss des Geschäftsjahres ermittelt und veröffentlicht)
Jährlicher Gesamtbetrag von Behörden oder öffentlichen Stellen von Drittländern stammenden Werbeeinnahmen: (Angaben für 2025 werden nach Abschluss des Geschäftsjahres ermittelt und veröffentlicht)

ETRO
PALAZZO MONTI
Artist Residency

Publicis Et Nous

HERMÈS
PARIS

EDITORIAL

WIR SUCHEN NACH DEN TRIEBFEDERN FÜR KREATIVITÄT UND SCHÖNHEIT.

„Der Kern einer Sache“ ist eine Redewendung, die ich sehr mag. Weil sie plastisch ist, klar und einen sofort an Früchte denken lässt. Um das Innerste, den Kern der Mode geht es in der September-Ausgabe, der großen *Fashion Icons Issue* von *Harper's Bazaar*. In den Geschichten und Fashion-Strecken dieser Collector's Edition fragen wir nach den Beziehungen der Mode zu Mensch und Leben, suchen nach den Triebfedern für Kreativität, die Schönheit oberhalb der Norm ansiedelt. Warum, zum Beispiel, katapultiert eine junge Frau wie Loli plötzlich zum Model of the Moment? Steckt in Persönlichkeiten, die uns besonders faszinieren, immer mehr als nur eine Möglichkeit des Wesens und Seins? (Sehen Sie dazu das Modeporträt, ab S. 160). Oder wie es Bryan Yambao, bekannt als BryanBoy und erster Fashion-Blogger aus Manila, in seinem sehr persönlichen Essay zum Erfolg des jungen, hochgeschätzten Chanel-Designers Matthieu Blazy sieht: „Er zitiert Gabrielle nicht, um eine Kollektion mit einem schönen Gedanken zu schmücken. Matthieu zeigt uns, wie sie dachte.“ (ab S. 44). Und meint damit auch, wie vielschichtig, manchmal sogar gegensätzlich sie dachte und agierte. Susie Lau, alias Susie Bubble, britische Modejournalistin für *Business of Fashion* und Content Creator, räsoniert über „Chinamaxxing“, eine Bewegung, die immer stärkeres Interesse für Chinas Kultur zeigt, und warum sich die Volksrepublik von einer mächtigen Konsumentennation westlicher Mode zur eigenständigen kreativen Power entwickelt (ab S. 62). Auch hier zielt das Warum auf den Kern der Sache.

Begegnungen über den eigenen kleinen Kreis hinaus, der Austausch von Wissen und das gemeinsame Interesse sind Schlüsselwörter für das, was Mode ausmacht – und vorantreiben kann. Manchmal entstehen dabei echte Freundschaften. Da dürfen *Bazaar*'s Fashion Director Kai Margrander und ich zum Beispiel den höchst inoffiziellen und von uns geschätzten Titel der „Honorary Asians“ tragen. Verbunden durch jahrelange Treffen bei den Fashionweeks und Events hat sich mit *Asia 100* eine Clique aus Adult Fashion Experts entwickelt. Wir tauschen Meinungen aus, teilen Informationen und feiern gelungene Kollektionen (auch ganz konkret). Was für ein Glück!

instagram
@KERSTINSCHNEIDERHB

COVER LINKS: Loli Bahia als die Jungfrau Maria (Madonna). Sinnbild für Mutterschaft, Fürsorge und spirituelle Hingabe.

Kleid und Strumpfhose von **Saint Laurent by Anthony Vaccarello,** Kopfschmuck und Blume von **OfficineLamour,** Schleier von **Atelier Dentelles,** *Tubogas*-High-Jewelry-Halskette aus Gelbgold, mit drei ovalen Cabochon-Tansaniten, Lapislazuli und Pavé-Diamanten, von **Bvlgari.**

Model **Loli Bahia @ Women MGMT;**
Foto **Inez & Vinoodh;** Editor **Sissy Vian;**
Haare **Olivier Schawalder @ Art + Commerce;**
Make-up **Dick Page at MA+ Talent;**
Manicurist **Sylvie Vacca at Call My Agent;**
Modeassistenz **Riccardo Fontana, Maria Fernandez, Camilla Chiarolanza;**
Produktion **VLM Productions;**
Producer **John Nadhazi, Michael Gleeson.**

ABONNENTEN-COVER RECHTS: Das Model trägt ein mehrfarbiges Abendkleid aus Lurex-Jacquard, mit Stickereien aus Kristallen, Perlen, blütenblattförmigen Pailletten, von **Gucci.**

Model **Matilde de Nard @ Monster MGMT;**
Foto **Dima Hohlov;** Editor **Kerstin Schneider;**
Haare **Tié TOYAMA @ CALLISTE;**
Make-up **Megumi ITANO @ CALLISTE using Violette_FR;**
Modeassistenz **Rebecca Glavurtic;** Casting **Anna Koziakova;**
Producer **Elsa MERCHADIER @ KIKI**

PORTRAIT REGAN CAMERON; HAARE DENNIS DEVOY @ ART DEPARTMENT; MAKE-UP BRIGITTE REISS-ANDERSEN @ THE WALL GROUP

WWW.LUISACERANO.COM

LUISA CERANO®

CONTRIBUTORS

MATILDE DE NARD

Das im norditalienischen Belluno aufgewachsene Model zählt nach ihrem viel beachteten Debüt für Prada zu den spannendsten New Faces der internationalen Modewelt. Was sie an ihrem Job besonders schätzt? „Ich liebe die Energie einer Runway-Show. Alles passiert in diesem einen Moment, und wenn er vorbei ist, ist er vorbei." Aber auch am Set ist die Stimmung für De Nard entscheidend: „Wenn alle den Moment genießen, entstehen die schönsten Bilder." Das Ergebnis sehen Sie in unserer Fashion-Strecke *New Romantics,* ab Seite 146.

INEZ & VINOODH

Ob Kate Moss, Madonna, Lady Gaga oder Rihanna: Egal, wen das niederländische Fotograf*innen Duo vor seine Kamera bittet, das Ergebnis fällt immer so zeitlos wie visionär aus. Kaum jemand bewegt sich so mühelos zwischen Mode, Kunst und Emotion. Für unsere Icons-Ausgabe setzen sie Topmodel und Schauspielerin Loli Bahia mit so viel Präzision und erzählerischer Kraft in Szene, dass Bahia danach von einer „verrückten Erfahrung" schwärmte. Ab Seite 160.

VASSILIS KARIDIS

Der Fotograf, zugleich Chefredakteur und Herausgeber des Men's Independent Magazins *Dapper Dan,* arbeitet am liebsten mit natürlichem Licht, an realen Orten und mit so wenig Equipment wie möglich. So kann ich die Bühne für eine Art Schauspiel bauen, das wir gemeinsam entwickeln. Für diese Ausgabe realisierte er mit *Bazaar* Fashion Director Kai Margrander die von der Ästhetik Pier Paolo Pasolinis inspirierte Modestrecke *Medea,* ab Seite 130.

SISSY VIAN

Heute ist sie Creative Fashion Director von *Harper's Bazaar* Italia, doch ihr Start ins Fashion-Business begann als Model für Helmut Newton! Der ermutigte Vian, das zu tun, was sie eigentlich wollte: „Eine eigene Handschrift zu hinterlassen". Kunst und Mode miteinander zu verbinden, zählt zu ihren wichtigsten Anliegen. Die Inszenierung der Icons-Strecke mit Loli Bahia (ab Seite 160) beweist es eindrücklich.

FOTO Dimitrios Kambouris/Getty Images for Marc Jacobs, Vassilis Karidis, Courtesy of Sissi Vian, privat

MARC-CAIN.COM
MARC CAIN
Marc Cain Collections

Harper's BAZAAR

WOMEN *in* ART PRIZE

2026

12. SEPTEMBER 2026

Harper's BAZAAR

HOW BAZAAR

A TASTE OF CARAMEL

CHANEL Double-Flap-Bag aus karamellfarbenem Lammleder, mit goldfarbenen Metallelementen, um 15 000 €

FOTO Brandl & Utzt; **EDITOR** Rebecca Glavurtic; **ASSISTENZ** Linh Phan

KALEIDOSKOP

Born to be very wild: Von der ikonischen Panther-Kreation des Art déco bis zu modernen Statement-Pieces spielen Animal-Designs seit jeher mit Kraft und Eleganz. Bei diesen Schmuckstücken treffen feine, von der Natur inspirierte Muster auf warme Goldtöne, funkelnde Diamanten und tiefschwarze Emaille.

1 — **AURÉLIE BIDERMANN** Armcuff *Tempta* aus schwarzem Bakelit, mit 18-karätiger Vergoldung, um 285 €

2 — **DAVID WEBB** Armreif aus Platin und 18-karätigem Gelbgold, mit Cabochon-Rubinen, Brillanten sowie brauner und weißer Emaille, Preis auf Anfrage

3 — **YVONNE LÉON** Ohrstecker aus 9-karätigem Gelbgold, mit Citrin-Pavé, Diamanten und schwarzen, emaillierten Akzenten in Leopardenprint-Optik, um 4500 €

4 — **CARTIER** *Panthère de Cartier* Ring aus 750er Gelbgold, mit Onyx, um 19 500 €

5 — **HERMÈS** Ring mit 750er Rosé-Vergoldung und *Acinonyx Jubatus* inspiriertem Print, um 425 €

6 — **GIOVANNI RASPINI** Ohrschmuck aus 925er Silber, mit 18-karätiger Vergoldung und Kroko-Prägung, um 350 €

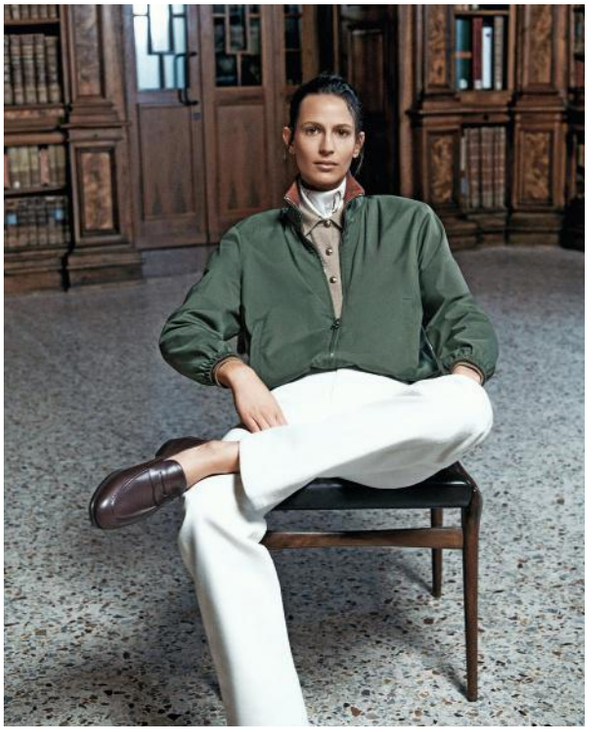
7 — **ROBERTO CAVALLI** Messing-Ohrschmuck, mit Kristallbesatz und Emaille-Verzierung, in Tiger-Optik, um 895 €

8 — **SMILLA BRAV** Ohrstecker aus recyceltem Kunstharz in Gepardenprint-Optik, um 65 €

FOTO PR

issueymiyake.com

© ISSEY MIYAKE INC.



GANZ GROSSER SPORT

Savoir-faire, einzigartige Haptik, Funktionalität und Eleganz auf einen Nenner zu bringen, ist seit jeher der Anspruch im Hause Loro Piana. Dazu kommt die Liebe zum Sport, insbesondere zum Reiten und Segeln. So kombinierte man für die Bomberjacke ein leichtes und gleichzeitig sehr robustes Mikrofasergewebe, das ursprünglich für Segel genutzt wird, mit weichem Kaschmir.

LORO PIANA Wind- und wasserfeste Bomberjacke aus Mikrofaser und Kaschmir, mit Stehkragen aus Verlours-leder, um 2800 €

NOTES

ZEITLOSES STATEMENT

Am Anfang war das Bullauge. Vom Fenster eines Schiffes ließ sich Gérald Genta 1976 für die Form der *Nautilus* inspirieren. Ihr 50-jähriges Jubiläum feiert Patek Philippe jetzt mit einer Sonderkollektion und einer Ausstellung. Das Genfer Firmenmuseum zeigt nicht nur die außergewöhnlichsten Modelle, sondern auch wie sich die *Nautilus* vom Designexperiment zur Uhren-Ikone entwickelte.

PATEK PHILIPPE Vintage *Nautilus Jumbo* aus Edelstahl. Nautilus Ausstellung im Patek Philippe Museum in Genf (Rue des Vieux-Grenadiers 7) bis Anfang 2027

AIGNER 320 Quadratmeter auf zwei Etagen: Der neu gestaltete Flagship Store in der Münchener Theatinerstraße.

EXPLORE THIS STORE

Mit der Wiedereröffnung seines Flagship-Stores in München bringt Aigner sein neues Retailkonzept jetzt auch nach Europa. Neben den dominierenden Natur- und Grautönen und Oberflächen in Stein- und Betonoptik prägen vor allem die organisch geformten Leuchten des spanischen Designers Arturo Alvarez das helle und offene Raum-Erlebnis.

FOTO PR

FOTO Brandl & Utzt; **EDITOR** Rebecca Glavurtic; **ASSISTENZ** Linh Phan

VEREDELUNG Im Grunde geht es beim Karamellisieren doch darum, das Wesentliche herauszuarbeiten. Bei der Marine Bag nimmt dieser Prozess in Form und Farbgebung Gestalt an. Von MAX MARA, aus Veloursleder, um 859 €

KAUM JEMAND PRÄGT DEN FASHIONDISKURS SO WIE BRYANBOY. FÜR *BAZAAR* SCHREIBT DER CREATOR ÜBER *Matthieu Blazys Chanel* UND DARÜBER, WARUM GROSSE MODE ERST DANN ENTSTEHT, WENN SIE TEIL DES EIGENEN LEBENS WIRD

MATTHIEUS MAGIE

Text **BRYAN YAMBAO**

Als Matthieu Blazy im April 2025 die kreative Leitung von Chanel übernahm, war schon mit seiner ersten Kollektion im Oktober klar, dass er nicht gekommen war, um alles beim Alten zu lassen.

Leise begann er, die Sprache von Chanel für das 21. Jahrhundert zu erweitern.

Das ist weit schwieriger, als es klingt.

Die meisten Designer übernehmen ein bestehendes Vokabular und verbringen ihre ersten Saisons damit, es zu wiederholen – aus Angst, zu früh mit einer allzu lauten eigenen Stimme zu sprechen. Andere verwechseln Modernität mit radikalem Bruch und werfen ausgerechnet das über Bord, was ein Haus überhaupt erst bewahrenswert macht. Blazy tut weder das eine, noch das andere. Er hat Chanel größer werden lassen, ohne dass es aufgehört hätte, Chanel zu sein.

Gelungen ist ihm das nicht, indem er sich von Gabrielle Chanel entfernte, sondern indem er sie genauer las.

Anstatt die vertrauten Codes des Hauses – Tweed, Perlen, Kamelien, Steppmuster, Schwarz und Weiß – immer wieder zu zitieren, machte sich Matthieu auf die Suche nach jenen Teilen von Gabrielles Leben, die lange im Schatten standen: ihre persönliche Garderobe, ihre Wohnungen, ihre Freundschaften, ihre Gewohnheiten, ihre Widersprüche und all jene Geschichten, die nie ganz erzählt wurden. Sein Chanel wirkt deshalb so weit und offen, weil er verstanden hat, dass Gabrielle nie nur eine einzige Person war – genauso wenig wie das Haus, das sie schuf.

Genau deshalb fühlt sich sein Chanel so modern an. Es weist die Geschichte nicht zurück. Es macht jene Teile von ihr wieder sichtbar, auf die wir längst aufgehört hatten zu schauen.

Backstage, nach seiner Ready-to-Wear-Schau Herbst/Winter 2026 im März, zog Matthieu ein Blatt Papier hervor und las mir mit großer Selbstverständlichkeit eine Passage aus einem alten Le Figaro-Interview mit Gabrielle Chanel vor. „Mode ist zugleich Raupe und Schmetterling. Sei tagsüber eine Raupe und nachts ein Schmetterling. Nichts ist bequemer als eine Raupe, und nichts ist mehr für die Liebe geschaffen als ein Schmetterling. Wir brauchen Kleider, die kriechen, und Kleider, die fliegen. Denn der Schmetterling geht nicht auf den Markt, und die Raupe geht nicht auf den Ball."

Er zitierte Gabrielle nicht, um eine Kollektion mit einem schönen Gedanken zu schmücken. Er zeigte uns, wie sie dachte.

Tag und Nacht. Zweckmäßigkeit und Fantasie. Kleidung, die einen durch den Alltag trägt, und Kleidung, die einen für ein paar Stunden aus ihm entkommen lässt. Matthieu versteht, dass Chanel beides braucht.

Ich weiß das nicht nur als jemand, der seine Schauen aus dem Publikum verfolgt, sondern als jemand, der begonnen hat, mit diesen Kleidungsstücken zu leben.

Matthieus erste Kollektion, Frühjahr/Sommer 2026, kam während der Paris Fashion Week im März in die Boutiquen. Ich kaufte sechs Jacken daraus, fünf davon als vollständige Anzüge mit passender Hose. Schon diese Zahl aufzuschreiben, lässt mich leicht wahnsinnig erscheinen – doch die Kollektion war schlicht so überzeugend. Jedes Mal sagte ich mir, die nächste Jacke werde die letzte sein. Matthieu hatte offensichtlich andere Pläne. Mich zog vor allem ihre zurückhaltende Seite an: von der Herrengarderobe inspirierte Jacken, präzises Tailoring, Kleidung mit genügend Struktur, um Haltung zu verleihen, und zugleich genügend Leichtigkeit, um ganz selbstverständlich Teil des Alltags zu werden.

In diesem Sinne knüpfte Matthieu an einen der ältesten Instinkte Gabrielle Chanels an. Schon sie bediente sich ganz selbstverständlich in der Garderobe der Männer – bei Matrosenshirts, Sportbekleidung und klassischem Tailoring, weil sie die Freiheit erkannte, die diese Kleidung ermöglichte. Sie nahm Stoffe und Silhouetten, die für Bewegung geschaffen waren.

Matthieus Jacken führen genau diese Freiheit fort. Ich konnte in ihnen reisen, sie mit dem kombinieren, was sich bereits in meinem Kleiderschrank befand, und sie oft genug tragen, bis sie weniger makellos und immer mehr zu meinen eigenen wurden. Modern waren sie nicht, weil sie mit aller Macht neu aussehen wollten. Sondern weil sie ihrem Träger Raum ließen. Dann kam im Mai die Métiers-d'Art-Kollektion in die Boutiquen – und jede Zurückhaltung war dahin.

Ich kaufte sechs weitere Looks.
Zu diesem Zeitpunkt fragte mich meine Sales Associate bereits nicht mehr, ob ich etwas anprobieren wolle. Sie bereitete einfach direkt die Umkleidekabine vor. Diesmal suchte ich nach einem vollkommen anderen Chanel: eine Version der klassischen kastigen Jacke aus Leoparden-Tweed, ein Fransenstrick, der mich an Spider-Man erinnerte, und eine gelb-rote Jacquard-Strickjacke mit einem giftigen Pfeilfrosch als Motiv, ein Kleidungsstück, das eigentlich vollkommen absurd hätte wirken müssen und in dem Moment, in dem ich es anzog, plötzlich vollkommen logisch erschien.
Die eine Kollektion schenkte mir Tailoring, die andere Fantasie. Und doch fühlte sich keine von beiden wie eine Abkehr von Chanel an Raupe und Schmetterling hingen längst Seite an Seite in meinem Kleiderschrank. Genau darin liegt für mich Matthieus größte Leistung. Die Chanel-Jacke ist nicht länger auf eine Ausdrucksform festgelegt. Sie kann sich die Nüchternheit der Herrengarderobe aneignen oder in Farbe und Textur explodieren. Sie kann zum Overshirt werden, zum Blouson, zur klassischen kastigen Tweedjacke oder zu etwas weitaus Seltsamerem.
Jede neue Kollektion hat in diesem Jahr eine Euphorie ausgelöst, wie ich sie bei keiner anderen Marke erlebt habe. Kaum sind die Modelle in den Boutiquen angekommen, laufen die Gruppenchats heiss. Freunde schicken Fotos aus den Umkleidekabinen. Sales Associates werden zu Detektiven. Aus Anprobeterminen werden logistische Großmanöver, koordiniert über mehrere Zeitzonen hinweg. Zeitweise waren wir zu acht, verteilt auf fünf Länder, auf der Suche nach ein und derselben Maxi Flap Bag.
Ein anderes Mal hatte ich mich hoffnungslos in eine Halskette aus der Métiers-d'Art-Kollektion verliebt, mit einem gelben Keramikhuhn als Anhänger. In Paris war sie längst ausverkauft, also bat ich einen Freund in Singapur, sie für mich zu kaufen und nach Stockholm zu schicken. Das Huhn legte auf seiner Reise mehr Kilometer zurück als manche Menschen in ihren Ferien. Zusammen haben wir einen furchtbaren Einfluss aufeinander. Aber wir helfen uns auch. Verpasst einer eine Tasche, telefonieren plötzlich mehrere Freunde Boutiquen auf der ganzen Welt ab. Wir vergleichen Zuteilungen, feiern erfolgreiche Jagden und schicken Fotos unserer Beute.

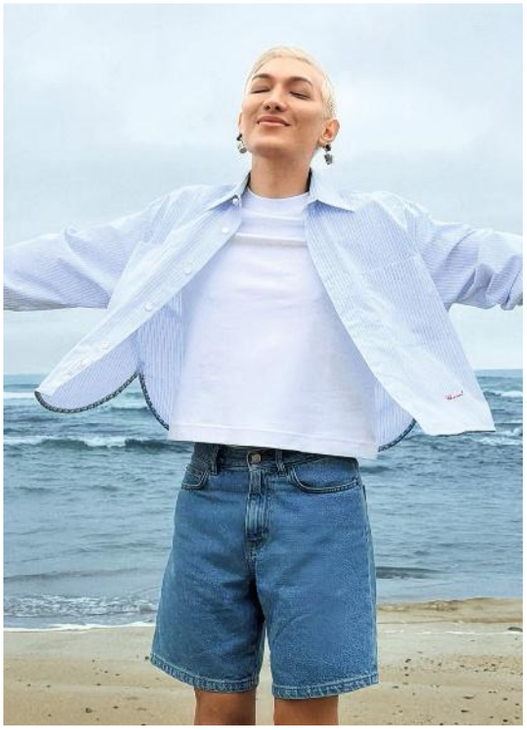


FOTO Susie Lau

Mit Weitblick Bryanboy am Strand von Biarritz, wo er die Chanel Cruise Show 2027 besuchte

„Der Luxus ist nervös geworden. Allzu oft verwechselt er Feierlichkeit mit Bedeutung. *Matthieu Blazy* scheint das nicht zu irritieren"

Ich bewege mich fast mein gesamtes Erwachsenenleben in der Modewelt. Und kenne inzwischen den Unterschied zwischen Hype und echtem Begehren. Hype beginnt mit Marketing. Begehren beginnt bei Menschen. Jemand entdeckt etwas Wunderbares und kann es kaum erwarten, es den anderen zu erzählen. Mein Bildschirmzeitbericht hält Chanel vermutlich längst für eine Kommunikations-App.
Dieselbe Offenheit zeigt sich auch auf Matthieus Laufstegen. Er besetzt Frauen unterschiedlicher Generationen und Ausstrahlungen, ohne daraus groß ein Statement zu machen. Auch die Männer wirken nicht länger wie Gäste, die Chanel nur für einen Effekt ausleihen. Sie gehören selbstverständlich dazu. Für mich ist das echte Inklusivität. Nicht Castingkonzept, sondern ein Haus, das groß genug ist, damit unterschiedliche Menschen ganz sie selbst bleiben können.
Viel zu lange schien es nur die Chanel-Frau zu geben: eine bestimmte Haltung, eine bestimmte Eleganz, eine kanonisierte Vorstellung von Weiblichkeit. Matthieu hat aus ihr eine Vielzahl gemacht. Es gibt Frauen, die den disziplinierten Anzug suchen, und Frauen, die sich für den giftigen Pfeilfrosch entscheiden. Langjährige Kundinnen ebenso wie eine jüngere Generation, die das Haus gerade erst entdeckt. Männer, Minimalisten, Maximalisten und Exzentriker.
Aus dieser Freiheit entsteht die Freude.
Der Luxus ist nervös geworden. Allzu oft verwechselt er Feierlichkeit mit Bedeutung. Matthieu Blazy scheint das nicht zu interessieren. Es fällt schließlich schwer, allzu gravitätisch zu bleiben, wenn man eine Jacke mit einem giftigen Pfeilfrosch trägt oder den internationalen Transport eines Keramikhuhns organisiert. Und warum sollte man es überhaupt wollen? Sein Chanel kann meisterhaft gearbeitet, historisch fundiert und technisch von äußerster Präzision sein und zugleich voller Humor.
Die Kollektionen haben sich zwar als ausgesprochen gefährlich für mein Bankkonto erwiesen, doch Versuchung allein erklärt nicht, warum ich so viel gekauft habe. Ich konnte mir diese Kleidung bereits außerhalb der Boutique vorstellen: im Flugzeug, bei Abendessen, in guten wie in schwierigen Jahren – wie sie nach und nach ihre Unberührtheit verliert und immer mehr zu meiner eigenen wird.
Mit dem Begriff Investment Dressing konnte ich nie etwas anfangen. Er lässt Mode klingen wie etwas, das man kauft, um es eines Tages wieder zu verkaufen. Ich wünsche mir das Gegenteil. Ich möchte diese Jacken so lange tragen, bis der Stoff dünn geworden ist und das Futter mein Parfum angenommen hat. Ich möchte, dass sie mit Orten, Menschen und Versionen meiner selbst verbunden sind, denen ich erst noch begegnen werde.
Eine großartige Jacke ist diejenige, nach der man greift, ohne darüber nachzudenken. Ein Anzug rettet einen an Tagen, an denen man schlicht nicht weiß, was man anziehen soll. Und der verrückte Leoparden-Tweed bleibt, weil man sich erinnert, wo man ihn getragen hat – und wer einen an jenem Abend zum Lachen brachte. Matthieu hat Chanel weit genug geöffnet, um all das zu umfassen: Zurückhaltung und Absurdität, Frauen und Männer, Tag und Nacht, Raupe und Schmetterling. Gerade weil er Gabrielle Chanel genauer gelesen hat, hat er in diesem Haus mehr Freiheit gefunden, als seine vertraute Mythologie je vermuten ließ.
Matthieu Blazys Chanel ist nicht gemacht, um einen Augenblick festzuhalten.
Es ist gemacht, um neue Kapitel zu schreiben. Immer wieder.

COLORS *of the* SEASON

FOREST GREEN

AKRIS

BALENCIAGA

LOUIS VUITTON

ALAÏA

CHRISTIAN DIOR

SPORTMAX

DUST GREY

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Stefania Danese; Daniele Schiavello

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Courtesy of Alaia; Courtesy of Celine; Luca Sorrentino

POINT OF VIEW

IDA IMMENDORFF

ÜBER NONKONFORMITÄT

Als Tochter zweier Kunstschaffender, Jörg Immendorff und Oda Jaune, überrascht es kaum, dass die Jungdesignerin früh gelernt hat, ihrem kreativen Instinkt zu folgen. Ihre Arbeit soll Raum für Imagination schaffen und lädt ein, über das Sichtbare hinauszudenken. Im Gespräch mit *Bazaar* spricht sie über ihre prägende Zeit am *Central Saint Martins,* die Suche nach der eigenen kreativen Nische und darüber, warum sie sich nicht als klassische Modemarke versteht.

TEXT: REBECCA GLAVURTIC

Hi, Way to Heaven? Mit ihrer Debütkollektion fordert Immendorff eine bewusste Abkehr von klassischen Fashionpräsentationen. Sie rückt das Kostüm in den Kontext der zeitgenössischen Mode und fordert seinen Platz und seine Relevanz in einer schnelllebigen Branche ein.

Sie sind in einer Künstlerfamilie aufgewachsen. Wann wurde Ihnen bewusst, dass Kostümdesign Ihr eigenes Ausdrucksmedium sein könnte?

Als ich jünger war, hatte ich eine sehr idealistische Vorstellung von Mode und begann deshalb auch ein Studium mit dem Ziel, Designerin zu werden. Mit der Zeit wurde mir jedoch bewusst, dass die Branche nach eigenen Regeln funktioniert und sich stark von dem unterscheidet, was ich mir als Kind vorgestellt hatte. Kreative Freiheit ist in der Mode oft an Strukturen und Erwartungen gebunden. Mein Dozent kritisierte meine Entwürfe als „zu kostümhaft". Ich erinnere mich, dass ich mir bereits damals dachte: „Warum sollte das etwas Negatives sein?". Dieser vermeintliche Makel machte mir deutlich, worin meine eigentliche Leidenschaft liegt.

Was reizt Sie an der Verbindung von Mode, Film und Theater?

Sie vereint Fantasie, Emotionen und Erzählkunst. Dabei verschwimmen die Grenzen der Realität zunehmend und Unvorstellbares nimmt mittels Kostüme Gestalt an. Diese Echtheit fasziniert mich. Handschriftliche Bleistiftnotizen, sichtbare Nähte und ein oft fehlendes Innenfutter lassen die Kleidungsstücke in Film und Theater lebendig wirken und erzählen von den Menschen, die es gefertigt haben.

Was unterscheidet ein Kostüm von alltäglicher Kleidung für Sie?

Ein Kostüm darf laut, auffällig und sogar ein wenig unbequem sein. Es geht nicht um Tragbarkeit im klassischen Sinne, sondern soll wie eine Performance wirken. Wer es trägt, wird für einen Moment zu jemand anderem. Genau diese Verwandlung interessiert mich. Kleidung weniger als Hülle zu begreifen, sondern mehr als Mittel, um Charaktere zu erschaffen und Geschichten zu erzählen.

Wie entstehen Ihre Designs?

Ich denke sehr cinematographisch. Meist beginnt alles mit einem Bild, einer Szene oder einer Atmosphäre. Ich sehe förmlich einen Raum vor mir, die Figuren, das Licht, die Stimmung und ihre Anordnung. Erst dann beginne ich, darüber nachzudenken, welche Formen, Farben und Silhouetten die Kostüme haben sollen.

Wo sehen Sie Ihren Platz in der Mode?

Ich fühle mich der Couture näher als der kommerziellen Mode. Sie entspricht eher den Werten meiner Arbeit. Ich mag die Vorstellung, Kleidung zu schaffen, deren Zweck nicht primär im wirtschaftlichen Erfolg liegt, sondern im Storytelling, in der kunstvollen Verarbeitung und in ihrer Einzigartigkeit.

FOTO Portrait: Max Heilbronn; Lookbook: Julien Benhamou; Set-Fotos: Jean Picon & Teresa Ciocia

FOTO Brandl & Utzt; **EDITOR** Rebecca Glavurtic; **ASSISTENZ** Linh Phan

GEMISCHTES DOPPEL Für seine *Sac de Jour* setzt HERMÈS auf einen Mix aus unterschiedlichen Lederqualitäten. Während das robuste *Togo* die Widerstandsfähigkeit betont, liefert das fein genarbte *Swift* seidigen Glanz. Um 7200 €

IT'S ABOUT TIME

Mit der *Color Blossom Watch* übersetzt Louis Vuitton das ikonische Monogram-Motiv, 1896 von Georges Vuitton als Hommage an seinen Vater entworfen, erstmals in eine Schmuckuhr. Das blütenförmige Gehäuse aus Gold oder Edelstahl trifft auf hauchdünne Zifferblätter (0,3 bis 0,6 Millimeter) aus Perlmutt oder Amazonit. Ein technisches Meisterstück, das die charakteristische Handschrift der *Color Blossom*-Kollektion im Takt der Haute Horlogerie zum Ausdruck bringt.

LOUIS VUITTON Color Blossom (26 mm) aus 18 kt-Roségold, mit Perlmuttzifferblatt, um 10 800 €. Variante mit Diamantpavé (rechts), um 18 900 €

NOTES

ABSOLUTE HÖCHSTFORM

Inspiriert vom Bauhaus-Prinzip und der brutalistischen Architektur der ersten Max-Mara-Fabrik aus den späten 1950er-Jahren verbindet die Kollektion *The Architecture of a Coat* präzise Linien, ausgewogene Proportionen und innovative Materialien zu einer zeitlosen Formensprache. Eine reduzierte Farbpalette ergänzt die klare Ästhetik und unterstreicht die Balance aus Funktionalität und Eleganz.

MAX MARA ATELIER Doppelreihiger Mantel aus Schurwolle mit markanter Schnittführung und verkürzten Ärmeln, um 2715 €

DIE STEHT ZU IHREN FALTEN

Für die *The New 1981*-Linie hat Emporio Armani in seinem reichhaltigen Archiv gestöbert und ikonische Designcodes in neuer Form interpretiert. Die strukturierten Oberflächen und die Faltung der Taschen, deren Name auf das Gründungsjahr der Maison verweist, sind dabei eine Reverenz an die japanische Kunst des Origami.

EMPORIO ARMANI Schultertasche aus fein-genarbtem Leder, um 460 €, erhältlich in ausgewählten Boutiquen und über armani.com

FOTO Louis Vuitton: Thomas Lagrange; Max Mara: Photographer: Vito Fernicola, Model: Sara Blomqvist; PR Emporio Armani

RIANI
www.riani.com

DER STOFF, AUS DEM DIE HELD*INNEN SIND

Die Welt der Mode ist derzeit ein beliebtes Filmmotiv. Umso erstaunlicher, dass einige der spektakulärsten Biopic-Stoffe den Streaming-Plattformen bislang entgangen sind. Sechs Pitches für Serien, die sofort gedreht werden sollten

Text **LOÏC PRIGENT**

FOTO Pascal Le Segretain/Getty Images

„PHOEBE PHILO“
10 STAFFELN, PRESTIGE-SERIE

DIE IDEE: Willkommen im Kult, treffen Sie die Greta Garbo der Mode.

FOLGE 1: Eine Lounge. Alle warten auf einen Termin bei der so diskreten wie effizienten Phoebe Philo. Wird sie auch nur eine dieser Figuren empfangen? Natürlich nicht. Das Warten ist die außergewöhnlichste Modeerfahrung ihres Lebens.
Eine Serie, die dank eines opulenten Spezialeffekt-Budgets endlich bis ins Gehirn der Designerin vordringt: Die Chloé-Ära an der Seite von Stella McCartney.

DANN: Chloé unter eigener Regie. Schließlich Céline (mit Timothée Chalamet als Accent aigu auf dem „é“ von Céline – ein kleiner Modeteufel, der durchs Bild spukt).
Die Selbstverständlichkeit ihrer Entwürfe. Der Fanatismus ihrer Anhängerschaft. Ihre Schüchternheit. Ihre nur gehaucht verkündeten Modedogmen. Die Pelzpantoffeln. Schönheit. Mit einem dreißig Meter hohen „B“. Taschen, die zu Totems werden. Und überhaupt: die weltweite Phoebe-Manie. Die Synapsen der wohl angesehensten Modedesignerin unserer Zeit. Noch nie hat sich eine Serie so tief in einen kreativen Kopf vorgewagt.

IN DER ROLLE DER PHOEBE PHILO: Claire Danes.

REGIE: Aidan Zamiri (The Moment) und Martin Scorsese.

CLIFFHANGER DER ERSTEN STAFFEL: Die legendäre Knopf-Konferenz. Zwei Perlmuttknöpfe. Keine Entscheidung. Oder doch? Phoebes Hand schwebt über dem Favoriten. Cut. Nervenzerfetzender Suspense.

FOTO Guy Marineau/Condé Nast via Getty Images, Guy Marineau/ Penske Media via Getty Images

„MANFRED!“ DAS LEBEN VON THIERRY MUGLER IN 5 STAFFELN

DIE IDEE: Eine Jugend im Elsass. Thierry träumt davon, Tänzer zu werden, und verliebt sich in die Marienstatuen des Straßburger Münsters. Im Kino entdeckt er die Helden der Mantel-und-Degen-Filme – und ihre Strumpfhosen. Kurz darauf probiert er die schultergepolsterten Uniformen der Roten Armee an, die in Straßburger Secondhandläden auf ihre zweite Karriere warten. Dann: Paris in den 1970ern. Eskapaden eines Modeschöpfers, der weniger Kollektionen entwirft als Paralleluniversen.

EINE SITCOM-EPISODE dreht sich um den Videodreh zu George Michaels *Too Funky:* endlose Missverständnisse, verletzte Eitelkeiten und ein Popstar, der nur so lange fest davon überzeugt ist, der exzentrischste Visionär im Raum zu sein, bis Thierry Mugler auf der Bildfläche erscheint. Dann wird es episch. Mit einer Folge über die legendäre Schau von 1984 im Pariser Zénith: Das hochschwangere Supermodel Pat Cleveland schwebt an einer Konstruktion durch die Luft. Das Sicherheitskonzept: Vertrauen. Die Schwerkraft? Wird ignoriert.

WEITERER STOFF: Die Bühnenkostüme für Beyoncé, das Erschaffen eines Traumkörpers unter dem neuen Namen Manfred, das späte Finden der Liebe des Lebens, die radikale Kultivierung der Freiheit in sozialen Netzwerken. Alles gipfelt in der einzigen Maßeinheit, die Manfred Mugler wirklich interessiert: Salamigröße.

GENRE: Eine Telenovela mit Hollywood-Budget.

REGIE: Javier Ambrossi und Javier Calvo, ganz im Stil von *La Bola negra* und *La Veneno.*

CLIFFHANGER DER ERSTEN STAFFEL:
Thierry Mugler verpasst einer Gestalt mit überdimensioniertem Hut eine schallende Ohrfeige. Ivana Trump? Eine Dragqueen? Oder jemand ganz anderes? To be continued.

IN DER ROLLE VON MUGLER: Pedro Pascal, Antonio Banderas oder Jacob Elordi.

„FORDISMUS“ DIE TOM-FORD-SAGA (BITTE 100 FOLGEN EINPLANEN)

DIE IDEE: Wie ein geheimnisvoller, ehrgeiziger Texaner die Modewelt in die Knie zwingt. Es beginnt in Texas: Tom Ford besitzt nur drei Knöpfe für seine Hemden. Ein Mangel, den er später in eine ästhetische Weltanschauung verwandelt: Das Hemd bleibt grundsätzlich bis zum Bauchnabel offen. Die Massen sind hypnotisiert. Dann weiter zu den Gucci-Jahren und dem stilistischen Wunderwerk bis zum Parfüm-Imperium, das für Milliarden verkauft wird. Und die Karriere als Hollywood-Regisseur bitte nicht vergessen: So wird der Aufstieg eines Mannes glossiert, der Geschmack in eine geopolitische Waffe verwandelt.

GASTAUFTRITT: Yves Saint Laurent. Gespielt von einer furchteinflößenden Amanda Lear. Yves schickt hasserfüllte Briefe. Ford antwortet nicht. Er schweigt. Und kauft ein weiteres Kunstobjekt. Wird unser Held vor Wut seinen Claude-Lalanne-Pfefferstreuer gegen den Jean-Dunand Paravent schleudern und dabei das weiße Jean-Royère-Sofa ruinieren? Carine Roitfeld (gespielt von Charli xcx) kennt als Einzige Fords dunkles Geheimnis: die drei Knöpfe seiner Kindheit, sein Rosebud.

WEITERER STOFF: Wie er in der Wüste von New Mexico Mauern baut, den Porno Chic erfindet und bei Gucci ein Dream-Team aus Nicolas Ghesquière, Alexander McQueen und Stella McCartney versammelt, um schließlich seinen eigenen Mythos zu sprengen.

DIE EMOTIONALE EPISODE: Tom hält vor Kundinnen einen einstündigen Monolog über die Farbe Schwarz. Am Ende weinen alle. Niemand weiß warum.

DIE THRILLER-FOLGE: Tom Ford absolviert mit Beyoncé eine einstündige Anprobe. Der Endgegner: ein perfekter Bleistiftrock. Die Waffen: Violett, Stiletto, absolute Präzision.

VORSPANN: Der von *Dynastie* – nur deutlich glitzernder.

IN DER ROLLE DES TOM FORD IM LAUFE DER JAHRZEHNTE: Troye Sivan oder Jacob Elordi, später RuPaul, schließlich Meryl Streep.

REGIE: Baz Luhrmann, wenn Tom Ford es zulässt. Sonst Tom Ford.

FOTO Charlie Gray/Trunk Archive, Victor Virgile/Gamma-Rapho via Getty Images

„COMME DES GARÇONS“
MINISERIE IN DREI FOLGEN

DIE IDEE: Eine japanische Modeikone. Eine Pariser Praktikantin. Und die unmöglichste Übersetzungsaufgabe der Welt.

OPENING SCENE: Met Gala 2017. Die Security hält eine japanische Dame mit strengem Blick und noch strengerer Sonnenbrille für eine nicht auf der Gästeliste stehende potenzielle Gefährderin und verweigert den Einlass. Wird die geniale, aber außerhalb der Modewelt kaum erkannte Rei Kawakubo den roten Teppich der Gala betreten können, die ausgerechnet ihr gewidmet ist?

KAWAKUBOS ERKENNTNIS: Sie braucht einen Menschen, der ihr das Leben erleichtert und erklärt, sobald sie Tokio verlässt. So wird eine Pariser Praktikantin unvermittelt zur rechten und linken Hand (Beine natürlich auch) der konzeptionellsten Couturière der Welt und muss fortan täglich Entscheidungen von existenzieller Tragweite fällen. Etwa: Pain au chocolat oder doch lieber ein Pastrami-Panini zum Frühstück? Oder: Wie deutet man kryptischste Anweisungen? Und: Kann man die Angst vor dem Anthropozän in einem rosafarbenen Kleid zum Ausdruck bringen?

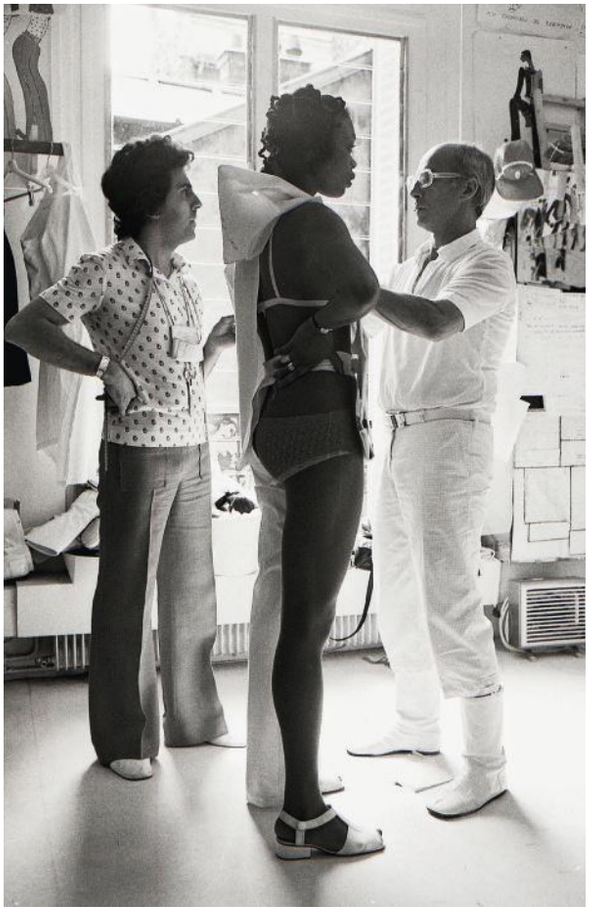
SPECIAL EFFECTS: Die Serie hat extra-knallige Farben, aber keine Tonspur. Der Zuschauer erlebt die Welt wie die Assistentin: visuell überwältigt, sprachlos.

IN DER ROLLE DER REI KAWAKUBO: Anna Sawai, Tilda Swinton oder Meryl Streep.

ALS ASSISTENTIN: Angèle.

REGIE: Julia Ducournau, Jim Jarmusch und Bong Joon-ho.

FOTO Timothy Greenfield-Sanders/Contour by Getty Images, Giovanni Giannoni/Penske Media via Getty Images



„COURRÈGES“ WENN SPACE AGE AUF EXISTENZIALISMUS TRIFFT

IN SECHS FOLGEN: 1965. André Courrèges ist der unangefochtene Superstar der Mode. Jackie Kennedy trägt Courrèges. Alle tragen Courrèges. Die Welt ist courrègisiert. Und dann: nichts. Keine neue Kollektion. Totale Verweigerung. WTF happened?!

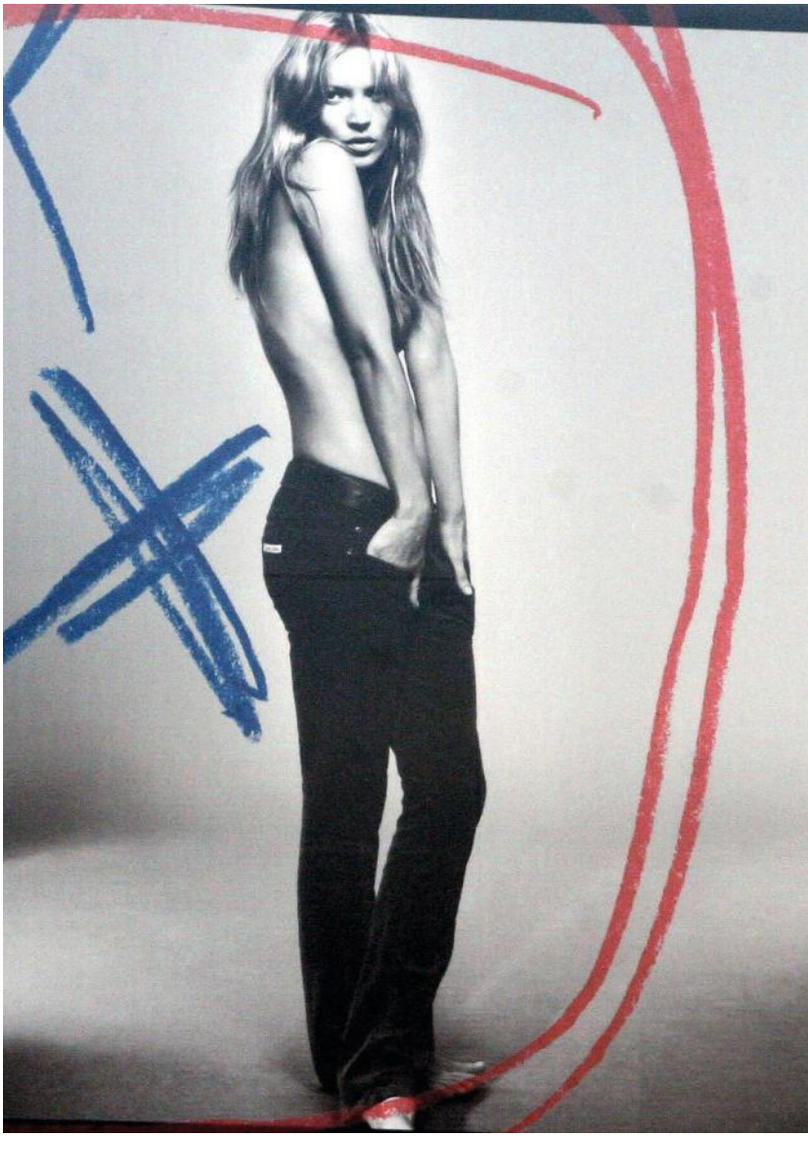
RÜCKBLENDE NACH PAU: Kindheit, baskisches Pelota-Spiel (der Verband sponsert die Serie großzügig – in der Hoffnung auf einen Drive to Survive-Effekt für den Pelotasport), die schwierige Beziehung zur Mutter und die Lehrjahre bei Cristóbal Balenciaga. Laurent Lafitte als Balenciaga. Selbstverständlich.
Schließlich die Gründung des Hauses Courrèges mit seiner Frau und Komplizin Coqueline. Die mühsamen Anfänge. Die radikale Vision. Der fanatische Glaube an das, was noch kommt. Die ewigen Auseinandersetzungen mit den bourgeoisen Kundinnen. Sie wollen einen Mantel. Courrèges will eine neue Ära. Sie fragen nach dem Preis. Er spricht über die Zukunft. Ein Genie im Dialog mit der Gegenwart – und die Gegenwart versteht kein Wort.

SPEZIALFOLGE: Courrèges reist ins Neolithikum. Er erfindet das Rad. Den Draht zum Butterschneiden, das Reinweiß und die Eisbärsprache.

IN DER ROLLE VON ANDRÉ COURRÈGES: Benjamin Lavernhe oder Meryl Streep.

ALS COQUELINE COURRÈGES: Marina Foïs oder Aya Nakamura.

FOTO Claude Francolon/ dpa Picture-Alliance/SIPA, dpa Picture-Alliance/SIPA, Alain Dejean/Sygma via Getty Images



„CALVIN KLEIN“
5 STAFFELN À 8 FOLGEN

DIE IDEE: Die epische Saga des Mannes, der Amerika beibrachte, deutlich weniger anzuziehen – und trotzdem überall präsent zu sein.

ERSTE STAFFEL: Der junge Calvin Klein gründet in der Bronx der 1960er Jahre sein erstes Unternehmen, wird eine Dekade darauf mit Entwürfen, die wie eine zweite Haut sitzen, zum Herrscher über die Denim-Welt, bis ihn ein Brooke-Shields-Spot unsterblich macht.

ZWEITE STAFFEL: In den Eighties nimmt das Unterwäsche-Imperium Form an, inklusive übergroßem Logo. Der Aufstieg zum Parfüm-Magnaten beginnt, Kate Moss und Mark Wahlberg betreten die Bühne und alles gerät außer Kontrolle. Die Erfindung des amerikanischen Minimalismus.

DAS FINALE: Findet in den Neunzigern statt, getragen von einer *CK One*-Duftwolke mit Vincent Dedienne in der Rolle als Flakon.

SPECIAL FEATURES: Calvin ist verheiratet. Calvin ist schwul. Betäubungsmittel, Rehab, Finanzkrisen. Gegen soviel Drama wirkt selbst das aufwühlendste Biopic betulich wie ein Kammerspiel.

GASTAUFTRITT: Ralph Lauren. Nachbar in der Bronx. Kommt vorbei, um sich ein Paar Loafer zu leihen. Zurück bringt er sie mit Quasten, Goldbeschlägen und einer kompletten Ivy-League-Vergangenheit.

DIE EMMY-FOLGE: Klein steckt mit der Farbe Beige im Aufzug fest. Man redet, man streitet, man landet im Bett.

REGIE: Pedro Almodóvar, Céline Sciamma und Gus Van Sant.

CLIFFHANGER DER ERSTEN STAFFEL: Der außer Kontrolle geratene Gummibund einer Calvin-Klein-Unterhose fegt Andy Warhol (gespielt von Meryl Streep) die Ray-Ban von der Nase.

IN DER ROLLE DES CALVIN KLEIN: Guillaume Gallienne.

FOTO Fairchild Archive/Penske Media via Getty Images, Alamy Stock Photos/GTCRFOTO

MANTEL GUIDE

Von Opera Coats über Ethical Fur und Schnee-Leoparden-Muster bis hin zu SlimTailoring. Der *Bazaar-Mantel Guide* geht in die nächste Runde

Text **JESKO PRIESS**

SHADES OF GREY

Grau in Grau kann eine aufregende Sache sein. Von Form bis Material ist alles verhandelbar, dank aufgeblasener Seiteneinsätze mit Karomuster sogar die klassische Mantelsilhouette selbst (Loewe).

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Paolo Lanzi (2); Alessandro Lucioni; Courtesy of Loewe; Andrea Adriani

ERDEM

AKRIS

TORY BURCH

OPERA COATS

So sieht es aus, wenn Opulenz souverän Gestalt annimmt. Zum Beispiel kokonartig und federleicht (Erdem), goldverziert (Akris) oder bestickt mit indischen Badla-Motiven (Tory Burch).

JOSEPH

BOTTEGA VENETA

STELLA McCARTNEY

ETHICAL FUR

It's all about fabrics und Flauschfaktor. So kräuseln sich bei Bottega Veneta Seidenfäden wie lockiges Lammfell! Ganz wichtig in diesem Winter für die perfekte Silhouette: ein Statementgürtel.

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Stefania Danese; Umberto Fratini; Paolo Lanzi

MICHAEL KORS COLLECTION

LANVIN

JACQUEMUS

RED COATS

Die maximale Mantelansage ist aktuell sehr nuanciert: Von scharlachroter Kunstpelz-Extravaganza (Michael Kors) über modern femininity (Lanvin) bis zu Reverenzen an die 1980er (Jacquemus).

ALAÏA

PRADA

DOLCE & GABBANA

THE TIGHT ONE

Auch bei präziser Schneiderkunst und körpernahen Silhouetten bleibt genug Freiraum für das Besondere. Etwa eine markante Schulterpartie (Dolce & Gabbana) oder XL-Manschetten (Prada).

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Jacquemus; Courtesy of Alaia; Filippo Fior

PERFECT MATCH

Understatement, das beschreibt im besten Fall den Mix aus Selbstbewusstsein, Souveränität und Gelassenheit. Oder in Mantelfarben ausgedrückt eine Melange aus Grau, Grün und Brauntönen.

LEOPARD PRINT

Eine wichtige Beobachtung aus freier Wildbahn: Die Designer*innen sind vor allem in die kühleren Farbnuancen des Snow-Leopard-Print verliebt (siehe Tom Ford, Givenchy, Bottega Veneta).

FOTO launchmetrics.com/spotlight (4); Courtesy of Tom Ford; Filippo Fior; Courtesy of CELINE; Paolo Lanzi

EINE SEHR CHINESISCHE PHASE IN MEINEM LEBEN

Was als halbironische Annäherung an die chinesische Kultur auf Instagram und TikTok begann, wo Mitglieder der Gen Z plötzlich chinesische Gewohnheiten übernahmen – etwa nur noch heißes Wasser und Kräutertonika zu trinken oder Congee (einen Reisbrei) zum Frühstück zu essen – hat sich inzwischen zu einem ernsthafteren Interesse für Chinas Kultur entwickelt. „Chinamaxxing" heißt diese Bewegung, die ich bewusst nicht als Trend bezeichnen möchte, auch wenn es sehr angesagt ist, die traditionellen Tang-Jacken zu tragen, oder eine Adidas-Trainingsjacke mit den charakteristischen Pankou-Knöpfen, die an alte chinesische Verschlüsse erinnern. Diese Jacken sind viral gegangen. Wenn ich sie nun auf den Straßen von London,

Shanghai oder Berlin sehe, kann ich kaum erkennen, ob es sich um das Original oder eine günstige Kopie handelt.

Wird das 21. Jahrhundert tatsächlich ein chinesisches Jahrhundert werden, wie es viele Beobachter aus Politik und Wirtschaft vorhergesagt haben? Das mag sich bislang noch nicht wirklich bewahrheitet haben, doch 2026 ist zweifellos das Jahr, in dem immer mehr Menschen, insbesondere im Westen, das Gefühl bekommen, wie es ein Social-Media-Meme beschreibt: „Ich erlebe gerade eine sehr chinesische Phase meines Lebens."

Auch wenn Chinas Einfluss als kreative Kraft in der Modewelt vielleicht noch beschränkt ist, sie bezieht sich dennoch längst nicht mehr nur auf virale Trendstücke. Seit fast zwei Jahrzehnten beobachte ich den Aufstieg chinesischer Künstler*innen und Designer*innen. In dieser Zeit ist China zu einem der wichtigsten Märkte für Luxusmode aufgestiegen und macht einen erheblichen Anteil, teilweise bis zu 40 Prozent, der weltweiten Nachfrage aus. Die Kaufkraft chinesischer Konsumenten hat dazu geführt, dass Luxusmarken über die Jahre reisende Modenschauen und Events veranstaltet haben, vor allem in Shanghai und Peking. Gleichzeitig ist Chinas kreative Modeszene gewachsen und gereift. Eine neue Generation Kreativer aus Design, Fotografie und Styling hat sich international und im eigenen Land viel Anerkennung verdient. Möglich wurde das u.a. durch die zunehmende Zahl chinesischer Studierender an westlichen Modeschulen. Die Erfahrungen dieser Ausbildung im Ausland trägt nun Früchte. Mit anderen Worten: Chinas Modeverständnis hat sich von einer mächtigen Konsumentennation westlicher Mode zu einer eigenständigen kreativen Power entwickelt. Man muss sich nur die Arbeiten von Leslie Zhang anschauen, die internationale Editorial-Seiten schmücken oder die jüngere Generation im Design um Zhong Lin und Feng Li.

2008 schrieb Patricia Marx, Autorin für The New Yorker mit Lehrauftrag an mehreren US-Universitäten: „New York mag die Stadt sein, die niemals schläft, aber Shanghai setzt sich nicht einmal hin." Was nicht nur Fleiß und Betriebsamkeit passend beschreibt, sondern auch das Tempo von Veränderung und Entwicklung. 2026 gilt das für praktisch jede größere Stadt Chinas. Besonders die Shanghai Fashion Week hat sich zu einem inspirierenden Platz für junge Talente entwickelt, die nun auch internationale Aufmerksamkeit erhalten. Shushu/Tong zum Beispiel, das von Liushu Lei und Yutong Jiang gegründete Label, ist für seine verführerischen, hyperfemininen Designs bekannt und begeistert Kundinnen wie Jennie von BLACKPINK oder Elle Fanning. Margot Robbie trug während ihrer viel beachteten Pressetour zu Wuthering Heights ein Outfit von Mark Gong, und Stylist*innen richten ihren Blick heute über die traditionellen Modehauptstädte hinaus und beziehen chinesische Designer*innen in ihre Auswahl mit ein.

Gefördert wurden die besten Talente oft von Tasha Liu, der Gründerin von Labelhood, einem Multi-Brand-Store mit drei Standorten in Shanghai und zugleich Talent-Plattform innerhalb der Shanghai Fashion Week. Samuel Gui Yang, der zwischen London und Shanghai pendelt, führt die neue Welle chinesischer Mode mit seinen raffinierten, von traditionellen Elementen beeinflussten Entwürfen an. Seine Arbeit ist nuanciert, subtil und weit entfernt von jener offensichtlichen Chinoiserie, die man häufig in westlichen Marken findet.

Im Alltag zeigt sich diese Entwicklung beim Spaziergang über die Huaihai Middle Road in Shanghai, die man mit der Oxford Street in London vergleichen kann. Dort sieht man europäische und amerikanische Touristen, die gezielt lokale Brands suchen wie Mason Prince, ein Streetwear-Label mit zerrissenen Denim-Designs oder Pane, eine lokale Sneaker-Marke mit individuell anpassbaren Elementen. Da findet man Songmont, eine minimalistische Taschenmarke, die durch soziale Medien enorme Bekanntheit erreicht hat. Bei der chinesischen Parfümmarke To Summer, an der inzwischen L'Oréal beteiligt ist, kann man Düfte auf Basis von Tee und chinesischen Pflanzenessenzen kaufen. Die lokale Herkunft überzeugt. Das alte Vorurteil, dass „Made in China" automatisch billig oder minderwertig bedeutet, ist hier Denken von gestern.

Seitdem die Einreise nach China für viele europäische Länder visumfrei ist, hat der Tourismus explosionsartig zugenommen. Ich sehe das an meinem Social-Media-Feed, der inzwischen vor allem von westlichen Reisenden geliked wird, die die enorme Vielfalt Chinas entdecken wollen – von den spektakulären Landschaften Zhangjiajies, der Inspiration für die Welt von Avatar, und Guilins bis hin zu modernen Städten wie Shenzhen, der Stadt der autonomen Fahrzeuge und Drohnenlieferungen, dem trendbewussten Chengdu in der Provinz Sichuan oder der an Blade Runner erinnernden urbanen Megastruktur Chongqings.

China ist kein geheimnisvolles Land mehr hinter der „Großen Firewall" (zumal dort ohnehin viele Menschen VPNs nutzen, um staatliche Internetbeschränkungen zu umgehen), sondern ein zugängliches neues Reiseziel, ganz besonders für eine jüngere Generation, die China auf ihre eigene Weise „chinamaxxt" – in futuristischen 24-Stunden-Luxus-Spas (manche bieten unbegrenzt Kaviar an), spektakulären Buchhandlungen mit raumhohen, skulptural gestalteten Regalen oder in Social-Media-orientierten Fotostudios, in denen man sich schminken und stylen lassen kann wie eine Prinzessin aus der Tang-Dynastie.

Die chinesische Bewegung des „Guochao", wörtlich übersetzt etwa „Nationaltrend", umschreibt diese Begeisterung für traditionelle chinesische Kultur, die mit modernen Elementen verschmilzt. Sie verbindet Mode, Schönheit, Lifestyle und Technologie. Das zeigt ein neues Selbstbewusstsein für eine Ästhetik, die einst während der Kulturrevolution und durch die kommunistische Ideologie verdrängt wurde, und nun als kulturelles Kapital dient. Eine Rückgewinnung von Tradition, die anschließend international exportiert werden kann, ähnlich wie der Westen seit Langem die japanische Kultur verehrt.

Wann immer ich aus China komme, fühlt sich das Tempo Europas langsamer und ruhiger an. Veränderung und permanenter Fortschritt haben China zu einem rasanten Tempo wie Wachstum geführt. Bis hin zum Punkt, an dem die Prognose, das 21. Jahrhundert könnte tatsächlich ein chinesisches Jahrhundert werden, nicht mehr so abwegig erscheint. Chinas Soft Power hat sich ebenso dramatisch verändert wie seine Wirtschaft. Ich denke, es wird wohl nicht mehr so lange dauern, bis sich die Modeindustrie dieser neuen globalen Ordnung anpasst.

„Chinas Modeverständnis hat sich zu einer eigenständigen kreativen Power entwickelt"

Die britische Journalistin und Bloggerin Susie Bubble über Chinas neues Mode-Selbstbewusstsein

FOTO James Anastasi

BESTER DURCH BLICK

Dass bei der neuen *Capsule de Cartier* Sonnenbrille eine Uhr Pate stand, erkennt man nicht nur an der elliptischen Linienführung, sondern auch am blauen Spinell, der an den beiden Bügel-Enden wie eine Krone sitzt. Reverenzen an das Design der klassischen *Baignoire* von 1912.

CARTIER *Capsule de Cartier* Sonnenbrille aus goldfarbenem Titan, um 2000 €

NOTES

LOVE IS IN THE AIR

Pinke Saphire, grüne Tsavoriten, Spessartit-Granaten in Orange: Die neuen vollständig diamantbesetzten oder mit Edelsteinen akzentuierten Varianten des *Love*-Armreifs von Cartier sind eine lässig aus dem Handgelenk geschüttelte Farbauffrischung.

CARTIER Von oben nach unten: Aus Gelbgold, mit Amethysten, Granaten und Saphiren, um 20 000 €; Aus Weißgold, mit Aquamarine, Amethysten, Saphiren und Tansaniten, um 21 400 €; Aus Weißgold, mit Saphiren und Diamanten, um 74 000 €; Aus Roségold, mit Amethysten, Granaten, Saphiren, um 20 000 €; Aus Gelbgold, mit Tsavorit-Granate und Diamanten, um 69 500 €, Aus Roségold, mit Amethysten, Granaten und Saphiren, um 20 000 €; Aus Roségold, mit Saphiren und Diamanten, um 69 500 €

DIE HOHE KUNST DES REISENS

Gemeinsam mit der britischen Luxusgepäckmanufaktur Globe-Trotter launcht Etro eine limitierte Koffer-Kollektion. Im Mittelpunkt steht das charakteristische Arnica-Jacquard-Gewebe mit dem ikonischen Paisley-Muster. Die fantastische Qualität des Reisens illustriert dabei eine in Zusammenarbeit mit der Künstlerin Tabby Booth entstandene Edition, die mit mythologischen Fabelwesen und folkloristischen Motiven bemalt ist.

ETRO X GLOBETROTTER Trolley aus Arnica-Gewebe mit dunkelblauen Lederdetails (35,5 × 60 × 20 cm), um 2990 €

FOTO PR; Anaïck Lejart (2)

FOTO Brandl & Utzt; **EDITOR** Rebecca Glavurtic; **ASSISTENZ** Linh Phan

PURISTISCH Die florentinische Brand GIANNI CHIARINI steht seit ihrer Gründung 1990 für minimalistisches Design und mühelose Vielseitigkeit. Beides im Großformat demonstriert die *Infinity* aus Veloursleder, um 370 €

„GESCHMACK IST EINE SPRACHE“

Text JESKO PRIESS

FOTO ©Matthieu Salvaing

Der kanadische Star-Designer Martin Brûlé inszeniert Interieurs wie große Dramen: voller Spannung und Kontraste

„Alles ist eine Übung in Zurückhaltung“, sagt Martin Brûlé. „Elemente aus der Arbeit herauszueditieren ist der Weg, um dorthin zu kommen, wo man hinwill. So definiert man Geschmack.“ Der Satz überrascht bei einem Gestalter, dessen Räume auf den ersten Blick von historischen Möbeln, kostbaren Stoffen, Kunstwerken und sorgfältig ausgewählten Einzelstücken geprägt sind. Doch genau darin liegt der Schlüssel zu Brûlés Arbeit: Die Wirkung seiner Interieurs entsteht nicht durch die Menge der Dinge, sondern durch ihre Beziehung zueinander.

Wer einen Raum betritt, den Brûlé mit seinem Studio gestaltet hat, erkennt zunächst nicht unbedingt, aus welcher Zeit er stammt. Im Salon einer Residenz im Sherry-Netherland, jenem legendären Gebäude an der Fifth Avenue mit Blick auf den Central Park, steht eine neoklassizistische Marmorkonsole von Jean-Charles Moreux neben einer Bronzeplastik von César Baldaccini. Ein Gemälde von Urs Fischer trifft auf Möbel des 18. und 19. Jahrhunderts, Fortuny-Stoffe umhüllen Wände und Bett, während in der Küche eine monumentale Edelstahlinsel einen beinahe industriellen Gegenpol bildet. Es ist eine Kombination, die leicht überladen wirken könnte. Bei Brûlé funktioniert sie, weil jedes Element eine Rolle spielt.

„Ich sehe mich eher als Regisseur“, sagt Brûlé. Räume komponiere er über Kontraste: „Zwischen Alt und Neu, Strenge und Komfort, Zurückhaltung und Opulenz.“

Das Sherry-Netherland, eines der traditionsreichsten Gebäude New Yorks, bot dafür einen ungewöhnlichen Ausgangspunkt. Die Wohnung, die sich über eine gesamte Etage des Gebäudes erstreckt, sollte

Am Regiepult Martin Brûlé in seinem Pariser Studio, das auch als Wohnung und Showroom dient. Hier stellt er einige seiner Lieblingsstücke aus wie die Hocker von Jean-Michel Frank, den Cabanel Basse-Boule-Tisch von Émile-Jacques Ruhlmann und das Kunswerk von Agostino Bonalumi (linke Seite).

FOTO ©Matthieu Salvaing

keine klassische Uptown-Inszenierung werden. Der Eigentümer wünschte sich ein Zuhause, das Freude und Leichtigkeit ausstrahlt. Höchste handwerkliche Qualität war gewünscht, formelle Distanz nicht. So inszenierte Brûlé die rund 1000 Quadratmeter große Fläche loftartig. Maßgefertigte Schiebetüren aus vernickeltem Stahl strukturieren den Grundriss, europäische Antiquitäten des 18. und 19. Jahrhunderts stehen neben modernistischen Möbeln der 1930er- und 1940er-Jahre. Samte, Seiden und Lackoberflächen erzeugen unterschiedliche Stimmungen. Ein Highlight ist der „Nightclub Room" mit seinen mit gekalkter Kiefer verkleideten Wänden (eine Reverenz an David Adler). Was beeindruckt, ist die Präzision der Auswahl. Dafür braucht Brûlé, der Antiquitätenhändler*innen die „wahren Influencer der dekorativen Künste" nennt, Objekte mit Geschichte. Er selbst liebt jede Epoche, nicht, weil er sie reproduzieren möchte, sondern weil jede Zeit etwas Eigenes zu erzählen hat. Eine besondere Beziehung verbindet ihn mit dem Art déco: „Möbel aus dieser Ära besitzen eine funktionale Schlichtheit, die das handwerkliche Können umso stärker zur Geltung bringt." Gestalter wie Jacques-Émile Ruhlmann, Jean-Michel Frank, Eileen Gray und Eyre de Lanux sind ewige Referenzpunkte. „Ich bin ein Sammler mit Tendenz zur Besessenheit", bekennt Brûlé. Aufgewachsen in Montreal, entwickelte Brûlé schon als Kind eine ausgeprägte Aufmerksamkeit für Kleidung, Räume und schöne Dinge. Die ersten Stil-Vorlagen kamen nicht aus einer Designschule, sondern aus Begegnungen. Eine Freundin seiner

FOTO ©Matthieu Lavanchy

Links Neben klassischen Interior-Projekten arbeitet Martin Brûlé Studio auch regelmäßig für Luxusbrands wie Waterworks, für die man einen Flagship-Showroom in Paris als räumliche Inszenierung gestaltete.

Unten Das Büro von Martin Brûlé in seinem Pied-à-terre in Saint-Germain-des-Prés, Paris. Stuhl *After Tardieu* von Alfred Porteneuve nach einem Entwurf von Émile-Jacques Ruhlmann. Schreibtisch aus Stahl von Jean Garçon.

Rechts Ein Sommerhaus in den East Hamptons. Auf die Architektur des Arts-and-Crafts-Stils reagierte Brûlé mit verspielten Akzenten und einer Farbpalette aus hellen Grüntönen, Rosa und Creme.

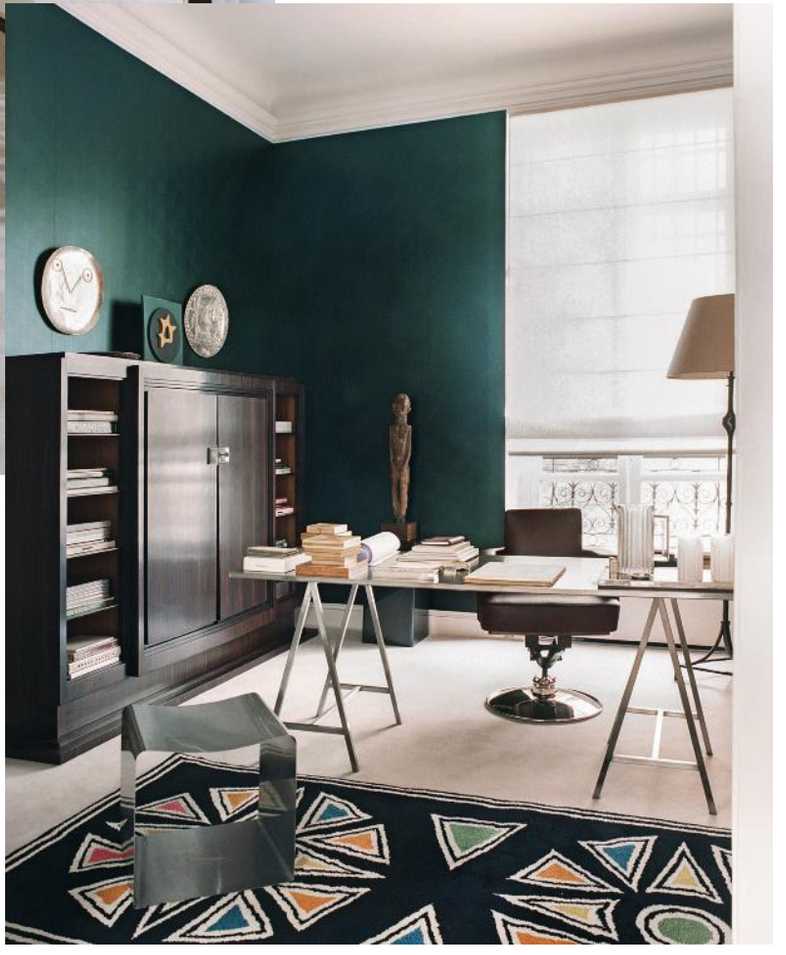


FOTO ©Adrian Gaut/Trunk Archive, ©Matthieu Salvaing

Mutter beeindruckte ihn mit ihrer Eleganz und ihrem geschmackvoll eingerichteten Zuhause. Noch prägender war sein in Hongkong lebender Onkel. „Er trug Giorgio Armani aus den 1990ern. Er war sehr attraktiv und exzentrisch, ganz anders als alle, die ich kannte, und er ließ mich von fernen Orten träumen." So wuchs mit den Jahren die Erkenntnis: „Geschmack ist eine Sprache." Eine Möglichkeit, etwas über die eigene Vorstellung von der Welt auszudrücken. Als Jugendlicher begann Brûlé, eigene Kleidung zu entwerfen und bestehende Stücke zu verändern. Später studierte er Modedesign an der Parsons School in New York. „Nicht um Stil zu lernen", so Brûlé. Er wollte die technischen Grundlagen von Material und Verarbeitung verstehen. Nach seinem Studium arbeitete er als Einkäufer für eine exklusive Multimarken-Boutique in Montreal, reiste nach Mailand und Paris und beschäftigte sich zunehmend mit der Präsentation von Mode. Er gestaltete Schaufenster und entwickelte ein Gespür dafür, wie Objekte in einem Raum wirken. Zur Innenarchitektur kam er schließlich eher zufällig. Seine eigene Wohnung in New York wurde zum Ausgangspunkt. Ein Besucher war von seinem Geschmack überzeugt und beauftragte ihn mit einem ersten größeren Projekt. „Ich wusste ehrlich gesagt nicht genau, wie man so etwas macht, also habe ich einfach angefangen." Vor zehn Jahren gründete Brûlé dann sein eigenes Studio, das heute Büros in New York, Paris, Miami und Montreal unterhält. Rund zwanzig Mitarbeiter*innen kümmern sich um Architektur, Innenräume, Möbel und Logistik. Brûlé: „Wenn unsere Kunden einziehen, ist alles fertig. Die Betten sind bezogen, die Handtücher gefaltet. Alles ist vollständig maßgeschneidert." Trotz dieser organisatorischen Präzision bleibt der Ausgangspunkt seiner Arbeit

In Kinderhook im Hudson Valley gestaltete das Studio von Martin Brûlé einen Landsitz. Blick ins Esszimmer, in dem mit Mohair bezogene englische Regency-Stühle und ein französischer Mahagoni-Tisch aus dem 19. Jahrhundert stehen. Wandappliquen von Rose Uniacke, Tapete von Iksel Decorative Arts.

Rechte Seite In der Bibliothek des Hauses hängt über einer maßgefertigten Sitzbank ein Wollteppich von Rosemarie Trockel. Die Sitzbank ist mit einem Leinenstoff von Dedar bezogen, der mit einem Motiv nach einem Wandteppich aus dem 17. Jahrhundert bedruckt ist. Auf einem Cocktailtisch aus Messing im Vintage-Stil steht eine Bronzeskulptur eines Vogels aus den 1920er-Jahren.

FOTO ©Adrian Gaut/Trunk Archive

FOTO ©Adrian Gaut/Trunk Archive

Oben Im 38. Stock des legendären Sherry-Netherland-Buildings in New York gestaltete das Team um Martin Brûlé ein Loft. Das Officers Daybed von 1870 entdeckte Brûlé beim Pariser Antiquitätenhändler Jean-Paul Beaujard.

Unten Eine maßgefertigte Kochinsel aus Edelstahl von Abimis. Im Hintergrund hängt ein Picasso-Teller.

Rechte Seite Ein von Brûlé gemeinsam mit Victoria & Son entworfenes Bett, inspiriert von den neoklassizistischen Entwürfen Emilio Terrys und Serge Roches. Der Stoff, der Decke, Wände und Bett überspannt, stammt von Fortuny.

intuitiv. Mit Bauchgefühl ist das jedoch nur unzureichend übersetzt, findet Brûlé: „Instinkt bedeutet, sich selbst zu vertrauen und auf den eigenen Geschmack zu hören. Wissen bedeutet, Qualität erkennen zu können. Beides gehört untrennbar zusammen." Besonders im Fokus stehen die Materialien. Kalk, Stein, Leinen, gebürstetes Holz oder handwerklich bearbeitete Putze erzeugen nicht nur eine visuelle Wirkung, sondern auch eine körperliche Erfahrung. Sie reagieren auf Licht. Sie verändern sich mit der Zeit. Sie speichern Spuren. Deshalb spielen Oberflächen in seiner Arbeit eine so zentrale Rolle. Im Sherry-Netherland ließ er verschiedene Räume mit traditionellen Techniken gestalten: Tadelakt im Badezimmer, polierter Putz im Esszimmer, Marmorino im Salon und Kalkoberflächen in Galerie, Eingangsbereich und Küche. Diese Materialien sind nicht spektakulär im offensichtlichen Sinn. Ihre Qualität offenbart sich erst bei genauer Betrachtung. Wie diese Haltung bei unterschiedlichen Projekten zum Ausdruck kommt, zeigen zwei Häuser, die kaum unterschiedlicher sein könnten. In den East Hamptons bestand die Aufgabe darin, ein historisches Sommerhaus in typischer Long-Island-Architektur für eine Familie mit drei Generationen behutsam weiterzuentwickeln. Radikale Eingriffe seien nicht nötig gewesen, erzählt Brûlé und nennt sein Werk „Anpassung". Bei der Farbpalette orientierte er sich am Garten: helle Grüntöne, Rosa und Creme. Historische Möbel wurden restauriert und neu inszeniert. Ein Sofa aus rosafarbenem Kaschmirsamt steht neben Sesseln mit klassischen Stoffen von Pierre Frey. Der einzige unverhandelbare Wunsch der Familie war ein Spieltisch im Wohnzimmer als Ort für die wöchentlichen Kartenrunden der Hausherrin mit ihren Freundinnen. Für Brûlé sind solche Details

FOTO ©Christopher Sturman/Trunk Archive (2)

FOTO ©Christopher Sturman/Trunk Archive

entscheidend. Ein Raum entsteht nicht nur aus Möbeln, sondern aus der Art, wie Menschen ihn nutzen. Bei einem Landsitz nahe Kinderhook an der Ostküste der USA war die Ausgangslage eine andere. „Letztendlich ging es darum, traditionelle Eleganz und Exzentrik auf einen Nenner zu bringen", so Brûlé. Der Gegensatz als Ausgangspunkt. Ein französischer Mahagonitisch aus dem 19. Jahrhundert, eigentlich zu groß für den Raum, wurde zum Mittelpunkt des Esszimmers. Wandmalereien mit japanischen Kranichen beziehen sich auf die Landschaft vor den Fenstern. Ein Kronleuchter aus Hirschgeweihen trifft auf Regency-Stühle mit senffarbenem Mohair. Genau diese Spannung interessiert Brûle, der fantasieanregend gestalten möchte. „Innenräume können Geschichten erzählen, die noch niemand gehört hat. Vor allem aber können sie ihre Betrachter so fesseln wie ein großes Drama." Derzeit arbeitet sein Studio an fast einem Dutzend Projekten in unterschiedlichen Planungsphasen. Auch bei der Chanel Cruise Collection in Biarritz war Martin Brûlés kreativer Input auf ausdrücklichen Wunsch von Matthieu Blazy gefragt. Aufträge, die sich in Größe und Kontext unterscheiden mögen, doch die Arbeitsweise bleibt konstant. Brûlé sucht nicht nach dem nächsten Trend. Er interessiert sich für Qualität, Handwerk und die Fähigkeit eines Objekts, über seine eigene Zeit hinaus Bestand zu haben. „Es gibt Regeln, die man kennen sollte", sagt er. „Aber die eigentlichen Regeln sind unsichtbar. Es geht um die Fähigkeit, einen Raum zu spüren."

PERFECT PIECES

Klare Geometrien, edle Materialien und meisterhafte Handwerkskunst – das ist die Alchemie von Interior-Regisseur Martin Brûlé. Inspiriert von der Eleganz des Art Déco verbindet er Designikonen mit zeitgenössischen Entwürfen und schafft Räume, die ebenso präzise wie einladend wirken. Hier sind sechs Möbel und Objekte, die diese Haltung auf den Punkt bringen.

1 — **DIMORE MILANO** Stuhl *Moderna* mit Gestell aus Messing und schwarz glänzend lackiertem Holz, Preis auf Anfrage

2 — **JACQUES-ÉMILE RUHLMANN** Beistelltisch *Cabanel Basse-Boule* aus indischem Palisanderholz, über 1stDibs.com, Preis auf Anfrage

3 — **JACQUES ADNET** Kommode, Frankreich, um 1950, aus Messing mit originalem Skai-Bezug, über Charlotte & Peter Fiell, Preis auf Anfrage

4 — **DEDAR** Pouf in Pilzform *Forsyth Schwarzwald* aus Samt, über 1stDibs.com, um 3442 €

5 — **DEDAR** Daunengefüllte Kissen *Schwarzwald*, über 1stDibs.com, 2er-Set, um 550 €

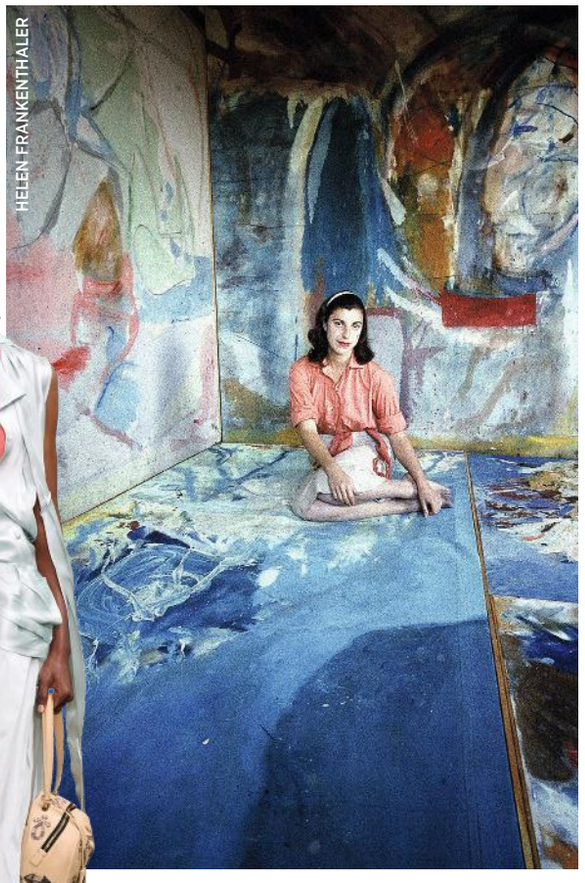
6 — **ERIC SCHMITT** Bank *PIE* aus Eichenholz mit patinierten Bronzefüßen, 38 × 180 × 38 cm, über therope.com, um 13 900 €

7 — **JOVER+VALLS** Hocker aus schwarz patiniertem Stahl und marineblauem Leder, über 1stDibs.com, im 2er-Set, um 9400 €

AIGNER
MUNICH
AIGNERMUNICH.COM

PRADA

ACNE STUDIOS


HELEN FRANKENTHALER

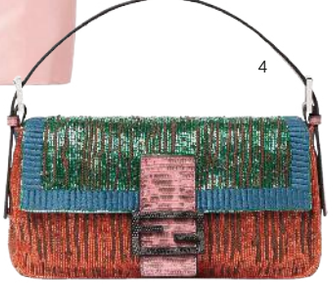
Helen Frankenthaler (1928 – 2011) gilt als Pionierin der abstrakten Malerei. Ihre Bildsprache findet jetzt ihren Weg in die Mode. Fließende Farbfelder und organische Formen treffen auf leuchtende Stoffe und zarte Pastelltöne

HELEN FRANKENTHALER IM FOKUS

1

2

3


4

5

6

7

8

9

10

11

12

1 — **IRIS VON ARNIM** Glattstrick-Pullover aus Kaschmir und Seide, mit Degradé-Farbverlauf, um 1195 €

2 — **GUCCI** Bleistiftrock aus Faille, mit glänzendem Finish, um 1400 €

3 — **JIMMY CHOO** Satinpumps *ISSY* mit XXL-Schleifendetail, um 895 €

4 — **FENDI** *Baguette Re-Edition* aus Leder, mit Perlstickerei, um 8500 €.

5 — **STELLA McCARTNEY** Midikleid aus Viskose, mit asymmetrischem Saum, um 990 €

6 — **ALAÏA** Sonnenbrille aus zweifarbigem Acetat, mit Halbrandfassung, um 350 €

7 — **PRADA** Pumps aus Satin, mit Kristallperlenbesatz, um 1550 €

8 — **DRIES VAN NOTEN** Mehrlagiger Midirock aus Seiden-Viskosegemisch, mit *Marbled Clay*-Print, um 845 €

9 — **MARINA RINALDI** Kasack-Hemd aus Baumwollpopeline mit Farbverlauf-Print, um 389 €

10 — **MINDI MOND** Langanhänger aus 18 kt Gelbgold, mit Malachit und Diamanten, um 28 000 €

11 — **MIU MIU** Handtasche *Vivant* aus glattem und rauem Nappa-Leder, um 2850 €

12 — **CELINE** Tuch 90 × 90 cm aus Seidentwill, um 490 €

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Shutterstock

FOTO Brandl & Utzt; **EDITOR** Rebecca Glavurtic; **ASSISTENZ** Linh Phan

SCHRIFTWECHSEL Von Schreibkultur zum Taschen-Klassiker: Die Form eines Umschlags stand Pate für die fließende Silhouette der *Envelope Tote Horizontal* von MONTBLANC. Aus Veloursleder, um 2200 €

RED ACCESSOIRES

STELLA McCARTNEY

CHANEL

BLUMARINE

OB ALS SATIN SLINGBACK ODER ALS FUZZY CLUTCH: A POP OF RED MAKES ALL THE DIFFERENCE. DENN KEINE ANDERE FARBE ZIEHT DEN BLICK SO MÜHELOS AUF SICH. SO WIRD JEDES ACCESSOIRE ZUM STATEMENT-PIECE

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Paolo Lanzi; Salvatore Dragone

BALENCIAGA

DOLCE& GABBANA

BALENCIAGA

BOTTEGA VENETA

PRADA

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Alessandro Viero

KETTEN-REAKTION

Gleich um acht neue Schmuckkreationen erweitert Louis Vuitton seine Jewelry-Linie *Le Damier*. Gestalterisch bleibt die Kollektion dem historischen Damier-Muster des Hauses treu, das 1888 entstand. Kennzeichnend für die Kollektion ist ihre fließende, bewegliche Konstruktion: Zahlreiche von Hand montierte Glieder sorgen für hohe Flexibilität und noch mehr Tragekomfort.

LOUIS VUITTON FINE JEWELRY Kette und Anhänger aus Gelbgold mit Diamanten aus der *Le Damier*-Kollektion, Preis auf Anfrage

NOTES

DAS ZEUG ZUR SUPER-HELDIN

Bei Marella tragen Superheldinnen nicht Cape, sondern *Hero Blazer*. Die einreihigen Modelle der Kollektion setzen auf einen leichten Schnitt nach den Prinzipien italienischer Schneiderkunst. Special Feature ist ein abnehmbarer Schal (je nach Ausführung aus demselben Material oder einem kontrastierenden Stoff), der die körpernahe Silhouette um ein fließendes Element ergänzt.

MARELLA *Hero Blazer* aus Crêpe-Satin-Gewebe, mit marineblauem Schal aus Habotai-Seide, um 449 €

BEAUTIFUL BAGS

Die ST Collection von Interior Designerin Stephanie Thatenhorst und Steffi Stier interpretiert die Kosmetikbag als Kunststück. Exklusive Stoffe von Zimmer + Rohde verleihen den handgenähten Taschen eine besondere Haptik, während fantasiereiche Innenfutter aus Baumwolle und Seide mit figurativen Mustern überraschende Akzente setzen.

STEPHANIE THATENHORST Kosmetiktasche mit Metallbügel und Innentasche, über stephanie-thatenhorst.com um 455 €

FOTO PR; DANIEL SCHAEFER STUDIO

FOTO Brandl&Utzt **EDITOR** Rebecca Glavurtic **ASSISTENZ** Linh Phan

AUS GUTEM STALL Mit seinem vom Reitsport inspirierten Design macht GUCCI in dieser Saison große Sprünge. *Horsebit 1955 Aura* Schultertasche aus Wildleder, mit hellgoldfarbener Schnalle, um 3200 €

FABULOUS AS

SARAH BENADY

Beim Business-Look setzt die Jacquemus-Chefin auf das skulpturale Element in Form von taillierten Blazern und High-Waist-Bleistiftröcken, begleitet von puristischen Handtaschen und klassischen Stiletto-Pumps.

1 — **MAX MARA** Taillierter Blazer aus einer Wollmischung, um 890 €

2 — **BRON** *Poppy Petals* Ohrstecker aus 18 kt Roségold mit weißen Diamanten, um 1950 €

3 — **KHAITE** *Luiza* Bleistiftrock aus Double-face-Crêpe, mit hoher Taille, um 2360 €

4 — **TOM FORD** Stiletto-Pumps aus Leder, um 990 €

5 — **AIGNER** *Cybill Equitania* Handtasche aus Leder, um 1300 €

6 — **JACQUEMUS** *Ovalo* Taillierte Jacke mit verdecktem Knopfverschluss, um 1290 €

7 — **AMI PARIS** Bleistiftrock aus Wolle, mit integriertem Gürtel, um 420 €

8 — **VAN CLEEF & ARPELS** *Vintage Alhambra* Wendbarer Ring aus 18 kt Roségold, mit grauem Perlmutt und einem Diamanten auf der Rückseite um 6600 €

9 — **CELINE** Vanity-Tasche aus Kalbsleder, mit Bügelverschluss aus Metall, um 3200 €

FOTO Courtesy of Jacquemus; © Jacquemus

EVERY CEO ...

AMANDINE OHAYON

Die Frau, die bei Givenchy die Fäden in der Hand hält, versteht sich auf Transformationsprozesse. Solche greifen jetzt auch bei Sakko, Hemd und Anzugshose, die durch Schleifen- sowie Wickeldetails ein Fresh-up erfahren.

1 — **HERMÈS** *Pianino* Brieftasche aus Leder, um 4600 €

2 — **LOUIS VUITTON** Kurzes Hemd aus Baumwollpopeline, mit Stehkragen und Schleifen-Detail, um 1900 €

3 — **PATEK PHILIPPE** *Golden Ellipse* Armbanduhr aus 18 kt Roségold, mit Armband aus Leder, um 39 860 €

4 — **AKRIS** Hemd aus Baumwollpopeline, mit Spitzenrüschen, um 1290 €

5 — **KITON** Gerade Hose aus Wolle und Seide, um 1410 €

6 — **ATELIER WEMPE AU:THENTIC** Creolen aus 18 kt Gelbgold, um 2675 €

7 — **GIVENCHY** Sakko aus Wolle und Mohair, mit XL-Schleife, um 5000 €

8 — **DIOR** Loafer-Pumps aus Leder, mit Medaillon-Detail, um 1390 €

9 — **THE ATTICO** Wickel-Anzugshose aus Wolle, mit Satinbund, um 790 €

10 — **EMPORIO ARMANI** Pumps aus Samt, um 480 €

11 — **AMI PARIS** Doppelreihiger Mantel aus Wolle, um 1550 €

FOTO launchmetrics.com/spotlight: Filippo Fior; Courtesy of Givenchy/LVMH

… AND SUCCESSFUL

FRANCESCA BELLETTINI

Die Italienerin führt bei Gucci das Zepter. Ihr Stil: effortless, entspannt und immer stilsicher. Zum Beispiel mit coolen Stiefeletten zur weiten Bundfaltenhose und einem schlichten weißen T-Shirt unter dem einreihigen Blazer.

1 — **GIORGIO ARMANI** Einreihiger Blazer aus Wollflanell und Kaschmir, um 2000 €

2 — **CARTIER** *Juste un Clou* Armreif aus 750er Gelbgold, um 13 900 €

3 — **CASADEI** *Giselle Arceus* Stiefelleten aus Stretch-Wildleder, mit spitzem Verlauf, um 725 €

4 — **GUCCI** Pilotten-Brille aus Acetat, mit Horsebit-Detail, um 350 €

5 — **GABRIELA HEARST** *Norman* weite Hose aus Wolle, mit integriertem Gürtel, um 1260 €

6 — **LUISA CERANO** Bluse mit Cut-Out, um 280 €

7 — **MAX MARA** T-Shirt aus Twillseide, um 415 €

8 — **VIKTOR & ROLF** Blazer aus Wolle, mit dreilagigigem Revers, um 1290 €

9 — **JIL SANDER** Loafer aus Leder, um 1050 €

10 — **ESSENTIEL ANTWERP** Weite Hose mit Bundfalten, um 225 €

11 — **GUCCI** *Paparazzo* Henkeltasche aus Leder, mit Webstreifen, um 2900 €

FOTO Courtesy of Gucci; © Marco Cella

IN EVERY SUIT

LEENA NAIR

Tweed-Stoffe und Perlenschmuck haben in der Garderobe der britisch-indischen Chanel-Chefin selbstverständlich einen Stammplatz. Wie man sie im Office selbstbewusst in Szene setzt? Mit dunkelroten Akzenten.

1 — **CHANEL** Slingback-Pumps aus Veloursleder, mit Zehenkappe aus Leder, um 1250 €

2 — **CHANEL** Ring aus goldfarbenem Metall mit Perlmutt, um 850 €

3 — **VALENTINO** Jacke aus Seiden-Leinen-Canvas, mit kontrastierendem Samtbesatz, um 3200 €

4 — **HERMÈS** *Béarn Combiné* Brieftasche aus Leder, um 3000 €

5 — **CHANEL** Schultertasche aus gesteppttem Veloursleder, um 6200 €

6 — **JIL SANDER** knielanger Rock aus Wollsablé, mit Plisseé, um 11190 €

7 — **ALTUZARRA** *Holt* Ärmelloses Oberteil mit drapiertem Ausschnitt, um 750 €

8 — **EMPORIO ARMANI** Handtasche aus Leder, um 460 €

9 — **CELINE** *Icone* Kastenjacke aus Seidennatté, mit aufgesetzten Taschen, um 3900 €

10 — **MAX MARA** Midirock aus einem Kaschmir-Woll-Mix, um 450 €

11 — **MARC CAIN** Slingback-Pumps aus Leder, mit Schnallen-Detail und Karree-Spitze, um 250 €

12 — **GELLNER** Ring aus 18 kt Gelbgold, mit Brilliant und Südsee Zuchtperle, um 7400 €

FOTO launchmetrics.com/spotlight; Getty Images

VIVA VENEZIA

Eine High Jewellery-Brand als Partner der weltweit wichtigsten Ausstellung für Gegenwartskunst? *Matteo Morbidi,* Direktor der Fondazione Bulgari, über den ewigen Glanz der Biennale di Venezia

Interview **KAI MARGRANDER**

Zur Eröffnung der Biennale Arte 2026 (Bvlgari ist Biennale Hauptpartner für diese und die kommenden zwei Editionen 2028 und 2030) trafen wir Matteo Morbidi in der Biblioteca Marciana am Markusplatz in Venedig. Die Renaissance-Bibliothek, entworfen von Jacopo Sansovino und Heimat einer der bedeutendsten Handschriften- und Buchsammlungen Italiens, bildet während der Biennale einen außergewöhnlichen Rahmen für zeitgenössische Kunst. Inmitten historischer Säle und mit Blick auf den Dogenpalast sprachen wir mit dem Direktor der Fondazione Bvlgari über das kulturelle Engagement der Maison und ihre neue Präsenz in Venedig.

1

2

Die Biennale di Venezia gilt als bedeutendste internationale Ausstellung für zeitgenössische Kunst der Welt. Bvlgari zählt zu den ikonischsten Luxusmarken überhaupt. Man kann also mit Recht sagen: Eine Partnerschaft auf Augenhöhe. Wie kam sie zustande?

Das Timing war perfekt. Als die Swatch Group ihre langjährige Partnerschaft mit der Biennale Arte beendete, suchten wir gerade den Dialog mit der Biennale. Die Gespräche begannen vor knapp einem Jahr, und wir konnten uns überraschend schnell auf eine Zusammenarbeit einigen. Das freut mich besonders, weil Bvlgari und Venedig eine lange Geschichte verbindet. Vor 20 Jahren hat sich die Maison an der Restaurierung der Scala d'Oro im Dogenpalast beteiligt, die praktisch direkt gegenüber der Biblioteca Marciana liegt, in der wir uns gerade befinden. In gewisser Weise schließt sich nun, fast zwanzig Jahre später, der Kreis.

Wie hat sich die Bedeutung, die Kunst und Künstler*innen für Bvlgari haben, in den letzten Jahren verändert?

Wichtig waren sie immer, aber seit der Gründung der Fondazione Bvlgari im März 2024 ist unser kulturelles Engagement noch stärker verankert. Die Zusammenarbeit mit einer Institution wie der Biennale war daher die logische Konsequenz.

Mit dem Pavillon in den Giardini und der Ausstellung in der Biblioteca Marciana ist Bvlgari in Venedig gleich doppelt vertreten. Warum?

Die beiden Projekte sind unabhängig voneinander entstanden. Zum einen gibt es die Partnerschaft zwischen Bvlgari und der Biennale Arte, die uns einen eigenen Pavillon in den Giardini ermöglicht. Dafür haben wir die Künstlerin Lotus L. Kang eingeladen, eine ortsspezifische Installation zu entwickeln. Parallel dazu führte die Fondazione Bvlgari bereits Gespräche mit der Biblioteca Marciana. Daraus entstand unsere erste Ausstellung in Venedig mit den Künstlerinnen Monia Ben Hamouda und Lara Favaretto, die beide bereits mit der Maison zusammengearbeitet haben.

Neben Hamouda und Favaretto ist auch Lotus L. Kang dabei. Drei Künstlerinnen. Was war ausschlaggebend dafür, die weibliche Perspektive so in den Fokus zu rücken?

Obwohl sie für Bvlgari traditionell eine wichtige Rolle spielt, gab es in diesem Fall keine bewusste Vorgabe. Die Künstler*innen und ihre Werke haben uns begeistert.

Dennoch scheint die Förderung von Frauen in der Kunst eines der zentralen Ziele der Fondazione Bvlgari zu sein, oder?

Ja, auf jeden Fall. Außergewöhnliche Frauen haben die Geschichte von Bvlgari seit jeher geprägt. Von den großen Diven

3

4

der Dolce Vita bis heute. Schon deshalb fühlen wir uns verpflichtet, weiblichen Talente in der Kunst eine Bühne zu bieten.

Da liegen wir auf einer Wellenlänge. Frauen in der Kunst sind ein Schwerpunktthema unseres Magazins. Im Herbst starten wir sogar einen eigenen Kunstpreis: *Bazaar Women in Art*.

Was für eine großartige Initiative! Die Fondazione wird zwar nicht ausschließlich mit Künstlerinnen arbeiten, aber Frauen und ihr Blick auf die Welt nehmen bei uns einen wichtigen Platz ein.

Als Direktor für Heritage bei Bvlgari verantworten Sie auch die Philanthropie- und Restaurierungsprojekte?

Ja. Ich habe eine Doppelfunktion. Die Fondazione Bvlgari bündelt ihr Engagement in drei Bereichen. Der erste ist Kunst und Mäzenatentum – von Initiativen wie dem MAXXI Bvlgari Prize, der Whitney Biennial und der Biennale in Venedig bis hin zu unseren Restaurierungsprojekten. Ein besonders wichtiges Beispiel ist die Partnerschaft mit der Torlonia-Stiftung. Die Torlonia-Sammlung gilt als die bedeutendste private Sammlung antiker römischer Skulpturen weltweit. Seit zehn Jahren unterstützen wir ihre Restaurierung und Bewahrung. Bislang konnten rund 150 der mehr als 600 Skulpturen restauriert werden. Ein eindrucksvolles Beispiel für die Bedeutung langfristigen Engagements, oder? Der zweite Schwerpunkt widmet sich Projekten in den Bereichen Menschenrechte, Bildung und Fundraising. Besonders stolz sind wir auf unsere inzwischen 15-jährige Partnerschaft mit Save the Children. Hinzu kommt die Weitergabe von Handwerkskunst und Savoir-faire. Gemeinsam mit den Métiers d'Excellence der LVMH-Gruppe setzen wir uns dafür ein, traditionelle Fertigkeiten für kommende Generationen zu bewahren.

Wie sieht die Zukunft der Fondazione Bvlgari aus? Wird es irgendwann einen festen Stiftungssitz in Form eines Museums geben?

Unser Fokus liegt derzeit nicht auf Expansion, sondern auf Kontinuität. Wir möchten bestehende Projekte langfristig begleiten und vertiefen, statt immer neue Initiativen zu starten.

Die Familie Bulgari besitzt eine bedeutende Art Collection. Verfügt auch das Unternehmen über eine eigene Sammlung?

Ja, in unserem Hauptsitz in Rom befinden sich verschiedene Kunstwerke in Unternehmensbesitz. Kunst ist Teil der Identität der Maison und wird bewusst in die Gestaltung unserer Räume integriert.

Kuratieren Sie diese Werke ebenfalls?

Teilweise. Man könnte sagen, dass ich für das Unternehmen auch eine Art Kunstberater bin. Gelegentlich werde ich um Empfehlungen gebeten, allerdings entscheide ich nicht über jede einzelne Neuerwerbung.

Was sind Ihre Kunstempfehlungen für Venedig und die Biennale?

Gerade während der Eröffnungswoche passiert in Venedig unglaublich viel. Neben der Biennale interessieren mich besonders die Ausstellungen der Pinault Collection, die neue Ausstellung der Fondazione Prada sowie Projekte von Künstlerinnen wie Marina Abramovic. Außerdem empfehle ich die Ausstellung von Nico Vascellari in der Fondazione *In Between Art Film* von Beatrice Bulgari. Unbedingt sehenswert.

Ihr Lieblingsort in Venedig?

Die Punta della Dogana. Dort zu sitzen und auf die Lagune zu blicken ist einfach einzigartig. Ein weiterer besonderer Ort ist die Insel San Lazzaro degli Armeni mit ihrem armenischen Kloster. Die Atmosphäre dort ist außergewöhnlich. Und es gibt noch einen guten Grund für einen Besuch: Dort wird eine fantastische armenische Rosenkonfitüre hergestellt. Eine echte Spezialität, die man wirklich nur hier bekommen kann.

1 — **KUNSTSINNIG** Als Direktor der Fondazione Bulgari verantwortet Matteo Morbidi auch das Engagement der Maison bei der Biennale in Venedig (läuft noch bis zum 22. November).

2 — **LICHTSPIEL** Die Installation *The face of desire is loss von* Lotus L. Kang im Bvlgari-Pavilion.

3 — **ERLEUCHTET** Im Vestibül der Biblioteca Nazionale Marciana inszenierte Monica Ben Hamouda ihre Arbeit *Fragments of Fire Worship.*

4 — **GLASHAUS** Der Bvlgari-Pavillon im Spazio Esedra in den Giardini mit einem Teil der Installtion The Face of Desire is Loss von Lotus L. Kang.

FOTO Simona Barrella, T-Space Studio, Couretsy of Bvlgari

INSIDE FASHION

Text
KERSTIN SCHNEIDER

ACH, SCHAU AN! VON DER STATEMENTFARBE ROT ÜBER KUSCHELTIERE IN DER FRONT ROW UND DEM BLICK HINTER DIE KULISSEN VON *BAZAAR* BIS ZU DEN ABSCHIEDSWORTEN VON PIETER MULIER BEI ALAÏA: *MINI-TRENDS* UND *MAXIMALE EMOTIONEN* VON DEN MODENSCHAUEN

IM SHOWROOM

Keine Augenwischerei, sondern beeindruckende Präzisionsarbeit: Das genaue Briefing für das Augen-Make-up mit orangefarbenen Pigmenten und die Haarstyles bei *Sportmax*.

PAUL ANDREW

SAINT LAURENT

ROGER VIVIER

WALK OF FAME

Ohne sie geht gar nichts: Rote Schuhe mit Schmuckdetails – ob Mules, Slingbacks oder Ballerinas.

ALAIA.
A ‘MAISON’
THESE ARE THE PEOPLE THAT BUILD IT.
Bit by bit.
THEY MAKE THE HOUSE ALIVE.
A COLLECTION IS THE RESULT OF THEIR PASSION,
TIME, TASTE, TEARS AND LOVE.
Never forget…
One never works alone.
My family.
Thank you.

– Pieter Mulier

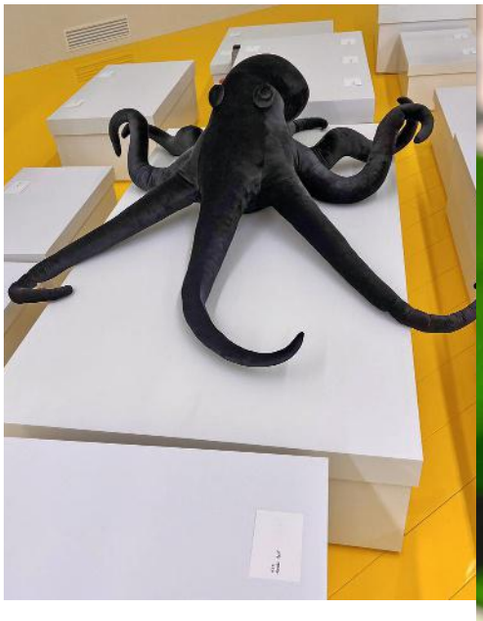
OFFENER BRIEF

Die Abschiedsworte von PIETER MULIER, der *Alaïa* nach fünf Jahren verlässt, in denen er die Marke zum Gesprächsstoff gemacht hatte. Vor der Show wurden Einzelporträts aller Mitarbeitenden gezeigt, die auch in einem Buch verewigt wurden, und am Ende flossen viele Tränen.

FOTO Kerstin Schneider

BEHIND THE SCENES BEIM SHOOTING
„NEW ROMANTICS“ *(ab S. 146)*

FOTO Dima Hohlov



Loewe
Im Publikum der Show saßen und tummelten sich große Stofftiere aus Samt, darunter Oktopus, Orca und Hund. Übrigens das Werk der deutschen Künstlerin und Wahl-Kölnerin Cosima von Bonin.

TIERLIEBE

Louis Vuitton
Die neue Kollektion von Nicolas Ghesquière wurde zum Canvas für die naiven Gemälde des ukrainischen Künstlers Nazar Strelyaev-Nazarko, der klassische Malerei humorvoll von der Nostalgie befreit.

Dior
Die Präsentation der Kollektion fand spektakulär im Jardin des Tuileries statt, rund um das mit Seerosen befüllte Bassin Octagonal. Im Showroom direkt angesprungen: Die entzückende Froschtasche.

CHARIVARI AM HALS

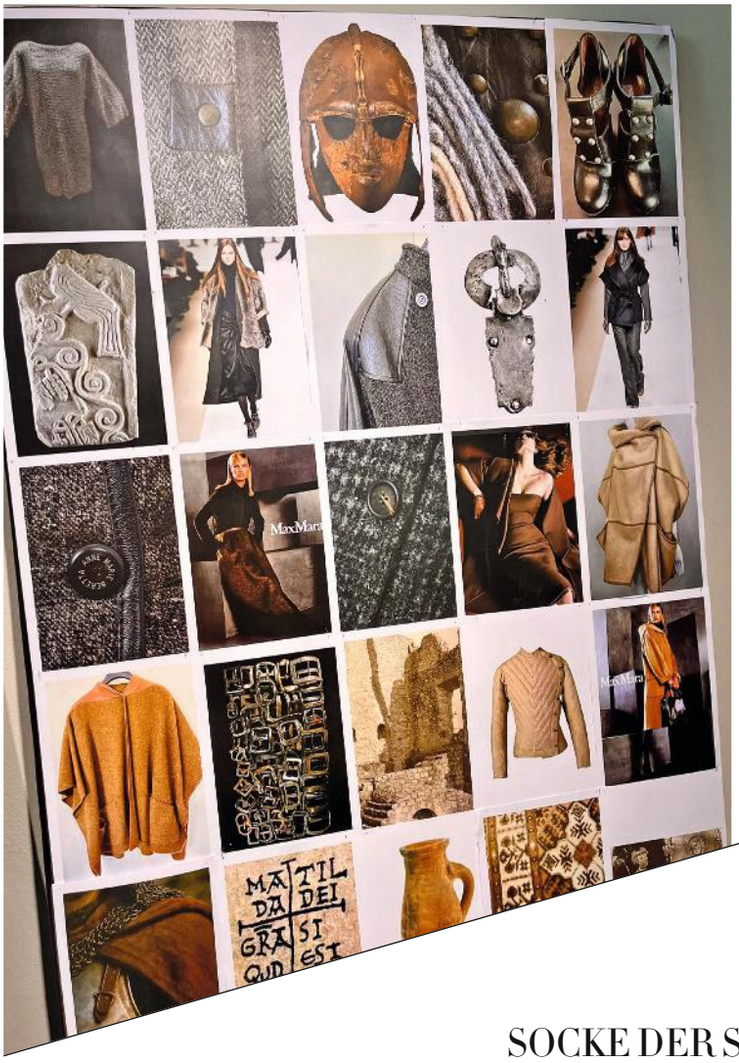
Collectors' Items: Opulente Halsketten fallen mit einem detailreichen Sammelsurium von überraschenden Charms auf, inklusive Muscheln (Celine), Küken (Chanel) und antike Büsten (Dolce & Gabbana Alta Gioielleria).

CELINE

CHANEL

DOLCE & GABBANA

FOTO Kerstin Schneider

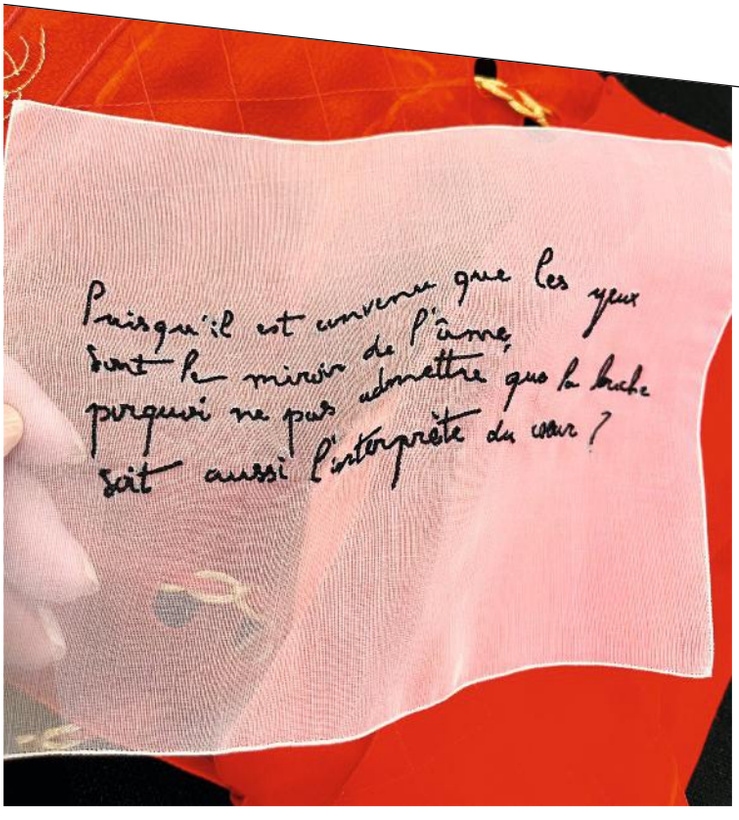


MOODBOARD

Oft ist in der Mode die Rede von einer „modernen Rüstung für die Frau“. Designer Ian Griffiths nahm das bei Max Mara wörtlich und übersetzte seine Inspiration – die mittelalterliche Adlige Mathilde von Canosse, eine geschickte Strategin – in eine Kollektion von eleganter Authorität.

SOCKE DER SAISON

Pradas Strümpfe mit Blütenstickerei. Auch ideal zum Dirndl. Und zwar – wichtig! – lässig verrutscht getragen.



Liebesbotschaft

Eine wichtige Notiz von Chanel Haute Couture: Matthieu Blazy liebt es, im Innenleben seiner Designs *secret messages* zu verpacken. Die Botschaft hier: Da die Augen der Spiegel der Seele sind, warum sollte dann nicht auch der Mund das Sprachrohr des Herzens sein?

SHOPPING

PEPLUM-JACKEN

CHRISTIAN DIOR

DAS SCHÖSSCHEN IST ZURÜCK. NICHT NOSTALGISCH, SONDERN KLAR UND KOMBINATIONSSTARK. OB AUS WOLLE, SHEARLING, DENIM ODER GLATTLEDER VERLEIHT DIE LEGENDÄRE NEW-LOOK-SILHOUETTE JETZT JEDEM LOOK KONTUR

1

2

3

4

5

6

1 — **ERDEM** Jacke aus Schurwolle, mit drapiertem Schößchen und Blumenapplikation, um 2500 €

2 — **PROENZA SCHOULER** Peplum-Jacke aus Viskose, mit Halbkugelknöpfen, um 1590 €

3 — **GANNI** Jeansjacke aus Baumwolle, mit Neppeffekt und Schößchen, um 400 € über lodenfrey.com

4 — **ALAÏA** Hochgeschlossene Peplum-Jacke aus Shearling, mit goldfarbenem Reißverschluss, um 5900 €

5 — **BALENCIAGA** Doppelreihige Lederjacke mit Revers und gefaltetem Schößchen, um 5900 €

6 — **AMI PARIS** Peplum-Jacke aus Woll-Gabardine, mit Kragen, um 1090 €

FOTO launchmetriccs.com/spotlight

FOTO Brandl & Utzt; **EDITOR** Rebecca Glavurtic; **ASSISTENZ** Linh Phan

HALTUNGSNOTE „Nichts kleidet besser als Selbstbewusstsein", davon ist Michael Rider, Kreativdirektor von CELINE, überzeugt. Die Tasche zur Haltung hat er mit der *Shoulder New Turnlock* gleich dazu entworfen. Aus Leder, um 2200 €

SPOT ON

LEATHER SCARVES

CELINE

LOEWE

AUF DEN LAUFSTEGEN DER FASHION SHOWS WURDE DER LEDERSCHAL ZUM ARCHITEKTONISCHEN GESTALTUNGSELEMENT: MAL KUNSTVOLL ÜBER EINE GESICHTSHÄLFTE DRAPIERT *(Celine),* ALS VOLUMINÖSES EXTRA ZU XL-MÄNTELN *(Loewe)* ODER SCHLICHT GEKNOTET UND IN COOLEM KONTRAST ZUM DOPPELREIHIGEN BLAZER *(Givenchy).*

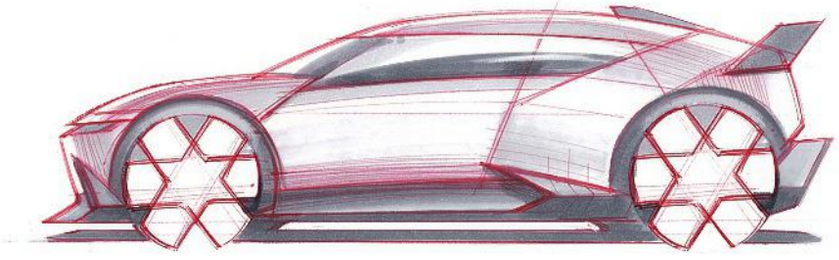
TOTEME

GIVENCHY

FOTO Courtesy of CELINE; Courtesy of LOEWE; Courtesy of TOTEME; Salvatore Dragone

VON MENSCHEN UND MASCHINEN

Stahl ist Kunst und kann sprechen: Wie Hyundai mit seinem *The Art of Steel*-Konzept und dem *Ioniq 3* die Mobilität in neue Bahnen lenken will



Text **JESKO PRIESS**

Papier ist geduldig, heißt es ja gern. Womit in der Regel die Grenzen der Theorie beschrieben werden. Ein perfekter Plan ist schnell notiert, doch seine Bewährungsprobe erfährt er erst in der Realität. Im Design jedoch hat Papier geradezu eine transzendentale Bedeutung. Denn es erlaubt, nicht nur Gedanken sichtbar zu machen, sondern auch Formen zu verschieben. Für Hyundai begann die Entwicklung des *Ioniq 3* deshalb nicht mit Stahl, sondern mit einem unbeschriebenen Blatt. Papierskulpturen als Ideenlieferanten für mehr Fluss, Spannung und Volumen. „Es ging darum, wie man ein Material so organisch wie möglich verwenden kann, um die Erkenntnisse dann auf den Stahl zu übertragen", erklärt Simon Loasby, Senior Vice President und Head of Hyundai Design Center.

Was zunächst wie eine klassische Entwurfsübung klingt, markiert in Wahrheit den Ausgangspunkt einer grundsätzlichen Auseinandersetzung mit dem Material selbst. Loasby hat auch eine Formel dafür: „Art of Steel". Die Kunst, Volumen zu erzeugen, indem man Stahl in vollendeter Weise biegt, formt und bewegt.

Dazu muss man wissen, dass Hyundai zu den wenigen Automobilherstellern zählt, die noch ihren eigenen Stahl produzieren. Und möglichwerweise ist bereits das in Zeiten wie diesen eine Kunst. „Wenn man sich die großen Spulen aus Automobilstahl in der Fabrik ansieht, fällt auf, wie allein die Schwerkraft das Material ohne zusätzlichen Druck biegt und faltet", sagt Nicola Danza, der bei Hyundai Motor Europe das Exterior Design verantwortet. Eine Beobachtung mit gestalterischen Konsequenzen für den neuen *Ioniq 3* mit seinen drei markanten, sich überschneidenden Linien entlang der Kotflügel, Türen und C-Säule. Sie strukturieren die großen Flächen des vollelektrischen Kompaktwagens, dessen Dynamik weniger aus dekorativen Details als aus der Spannung des Materials selbst entsteht. Dabei ist die hier erstmals eingeführte und speziell für den europäischen Markt entworfene *Aero-Hatch*-Karosserieform sowohl auf aerodynamische Effizienz als auch auf einen großzügigen Innenraum ausgelegt. Aus der niedrigen, schnittigen Front entwickelt sich eine markante Dachlinie, die den Innenraum überspannt, zum Heck hin sanft abfällt und in einen Ducktail-Spoiler ausläuft. Diese Form soll die Geräumigkeit maximieren und den Passagieren im Fond noch mehr Kopffreiheit verschaffen. Den Innenraum selbst will das Designteam um Loasby als von Licht, Textur und Proportionen geprägten Rückzugsort verstanden wissen, als „Furnished Space". Inspiriert vom italienischen Möbeldesign der 1970er Jahre wollte man bei Hyundai ein Ambiente kreieren, das eher an eine Lounge als an ein Cockpit erinnert. Human Centric Design eben, das Komfort, Emotionen und persönliche Rituale statt mechanischer Ausdrucksformen priorisiert. Dabei wurde das Material selbst zum Gestaltungselement. Aluminium erhielt eine schaumstoffartige Oberfläche, Wolle kommt als nachhaltiger und recycelbarer Bezug zum Einsatz, und ein Leder mit Metallic-Finish spannt sich in einer einzigen fließenden Linie über die Sitze. Etwas, was Loasby nicht ohne Stolz „Curve of Upholstery" nennt. Dass Hyundai, dessen Erbe bis ins Jahr 1974 mit dem von Giorgetto Giugiaro entworfenen Pony Coupé zurückreicht seinen Entwurfsprozess im Rahmen der diesjährigen Milan Design Week mit der immersive Installation *Unfold Stories* in der Torneria Tortona öffentlich machte, war so gesehen nur folgerichtig.

Vielleicht liegt genau darin der eigentliche Gedanke hinter *Art of Steel*. Die Form entsteht nicht gegen das Material, sondern aus ihm heraus. Das gilt für die Karosserie ebenso wie für den Innenraum. Aus der Beobachtung, wie sich Papier falten lässt und wie Stahl auf Bewegung reagiert, entwickelt sich am Ende ein Raum, der den Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Oben Kurven und italienische Designreferenzen aus den 1970ern: Innenansicht des *Concept THREE* von Hyundai, dessen Interieur als Vorlage für den neuen *Ioniq 3* Pate stand. **Unten** Die „Aero Hatch" Karosserieform sorgt für aerodynamische Effizienz: eine frühe Skizze des *Ioniq 3*

FOTO Courtesy of Hyundai

www.elle.de

WIR FEIERN DIE NEUE MODE …

… mit den schönsten Looks vom Runway. Mit schnellen Backstage-Beauty-Hacks von den Profis. Und smarten Kombipartnern zu den Keypieces der Saison. Ein ganzes Heft voller Trends – für einen atemberaubend schönen Herbst.

Ab jetzt im Handel.

Hier direkt bestellen.

DER WAHRE STIL. ELLE

*Begrenzte Stückzahl. Nur solange der Vorrat reicht.

Harper's BAZAAR

ZEITGEIST

MAURIZIO CATTELAN IM INTERVIEW

ab Seite 98

NICHT FESTGENAGELT „Die Welt ist voller Menschen, die anderen erklären, was sie denken sollen. Kunst kann ein Ort sein, an dem unterschiedliche Bedeutungen gleichzeitig lebendig bleiben", sagt Maurizio Cattelan. *First* (2025) ist eines seiner Werke, die die Neue Nationalgalerie zeigt.

FOTO Maurizio Cattelan, First, Detail, 2025 ©Maurizio Cattelan

DER ITALIENISCHE KÜNSTLER *Maurizio Cattelan* WÜRDE SICH KAUM ALS IKONE BEZEICHNEN. DENNOCH IST SEIN WERK IN DER GEGENWARTSKUNST EINZIGARTIG. EIN GESPRÄCH ÜBER LOB, PROVOKATION UND DIE GROSSZÜGIGKEIT VON HUMOR

„LACHEN SENKT DIE ABWEHR“

Freidenker Es spricht für Cattelans hintergründigen Witz, dass er eine ausgestopfte Taube aus *People* (2026) so hält, als könne sie noch fliegen. Oben: *Untitled* (2003). Ausstellung *Night: Preis der Nationalgalerie,* 10. September 2026 bis 7. März 2027, smb.museum

Interview
MARLENE SØRENSEN

In einem Ankündigungsvideo für seine Ausstellung in der Neuen Nationalgalerie steht Maurizio Cattelan auf dem Dach des Museums und spritzt mit einem Gartenschlauch, als würde er vom Gebäude pinkeln. Ein Gag, über den der 65-Jährige sichtlich erfreut ist. Cattelan begleitet der Ruf des Provokateurs seit Beginn seiner Karriere. Werke wie *America,* eine Toilette aus Massivgold, oder auch *Comedian,* die mit Tape an eine Wand geklebte Banane, haben ihn obendrein zu einem der kommerziell erfolgreichsten Künstler der Gegenwart gemacht. In Berlin erhält er mit dem Preis der Nationalgalerie 2026 die Gelegenheit, erstmals eine große Schau in Deutschland zu zeigen. Auszeichnungen sind ihm dabei eher suspekt. Das direkte Gespräch auch. Cattelan beantwortet Fragen am liebsten schriftlich. So könne er besser über seine Antworten nachdenken.

IHRE AUSSTELLUNG HEISST *NIGHT.* WIE KAMEN SIE AUF DEN TITEL?

In der Nacht beginnt die Gewissheit, ihre Form zu verlieren. Tagsüber scheint alles eine Funktion, einen Platz und einen Namen zu haben. Nachts sind diese Kategorien weniger verlässlich. Die Dinge werden nicht unbedingt dunkler – sie werden offener. Mir gefiel die Idee einer Ausstellung, die dazu auffordert, einen Moment innezuhalten, bevor man entscheidet, was man gerade betrachtet. Bei *Night* geht es nicht um Dunkelheit. Es geht um den Moment, in dem die Gewissheit einschläft und die Fantasie erwacht.

WIE HAT DAS GEBÄUDE VON MIES VAN DER ROHE DIE INSZENIERUNG DER WERKE BEEINFLUSST?

Mies hat ein Gebäude entworfen, das nicht mit den Kunstwerken konkurriert. Es setzt sie der Betrachtung aus. Es gibt fast keine Möglichkeit, sich zu verstecken – weder für die Besucher*innen noch für die Künstler*innen. Diese Art von Klarheit ist einschüchternd, weil sie jedes Werk dazu zwingt, seine Anwesenheit zu rechtfertigen. Ich wollte nicht einfach den Raum füllen. Jedes Werk sollte

FOTO ©Maurizio Cattelan, Untitled 2003/Foto ©Michael Bodycomb, Maurizio Cattelan, Neue Nationalgalerie/Foto ©Ivan Erofeev

Auf den zweiten Blick „Die Realität ist bereits seltsamer als jede Fiktion. Meist muss sie nicht neu erfunden, sondern eben nur verschoben werden. Mich faszinieren sehr kleine Veränderungen, weil sie dazu zwingen, das Werk gedanklich zu vollenden", sagt der Künstler. In der Neuen Nationalgalerie werden *Him* (2001, oben), *Novecento* (1997, rechts oben) und *La rivoluzione siamo noi* (2000, rechts unten) zum Nachdenken anregen.

so wirken, als hätte es das Gebäude entdeckt, anstatt es lediglich in Besitz zu nehmen. Die Architektur sagt einem nicht, was man denken soll. Sie lehrt einen, wie man schaut. Die Neue Nationalgalerie ist nicht nur ein Meisterwerk der Architektur; sie ist auch ein Ort, an dem unterschiedliche Vorstellungen von Moderne, Geschichte und Deutschland weiterhin aufeinanderprallen. Damit geht man nicht um, indem man versucht, den Raum zu beherrschen. Man hört zunächst zu. Dann entscheidet man, welche Gespräche es wert sind, fortgeführt zu werden – und welche Momente des Schweigens unangetastet bleiben sollten.

ALS DIE AUSSTELLUNG ANGEKÜNDIGT WURDE, FRAGTE ICH MICH, OB SIE *HIM* ZEIGEN WÜRDEN. DIE SKULPTUR WIRKT VON HINTEN WIE EIN KNIENDES KIND. VON VORNE OFFENBART SICH, DASS SIE DAS GESICHT VON ADOLF HITLER TRÄGT.

Berlin braucht keine Kunstwerke, die seine Geschichte erklären. Die Geschichte ist bereits überall. Mich interessierte, wie sich bestimmte Werke allein dadurch verändern, dass sie hier betrachtet werden. Bei *Him* ging es schon immer um das Erkennen vor dem Urteilen. In Berlin wird diese Abfolge beinahe unerträglich.

WIE BEEINFLUSST BERLINS GEGENWART WIEDERUM *PURGATORY*? DAS IST EIN NEUES WERK, EIN MODELL DES BRANDENBURGER TORS, DAS SIE INS MUSEUM BAUEN.

Purgatory funktioniert anders als *Him*. Das Werk spricht eher von einem Schwebezustand als von Schuld. Der Titel *(„purgatory" bedeutet Fegefeuer, Anm. d. R.)* bringt Vorstellungen des Wartens, des Zweifels und der Transformation mit sich – und in Deutschland schwingen in diesen Begriffen unweigerlich historische Bedeutungen mit, ohne dass das Werk Geschichte je illustrieren müsste.

BEI IHNEN LIEGEN HUMOR UND UNBEHAGEN OFT NAH BEIEINANDER. WARUM EIGNET SICH HUMOR DAZU, DEN BETRACHTER*INNEN DIE TÜR ZU ANDEREN GEFÜHLEN ZU ÖFFNEN?

Weil Lachen die Abwehr senkt. Wenn Menschen lachen, hören sie für einen Augenblick auf, sich zu schützen. Oft ist das der einzige Moment, in dem sich etwas Unangenehmes unbemerkt einschleichen kann. Kunstwerken, die sofort verlangen, ernst genommen zu werden, begegne ich mit Misstrauen. Humor ist großzügig. Er lädt einen ein, bevor er einen bittet zu bleiben.

IHRE ARBEIT VERMEIDET EINE EINDEUTIGE MORALISCHE POSITION. IST AMBIVALENZ AUCH EINE FORM VON VERANTWORTUNG?

Ich glaube jedenfalls nicht, dass Mehrdeutigkeit bedeutet, sich der Verantwortung zu entziehen. Manchmal ist genau das Gegenteil der Fall. Die Welt ist bereits voller Menschen, die anderen erklären, was sie denken sollen. Kunst kann etwas Selteneres bieten: einen Ort, an dem unterschiedliche Bedeutungen gleichzeitig lebendig bleiben. Mir geht es nicht darum, Menschen zu verwirren. Mir geht es darum, ihre Intelligenz zu respektieren.

ANDERS FORMULIERT: SIE STELLEN LIEBER FRAGEN, ALS ANTWORTEN ZU GEBEN. WELCHE FRAGEN BESCHÄFTIGEN SIE DERZEIT?

In letzter Zeit denke ich über Dinge nach, die gewöhnlich erscheinen: Wie wird Gewalt unsichtbar? Warum gehorchen Menschen Vorstellungen, die längst keinen Sinn mehr ergeben? Wie viel von dem, was wir Identität nennen, ist bloße Wiederholung? Das sind keine Fragen, die ich zu lösen erwarte. Es sind Fragen, die ich lebendig halten möchte. Je älter ich werde, desto weniger interessiert mich das Finden von Antworten. Antworten sind kurzlebig. Gute Fragen überdauern sie meist bei Weitem.

PROVOKATEUR – SO WERDEN SIE SEIT ANFANG IHRER KARRIERE GERNE GENANNT. HALTEN SIE PROVOKATION HEUTE NOCH FÜR EINE PRODUKTIVE STRATEGIE?

Früher kam Provokation unerwartet. Heute sind wir jede Minute des Tages von Empörung umgeben. Sie ist zu einer weiteren Form der Unterhaltung geworden. Ich will Menschen nicht provozieren, sondern Gewissheiten ins Wanken bringen. Das ist leiser, langsamer und, wie ich glaube, sehr viel schwerer zu vergessen.

DAZU PASST, WIE SIE SICH IN DER AUSSTELLUNGSANKÜNDIGUNG BESCHREIBEN: „ICH STELLE MIR GERNE VOR, DASS ICH WIE DER STEIN IM SCHUH BIN." WARUM GEFÄLLT IHNEN DIESE ROLLE?

Weil ein Stein die Reise nicht beendet. Er verändert die Art, wie man geht. Jemanden für ein paar Sekunden zu schockieren, interessiert mich nicht. Viel spannender finde ich es, ein leichtes Unbehagen zu hinterlassen, das einen bis nach Hause begleitet. Wenn ein Werk Tage später immer wieder zu einem zurückkehrt und leise die eigenen Gedanken unterbricht, dann hat es vielleicht seine Aufgabe erfüllt.

LAUT SELBSTBESCHREIBUNG LEIDEN SIE AN EINER „PHOBIE VOR AUSZEICHNUNGEN". WAS BEDEUTET IHNEN EINE EHRUNG WIE DER PREIS DER NATIONALGALERIE?

Auszeichnungen waren mir schon immer ein wenig suspekt, weil sie den Eindruck erwecken können, etwas sei abgeschlossen. So habe ich Kunst nie verstanden. Das Besondere an dieser Anerkennung ist nicht der Preis selbst, sondern die Möglichkeit, eine Ausstellung in der Neuen Nationalgalerie zu realisieren. Das ist ein Privileg. Eine jener seltenen Gelegenheiten, bei denen das Gebäude Teil des Werkes wird. Ich bin dankbar für diese Möglichkeit.

SO EIN PREIS FÜHLT SICH DEMNACH EHER WIE EINE VERPFLICHTUNG GEGENÜBER DEM AN, WAS NOCH KOMMT, ALS EIN ABSCHLUSS?

FOTO ©Maurizio Cattelan, Him 2001/Foto ©Attilio Maranzano

FOTO ©Maurizio Cattelan, La Rivoluzione siamo noi 2000/Foto Attilio Maranzano, Maurizio Cattelan, Novecento 1997 Castello di Rivoli Torino/Foto ©Paolo Pellion di Persano

Ganz eindeutig. Jede Ausstellung beginnt mit der Frage, ob man noch etwas zu sagen hat, das es wert ist, gesagt zu werden. Auszeichnungen beantworten diese Frage nicht. Wenn überhaupt, verleihen sie ihr noch größere Dringlichkeit.

DIE KUNSTWELT LEBT VON RITUALEN WIE PREISVERLEIHUNGEN. SIE HABEN DIESE RITUALE IMMER WIEDER UNTERLAUFEN UND ZUGLEICH ERFOLGREICH INNERHALB DES SYSTEMS GEARBEITET. WO SEHEN SIE IHREN PLATZ IN DER KUNSTWELT?

Jedes System lernt irgendwann, Kritik zu absorbieren. Das gilt für Politik, Mode und Kunst gleichermaßen. Ich habe nie geglaubt, dass man automatisch unabhängiger ist, nur weil man außerhalb steht. Manchmal steht man einfach nur draußen. Ich bleibe lieber nah genug, um zu verstehen, wie die Maschinerie funktioniert – und entferne gelegentlich eine kleine Schraube.

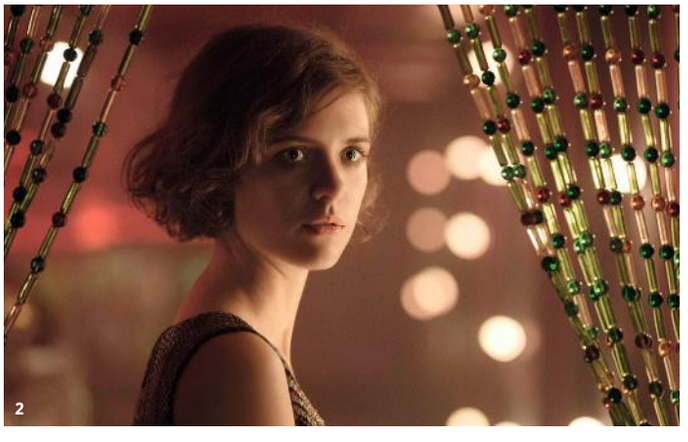
SIE HABEN GESAGT, ES SEI NICHT WICHTIG, WIE IHR WERK HEUTE BETRACHTET WIRD. ENTSCHEIDEND IST, WIE ES IN ZUKUNFT BEURTEILT WIRD. WIE WÜRDEN SIE SICH DIESES URTEIL WÜNSCHEN?

Ich weiß nicht, ob mein Werk dann überhaupt noch existieren wird, und das liegt auch nicht in meiner Hand. Aber falls ein Teil davon überdauert, hoffe ich, dass er nicht einfach nur als zeitgenössische Kunst betrachtet wird. Lieber wäre mir, er würde als ein kleiner Spiegel menschlichen Verhaltens erlebt. Wenn jemand darin etwas über sich selbst erkennt – und nicht über mich –, dann ist das Werk noch lebendig.

„SIE HAT

1

MICH NIE


2

3

ENTTÄUSCHT“

4

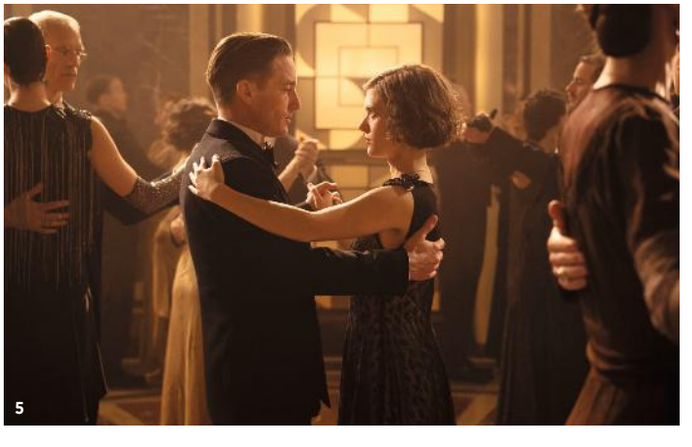

5

FOTO Frédéric Batier für X Filme/ARD Degeto Film (4), Christine Schroeder für X Filme/ARD Degeto Film (1)

Liv Lisa Fries HAT EINE DER STÄRKSTEN FERNSEHFIGUREN DES LETZTEN JAHRZEHNTS GESPIELT. ZUM ABSCHIED VON *Babylon Berlin* BLICKT SIE ZURÜCK AUF CHARLOTTE RITTER – UND AUF IHREN EIGENEN WEG

Text MARLENE SØRENSEN

Worauf muss man heute schon noch vier Jahre warten? Wahlen, Fußballweltmeisterschaften, in Berlin auf Termine beim Bürgeramt. Aber doch nicht auf eine Serie. Nicht, wenn die Streamer ständig Neues auf die „Das könnte Ihnen gefallen"-Liste pushen. Vor vier Jahren wurde die letzte Staffel von *Babylon Berlin* ausgestrahlt. Wenn ab dem 10. September die fünfte und finale Staffel in der ARD gezeigt wird, kann man aber davon ausgehen, dass das Interesse da sein wird.

Falls es zwischenzeitlich vergessen wurde: Ab Folge 1 hat *Babylon Berlin* einen neuen Maßstab dafür gesetzt, was eine deutsche Serie sein kann – teuer, erzählerisch ambitioniert, international angesehen, mit Preisen überhäuft und mit einem Cast, bei dem man lang überlegen muss, wer eigentlich nicht dabei war. Auszug aus der Besetzungsliste: Lars Eidinger, Christian Friedel, Benno Fürmann, Hannah Herzsprung, Fritzi Haberlandt, Matthias Brandt, Meret Becker, Trystan Pütter, Leonie Benesch. Und natürlich Volker Bruch und Liv Lisa Fries, die als Kommissar Gereon Rath und Assistentin Charlotte Ritter im Berlin der späten 1920er- und frühen 1930er-Jahre ermitteln. Die letzte Staffel widmet sich Hitlers Machtergreifung und den politischen Veränderungen in der Hauptstadt. Viel mehr darf man über die Handlung nicht sagen, wenn einem der eigene Job lieb ist. Außer dies: Man ist sofort froh, Charlotte Ritter wiederzusehen, eine der stärksten Fernsehfiguren des letzten Jahrzehnts und, auch das kann man wohl verraten, eine selbstbestimmte Frau bis zum Schluss.

Fries hat diese Qualität in Ritter von Anfang an gespürt. „Bei meinem ersten Vorsprechen war ich allein mit Simone Bär, der bekannten Casting-Agentin, die inzwischen leider gestorben ist", erinnert sie sich. „Rückblickend glaube ich schon, dass sie dachte: Das könnte funktionieren. Sie hat sich nämlich mit mir auseinandergesetzt. In dem Moment verstand ich das als Kritik. Inzwischen weiß ich, dass es ihre Art war, zu arbeiten. Diese Reibung war gut." Dabei ging es vor allem darum, was weiblicher Sex-Appeal ist und wie Fries ihn darstellen wollte. Die Figur war zu Beginn von *Babylon Berlin* eine Prostituierte, „aber ich wollte keine Klischees bedienen. Keine Bilder oder Ideen von Männern reproduzieren. Da waren sich Simone Bär und ich nicht mal uneinig. Sie vertrat aber auch die Meinung, dass ich eine bestimmte Sexyness zeigen muss, in dem Milieu und der Zeit, unabhängig davon, wie ich persönlich dazu stehe. Aber so arbeite ich nicht. Ich muss mit einfließen, und mir selber ein Bild machen, wie ich diese Frau zeigen möchte."

Sie wusste nach dem Vorsprechen nicht, ob es nun gut oder schlecht gelaufen war. Bär aber war offenbar überzeugt und dann auch Tom Tykwer, Henk Handloegten und Achim von Borries, Regisseure und Autoren oder auch: die kreative Dreifaltigkeit hinter *Babylon Berlin*. „Die drei haben mein Bild vom deutschen Film und damit mein Spiel geprägt. Als die Zusage kam, war das wirklich besonders." Ein Traum – und gleichzeitig ein Realitätscheck, denn für die Schauspielerin stellte sich damit die Frage: „Will ich bekannt sein? Denn es war klar, dass das groß wird. Ich habe damals die Entscheidung getroffen, dass das zu meinem Beruf gehört. Aber die Aufmerksamkeit ist etwas, womit ich immer wieder einen Umgang finden muss", sagt sie. „Man könnte ja gemeinhin denken, ach, Schauspieler*innen wollen sich immer zeigen und gesehen werden, die müssen sich permanent ausdrücken. Aber ich brauche auch den Rückzug. Das ist eine wichtige Erfahrung der letzten zehn Jahre: zu einem Gefühl zu stehen und mich zu fragen ‚Was brauch ich denn gerade?'."

Simples Beispiel: Als Treffpunkt für das Interview schlägt sie ein Café in Neukölln vor und nicht in Berlin-Mitte, wo Schauspieler*innen eher beachtet (und beobachtet) werden. Sie kommt mit dem Rad, das Gesicht der 35-Jährigen ist Make-up-frei, die Haare trägt sie im Vokuhila. Was einem auch deshalb sehr heutig vorkommt, weil Fries zuletzt oft historische Figuren gespielt hat, darunter auffallend gern reale Menschen: Sigmund Freuds Tochter Anna in *Freud,* Milena Jesenská, eine Vertraute von Kafka, in der gleichnamigen TV-Serie und Widerstandskämpferin Hilde Coppi in *In Liebe, Eure Hilde,* wofür sie 2025 mit dem Deutschen Filmpreis ausgezeichnet wurde. „Erst mal finde ich es spannend, einen Menschen zu spielen, den es wirklich gab. Da ist die Verantwortung eine andere", sagt sie. „Außerdem kennt man die weiblichen Figuren der Geschichte nicht so sehr wie die Männer. Für mich war es toll, diese Sichtbarkeit zu schaffen."

Obwohl Fries ihre Rolle in *Babylon Berlin* längst vertraut ist, machte ihr die Rückkehr zu Ritter, die von der Stenotypistin zur Kommissarin geworden ist, klar, was sie an ihr schätzt (links sieht man sie von Staffel 1 bis 5). „Das Ansehen einer Frau war in der Gesellschaft ein anderes. Es gibt Szenen, in denen sie die einzige Ermittlerin unter Polizisten ist, gendern nicht nötig. Diese männliche Überzahl zu erleben, ist befremdlich. Da merke ich, wie viel Mut es sie gekostet hat, sich zu behaupten. Und ich merke auch: Je weiter man zurückgeht und je korsettartiger es wird, desto weiter ist das von mir und meinem sozusagen BH-losen Leben entfernt", sagt sie. „Charlotte hat einen inneren Kompass. Sie weiß, was sie will und was nicht. Und dafür bewundere ich sie sehr. Ich bekomme ein wenig Gänsehaut, wenn ich das sage, aber es stimmt: Sie hat mich nie enttäuscht."

Zum Abschied hat Fries noch einen Wunsch offen: Aus dem Kostümfundus hätte sie gerne eine Hose nach Fasson der Zwanziger – als Souvenir, aber vielmehr, um sie tatsächlich zu tragen. Was sie längst angezogen hat, ist eine Souveränität. „Durch *Babylon Berlin* habe ich eine Sicherheit in meinem Beruf entwickelt. Ich schätze meine eigene künstlerische Expertise anders und bringe sie auch ein." Daran, das sagt sie ebenfalls, haben Tykwer, Handloegten und von Borries viel Anteil. Das Gespräch kommt nun auch auf Volker Bruch. Und wie sollte es denn nicht? Bruch und Fries sind eines der spannendsten Leinwandpaare der jüngeren Geschichte. Fries ist ebenso deutlich in ihrer Wertschätzung – „Er ist ein super Schauspieler" – wie in der Abgrenzung. Bruch hatte sich in der Pandemie mit Video-Kampagnen gegen die damalige Politik und Medienberichterstattung positioniert, eine Position, die Fries nicht teilt. „Ich denke, es spricht für seine Arbeit und für meine, dass wir *Babylon Berlin* miteinander geschafft haben. Und es sind natürlich noch mehr Charaktere als nur Charlotte und Rath in allen Staffeln. Es ist ein Ensemble von großartigen Schauspieler*innen, mit denen ich spielen durfte, die die Serie ausmachen und das Bildnis *Babylon Berlin* kreieren."

Das Interview mit *Bazaar* ist das erste, das Fries zum Ende der Show gibt. Vermutlich werden Fragen nach dem Serienpartner noch öfter kommen. In jedem Fall wird sie nicht zum letzten Mal Gelegenheit haben, sich anzuschauen, wovon sie zehn Jahre lang ein Teil war. „Ich bin sehr dankbar für diese Serie", sagte sie. „Aber ich sehe auch viele Themen in der Gegenwart, die behandelt werden dürfen und auf die ich Lust habe. Und ich würde mich gerne mit meiner Kraft mal wieder dieser Gegenwart widmen." Aktuell sind das ein Spoken-Word-Projekt, an dem sie mit ihrem Partner, dem Musiker Paul Valentin, gearbeitet hat, ebenso wie der Song *Elvau,* und dann schreibt sie noch an einem Buch. Und irgendwann wird es sicherlich neue Filme und Serien mit ihr geben. Für jetzt darf man sich ein letztes Mal auf Charlotte Ritter freuen, wie nur Liv Lisa Fries sie spielen konnte.

ES WERDE LICHT

Die britische Künstlerin *Es Devlin* bietet mit ihrer Arbeit anderen eine Bühne. Diesen Herbst gilt ihr selbst die Aufmerksamkeit, mit einer fulminanten Retrospektive und der Kuration der Homo Faber Biennale

Text
MARLENE SØRENSEN

Im Fokus Die Künstlerin mit ihrem Archiv, das Teil der Ausstellung *Es Devlin: Other Worlds* im Design Museum London ist (2. Oktober 2026 bis 4. April 2027, designmuseum.org). Rechts: Ein Objekt des Künstlers Oliver Chalk, das sie als Artistic Director für *Homo Faber: Island of Light* ausgewählt hat. 1. bis 30. September, homofaber.com

„Es Devlin ist ein Wendepunkt für alle, die mit ihr zu tun haben." „Sie nimmt unsere unausgereiften Wünsche und vollendet sie." „Sie ist wie die Superstringtheorie, mindestens elfdimensional." All das wäre ohnehin schmeichelhaft über sich zu hören, doch hier sprechen zudem drei Menschen über Es Devlin, die es ihrerseits gewohnt sind, für ihre künstlerischen Fähigkeiten bewundert zu werden, nämlich: Pharrell Williams, Bono und Hans Ulrich Obrist.

Die britische Designerin hat sich in den letzten 30 Jahren darauf spezialisiert, große Persönlichkeiten noch ein wenig monumentaler dastehen zu lassen. Sie hat Showbühnen für U2, Beyoncé, Adele, The Weeknd, Lorde und auch sonst alle stadionfüllenden Live Acts entworfen, die einem so einfielen. An sie wendet man sich, wenn man eine besondere Theaterinszenierung plant (Sam Mendes) oder eine erinnerungswürdige Modenschau (Nicolas Ghèsquire). Wenn die Eröffnungszeremonie der Olympischen Spiele ansteht (Rio de Janeiro 2016). Oder die Abschlusszeremonie (London 2012). Und auch Installationen für Museen wie Tate Modern und die Serpentine Galleries gehören zu ihrem Repertoire.

Sie selber tritt bei ihrer Arbeit in der Regel nicht in Erscheinung. Diesen Herbst aber steht Es Devlin gleich zweimal auf der Bühne, mit einer angemessen umfangreichen Werkschau im Design Museum London, ihrer ersten Retrospektive in Europa, und als künstlerische Leiterin der *arts & crafts* Messe Homo Faber in Venedig. Bei beiden Auftritten kann man ihrem Geheimnis näherkommen. *„Intimacy on a grand scale."* – „Intimität in großem Stil." Das ist ihre eigene Beschreibung dafür. Ihr gehe es darum, menschliche Verbindungen zu schaffen. Das klingt erst mal konträr zu ihrer Inszenierung von Ikonen der Popkultur vor Zigtausenden. Doch gerade diese Ikonen wollen keine Distanz zum Publikum, sie wollen Nähe. Devlin erreicht sie zum Beispiel mit ihrem Gespür für Licht und den Einsatz von Spiegelungen. Und mit Humor. Mit Händen, die ein Kartenspiel in den Bodensee werfen, ihre Interpretation einer Opernbühne für *Carmen*. Mit einer Zunge, auf der Miley Cyrus bei der *Bangerz*-Tour auf die Bühne rutschte. Mit Kakteen, die sich bei einer Dior-Show zu Rosen wandeln.

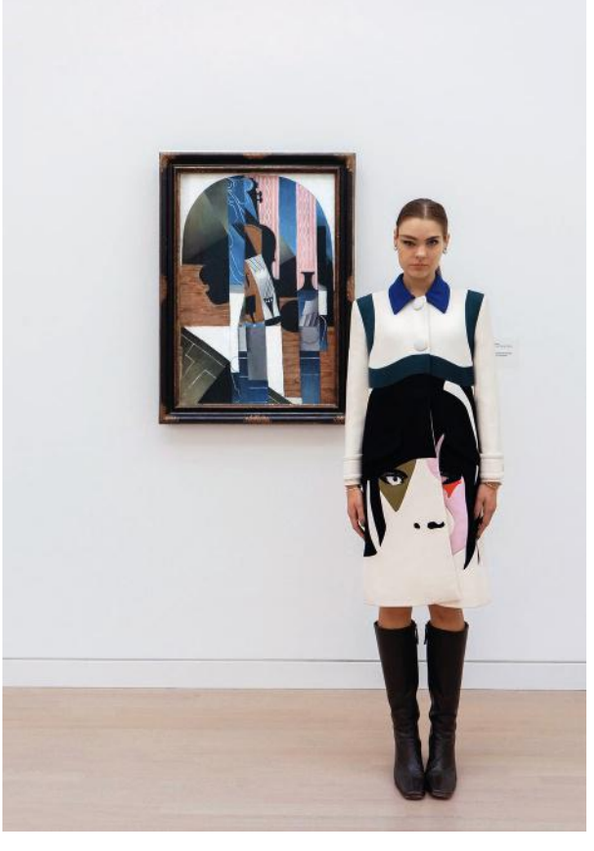
Die Skizzen, aus denen Devlins Ideen zu einem realen Erleben von Zusammenkunft wachsen – von einer Bücherei, einer *„temporary society of books",* am Strand von Miami bis zu dem Projekt *Congregation,* für das sie 50 Fremde zeichnete – sind ein wichtiger Teil der Ausstellung im Design Museum. Wie sie tickt, das lässt sich auch bei *An Island of Light* erleben. Für die vierte Edition der Homo Faber beleuchtet Devlin die „grundlegende Beziehung zwischen Licht, Materialien und der menschlichen Hand" in 15 immersiven Installationen, bei denen man Hunderte handgemachte Objekte aus aller Welt kennenlernen kann. Typisch, dass die Künstlerin mit dieser Arbeit wieder einmal das Werk von anderen ins Rampenlicht rückt. „Die Hauptakteure sind die Künstler*innen selbst."

Showtime Devlin, die an der Bristol University und dem Central Saint Martins College studierte, hatte ihre Anfänge in der Londoner Theaterszene. Ihre Bühnen für *Carmen* bei den Bregenzer Festspielen (oben) und für *Salome* am Royal Opera House (unten). Für *Come Home Again* (unten links) baute sie den Dom der St Paul's Cathedral nach und befüllte ihn mit Flora und Fauna, eine poetische Interpretation der Bedeutung von Artenvielfalt.

FOTO Daniel Devlin/@susakpress, Model of Come Home Again by Es Devlin, featuring in Es Devlin: Other Worlds at the Design Museum/Foto Richard Round-Turner ©the Design Museum, Oliver Chalk Artisan/All Rights Reserved, Courtesy of the artist Es Devlin

JEDEN MONAT PORTRÄTIEREN WIR HIER EINE FRAU, DIE IN DER KUNST IHRE BERUFUNG GEFUNDEN HAT. DIESE CREATORIN BRINGT MIT IHREN ONLINE-FORMATEN EIN NEUES PUBLIKUM IN DIE MUSEEN

WIE GEMALT Für ihre Instagram-Serie *Famous Paintings as Outfits* inszeniert sich @jette in einem Prada-Mantel vor *Nature morte (Violon et encrier),* 1913, von Juan Gris in der Kunstsammlung NRW K20 (unten). Im Bild rechts posiert sie vor einem ihrer eigenen Gemälde.



JETTE LÜBBEHÜSEN

Die Mitte Deutschlands, das Jahr 2012. Wie viele Teenager-Eltern haben auch die von Jette Lübbehüsen oft keine Ahnung, was ihre Tochter so alles hinter ihrer geschlossenen Kinderzimmertür anzettelt. Die Familie lebt in einem Dorf bei Hannover. Jettes Mutter würde sich wünschen, dass ihre Tochter Hobbys wie Cello, Volleyball oder Fußball nachgeht. Jette aber liebt vor allem den Kunstunterricht, „weil es das einzige Fach war, in dem wir intuitiv und individuell kreativ gearbeitet haben." Und statt am Instrument oder beim Sport findet Jette im Web etwas, das sie glücklich macht. Als Zwölfjährige beginnt sie damit, sich nach der Schule eine digitale Identität aufzubauen, indem sie Scripts schreibt, sie verfilmt, das Material schneidet und es auf einer Plattform namens YouTube hochlädt; auf ihrem eigenen Kanal, den sie I'm Jette tauft. Ihren Eltern erzählt sie nichts davon. Und auch wenn sie es getan hätte, hätten die sie möglicherweise nicht verstanden. Wir erinnern uns, die Begriffe Social Media oder Content haben sich vor 14 Jahren noch nicht durchgesetzt, TikTok ist in weiter Ferne, Instagram soeben erst gestartet. Für wen also sind diese Filme denn eigentlich, warum entstehen sie?

Jette begleitet und kommentiert darin sich selber, ihr eigenes Leben. Was uns heute alltäglich erscheint, weil es mittlerweile so viele tun. Damals aber sticht sie damit heraus. Bald schon hat sie eine Community hinter sich versammelt, die ihren Alltag, ihre kreativen Interessen, eben „ihre" Themen verfolgt und kommentiert. Das sind DIY und Interior, Design und Beauty, und vor allem und immer wieder Kunst. Mindestens zweimal die Woche lädt sie einen Beitrag hoch. Das ist neben der Schule schon eine ganze Menge. Vor allem, wenn man es gleichzeitig zu Hause geheim hält. Aber um in diesem Medium konsequent Erfolg zu haben – das hat Jette sehr früh verstanden – muss man mit einer Idee und deren Umsetzung nicht nur früh dran sein; man muss auch dranbleiben.

Es werden tatsächlich noch vier Jahre vergehen, bis Jette ihrer Familie von ihrer Nebentätigkeit erzählt. Sie ist für den Webvideopreis nominiert, damals eine wichtige Auszeichnung, mit der herausragende Videos im Web bedacht werden. Mit sechzehn, als Minderjährige, darf sie nicht allein zu der Veranstaltung, und so beichtet sie ihrer Mutter, dass sie seit Jahren Videos von sich in die Welt streamt. Die sieht darin glücklicherweise kein Problem.

Nach dem Abi zieht Jette nach Berlin, um Mediendesign zu studieren und sich mit anderen Content Creators zu verknüpfen. Seit 2014 ist sie auch auf Instagram, 2019 kommt TikTok dazu, ihr Vorname wird zum Begriff. Sie hat außerdem angefangen, Malerei-Videos auf YouTube hochzuladen. Darin testet sie Techniken, von Aquarell über Acrylic Pouring bis zu Arbeiten mit Spachtelmasse, irgendwann traut sie sich an Ölmalerei. Ein anderes Mal reist sie auf den Spuren von Vincent van Gogh nach Frankreich und erklärt dessen Malstil.

Jettes Beiträge sind immer didaktisch, aber dabei niedrigschwellig. Sie spricht und wirkt authentisch (anders erreicht man digital sowieso niemanden mehr). Im fünften, sechsten Semester – es ist 2021, das Coronavirus hat die Welt im Griff, das Studium findet zu Hause statt – stellt sie fest: Im Grunde will sie das nicht beruflich machen. Aber vieles von dem, was sie gelernt hat, kann sie für ihre eigentliche Passion gut gebrauchen. Jette beschließt, ein Risiko einzugehen, sich voll auf Kunst und ihre Social-Media-Aktivitäten zu konzentrieren. Sie macht sich selbstständig, besucht Museum um Museum, mietet sich ein Atelier im Prenzlauer Berg.

Mittlerweile hat Jette ein Management und allein bei Instagram über 320 000 Follower. Und wenn Leute von ihr wissen wollen, wie sie es geschafft hat, von ihrer Passion zu leben sagt sie: „Ich glaube, ich weiß ganz gut, wie man heute Kunst vermittelt." Sie versteht, welche Themen der Algorithmus belohnt, und entwickelt ein Format, das Kunst – online eher nischig – mit einem anderen Thema verbindet, das ihr ebenfalls am Herzen liegt und generell hohe Klickzahlen generiert: Mode. Stundenlang recherchiert sie in den digitalen Datenbanken von Museen. Parallel dazu stößt sie auf einen Rental Service für kostbare Vintage-Mode.

Unter dem Motto *Famous Paintings as Outfits* sieht man sie heute auf Instagram vor den Gemälden weltberühmter Künstler wie Matisse, Klimt oder Kandinsky posieren; in einem dazu passenden Outfit von Prada, Vivienne Westwood oder Alexander McQueen. Eine ebenso simple wie wirkungsvolle visuelle Pointe, denn es ist geradezu verblüffend, wie sehr die Outfits von eben diesen Gemälden inspiriert zu sein scheinen; ob bewusst oder unbewusst. Von der Community kommt immer wieder die Frage: Wie, das ist gar nicht mit KI generiert? Nein, natürlich nicht, denn das sei ja gerade das, was ihr an ihrem selbst erfundenen Job so großen Spaß macht; die Recherche, um auf ein geeignetes Match aus Kunst und Mode zu stoßen, und dann die Umsetzung. Früh morgens oder später am Abend, wenn die Museumstüren noch oder schon geschlossen sind, rückt sie mit ihrem Equipment an und darf sich vor den erlesensten Gemälden der Welt inszenieren. „Ich bin eine One Woman Show", sagt sie grinsend.

Die Clips, die dabei herauskommen, sind schnell, bunt und zunehmend professionell. Sie wollen nichts, außer Lust auf Kunst und Mode machen. Jette kooperiert mittlerweile mit bedeutenden Häusern wie dem Städel Museum in Frankfurt, dem Belvedere in Wien, dem Van Gogh Museum in Amsterdam oder der Fondation Beyeler in der Schweiz. Häufig hat sie die Museen kontaktiert; immer häufiger kommen sie inzwischen direkt auf sie zu. Denn abgesehen von den ganz großen Häusern gibt es viele, die mit wechselnden oder auch gleich schwindenden Besucher*innenzahlen zu kämpfen haben, und zwar gerade, was die Klientel angeht, die Jette in mittlerweile millionenfacher Klickzahl entertaint, Millennials und Gen Z.

Genau diese jungen Leute von ihren Bildschirmen weg und mehr in die Museen zu locken, davon handelt nämlich Jettes ganz großer Traum. Und wer das bei einer Influencerin widersprüchlich findet, der hat soeben ein weiteres, entscheidendes Erfolgskriterium der Gegenwart identifiziert.

Text REBECCA CASATI

FOTO Friederike Lübbehüsen, Courtesy of the artist Jette Lübbehüsen, Juan Gris, Nature morte (Violon et encrier), 1913, K20 Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf

GOAN FISCHCURRY

Der Food-Kritiker und -Historiker Pushpesh Pant ist Experte für die indische Küche. Sein Wissen und die dazugehörigen Rezepte teilt er in seinem neuen Kochbuch *Classic Indian Recipes* – eine Einladung, die kulinarische Kultur des Landes zu Hause kennenzulernen

Zutaten für 4 Personen

600 g Filets von festem Weißfisch ohne Haut, geputzt und in große Würfel geschnitten
2 EL Pflanzenöl
1 Zwiebel, in Scheiben geschnitten
1 Tomate, püriert
3 grüne Chilischoten, längs halbiert und entkernt
einige Okraschoten, Enden entfernt (optional)
Salz
gehackte Korianderblätter zum Garnieren

Für die Marinade
1 TL Zitronensaft
1 Prise gemahlener Kurkuma
1 Prise Salz

Für die Gewürzpaste
8 getrocknete rote Chilischoten
80 g geriebene frische Kokosnuss
3 TL Koriandersamen
1 Zwiebel, gehackt
je 1 TL Kreuzkümmelsamen und gemahlener Kurkuma
1½ TL gehackter Knoblauch
1 TL Tamarindenextrakt

„Dieses aromatische rote Fischcurry sorgt mit den einfachsten Zutaten für ein wunderbares Geschmackserlebnis: Kokosraspeln, rote Chilischoten, eine Prise Kurkuma und Tamarinde. Manchmal werden zusätzlich zur Tamarinde auch Tomaten verwendet, um dem Gericht eine zusätzliche Säure zu verleihen.

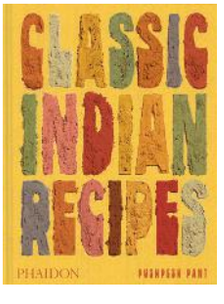
Für die Gewürzpaste die getrockneten roten Chilischoten in eine große Schüssel geben, 250 ml Wasser hinzufügen und etwa 15 Minuten einweichen lassen. Abgießen und dabei 1–2 Esslöffel des Einweichwassers beiseitestellen.

Für die Marinade den Zitronensaft mit je einer Prise Kurkuma und Salz in einer Schüssel vermischen. Den Fisch in eine große, flache Schüssel geben und mit der Marinade einreiben. Abdecken und im Kühlschrank 30 Minuten marinieren lassen.

Für die Gewürzpaste die eingeweichten roten Chilischoten, Kokosraspeln, Koriandersamen, Zwiebel, Kreuzkümmelsamen, Kurkuma, Knoblauch, Tamarindenextrakt und das beiseitegestellte Einweichwasser in einen Mixer oder eine Küchenmaschine geben und zu einer glatten Paste verarbeiten.

Das Öl in einer breiten, flachen Pfanne bei mittlerer Hitze erhitzen, die in Scheiben geschnittene Zwiebel hinzufügen und 7–8 Minuten unter Rühren anbraten. Die Gewürzpaste hinzufügen und 6–7 Minuten goldbraun anbraten; dabei bei Bedarf etwas Wasser hinzufügen, damit die Gewürzpaste nicht am Boden der Pfanne anbrennt. 500 ml Wasser hinzugießen und einige Minuten kochen lassen, bis sich das Öl von den Gewürzen zu trennen beginnt. Fügen Sie das Tomatenpüree, die grünen Chilischoten und gegebenenfalls die Okra hinzu und würzen Sie mit Salz. Lassen Sie das Ganze etwa 6 Minuten weiterkochen, geben Sie dann den Fisch hinzu und lassen Sie ihn 4–5 Minuten garen, bis er durch ist.

Mit Koriander garnieren."



CLASSIC INDIAN RECIPES
von Pushpesh Pant, mit über 150 Rezepten für beliebte Gerichte wie Roghan Josh und Entdeckungen wie Gucchi Pulau. Auf Englisch. Phaidon, 49,95 €

FOTO Haarala Hamilton

NOTES

NEUE ANSICHTEN IM ALTEN ATHEN

AUSZEICHNUNG *Lamassu of Nineveh* (2018) von Michael Rakowitz.
Oben rechts: Installationsansicht von *The Invisible Enemy Should Not Exist* (2019).

KUNST – Nach 17 Jahren Schließzeit eröffnet das renovierte Old Acropolis Museum in Athen mit einer Ausstellung, die Vergangenheit und Gegenwart verbindet: *What You Leave Behind Is Not What Is Engraved* von Michael Rakowitz, der in seinem Werk neue Auseinandersetzung mit Altertümern sucht (ab 12. September). Seine Arbeiten sind in einem von drei Bereichen des Museums zu sehen. Weitere Ausstellungsflächen sind zum einen archäologischen Fundstücken gewidmet und zum anderen modernen Technologien. So wird beispielsweise die nahe Akropolis mithilfe von KI-Applikationen zum Leben erweckt.

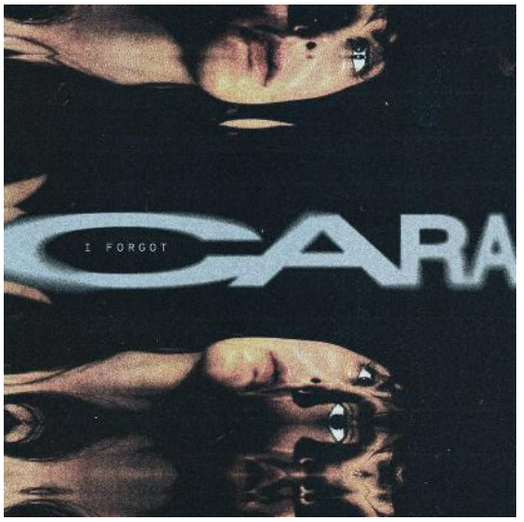
KEIN DANK FÜR DIE BLUMEN

BUCH – Sei bescheiden wie ein Stiefmütterchen, nicht stolz wie eine Rose. Wer diese wenig ersprießliche Poesiealbum-Weisheit als Mädchen verinnerlicht, hat davon als Frau nichts als Scham: zu viel zu essen, zu viel zu fordern, zu viel zu sein (ein Problem, das Männer größtenteils nicht teilen). Schluss damit, sagt Miriam Stein, die mit *Die unverschämte Frau* ein kraftvolles und kluges Plädoyer liefert, sich von unnötiger Scham zu befreien.

DIE UNVERSCHÄMTE FRAU von Miriam Stein, Goldmann, 18 €. Premiere in Berlin am 9. September, moderiert von Yasmine M'Barek.

FOTO ©Natalia Tsoukala/Courtesy of Neon, the Acropolis Museum and the artist (2)

UND JETZT SINGT SIE AUCH NOCH



MUSIK – Kurz hatte Cara Delevingne darüber nachgedacht, ihr Debütalbum unter einem anderen Namen zu veröffentlichen. Was, wenn ihre Musik niemandem gefiele? Das Sicherheitsnetz der Anonymität hat sie gar nicht nötig. Schauspielerin und Supermodel Delevingne ist auch eine talentierte Musikerin, die mit einer ambitionierten Mischung aus Trip-Hop- und Drum & Bass-Sounds zu ihrer ätherisch schönen Stimme überzeugt.

CARA DELEVINGNE Der Doppelsingle *I Forgot* und *Out of My Head* wird am 21. August das Debütalbum *Not Normal* (Warner Music) folgen, zu dem auch Delevingnes musikalische Heldin Fiona Apple beigetragen hat.

GUILTY PLEASURE

FILM – Ein Slasher-Movie, der von einem queeren sexuellen Erwachen erzählt und dabei unglaublich komisch ist. Dieser Einfall wird dank der Vorstellungskraft von Regisseur*in Jane Schoenbrun zu einem Film, der komplett originell, visuell umwerfend und mit Hannah Einbinder und der unfehlbaren Gillian Anderson perfekt besetzt ist.

TEENAGE SEX AND DEATH AT CAMP MIASMA wurde auf den diesjährigen Filmfestspielen in Cannes mit der Queer Palm ausgezeichnet. Ab 20. August im Kino.

MULTITALENT

FILM – Ein Silberner Bär für *Rose,* der Welterfolg von *Der Astronaut,* ein Dokudrama über Ingeborg Bachmann. Sandra Hüller gelingt derzeit alles. Nun überzeugt sie als Erika Mann auf der Reise mit Vater Thomas Mann durchs Nachkriegsdeutschland. Die Rede ist schon vom Oscar. Zu Recht.

VATERLAND von Pawel Pawlikowski, neben Sandra Hüller mit Hanns Zischler als Thomas Mann und August Diehl als Klaus Mann. Ab 3. September im Kino.

FOTO Agata Grzybowska, ©MUBI

It's all about STYLE

Jetzt im Handel

Direkt liefern lassen!

Entdecken Sie den ganzen InStyle Kosmos und holen Sie sich die angesagtesten Fashion-Trends, Styling-Tricks und Shopping-Tipps. **Auf allen Kanälen.**

InStyle

Harper's BAZAAR

BEAUTY

NEUE BEAUTY CODES

ab Seite 114

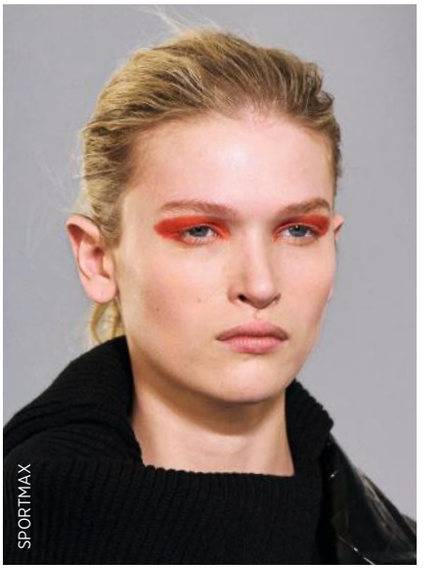
SALVATORE FERRAGAMO

FOTO Matteo Scarpellini

DIE LOOKS DER HERBST/WINTER-SAISON SPIELEN MIT *starken Kontrasten.* GLATTE SCHEITEL TREFFEN AUF FLIEGENDE WELLEN, KLARE FARBEN AUF VERWISCHTE KONTUREN UND RETRO-ACCESSOIRES AUF NEUE PROPORTIONEN

RUNWAY BEAUTY

TEXT: FRANZISKA FRANK



SUNSET POP

Ein gezielt gesetzter Akzent in knalligem Orange wird zum Energie-Boost für cleane Beauty-Looks. Bei Sportmax zieht sich die Farbe großzügig über die Lider bis an den Wimpernkranz; bei Mugler sitzt der Kontrast auf den Lippen. Entscheidend ist das Finish: Am Auge dürfen die Ränder leicht auslaufen, ein orangefarbener Mund hingegen gewinnt mit einer klaren Kontur.

1 — **DIOR** *Rouge Dior Contour*-Lipliner in *Rayonnante,* um 31 €
2 — **HERMÈS** *Rouge Hermès*-Lippenstift in *Orange Boîte,* um 75 €
3 — **LANCÔME** *Idôle Tint*-Flüssiglidschatten in *Sienna,* um 33 €

FOTO Matteo Valle, Launchmetrics Spotlight

STARDUST

Glitzer löst sich vom Party-Image und wird zum entscheidenden Styling-Detail. Während sich bei Chanel der silbrige Schimmer von den Lidern in den streng zurückgenommenen Haaren wiederholt, bekommt bei Prabal Gurung die Lippe eine starke metallische Schicht. Der Trick dabei sind die losen Pigmente. Mit transparentem Gel oder Mixing Medium vermischt, lassen sie sich genau dort auftragen, wo der Look das Licht reflektieren soll.

PRABAL GURUNG

CHANEL

1 — **INGLOT**
AMC Pure Pigment Eye Shadow in *119,* um 22 €

2 — **ISAMAYA**
Metal Lip Balm in *Burnt Coral,* um 32 €

3 — **CHANEL**
Ombre Essentielle Top Coat in *Blanc Perle,* um 42 €

MICHAEL KORS

BUTTON NOSE BLUSH

Rouge bekommt eine neue Bühne: die Nasenspitze. Statt nur Wangen und Schläfen zu betonen, sitzt ein frisches Rosé jetzt auch genau in der Gesichtsmitte, so als käme man zurück von einem langen Spaziergang. Wichtig ist die Präzision: Mit einem kleinen, weich gebundenen Pinsel nur wenig Farbe aufnehmen, eine feine Schicht aufbauen und die Ränder gut verblenden.

1 — **ARMANI**
Dolci Make-up Blush in *Rose Blush,* um 42 €

2 — **CLÉ DE PEAU**
Powder & Cream Blush Brush, um 55 €

FOTO Launchmetrics Spotlight

VOM WIND VERWEHT

Ein perfektes Blow-out? Ist in dieser Saison kein Muss. Bei Chloé etwa wirkt das Haar, als spiele der Wind mit den Wellen, das Haar ist aufgefächert, weich und voller Bewegung. Auch bei Erdem darf die Textur bewusst aus der Reihe tanzen. Ein Wave Spray gibt den Längen Grip, der Föhn bringt Bewegung. Nur mit den Fingern lockern – eine Bürste würde für zu viel Ordnung sorgen.

ERDEM

CHLOÉ

1 2

1 — **DYSON**
Supersonic r Haartrockner,
um 549 €

2 — **OUAI**
Wave Spray,
um 30 €

SALVATORE FERRAGAMO

CHRISTIAN DIOR

WECHSEL-WIRKUNG

Manchmal verschiebt ein besonders tief gezogener Scheitel die Wirkung eines Looks. Er nimmt ihm Strenge, ohne an Eleganz zu verlieren. Und: Das Haar wirkt voller, das Gesicht konturierter. Bei Ferragamo erinnert das Styling an einen 1920er-Jahre-Film, Dior setzt mit locker gelegten Ponyfransen auf Pariser Nonchalance. Fliegende Härchen am Ansatz mit einem Wax Stick bändigen.

1 2

1 — **KÉRASTASE**
Gloss Absolu Anti-Frizz Glaze Milk, um 58 €

2 — **ORIBE**
Supershine Smoothing Wax Stick, um 53 €

FOTO Matteo Scarpellini, Launchmetrics Spotlight

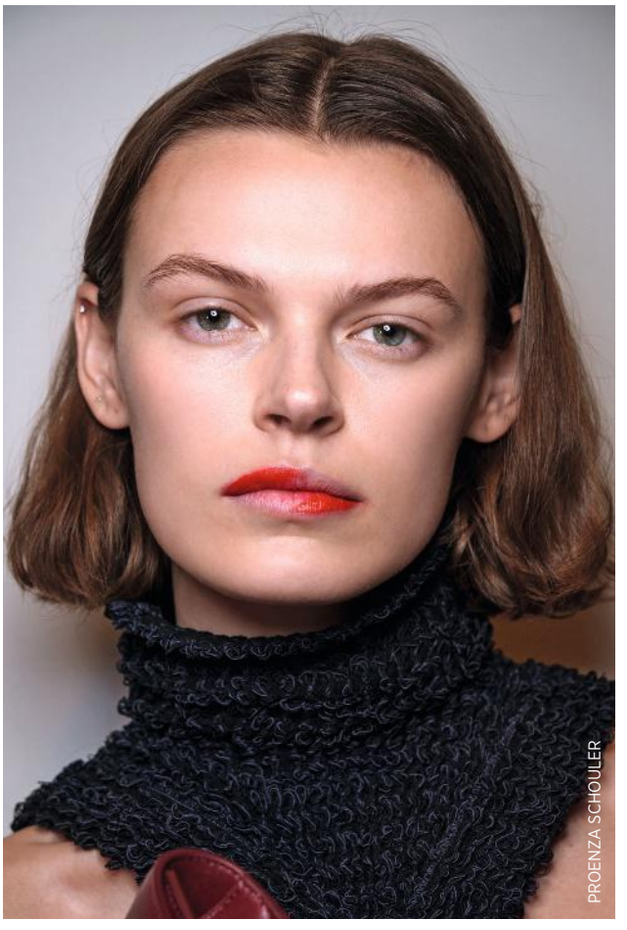
BEAUTY IN PROGRESS

Galten Mascara-Flecken bisher als Make-up-Fauxpas, sind sie laut Proenza Schouler ab sofort ein Stilmittel und werden vorsätzlich am Lidrand platziert. Auch der Lippenstift entzieht sich bewusst jedem Perfektionismus: Das Rot bedeckt nur einzelne Lippen-Partien und erinnert irgendwie an Harlekine des Bauhaus.

1 — **SENSAI** *Colours Designing Liquid Eyeliner,* um 49 €

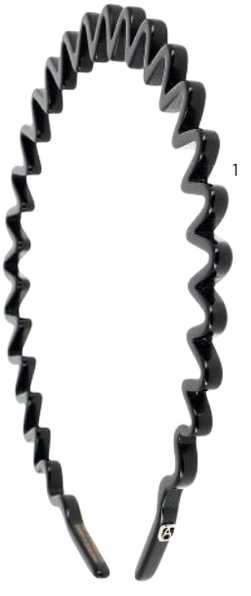
2 — **KIKO MILANO** *Standout Volume Buildable Mascara*, um 13 €

3 — **YSL** *The Slim Couture Matte Lippenstift* in *Rouge Runway,* um 45 €



COOLES COMEBACK

Ein Haar-Accessoire, das längst in Vergessenheit geraten war, bekommt bei der Show von Miu Miu seinen Runway-Moment. Der gezahnte Reif der 2000er-Jahre erlebt jetzt sein Comeback und ist erstaunlich viel cooler, als man ihn in Erinnerung hatte. Gegen das Retro-Feeling hilft leichte Unordnung. Die Haare nicht bürsten, stattdessen etwas Texturspray einarbeiten, den Haarreif platzieren und anschließend einzelne Partien mit den Fingern lösen.



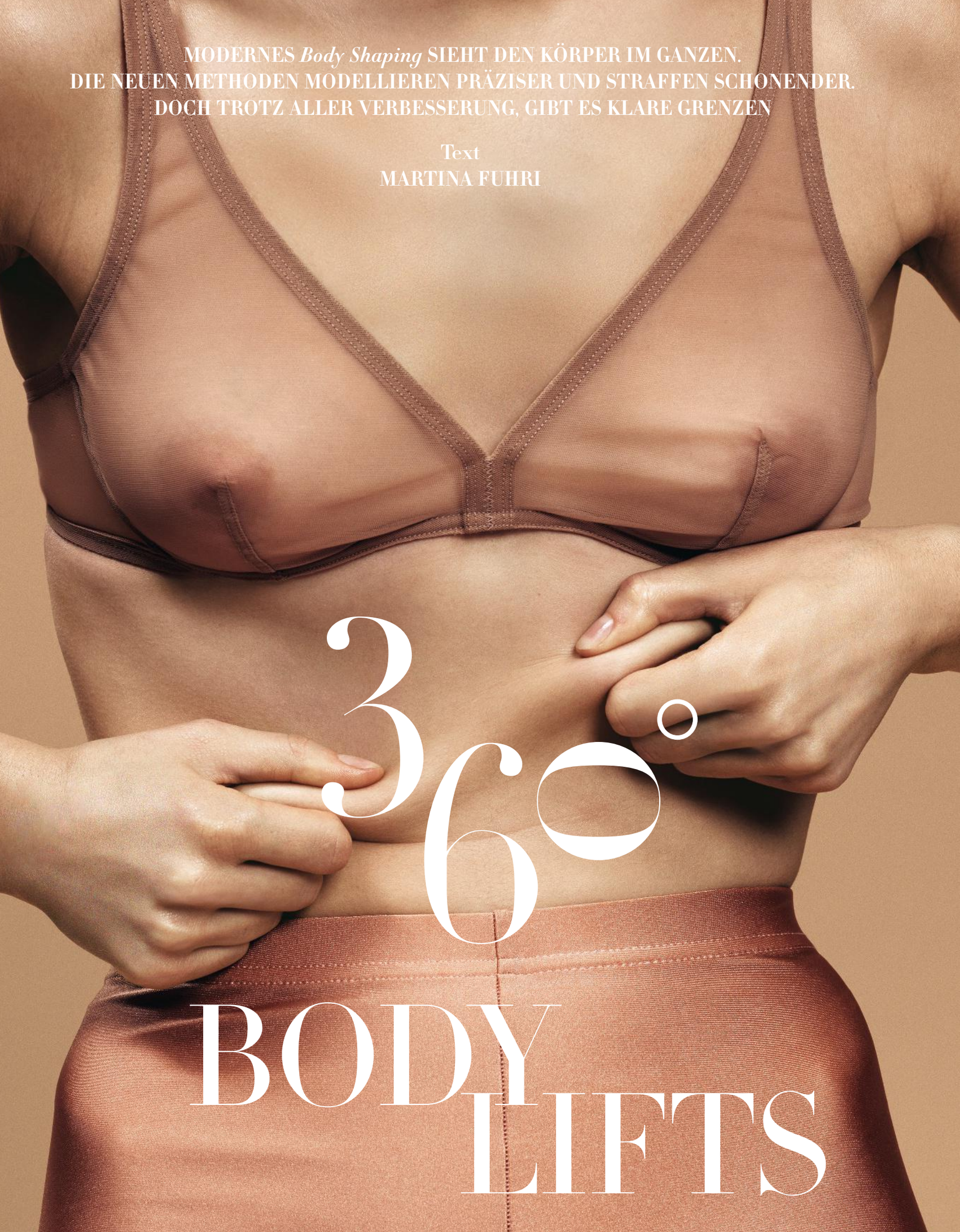
1

2

1 — **ALEXANDRE DE PARIS** Haarreif *Alésia,* um 121 €

2 — **HAIR BY SAM McKNIGHT** *Easy-up Do Texture Spray,* um 34 €

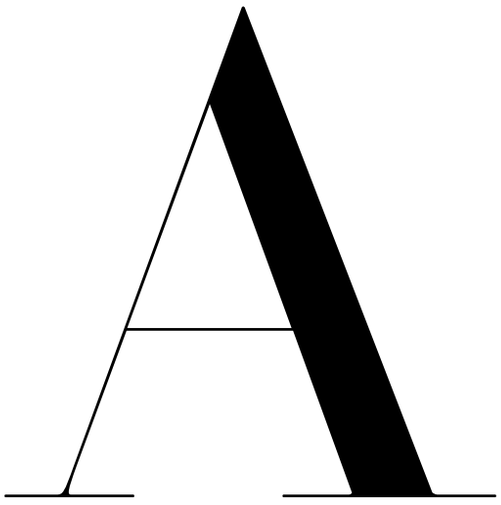
FOTO Launchmetrics Spotlight



MODERNES *Body Shaping* SIEHT DEN KÖRPER IM GANZEN. DIE NEUEN METHODEN MODELLIEREN PRÄZISER UND STRAFFEN SCHONENDER. DOCH TROTZ ALLER VERBESSERUNG, GIBT ES KLARE GRENZEN

Text
MARTINA FUHRI

360° BODY LIFTS



Abnehmen funktioniert nicht wie Vorher-Nachher-Bilder es oft suggerieren. Gleichmäßig und genau dort, wo gewünscht. Der Körper verändert sich eben sehr selten nur an einer Stelle. Nach Schwangerschaften, Gewichtsschwankungen oder einfach mit den Jahren verliert die Haut an Spannung, vertraute Proportionen verschieben sich. In manchen Partien nimmt man zu viel ab, an anderen kommt mehr hinzu, oft beides gleichzeitig. GLP-1-Medikamente wie Ozempic sorgen für große Gewichtsverluste und das in einem Tempo, auf das sich das Gewebe nicht immer einstellen kann. In seiner Klinik *ArtLipo* in Tampa, Florida, begegnen Dr. Thomas Su, US-amerikanischer Chirurg für ästhetische Medizin, inzwischen häufig Patient*innen, die zwar ihr Zielgewicht erreicht haben, aber nicht die erhoffte Silhouette. Von Begriffen wie *Ozempic Body* hält der Spezialist für Liposuktion trotzdem wenig. Entscheidend sei nicht das Medikament, sondern wie viel Volumen der Körper in welcher Zeit verliert. Je schneller, desto wahrscheinlicher sei es, dass die Haut nicht mitkommt. Neu ist das Phänomen nicht, doch die moderne Chirurgie antwortet jetzt auf die erhöhte Nachfrage mit einer neuen Art des Body Shapings, die berücksichtigt, dass Bauch, Taille, Rücken, Arme und Beine keine isolierten Problemzonen sind. Wenn sich eine Körperpartie verändert, beeinflusst das oft auch die nächsten. Der Körper, so die Idee, muss als Ganzes gelesen werden.

KÖRPERKUNST

Bevor Thomas Su sich ganz auf die Medizin konzentrierte, studierte er Zeichnung, Malerei und Bildhauerei. Proportion, Licht und Schatten, Rundungen und Übergänge sind für ihn deshalb heute Parameter, die auch für seine Arbeit im Operationssaal zentral sind. Denn Harmonie, sagt der Arzt, erkenne das Auge intuitiv, auch wenn sich das oft nicht in Worte fassen lasse, warum eine Silhouette stimmig wirkt. Sein Ansatz: Fett nicht einfach absaugen, sondern gezielt als formgebendes Material einsetzen. Bei seiner Methode, der sogenannten *Liposculpture,* wird Volumen dort reduziert, wo es Konturen verwischt, an anderen Stellen jedoch bewusst erhalten. Schließlich stützt Fett die Haut, schafft Rundungen und verbindet Körperpartien miteinander. Es geht also nicht darum, möglichst viel wegzusaugen, sondern Veränderung zu definieren, die dem gesamten Körper dient. Dafür denkt der Chirurg in 360 Grad: Arme und Beine werden nicht nur an einzelnen Fettdepots behandelt, sondern über ihren gesamten Umfang und eine Taille immer im Verhältnis zu Rücken, Hüfte und Gesäß. Denn was frontal glatt erscheint, kann seitlich unruhig wirken. Ziel ist deshalb keine möglichst schmale Einzelpartie, sondern eine Form, die aus jeder Perspektive überzeugt. Dank der *Interactive Lipo Method* lässt sich der Verlauf während des Eingriffs genau kontrollieren. Die Patient*innen bleiben unter lokaler Betäubung wach, können während des Eingriffs aufstehen, die Position wechseln oder Muskeln anspannen. So sieht der Chirurg, wie sich Konturen in Bewegung verändern und kann Stellen nachmodellieren, die am liegenden Körper kaum auffallen würden.

UNTER SPANNUNG

Der modellierende Effekt endet dabei nicht beim Fett. der Spezialist arbeitet besonders nah unter der Haut und löst sie möglichst gleichmäßig von der darunterliegenden Fettschicht. Ist das Gewebe noch elastisch genug, strafft es sich während der Heilung enger über die neu geschaffene Kontur. Genau darin sieht er einen weiteren Vorteil seiner Technik: Die Haut wird nicht reduziert, sondern soll sich über der schlankeren Form neu verteilen und zusammenziehen. Wie gut das gelingt, hängt vor allem von der Hautqualität ab, also von Alter, Genetik und Gewebestruktur und ebenso davon, wie stark und wie schnell sich das Volumen zuvor verändert hat. Gerade nach großen Gewichtsverlusten ist deshalb bei einer Absaugung große Zurückhaltung angesagt. Wird dann zu viel entfernt, verliert die Haut weiteren Halt und wirkt womöglich noch leerer. „Manchmal ist es genauso wichtig, Volumen zu bewahren, wie es zu entfernen", sagt der Arzt. Hat das Gewebe seine Rückstellfähigkeit verloren, muss überschüssige Haut bei einer klassischen Straffungsoperation entfernt werden. Das beste Resultat zeigt häufig ein Mix aus beiden Verfahren: Die *Liposculpture* formt die Proportionen, das Lifting beseitigt Haut, die sich nicht mehr anpassen kann. Vorher sollte das Gewicht jedoch mehrere Monate stabil geblieben sein. Bei einer Behandlung mit GLP-1-Präparaten muss außerdem ärztlich abgestimmt werden, ob die Medikation rund um die Operation pausiert werden sollte.

BLEIBENDE SPUREN

Hat man die passende Methode gefunden, beginnt die eigentliche Planung. Denn ein 360-Grad-Ansatz bedeutet nicht automatisch, dass möglichst viele Areale in einer einzigen Sitzung behandelt werden. Wie umfangreich ein Eingriff sein darf, hängt von der Größe der Fläche, der Gewebequalität, dem allgemeinen Gesundheitszustand und dem Ausmaß der Korrektur ab. Manchmal ist ein Vorgehen in mehreren Etappen nicht nur sicherer, sondern ermöglicht auch das präzisere Ergebnis. Ultraschallassistierte Verfahren wie *VASER* oder Radiofrequenz können bei geeigneter Haut eine moderate Straffung unterstützen. Ihre Wirkung werde im Marketing jedoch häufig überhöht, meint Thomas Su. Entscheidend bleibe, wie genau ein Chirurg Anatomie, Gewebe und Proportionen beurteilt.
Und dann sind da die Narben. Wo überschüssige Haut entfernt wird, lassen sie sich nicht komplett vermeiden. Zwar können Schnitte heute strategischer platziert werden, Wunden feiner verschlossen und Narben später mit Lasern gezielt nachbehandelt werden, aber sie bleiben. Für Thomas Su gehört deshalb zu einer ehrlichen Beratung immer auch die Frage, ob man bereit ist, diesen Tausch einzugehen: eine straffere Silhouette gegen eine dauerhafte Spur. Perfektion, sagt er, sei aber ohnehin die falsche Kategorie, am Ende sei es nicht das Ziel, jeden Makel zu tilgen, sondern, dass sich der Körper wieder wie der eigene anfühlt.

FOTO Paola Kudacki/Trunk Archive

WIE BRINGT MAN WIRKSTOFFE NOCH ZUVERLÄSSIGER UNTER DIE HAUT? DURCH MIKROSKOPISCH *kleine Kanäle,* GESTOCHEN VON MINI-NADELN. KLINGT NACH SCHMERZ, IST ABER HALB SO WILD UND PRÄZISIONSARBEIT

SPITZEN-KLASSE

1 — **PESTLE + ROAD** Reinigt und erneuert die Haut mit Spicules, grünem Tee und Wermut: *Spicule Reborn Peeling Mask,* um 36 €

2 — **ERBORIAN** Sanftes Anti-Aging-Serum mit Nano-Nadeln und Kollagen: *Ginseng Micro Shot Starter 0,1%,* um 57 €

3 — **VT COSMETICS** Beruhigt und spendet Feuchtigkeit: *Pro Cica Reedle Shot 100,* um 30 €

4 — **ROSENTAL ORGANICS** Zur Vorbereitung auf Wirkstoffe: *Microneedling Effect Treatment,* um 40 €

5 — **YEPODA** Schleust pflanzliche Polynukleotide tiefer in die Haut ein: *The Skinject Effect*, um 24 €

6 — **MARY & MAY** Winzige Spicules verbessern die Aufnahme von Retinol: *Spicule Retinol PDRN Cream*, um 13 €

Microneedling setzt mit sehr feinen Nadeln kontrollierte Mikroverletzungen, die die Haut zur Regeneration anregen und Wirkstoffe tiefer einschleusen. Effektiv, aber zeitaufwendig. Aus Südkorea kommt nun eine Variante für zuhause, inspiriert von genau diesem Prinzip: Spicules, winzige Nadeln aus dem Stützskelett des Süßwasserschwamms, feiner als eine Wimper und kürzer als ein Sandkorn. Spicules selbst pflegen nicht, sie bereiten nur den Weg. Massiert man sie ein, öffnen sich Tausende temporäre Mikrokanäle in der obersten Hautschicht. So dringt Pflege besser und tiefer ein, auch solche mit größeren Wirkstoffmolekülen wie Hyaluron, Retinol oder Kollagen, die gleichzeitig oder direkt danach aufgetragen werden. Völlig ohne Reizung geht das nicht. Höher dosierte Produkte können die Hautbarriere belasten, wenn man sie zu häufig verwendet. Besonders bei Rosazea, aktiver Akne oder sensibler Haut ist deshalb weniger mehr.

Text
MARTINA FUHRI

FOTO PR

Mal solo, mal als Top-up: *Body Sprays* machen die Duftgarderobe spielerischer. Dank ihrer leichten Texturen eignen sie sich perfekt zum Layern mit einem Parfum oder hüllen Haut und Haar in eine zarte Sillage. Je nach Formel pflegen sie sogar

1 — **PHLUR** Grüne Aromen zu softer Macadamia-Milch: *Matcha Milk Hair and Body Fragrance Mist*, um 29 €

2 — **DARLING** Blumige Gourmandnoten und pflegende Hyaluronsäure: *Scent-Me*, um 31 €

3 — **PENHALIGON'S** Luftige Variante des Klassikers: *Halfeti Body Mist*, um 70 €

4 — **MARC JACOBS** Feuchtigkeits-Spray mit Akkorden von Limonade: *Daisy Lemon Spritz*, um 29 €

5 — **CEREMONIA** Duftet tropisch: *Perfume Mist de Guava* mit Schimmer-Finish, um 46 €

6 — **CALVIN KLEIN** Warm & elegant: *CK Hair & Body Perfume Mist Cotton Musk*, um 38 €

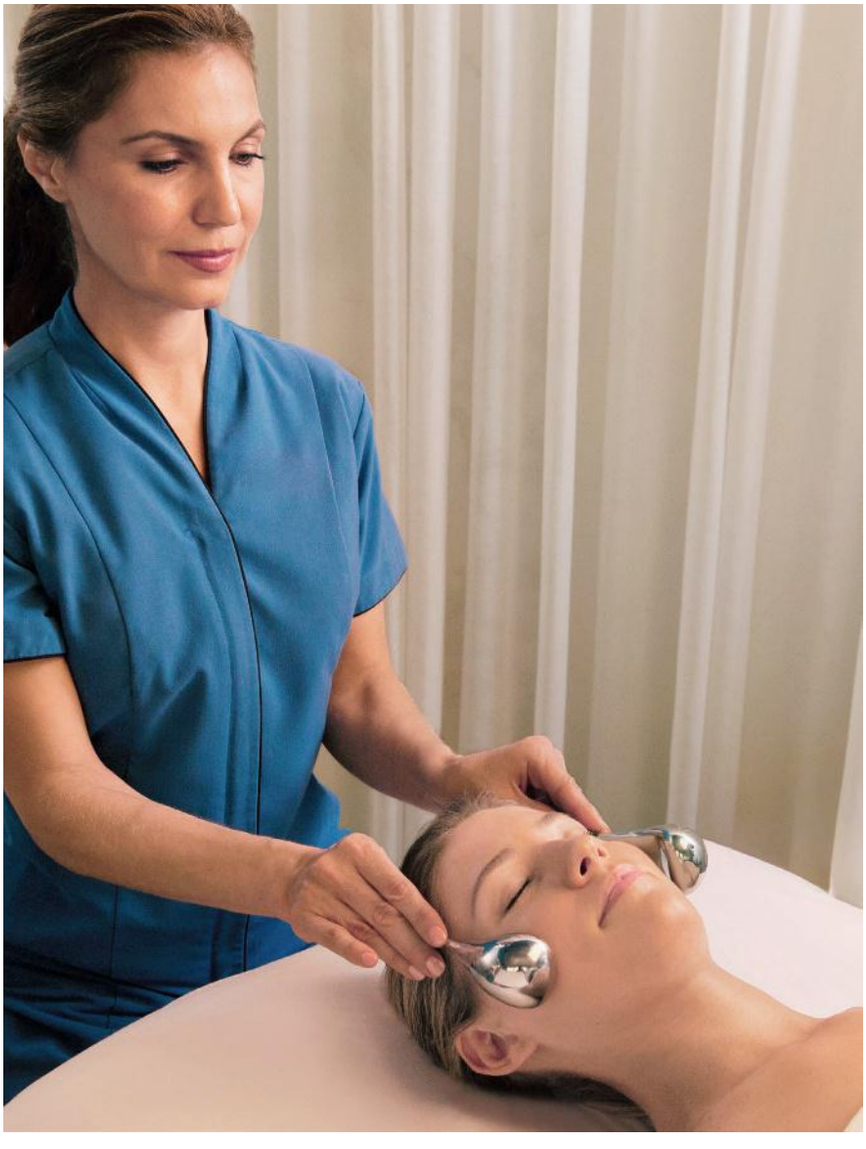
7 — **VALJUES** Mit Vanille und karamellisiertem Apfel: *Whipped & Creamy Body Mist*, um 49 €

8 — **LANCÔME** Fruchtig: *Ô de Lancôme Zenith Juicy Hair & Body Mist*, um 29 €

IM DUFTNEBEL

BEAUTY EXPERIENCE

WO WAREN DIE STARS IN LOS ANGELES, WENN SIE WIEDER MAL SO RICHTIG GUT UND FRISCH AUSSEHEN? MEISTENS IM *Spa des Peninsula Hotels*. *BAZAAR*-CHEFREDAKTEURIN KERSTIN SCHNEIDER WEISS, WOVON DIE SCHWÄRMEN



GEFRAGT Ein Date mit Angela Mahgerefteh zu bekommen, ist nicht ganz einfach. Die Kosmetikerin gehört zu den Besten. Ihre Gesichts-Massagen, heaven!

HOLLYWOOD FACIAL

FOTO Courtesy of The Peninsula Beverly Hills

9882

Text **KERSTIN SCHNEIDER**

9882 South Santa Monica Boulevard, Beverly Hills. Diese Adresse besitzt einiges an Strahlkraft, schließlich liegt sie im Golden Triangle. Zusammen mit dem Wilshire Boulevard und Rexford Drive bildet die Prachtstraße das Dreieck, in dem eine der elegantesten Nachbarschaften Kaliforniens zu Hause ist. Hausnummer 9882 gehört zum Peninsula Hotel Beverly Hills. Hier verkehren Gott und die Welt und viel Hollywood Prominenz. Oft nehmen die Stars den Aufzug direkt in den fünften Stock, wo neben dem Roof Garden das Spa untergebracht ist. Mit nur sieben Kabinen ist es eher klein, schon fast intim, dafür jedoch extrafein mit viel weiß-grauem Marmor und Treatments der Superlative, weshalb es mehrfach als eines der Top Ten Institutes weltweit ausgezeichnet wurde.

Hier liege ich endlich wieder einmal auf der Liege unter den Händen von Angela Mahgerefteh , eine der gefragtesten Kosmetikerinnen der Spa-Welt. Mit zwanzig Jahren Erfahrung, elf davon im Peninsula Beverly Hills, gilt sie als die Expertin für das Hollywood Facial. Wobei, sie betont das, es nie ein Treatment von der Stange sei, sondern immer individualisiert nach intensiver Begutachtung der Haut. Ihre Analyse nach der Inspektion von Gesicht, Hals und Dekolleté: Die Haut sei insgesamt besser als bei meiner letzten Behandlung, aber ziemlich erholungsbedürftig, weil müde und trocken. Kein Wunder, der lange Flug nach Los Angeles, die anstrengenden Tage mit dem *Bazaar*-Cover-Filmdreh für GNTM, darunter zwölf Stunden in der Wüste bei Extremtemperaturen, kaum Schlaf.

Alles beginnt mit einer doppelten Reinigung, zunächst der 2-in-1-Cleanser, der sanft reinigt und durch integrierten Toner die Hautbarriere nicht verletzt, gefolgt von einem Reinigungspulver, das sich aufgeschäumt erwärmt und u. a. durch Rosmarin- und Mandelöl sowie einer Hyaluronsäure noch mal intensiver reinigt und entzündungshemmend wirkt. Was spätestens jetzt zur Sprache kommen muss: Angela schwört auf MBR, das für Medical Beauty Research steht, und eine Brand ist, die neu definieren will, was Hautpflege ohne medizinische Eingriffe leisten kann. Zum Beispiel mithilfe von hochpotenten Inhaltsstoffen – bis zu 20 in einer Creme statt der üblichen vier bis fünf, dazu neuartige, oft patentierte Formulierungen. Eine von Wissenschaft getriebene Beautymarke aus …, da hat es mir tatsächlich die Sprache verschlagen: nicht aus den USA, nicht Südkorea, sondern aus dem sächsischen Kurort Bad Schlema, also deutsch und in Los Angeles der Hype! Beta-Enzyme ist das Stichwort für die folgenden zehn Minuten unter Wasserdampf, um die Hautporen zu öffnen. Ich atme tief, die Haut bitzelt leicht. Es fällt mir schwer, nicht völlig wegzudämmern. Besonders, als Angela die intensive Massage mit Serum und Maske beginnt, beide reich an Kollagen, Aminosäuren und Peptiden. Ihr Rat: auch zu Hause jeden Auftrag von Creme & Co. für eine Massage zu nutzen. „Die Wirkstoffe werden so besser in die Haut geschleust. Zudem baut es die Muskeln auf. Wichtig ist, immer von unten nach oben zu massieren. Fünf Minuten am Tag machen einen echten Unterschied!“ LED ist der nächste Schritt. Angela wählt Rotlicht zur Stimulation, nachdem sie eine Hyaluronmaske auf Hals und Kinn und eine Algenmaske auf mein übriges Gesicht verteilt hat. Letztere soll Unreinheiten absorbieren und beruhigende Wirkstoffe einschleusen. Viel zu schnell geht die Wärme-Ruhezeit vorbei, fast bedauere ich, als die Kosmetikerin mir die erhärtete Algenmaske mit feuchtwarmen Tüchern wieder abnimmt. Der letzte Akt hält noch mal zwei Booster-Einheiten bereit: MBRs Liquid Surgery Serum, das eine Alleinstellung schon durch seine synthetische Sauerstoffträger sowie kolloidalem Gold besitzt, die zusammen mit weiteren Aktivstoffen die hauteigene Kollagensynthese und Feuchtigkeitsbindung unterstützen. Zum Abschluss massiert sie noch eine leichte Kollagencreme ein. Und für den Ultra-Glow sorgt ein letzter zarter Sauerstoff-Nebel. Das Resultat: I'm happy. It's so Hollywood.

Augen auf

ALTUZARRA

Pflegen, abschwellen, abdecken, betonen: Wir stellen elf neue und ausdrucksstarke Helfer für einen wachen Blick vor

Text **MARTINA FUHRI**

AMI PARIS

GIORGIO ARMANI

EMPORIO ARMANI

1

AURALEE

1 — **DIOR** Für Highlights im Augeninnenwinkel und am Brauenbogen: Cremiger Multibalm *Backstage Glassy Glow Stick,* um 46 €

FOTO Launchmetrics/spotlight (5)

2 — **ARMANI BEAUTY** Ein heller Braunton verleiht den Wimpern Leichtigkeit: *Vertigo Drama Mascara* in *Coffee Brown,* um 43 €

3 — **MEDIK8** Schützt vor Licht und Glykation, ohne die empfindliche Augenpartie zu reizen: parfumfreie *Advanced Day Eye Protect Cream,* um 54 €

4 — **LAURA MERCIER** Fixiert den Concealer und korrigiert dabei dunkle Schatten mit pfirsichfarbenen Pigmenten: *Secret Brightening Under Eye Setting Powder,* um 36 €

5 — **LA PRAIRIE** Enthält Wirkstoffe gegen alle Arten von Augenringen und fördert den Neuaufbau von Kollagenfasern: *White Caviar Light Infusion Eye Serum,* um 425 €

6 — **PRADA** Abdeckende Formel mit Mikroperlen, die das Licht reflektieren und einen subtilen Glow erzeugen: *Prada Conceal,* um 42 €

7 — **DERMALOGICA** Biomimetische Wachstumsfaktoren steigern die Hautdichte, Hyaluronsäure polstert auf – ideal bei Volumenverlust an der Tränenrinne: *Smart Eye Density Serum,* um 143 €

8 — **RODIAL** Mit Lachs-Polynukleotiden und Exosomen, die feine Linien und Feuchtigkeitsmangel mindern: *Salmon DNA Jelly Eye Patches,* vier Stück um 59 €

9 — **CHANEL** Lidschattenpalette mit natürlichen Tönen – öffnet das Auge optisch: *Les Beiges Palette Regard Belle Mine Naturelle* in *Soft,* um 71 €

10 — **NOOĀNCE** Rotlichttherapie gegen Krähenfüße, Tränensäcke und Stirnfalten: *LED Eye Mask X200,* um 279 €

11 — **IRENE FORTE** Unterstützt eine gesunde Zellerneuerung: *Phytomelatonin Rejuvenating Eye Cream,* um 165 €

FOTO PR

MIT GANZ VIEL FINGERSPITZENGEFÜHL

NOTES

Erst flüssig, dann cremig: *The Hand Cream* verwandelt sich beim Verteilen in eine reichhaltige Textur und hinterlässt ein samtig-mattes Finish. Kollagen-Peptide pflegen Haut und Nagelränder, Osmanthus und Matcha verleihen ihr einen dezenten Duft. Das tiefschwarze Design zitiert die Vulkansteine der Insel Pantelleria.

ARMANI BEAUTY *The Hand Cream*, um 58 €

ITALIAN FUSION

Mit *Alta* entwickelt Bottega Veneta sein olfaktorisches Intrecciato-Prinzip weiter: Zehn Eaux de Parfum verweben jeweils eine italienische Note mit einem Rohstoff aus einer anderen Weltregion. Basilikum trifft auf Vetiver aus Madagaskar, weiße Feige auf amerikanisches Zedernholz, Stracciatella auf Eiche. So spannt die Kollektion den Bogen von heller Frische bis zu warmer Tiefe und interpretiert vertraute mediterrane Duftmotive auf überraschende Weise neu.

BOTTEGA VENETA *Alta*-Kollektion, zehn Düfte in nachfüllbaren Flakons aus recyceltem Glas, 100 ml je um 250 €

FOTO PR

GLOW MIT FORMAT

Cushion-Foundations verbinden das beste aus zwei Welten: fein wie flüssige Foundations, praktisch wie Kompaktprodukte. Leicht zu dosieren, dünn aufzutragen und ideal für Touch-ups unterwegs. Die *Skin Affair Soft Glow Cushion Foundation* bietet 31 Nuancen, aufbaubare Deckkraft, weichzeichnenden Soft-Focus-Glow sowie feuchtigkeitsspendende Wirkstoffe.

YSL BEAUTY *Skin Affair Soft Glow Cushion Foundation,* um 57 €

BEAUTY & HEALTH KNOW-HOW

PMOS steht für Polyendokrines metabolisches Ovarialsyndrom und ist der neue Name für die bislang als PCOS (Polyzystisches Ovarialsyndrom) bekannte Erkrankung. Die Umbenennung soll deutlich machen, dass es dabei weder primär um Zysten noch allein um Fruchtbarkeit geht: PMOS ist eine komplexe Hormon- und Stoffwechselstörung, die Zyklus, Haut, Gewicht und psychische Gesundheit beeinflussen kann. Betroffen ist etwa jede achte Frau. Häufig besteht zudem eine Insulinresistenz; langfristig kann das Risiko für Typ-2-Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen steigen. Weil die Beschwerden sehr unterschiedlich ausfallen, bleibt PMOS oft lange unerkannt. Der neue Begriff soll auch die Versorgung verbessern.

FOTO PR

EINE FEINE LINIE

Der Clou liegt in der Form: Der *LV Crayon* ist im Querschnitt der Monogrammblüte nachempfunden, liegt dadurch besser in der Hand und soll mehr Kontrolle an der Lippenkontur ermöglichen. Das Design stammt von Konstantin Grcic, Pat McGrath entwickelte die cremige Peptidtextur. Diese spendet Feuchtigkeit, glättet und lässt so die Lippen voller wirken.

LA BEAUTÉ LOUIS VUITTON *LV Crayon,* zwölf Töne, um 50 €

JETZT TESTEN

3 AUSGABEN + 1 GRATISHEFT für nur 16,80 Euro testen

Pr. Nr. KG01

Ein GRATISHEFT vorab. Vor Beginn Ihres Mini-Abos erhalten Sie die nächste Ausgabe kostenlos on top.

Das Abo kann ich nach der Erstbezugszeit jederzeit mit einer Kündigungsfrist von einem Monat kündigen. Bei Weiterbezug gilt der reguläre Abopreis (z. Zt. 7,90 € pro Ausgabe Berechnung jährlich: 11 Ausgaben für z. Zt. 86,90 €) Alle Preise inkl. gesetzl. MwSt. Die Versandkosten übernimmt der Verlag. Gültig nur in Deutschland. Auslandskonditionen auf Anfrage Tel. 0049/(0)781 63 96 515 zum Ortstarif, Mobilfunknetze können abweichen. **Aktionsnummer HB1PRM**

Kostenlos anrufen
0800 100 1759

Online bestellen unter
harpersbazaar-abo.de/mini-abo

Einfach einscannen und bestellen:

4 **AUSGABEN LESEN**
für nur 16,80 €
statt 34 €

Das Digital-Upgrade zum Abo:
pro Ausgabe nur 0,85 €

VERANTWORTLICHER UND KONTAKT: BurdaVerlag Consumer Sales & Services, Hubert-Burda-Platz 1 77652 Offenburg für die, Burda Hearst Publishing GmbH in gemeinsamer Verantwortlichkeit mit mehreren Verlagen von Hubert Burda Media (siehe www.burda.com/de/gvv). Sie haben ein gesetzliches Widerrufsrecht, die Belehrung können Sie unter www.harpersbazaar-abo.de/agb abrufen. Datenschutzinfo: Informationen zum Datenschutz können Sie unserer Impressumsseite entnehmen.

Harper's BAZAAR

FASHION

NEW ROMANTICS

ab Seite 146

FENDI Maxi-Slipdress aus Seidenchiffon mit Peonia-Spitze und tiefem Rückenausschnitt, dazu ein Lederchoker in Kragenform

FOTO Dima Hohlov; **EDITOR** Kerstin Schneider; **MODEL** Matilde De Nard @Monster MGMT; **HAARE** Haare Tié TOYAMA @CALLISTE; **MAKE UP** Megumi ITANO @CALLISTE using Violette_FR; **MODEASSISTENZ** Rebecca Glavurtic; **CASTING** Anna Koziakova; **PRODUCER** Elsa MERCHADIER @KIKI

Editor
KAI MARGRANDER

MEDEA

TEXTILE OPULENZ TRIFFT AUF SKULPTURALE SILHOUETTEN, NEOREALISMUS AUF ANTIKE MYTHEN: EIN FASHIONSHOOT INSPIRIERT VON DER POETISCHEN BILDSPRACHE VON PIER PAOLO PASOLINI

Fotos
VASSILIS KARIDIS

Skulpturales Wollkleid, mit abgerundeten Schultern und offenen Schnittkanten, von MAISON MARGIELA Ohrschmuck aus 18 kt Gelbgold, mit schwarzen Saphiren, von DOLCE & GABBANA, Schnürschuhe aus Glattleder, von PRADA

Skulpturales Kleid aus reiner Wolle, mit ausdressierten Schnittkanten und einer Kapuze mit gesmokter Tüllspitze und eingeknüpften Wollstricklocken, alles von NICOLE KIESEL Ohrschmuck aus Messing, mit Strassbesatz, von BALENCIAGA

Hut und Maxikleid aus Zellulosefaser und Baumwolle, mit Bateau-Ausschnitt, beides von ISSEY MIYAKE Feiner, halbtransparenter Seidenschal, von DOLCE&GABBANA

Seiden-Jersey-T-Shirt, von GUCCI Haarreif mit Federbesatz, von CELINE

Einreihiger Mantel aus schwarzem Kaschmirmischgewebe, mit Stehkragen und Raffung in der Taille, von EMPORIO ARMANI
Lederschnürschuhe und Socken aus Baumwolle, mit Stickereien, beides von PRADA
Ohrschmuck aus Messing, mit Strass, von BALENCIAGA

Kaschmir-Cape mit abgerundeten Schultern und Lederpaspeln, darunter ein ärmelloses, gesmoktes Kleid aus Leder, Kaschmir-Wollstrick Mütze, alles von LOUIS VUITTON

Vorne: Kapuzenmantel aus Kaschmir, dazu ein Seiden-Popeline Hemd aus Stretch-Viskose, alles von LOEWE Lederschuhe und Baumwoll-socken, beides von PRADA.

Hinten: Mantel in Fell-Optik aus Kunstfaser und Baumwolle, von LOEWE Schnürschuhe aus Glattleder, von PRADA

Drapiertes Kapuzenkleid aus schwarzem Seiden-Cady, von BALENCIAGA, Halskette aus 18 kt Weißgold, mit Rubinen und Diamanten, von DOLCE & GABBANA

Links: Schiebermütze, zotteliger Strickcardigan und Bundfaltenhose, aus Wolle, alles von DOLCE & GABBANA

Rechts: Kostüm aus Woll-Bouclé, mit satinierter Knopfleiste an Vorder- und Rückseite, halbtransparenter Schal aus Seide, alles von DOLCE & GABBANA

Kapuzenkleid in monastischer Silhouette, aus Doubleface-Wollbouclé und Ärmeln mit seitlicher Schlitzführung, von INSTITUTION BY GALIB GASSANOFF
Handschuhe aus Leder, von BALENCIAGA

Rundhalspullover aus Shetlandwolle, dazu ein Hemd und Shorts aus Popeline, schwarze Shorts aus Organza, Baumwollsocken mit Stickereien und Schnürschuhe aus Leder, alles von PRADA

Hosenrock, Armstulpen und skulpturales Top mit plastisch ausgearbeiteter Schulterpartie, aus Viskose-Crêpe, Wolle und Kunstfaser, von JEAN PAUL GAULTIER. Lederschuhe und Baumwollsocken, von PRADA

Kimonokleid aus upgecycelten Baumwolltischdecken, von INLÉ STUDIO Ohrschmuck aus 18kt Gelbgold, mit schwarzen Saphiren, von DOLCE&GABBANA, Lederschnürschuhe und Baumwollsocken, von PRADA

Maxikleid aus plissierter Seiden-Georgette, mit Samtstehkragen und Spitzeneinsatz, von FENDI, Ohrschmuck aus 18 kt Gelbgold, mit schwarzen Saphiren, von DOLCE& GABBANA

Bedrucktes Blusenkeid aus Viskosestretch, darunter ein Baumwollhemd, beides von ACNE STUDIO, Baumwollsocken und Lederschnürschuhe, von PRADA

Model: Floortje Van Losser @ NEXT Management
Haare: Jose Quijano @10AM
Make-Up: Athina Karakitsou @10AM
Modeassistenz: Rebecca Glavurtic
Casting: Anna Koziakova
Producer: Panos Papadimas

NEW ROMANTICS

Editor KERSTIN SCHNEIDER

Fotos DIMA HOHLOV

Das Verspielte, Fantastische und Geheimnisvolle kehrt zurück – in kunstvollen Details und neuer Schönheit

Seidenkleid mit Spitzeneinsatz, skulpturalen Kunstharz-Blumen und Paillettenbesatz, dazu eine Lurex-Tweedjacke mit Zierborte, Pumps aus beschichtetem Leder und Ohrstecker aus Metall und Kunstharz mit Strass, alles von CHANEL

Minikleid aus Tüll und Baumwolle, mit Strassbesatz, darunter ein Unterkleid aus Florettseide, Ballerinas aus Glattleder, mit Gummizug, alles von MIU MIU

Linke Seite: Mehrlagiges Patchwork-Kleid aus Seiden-Jacquard, mit Pailletten- und Perlenstickerei, von ERDEM Pumps aus Satin, von HERBERT LEVINE

Bustierkleid, mit seitlichem Volant und Ballonhose aus Samt, beides von ALAÏA Kette aus Metall, mit Gold-Finish und Mini-Spiegelanhänger, von CHLOÉ

Linke Seite:
Plissiertes Maxikleid aus Fil-Coupé-Seide, mit Lurexblüten, seitlichem Schlitz, Federsaum und -kragen, von VALENTINO

Mehrfarbiges Abendkleid aus Lurex-Jacquard, mit Stickereien aus Kristallen, Perlen und blütenblattförmigen Pailletten, dazu Lederpumps mit *Horsebit*-Schnalle, beides von GUCCI

Linke Seite: Dekonstruiertes Shiftkleid aus Dévoré-Seidensamt und Krepp, dazu Baumwollsocken mit Blumenstickerei und Lederschnürschuhe, alles von PRADA

Dekonstruiertes Mini-Kaschmirkleid mit Strassbesatz mit Blütenmotiven, von LOU DE BÈTOLY

Linke Seite: Kurzärmliger Rollkragenpullover und Pullunder mit Paillettenbesatz und Perlfransen, dazu ein Negligée-Top und Unterrock aus bedruckter Seide, mit floralem Muster und Spitze, Paillettenrock aus Kunstfaser sowie Pumps aus geflochtenem, mehrfarbigem Leder, alles von RABANNE

Strukturiertes Baumwolloberteil, mit satiniertem Rüschenkragen- und saum, dazu eine Caprihose aus Woll-Frottee und Lederpumps mit Absätzen in Horn-Optik, alles von LOUIS VUITTON

Linke Seite:
Plissiertes Chiffonkleid, mit asymmetrischem Cape-Detail, von ALBERTA FERRETTI
Mesh-Mules mit Rosette, von LE SILLA

Neckholderkleid aus Baumwolle, in Felloptik mit Strickfransen, dazu eine Leggings aus Viskose-Stretch, Absatzschuhe aus Wildleder und TPA, alles von LOEWE

Rechte Seite: Gesmokter Strick-Sweater und Rock mit Wellensaum aus technical knit, beides von DIOR

Model **Matilde de NARD @ Monster MGMT;** Haare **Tié TOYAMA @ CALLISTE;** Make-Up **Megumi ITANO @ CALLISTE using Violette_FR;** Modeassistenz **Rebecca Glavurtic;** Casting **Anna Koziakova;** Producer **Elsa MERCHADIER @ KIKI**

Fotos
INEZ & VINOODH

Styling
SISSY VIAN

Creative direction
M/M (PARIS)

LOLI, MULTIPLIED

Loli Bahia liebt das Spiel. Das gilt für Mode genauso wie für die Rollen, in die sie für Fotostrecken schlüpft. Vor allem aber schätzt sie die einfachen Dinge: ihre Freundschaften, Zeit für sich, ihr Zuhause und Paris. Sie hält sich alle Möglichkeiten offen. Denn, wie sie selbst sagt: „Ich wünsche mir vor allem, glücklich zu sein."

Text
MARTA FRANCESCHINI

LOLI als Agnès Varda. Fotografin, Filmemacherin und eine der prägenden Persönlichkeiten der französischen Nouvelle Vague.
Tunika von LANVIN, dazu Flügel von SOMMIER ET FILS, Stoffgürtel von MOKUBA und Strumpfhose von CALZEDONIA, *Divas' Dream*-Halskette und -Ringe aus Roségold mit Perlmutt, *Serpenti Tubogas*-Ring aus Gelbgold mit Onyx und Pavé-Diamanten sowie *Serpenti Viper*-Ring aus Roségold mit Pavé-Diamanten, alles von BVLGARI

LOLI als Björk. Singer-Songwriterin, Künstlerin und eine Erscheinung jenseits des Gewöhnlichen. Mit ihrer Stimme, ihrer Experimentierfreude und ihrem ganz eigenen Stil sprengt sie immer wieder die Grenzen dessen, was Musik sein kann.
Kleid von ERDEM, Kopfschmuck von MYAH HASBANY, *Tubogas*-Halskette aus Roségold mit Amethyst, Citrin, Peridot, Rubellit, Topas und Pavé-Diamanten, von BVLGARI

Schwanenkleid und Tüll-Bodysuit von MARJAN PEJOSKI, *Tubogas*-Halskette aus Roségold mit Amethyst und Pavé-Diamanten, *Parentesi Tubogas*-Armreifen aus Gelbgold mit Pavé-Diamanten, *Tubogas*-Armreif aus Gelbgold mit Turmalin, Perlmutt und Pavé-Diamanten sowie *Tubogas*-Armreif aus Roségold mit Tansanit, Türkis und Pavé-Diamanten, alles von BVLGARI

LOLI als Mona Lisa. Über den Rahmen der Kunstgeschichte hinaus ist sie bis heute die wohl berühmteste Sphinx. Eine Verkörperung von Geheimnis, zeitloser Schönheit und ewiger Faszination.
Kleid von ANDREAS KRONTHALER X VIVIENNE WESTWOOD, *B.zero1* Rock-Choker aus Gelbgold, *Divas' Dream*-Halskette aus Gelbgold mit Diamanten, Türkisen, Chrysopras und Tansanit sowie *B.zero1*-Ring aus Roségold mit Pavé-Diamanten, alles von BVLGARI

MoMA

LOLI als Cher. Popstar, Disco-Diva, Filmikone (und Oscar-Preisträgerin). Ganz nach ihrem Song *Strong Enough* verkörpert sie Stärke, Selbstbewusstsein und die Fähigkeit, sich immer wieder, mit unerschütterlichem Humor und Ausdauer, neu zu behaupten.

Kleid von ROBERTO CAVALLI, Slip von INTIMISSIMI, *Serpenti Viper*-Halskette und -Armreif aus Weißgold mit Pavé-Diamanten, beides von BVLGARI

LOLI als Candy Darling. Eine Pionierin der Selbstinszenierung, die sich zunächst als eigene Kunstfigur erschuf, bevor sie als Model, Schauspielerin und Inspirationsquelle für zahlreiche Songs (*She Was Everybody's Darlin'*) bekannt wurde. Als eine der schillerndsten Persönlichkeiten aus Andy Warhols Umfeld verkörperte sie den Glamour seiner Superstars wie kaum eine andere.
Mantel von VALENTINO, *Tubogas*-Armreif aus Gelbgold mit Pavé-Diamanten sowie *Tubogas*-Ringe aus Gelbgold, alles von BVLGARI

LOLI als Madonna. Sängerin, Songwriterin, Schauspielerin und Personifizierung des Pop, die mit ihrer Musik, ihrem Stil und ihrer Kompromisslosigkeit Generationen geprägt hat. Ein Hauch Provokation und der Mut, immer wieder neue Rollen anzunehmen, gehören seit jeher zu ihrem Markenzeichen.

Kleid von MCQUEEN, Haarschleife von MAZZOLARI, Handschuhe von MAISON CLOSE, Lederarmband, mit Nieten, von HERMÈS, Strumpfhose von PIERRE MANTOUX, Ankle Boots von JIMMY CHOO, Vintage-Armbänder, *Tubogas*-Halskette aus Gelbgold mit Pavé-Diamanten sowie *Serpenti Viper*-Halskette aus Weißgold mit Pavé-Diamanten, beides von BVLGARI

LOLI als Diamanda Galás. Wegweisende Avantgarde-Musikerin und Performancekünstlerin, deren Arbeiten sich intensiv mit Themen wie Verlust, sozialer Ungerechtigkeit und der Suche nach Identität befassen.
Kleid von COMME DES GARÇONS, *Serpenti Tubogas*-Armreif aus Gelbgold mit Onyx und Pavé-Diamanten sowie *Serpenti Viper*-Ring aus Roségold mit Pavé-Diamanten, beides von BVLGARI

LOLI als Monsieur Yves Saint Laurent. Einer der größten Modedesigner aller Zeiten. Revolutionär und zugleich klassisch. Sein Werk markiert einen Wendepunkt in der Modegeschichte.
Brille von SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO, *Tubogas*-Ring aus Gelbgold sowie *Bvlgari Bvlgari*-Armbanduhr aus Gold und Stahl mit Perlmuttzifferblatt und Diamant-Stundenindizes, alles von BVLGARI

„Irgendwie wollen wir doch alle nach Slytherin: Dort sind die Coolen. Aber ich glaube, ich bin eher eine Gryffindor."

Loli Bahia spielt gern. Als Kind fing sie mit einer Nintendo-Konsole an, hörte irgendwann auf und griff erst wieder zum Controller, als sie in ihre erste eigene Wohnung zog – in einer Zeit, in der sie sich, wie sie sagt, „sehr einsam und traurig" fühlte. Heute gilt: „Während ich auf GTA 6 warte, spiele ich am liebsten *Call of Duty und Hogwarts Legacy."*
Loli schläft gern. Ihr perfekter Tag beginnt spät, mit einer Mahlzeit irgendwo zwischen Frühstück und Mittagessen, „etwas Herzhaftem, so eine Art Brunch", mit anschließendem Powernap. Danach zieht sie mit Freunden los: in eine Ausstellung, zur Präsentation eines Magazins, „dies und das", ein Drink, und dann wieder nach Hause. Keine Spur von FOMO. „Ich mag meine Wohnung. Ich mag Paris. Ich habe meine Gewohnheiten, und wenn ich weg bin, fehlen sie mir." Nicht gerade der Alltag, den man beim derzeit gefragtesten französischen Gesicht der Modewelt erwarten würde.
Loli ist dreiundzwanzig. Die Mode hat sie mit sechzehn in Lyon entdeckt und hat seitdem den Blick nicht mehr von ihr abgewandt. Das Wort, das heute im Zusammenhang mit ihr immer wieder fällt, lautet: Ikone. Dabei lohnt sich ein Blick auf die ursprüngliche Bedeutung des Begriffs: ein Bild, geschaffen zur Verehrung, vergoldet, frontal, schweigend, unerreichbar. Distanz gehörte zu seiner Wirkung. Loli dagegen ist eine Ikone auf Augenhöhe. Ein Unterschied, der viel über ihre Generation erzählt: Während die Modegöttinnen bis vor Kurzem ein unerreichbares Ideal verkörperten, vermittelt sie etwas anderes. Augenbrauen dürfen wild wachsen. Kleidung ist bequem und „nicht zu teuer". Es gibt Mittagsschläfchen. Es gibt die PlayStation.
Die einzige Ausnahme ist zugleich die interessanteste: Selbst ein vermeintlicher Traumjob kennt Bürozeiten. Denn Modeln ist vor allem eines – ein Beruf. „Ein Beruf, für den ich unglaublich dankbar bin. Aber am Ende des Tages bleibt es eben ein Beruf. Er definiert mich nicht. Ich hatte nie wirklich eine Leidenschaft für Mode."
Neugier, ja. Interesse, auch, klar. Aber sollte sie diese Modewelt eines Tages verlassen, „würde ich mir wahrscheinlich nicht einmal mehr die Schauen ansehen".

Den Mythos, den auch sie verkörpert, betrachtet sie mit klarem Blick. „Kate, Naomi … Sie hatten diese fast göttliche Ausstrahlung. Immer makellos, immer glamourös, praktisch unnahbar, als gehörten sie einer anderen Welt an." Eine Göttin zu sein war eine Vollzeitbeschäftigung. Ihre Generation hat diese Rolle abgelegt. „Ich bin ein Model. Aber ich lebe nicht nach der Ästhetik dieser Branche. Ich habe nicht das Gefühl, etwas Besonderes zu tun. Ich bin einfach." Als Teenager machte sie sich darüber mehr Gedanken, experimentierte mit Make-up und glättete sich jeden Tag die Haare. Paradoxerweise hat ausgerechnet die Mode ihr dieses Bedürfnis ausgetrieben. Was auch etwas mit Erschöpfung zu tun hat. „Wenn ich gerade nicht gearbeitet habe, wollte ich einfach so normal und unkompliziert wie möglich sein." Ihr Verhältnis zu dieser Welt lässt sich in einem Satz zusammenfassen: „Ich mag das alles, aber …"
Das Bazaar-Shooting mit Inez und Vinoodh verlangte ihr eine andere Form der Präsenz ab. Sie agierte wie eine Performerin: Jeder Moment war genau inszeniert, Spontaneität hatte keinen Platz. Entscheidend war nicht die Bewegung, sondern die kontrollierte, auf Anweisung gehaltene Ruhe. „Eine verrückte Erfahrung …, viel stärker konstruiert, viel präziser gesteuert als sonst, sowohl in der Ästhetik als auch bei der Kleidung." Yves Saint Laurent, Agnès Varda, Madonna, Björk, Cher, Candy Darling, die Mona Lisa – sie dienten nicht bloß als Referenzen, sondern wurden zu Figuren, in die sie schlüpfte. Die Auswahl entzog sich jeder Hierarchie. Ein Couturier stand neben einer Filmemacherin, eine Schauspielerin neben einem Gemälde, zwei völlig unterschiedliche Sängerinnen mit außergewöhnlicher Wandlungsfähigkeit traten einander gegenüber. Was sie verband, war weniger ihr Ruhm als ihre Wiedererkennbarkeit. Im Laufe der Zeit waren sie alle auf einprägsame Merkmale reduziert worden – eine Brille und ein dunkler Anzug, ein Bubikopf, ein bestimmter Blick, eine charakteristische Geste. Ikonen haben einen entscheidenden Vorteil: Sie tragen ihre Bedeutung bereits in sich, wir haben das Gefühl, sie schon immer gekannt zu haben. „Am Set haben sie mir sehr genaue Anweisungen gegeben. Ich reagiere gern auf das, worum man mich bittet. Denn wenn du vor der Kamera stehst, bist du immer noch du selbst. Du bist es, die diese Figur interpretiert." Bilder entstehen im Dialog. Urheberschaft ist hier etwas Geteiltes. Genau darin liegt die kreative Eigenständigkeit des Modelns.
„Mode ist der Beruf – kreativ, aber eben doch ein Beruf. Paris hingegen ist das Leben", erzählt sie. „Ich habe dreimal versucht wegzuziehen, und jedes Mal bin ich zurückgekommen." Was hat sich verändert? „Ich fing

Von links nach rechts: Alle Figuren, dargestellt von Loli: Agnès Varda, Björk, die Mona Lisa, Cher, Candy Darling, Madonna, Diamanda Galás und Monsieur Yves Saint Laurent.

an, auf die Menschen um mich herum zu achten. So habe ich meine engsten Freunde gefunden." Zuhause ist für sie weniger ein Ort als eine Landschaft aus Beziehungen. Da sind ihre Freunde. Ihre Agentin („eine der ersten Personen, die ich anrufe, wenn etwas passiert") und ihre Mutter, die sie oft besucht. „Erst die Menschen hier machen Paris zu meinem Zuhause."

Dabei kommt einem eine Passage aus *Love in Exile* in den Sinn, in der Shon Faye schreibt, Freundschaft und Gemeinschaft würden oft nur als Vorstufe zur romantischen Liebe gelten, obwohl sie ein ganzes Leben tragen können. Lolis Paris scheint genau auf dieser Vorstellung zu beruhen.

Auch den Ruhm hält sie auf Distanz. Gerade darin erweist sich die „Ikone auf Augenhöhe" als etwas bemerkenswert Gesundes. Die Modegöttinnen kannten keinen Feierabend: Verehrt zu werden war ein Dienst ohne Ende. Loli hingegen verteidigt ihr Recht auf eine Art Nine-to-five. Sichtbarkeit sei „cool, aufregend und schmeichelhaft. Am Ende ist sie auch das Ergebnis der eigenen Arbeit." Zugleich könne sie übergriffig werden. „Ich bin ein sehr privater Mensch, was mein persönliches Leben angeht. Und all das kann einem auch zu viel werden." Deshalb zieht sie Grenzen. Ohne sie zu rechtfertigen.

Vielleicht liegt genau darin ihre wertvollste Botschaft, gerade für die Jüngsten, die von dieser Welt träumen: Man kann der Öffentlichkeit sein Bild geben, ohne ihr sein ganzes Leben zu überlassen. „Es macht Spaß. Bis es das nicht mehr tut."

Was Mode für sie bedeutet? „Das weiß ich noch nicht." In diesem Jahr hat sie weniger gearbeitet, um sich ein paar Momente als „ganz normaler Mensch" zu gönnen. Das war davor nie ein Thema, denn in ihrem Beruf geschehe alles in rasantem Tempo. „Man ist noch sehr jung, wenn man in diese Branche kommt. Da bleibt keine Zeit, sich solche Fragen zu stellen. Man findet sich einfach plötzlich mittendrin wieder. Heute habe ich die Zeit und das Geld, mich zu fragen, was ich eigentlich machen möchte. Gar nicht so sehr: Was kommt als Nächstes? Sondern vielmehr: Was macht mir wirklich Freude?"

Man könnte einwerfen, dass manchmal auch Umwege ihren Wert haben. Doch sie schüttelt den Kopf. „Ich gehe nicht gern in die falsche Richtung." Stattdessen besitzt sie etwas, das seltener ist als Ehrgeiz: Selbsterkenntnis. „Mein einziger Anspruch ist es, glücklich zu sein."

„Loli is such a vibe!" So beschreiben sie Menschen aus ihrem Umfeld. Diese Leichtigkeit scheint auch daher zu kommen, dass sie den Dingen nicht zu viel Gewicht beimisst. Sie lässt sie geschehen, nimmt sie, wie sie kommen. Eine gewisse *je-m'en-foutisme*-Haltung. „Ja", sagt sie. „Die habe ich eigentlich schon mein ganzes Leben."

Auf die Frage, was sie nach dem Gespräch noch vorhat, lächelt sie. „Ich fahre in den Urlaub." Eine lange Reise steht bevor, der Koffer ist noch nicht gepackt – und das beunruhigt sie kein bisschen. „Ich packe immer in letzter Minute. Ich werfe einfach von allem ein bisschen hinein und fahre los."

Auf die Frage, wie sie die Stunden auf Langstreckenflügen verbringt, beschreibt sie diese schwebenden Momente zwischen den Kontinenten. Für viele sind sie eine Zeit der Bücher, die man mitnimmt und doch ungelesen wieder nach Hause bringt, der Filme, die man beginnt und nie zu Ende schaut, der Notizhefte, die man mit Gedanken füllt und anschließend nie wieder öffnet. Eine Art Selbstgespräch in zehntausend Metern Höhe, Therapie ohne Therapeut.

„Total", sagt sie.

Manchmal schläft sie einfach. „Weil ich weder nachdenken noch mich beschäftigen will. Heute aber nicht – heute habe ich zu viel Energie." Der Plan für den Flug: *Game of Thrones,* Snacks und vermutlich ein paar Tränen. „Ich weine sehr schnell. Im Flugzeug werde ich besonders emotional."

Nach dem Abschied bleibt das Bild einer Loli über den Wolken: irgendwo zwischen einer weiteren Folge der Serie und einer Träne, die ihr leicht kommt. Für ein paar Stunden über dem Ozean wird ihr die Welt vollkommen verständlich erscheinen. Und danach – zum Glück? – wieder nicht.

„Eine verrückte Erfahrung … sorgfältig konstruiert – in ihrer Ästhetik ebenso wie in der Kleidung." Loli Bahia über den *Bazaar*-Fashion Shoot mit Inez & Vinoodh.

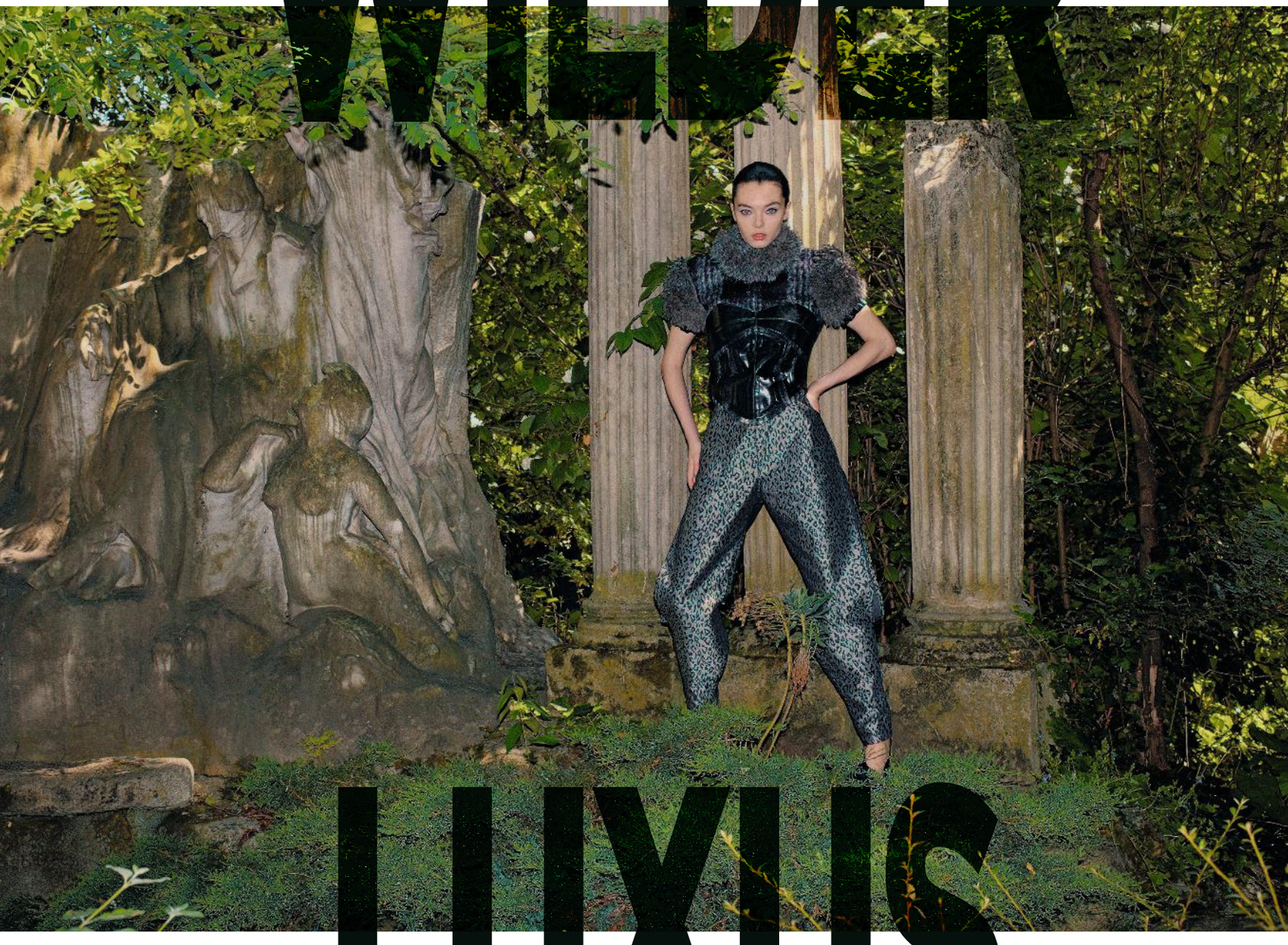
Haare: Olivier Schawalder @ Art + Commerce; Make-Up: Dick Page @ MA+ Talent; Maniküre: Sylvie Vacca @ Call My Agent; Production: VLM Productions; Produzenten: John Nadhazi, Michael Gleeson; Assistent*innen der Stylistin: Riccardo Fontana, Maria Fernandez, Camilla Chiarolanza.

Kurzmantel aus Wolle und Patchwork-Kleid aus Viskose, mit Ledergürtel, von MARNI Ohrringe aus Sterling-Silber, mit Zebra-Anhängern, von BOTTEGA VENETA

Rechte Seite: Oberteil aus Woll-Mohair-Mix, mit aufgenähten Leder-Details in Bustier-Optik, dazu eine Ballon-Hose aus Wolle und *Luna* Pumps aus Leder, alles von LOUIS VUITTON

SCHÖNHEIT ERINNERT UNS DARAN, WOFÜR ES SICH ZU KÄMPFEN LOHNT. UND VIELLEICHT FEIERT DIE MODE GERADE DESHALB *Animal Prints* IN DIESER SAISON WIE SELTEN ZUVOR

WILDER LUXUS



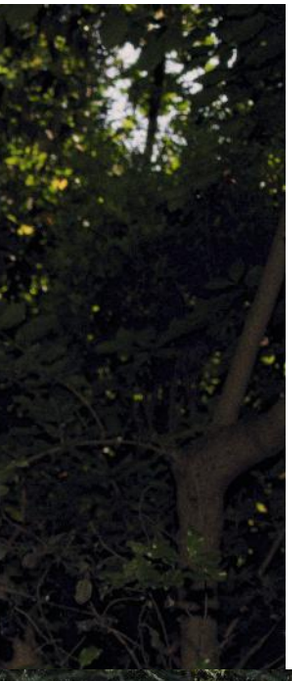
Editor
KAI MARGRANDER

Fotos
ARNAUD PYVKA

Einreihiger Strickmantel und Pullover mit hohem Kragen, beides aus Mohair, von MARC CAIN Rock aus Taft, mit Gummizug am Bund, von ODEEH Ohrringe aus Sterling-Silber, mit Zebra-Anhängern, von BOTTEGA VENETA

Rechte Seite: Daunenmantel aus besticktem Jacquard, darunter floral besticktes Camisole und passender Maxirock, alles von HERNO Pumps aus Leder, mit Pailletten bestickt, von CHANEL

Ledermantel in Fell-Optik, Rollkragenpullover und Schlaghose, beides aus Baumwolle, dazu gefilzter Hut aus Wolle, mit Pailletten bestickt, alles von CELINE



Mantel aus Wolle, mit hohem Kragen, Kopftuch in T-Shirt Form aus Seidensatin, *Pinch* Clutch aus Leder, *Chain Hoops* Creolen aus Leder, alles von GIVENCHY BY SARAH BURTON

Jacke mit aufgesetzten Taschen und passender Rock mit frontseitigem Schlitz, beides aus Baumwolle, dazu Hut aus Wolle, alles von ODEEH Mary-Jane-Ballerinas aus Leder, von BOTTEGA VENETA *Chain Hoops* Creolen aus Leder, von GIVENCHY BY SARAH BURTON

Langer Mantel aus Shearling, mit breitem Kragen, dazu Hut aus Raffia, Ohrringe aus Sterling-Silber, mit Zebra-Anhängern, alles von BOTTEGA VENETA

Eng anliegendes Maxikleid aus Jacquard Wolle, mit tiefem Ausschnitt, von BURC AKYOL *Chain Hoops* Creolen aus Leder, von GIVENCHY BY SARAH BURTON

Rechte Seite: Seidenkleid mit geraffter Taille, darunter Hemd aus Baumwolle, beides von ACNE STUDIOS Pumps aus Veloursleder, von JIL SANDER Ohrringe aus Sterling-Silber, mit Zebra-Anhängern, von BOTTEGA VENETA

Eng anliegendes Kleid aus Jersey, mit Stehkragen, von GUCCI Pumps aus Leder, mit seitlichem Cut-Out, von LOUIS VUITTON Ohrringe aus Sterling-Silber, mit Zebra-Anhängern, von BOTTEGA VENETA

Ärmelloses Oberteil und Midiriock, beides aus Seidenstrick, dazu Pumps aus Leder, mit Pailletten bestickt, alles von CHANEL

Taillierter Blazer und passender Bleistiftrock, beides aus Viskose, mit Feder-Besatz, dazu *Les Poissons-Lunes* Ohrringe aus Messing, alles von JACQUEMUS

Linke Seite: Kurzmantel aus Leder, mit Leistentaschen, darunter Hemd aus Denim, beides von FENDI Pumps aus Veloursleder, von JIL SANDER

Model **Maylis Lebrun @ IMG Models;** Haare **Sébastien Le Corroller @ Airport Agency;**
Make-Up **Kathy Le Sant @ Mirah Mgmt;** Casting **Anna Koziakova**

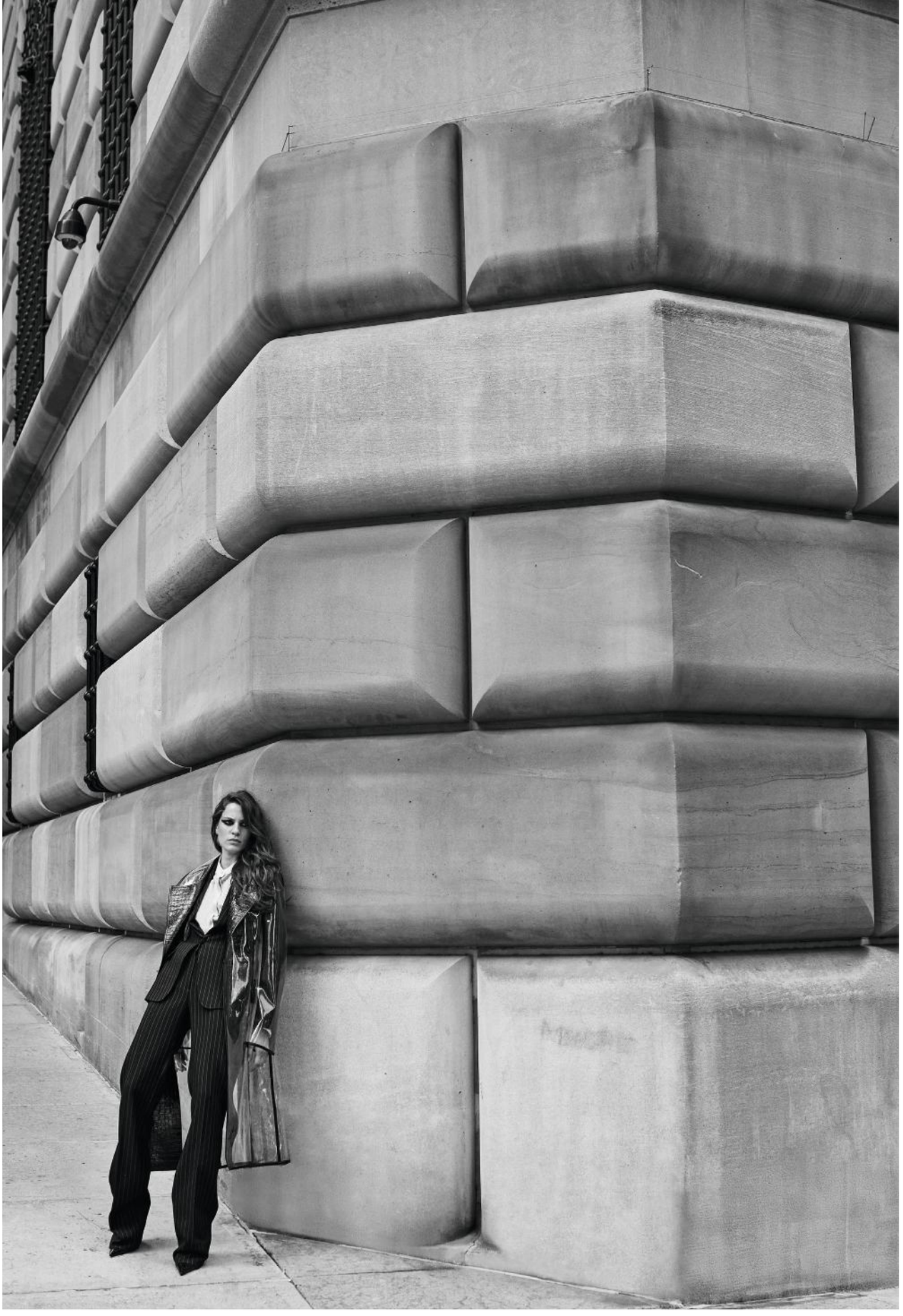
EINREIHIGER BLAZER MIT XL-SCHLEIFE, PASSENDE BUNDFALTENHOSE, BEIDES AUS WOLLE, DAZU SLICED MULES AUS KALBSLEDER, MIT SCHMUCKSTEINEN VERZIERT, ALLES VON *Givenchy by Sarah Burton*

MADAME MASCULINITY

Klassisch, männlich konnotiert und dann so neu gedacht, dass Feminität nicht schöner gefeiert werden könnte: Anzüge, Hosen Mäntel und Jacketts, die Frauen in Extraklasse zeigen

Editor **KERSTIN SCHNEIDER**
Fotos **REGAN CAMERON**

JUMPSUIT AUS WOLL-BARATHEA, MIT BÜGELFALTEN, DAZU EIN GÜRTEL AUS VELOURSLEDER UND *BLOOM* PUMPS AUS LEDER, ALLES VON *Balenciaga.* PILOTEN-SONNENBRILLE AUS ACETAT, VON *Bulgari*



BLAZER UND GERADE HOSE, BEIDES AUS SCHURWOLLE, HEMD AUS BAUMWOLLE, MIT STEHKRAGEN, TRANSPARENTER TRENCHCOAT AUS KUNSTSTOFF UND LEDER, DAZU *D'ORSAY* PUMPS AUS LACKLEDER, ALLES VON *Tom Ford*

HEMD AUS BAUMWOLL-POPELINE, OBERTEIL AUS DUCHESSE-SEIDE, HALB TRANSPARENTER MIDIROCK AUS ORGANZA, MIT GUMMIBUND, ALLES VON *Prada*

EINREIHIGER BLAZER AUS MOHAIR, HEMD AUS BAUMWOLL-POPELINE, MIT STEHKRAGEN, BLEISTIFTROCK AUS GRAIN-DE-POUDRE-GEWEBE, ALLES VON *Fendi.* *DISK* SLINGBACK-PUMPS AUS LACKLEDER, VON *Paul Andrew*

RECHTE SEITE: SCHMALER MANTEL AUS CHENILLE-CANVAS, MIT SCHULTERPOLSTERN, DAZU EINE HOSE AUS WOLL-CADY, MIT BÜGELFALTEN, BEIDES VON *Jil Sander.* PUMPS AUS SAMT, VON *Emporio Armani.* SONNENBRILLE AUS ACETAT, VON *Bulgari*

DOPPELREIHIGER BLAZER UND WEITE HOSE MIT BÜGELFALTEN, BEIDES AUS WOLLE, HEMD AUS BAUMWOLL-POPELINE, MIT KRAWATTE AUS SATIN, DAZU DERBY-SCHUHE AUS LEDER, ALLES VON *Dolce & Gabbana*

BAR MANTEL AUS GRAUEM KASCHMIR, MIT GROSSEM SCHALKRAGEN UND WEITSCHWINGENDEM SCHÖSSCHEN, ALLES VON *Dior*

BLAZER AUS SEIDE, MIT ZIERKNÖPFEN, HEMD AUS WOLLKREPP, FALTENROCK AUS WOLLE, MIT DROP-WAIST UND INTEGRIERTEM LEDERGÜRTEL, DAZU MULES AUS LACKLEDER UND CLUTCH AUS LEDER, MIT METALL-LOGO, ALLES VON *Chanel*

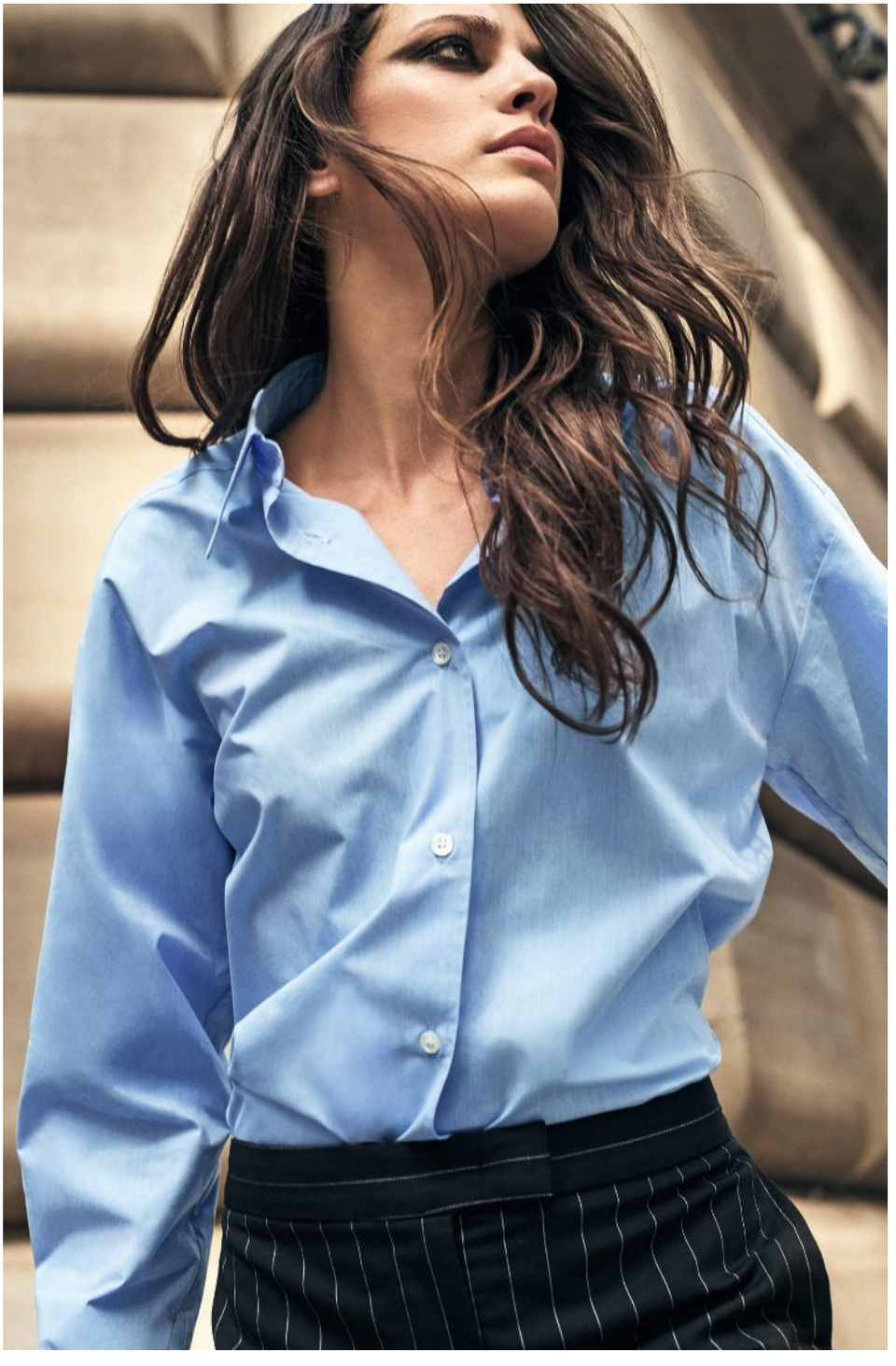
DOPPELREIHIGER BLAZER AUS WOLLE, MIT PASPELTASCHEN, VON *Gucci.* LANGÄRMLIGER ROLLKRAGEN-BODY AUS VISKOSE, VON *Michael Kors Collection.* COLLIER AUS GOLDFARBENEM METALL, MIT WEISSEN GLASPERLEN, VON *Chanel*

RECHTE SEITE: EINREIHIGER BLAZER UND ASYMMETRISCHER TELLERROCK, BEIDES AUS SCHURWOLLE, VON *Michael Kors Collection.* HEMD AUS BAUMWOLLE, VON *Kiton.* *AMELIA* PUMPS AUS SATIN, VON *Le Silla*

ALISTAIRE DOPPELREIHIGER BLAZER AUS WOLLE, MIT SCHALKRAGEN, PASSENDE HOSE AUS WOLLE UND SEIDE, DAZU EIN HEMD AUS SEIDE, MIT STEHKRAGEN, ALLES VON *Loro Piana.* MINAUDIÈRE AUS METALL, MIT SATIN-ETUI, VON *Valentino*

BECKER GERADE HOSE AUS WOLLE UND SEIDE, VON *Loro Piana. LOOP* MULES AUS SATIN, MIT SCHLEIFEN, VON *Paul Andrew*

HEMD AUS BAUMWOLL-POPELINE, VON *Dusan* SLIM FIT HOSE AUS WOLLE, MIT SAUMSCHLITZ, VON *Sportmax*



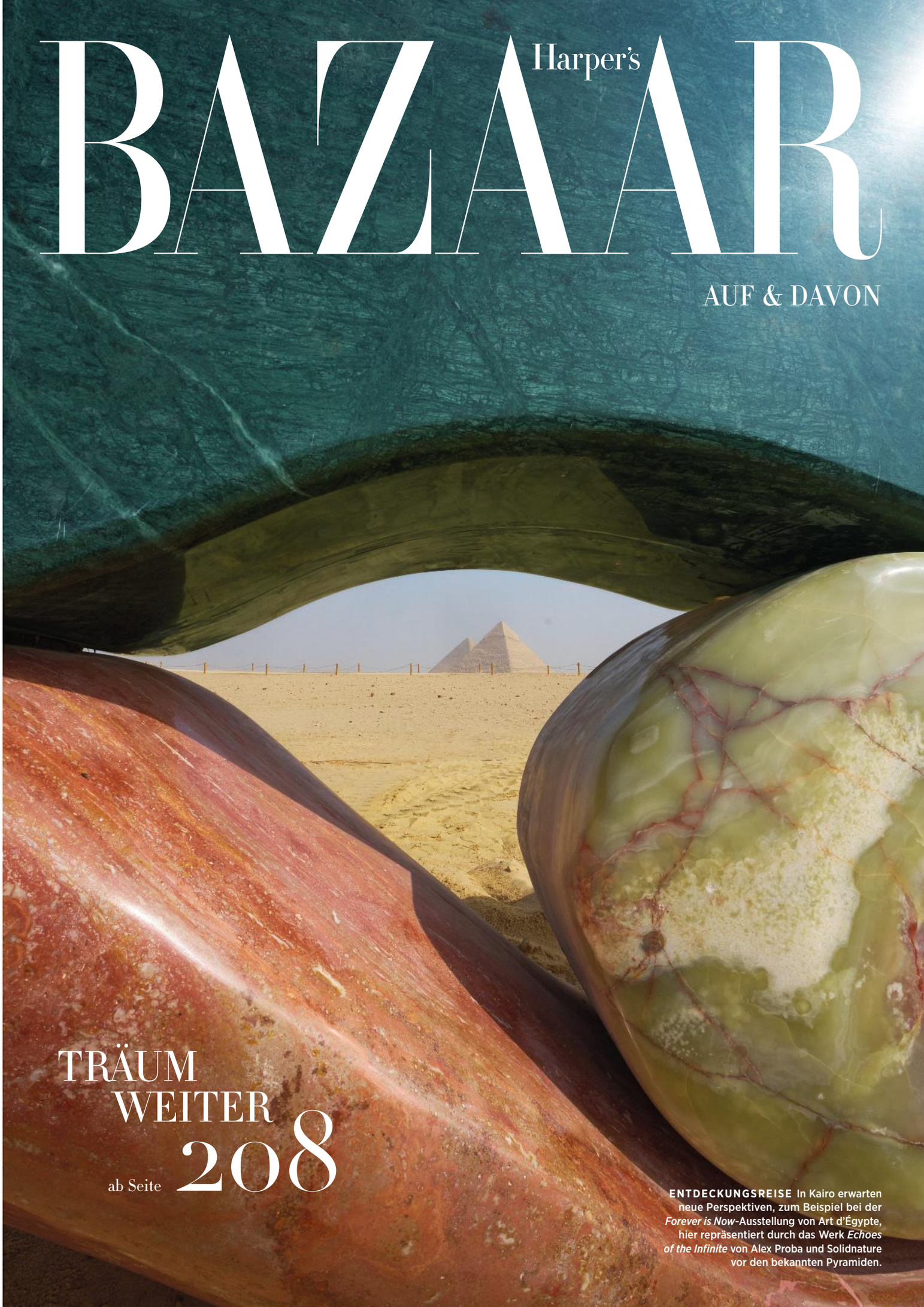
RECHTE SEITE: DOPPELREIHIGER BLAZER UND PASSENDE WEITE HOSE, BEIDES AUS WOLLE, DAZU KNIELANGE STIEFEL AUS LEDER, MIT HORSEBIT-DETAIL, VON *Gucci.* LANGÄRMLIGER ROLLKRAGEN-BODY AUS VISKOSE, VON *Michael Kors Collection*

Model: Denise Ascuet @ Muse Agency; Haare: Gonn Kinoshita @ The Wall Group; Make-Up: Charlotte Willer @ Home Agency; Modeassistenz: Karo Brandi; Casting: Anna Koziakova; Producer: Alex Hall @ W.I.B Agency

Wenn du
wissen willst,
was nach dem roten
Teppich passiert.
Wenn Stars, dann
Gala
Jeden Donnerstag neu im Handel, jederzeit auf GALA.de
und in den sozialen Medien.
Eine Marke der FUNKE Mediengruppe

Harper's BAZAAR

AUF & DAVON



TRÄUM WEITER

ab Seite 208

ENTDECKUNGSREISE In Kairo erwarten neue Perspektiven, zum Beispiel bei der *Forever is Now*-Ausstellung von Art d'Égypte, hier repräsentiert durch das Werk *Echoes of the Infinite* von Alex Proba und Solidnature vor den bekannten Pyramiden.

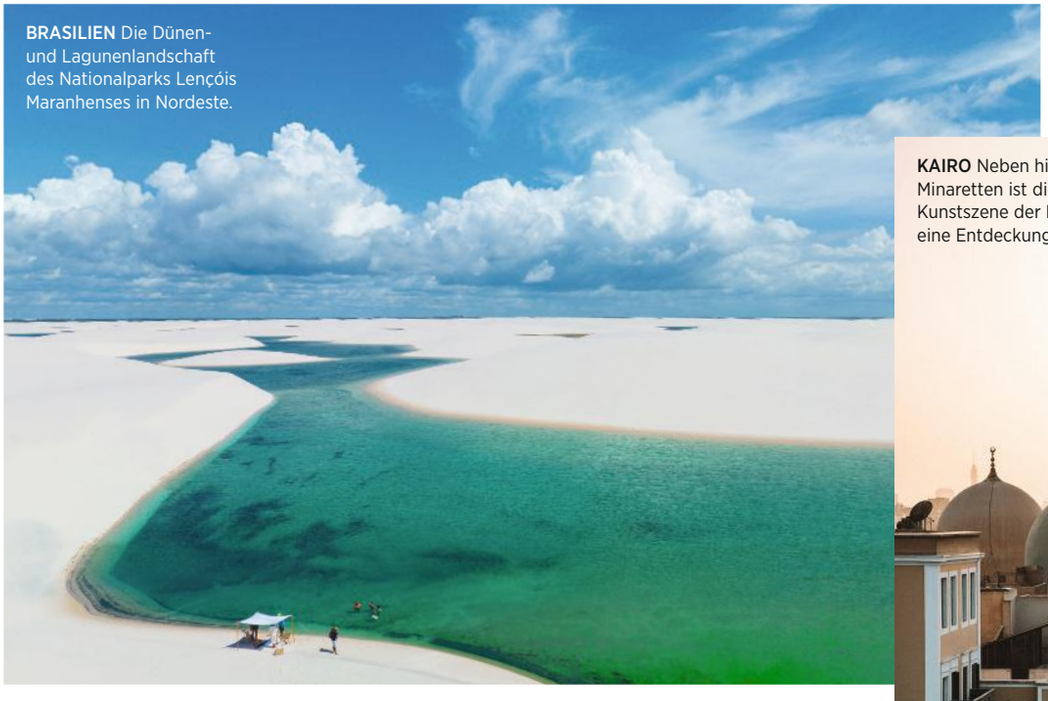
FOTO Courtesy of the artist Alex Proba and Courtesy of SolidNature, Courtesy of Art D'Egypte

TRÄUM WEITER

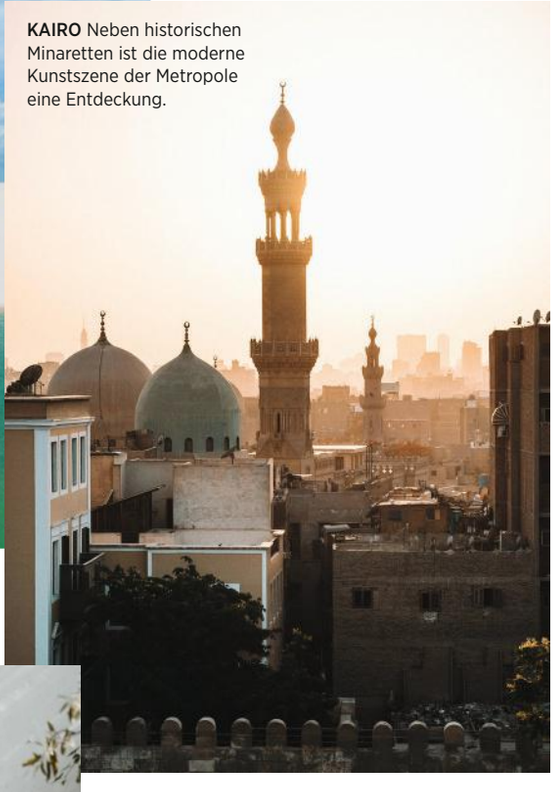
FOTO Courtesy of La Donaira

An die schönsten Urlaube erinnert man sich nicht wegen der Organisation, sondern wegen der Erlebnisse. Wir haben den Reiseexpert*innen von *Voyageurs du Monde* unsere Wünsche gegeben und gebeten, drei maßgeschneiderte Trips für *Bazaar* zu entwerfen – nach ANDALUSIEN, KAIRO und BRASILIEN

Protokolle **MARLENE SØRENSEN**



BRASILIEN Die Dünen- und Lagunenlandschaft des Nationalparks Lençóis Maranhenses in Nordeste.



KAIRO Neben historischen Minaretten ist die moderne Kunstszene der Metropole eine Entdeckung.

ANDALUSIEN Im Farmhaus La Donaira in der Serranía de Ronda begegnet man auch den dort lebenden Lusitano-Pferden.

VOYAGEURS DU MONDE, 1979 in Frankreich gegründet, beschäftigt heute 250 Expert*innen weltweit, die zu individuellen Budgets und Vorstellungen die passenden exklusiven Pakete schnüren. Die Angebote umfassen Services vom Bestellen einer eSIM über Tischreservierungen bis zur Visa-Beantragung und 24-Stunden-Assistenz. Im Oktober eröffnet die Agentur in München die erste Dependance in Deutschland, *voyageursdumonde.com*

FOTO Courtesy of OIÁ Casa Lençóis, ©Alexa Zabache/Pexels, Courtesy of La Donaira

KAIRO

Die Metropole ist in Bewegung – von der jungen Kunstszene bis zur nostalgischen Nilfahrt auf einem Dampfschiff

DIE 5-TAGE-ROUTE, PLUS NIL-FAHRT

Tag 1 *Grand Egyptian Museum* und Lunch im *Khufu's*. Weiterer Stopp: das *Wissa Wassef Art Center.*
Tag 2 Spaziergang aus dem Fatimidischen Viertel nach Zamalek. Dann eine Pause im al-Azhar-Park oder auch im Restaurant *Al Khan*. Danach in die Galerien von Zamalek und auf einen Drink im *Omar Khayyam Hotel.*
Tag 3 Einführung ins Padel-Tennis im *Gezira Sporting Club* – der perfekte Ort, mitten in der Stadt. Am Abend geht es ins *Makan Art Center* zu einer Zar-Show und anschließend auf Cocktails in die nahe gelegene *Mazeej Rooftop Bar.*
Tag 4 *Diana*-Flohmarkt (samstags), Mittagessen im *Almería* und am Abend eine Show im *Studio Samara*. Für den Hunger danach: Koshari im *Abou Tarek*.
Tag 5 Stadt der Toten und die Khayamiya-Straße oder Gamaleya, für lokale Handwerkskunst. Weniger frequentierte Gegend: Al-Darb al-Ahmar.
Tag 6 Flug nach Oberägypten, nach Luxor, zum Start der Kreuzfahrt.

1

2

3

FOTO Mark Antony Fox (Immobilia), Boby (Steam Ship Sudan), Courtesy of the artists Alexandre Farto aka Vhils, Courtesy of Art D'Egypte

1, 3 + 4 Im Immobilia-Hochhaus wird u. a. The Embassy Apartment (4) vermietet. Die Räume der früheren isländischen Botschaft sind mit Antiquitäten eingerichtet, der Blick von der Terrasse geht über das Stadtzentrum nahe des Tahrir-Platz (3). Auch die Damascus Stuite (1) kann man buchen. **2** Das über 100 Jahre alte Steam Ship Sudan wurde originalgetreu restauriert und fährt heute zwischen Luxor und Assuan. Reise nach Kairo, ab ca. 3800 € pro Person.

WAS MACHT KAIRO DERZEIT SO SPANNEND?

Neben der Eröffnung des lang erwarteten Grand Egyptian Museum ist es die Art, wie sich die Stadt neu erfindet. Festivals und Initiativen wie der Cairo International Art District und die Cairo Design Week zeigen ihre kreative Seite. Wer sich von einem rein pharaonischen Ägyptenbild löst und in das lokale Leben, die Küche und Kultur eintaucht, entdeckt eine überraschende Vielschichtigkeit.

WIR WÜRDEN KAIRO GERNE ZU FUSS ERKUNDEN. WELCHER SPAZIERGANG EIGNET SICH?

Einer meiner Lieblingsspaziergänge führt vom Stadttor Bab Zuweila durch die für ihre Werkstätten bekannte Khayamiya-Straße zum Museum für Islamische Kunst und weiter zum Ataba-Platz. Von dort geht es über die Emad El-Din-Straße, Cinema Radio und die Belle-Époque- und Art-déco-Bauten in die Innenstadt. Auf wenigen Kilometern erlebt man fast tausend Jahre Stadtgeschichte.

WO KÖNNEN WIR KAIROS KUNSTSZENE ERLEBEN?

Im Studio Samara werden die künstlerischen Traditionen Kairos mit Live-musik, Theater und Tanz gefeiert, inspiriert vom Goldenen Zeitalter des ägyptischen Films. Mittwochs empfiehlt sich ein Besuch im Makan, wo traditionelle Zar-Konzerte stattfinden. Nicht verpassen sollten Sie die Ausstellung *Forever is Now* von Art d'Égypte, die im November wieder stattfindet, mit Blick auf die Pyramiden. Auf die hat man übrigens auch vom Restaurant Khufus einen hervorragenden Blick.

IHRE EMPFEHLUNG FÜR GALERIEN?

Die Farouk Hosny Foundation in Zamalek zeigt in einer wunderschönen Villa etablierte und aufstrebende ägyptische Künstler. Ebenfalls sehenswert ist die Townhouse Gallery, eine führende Institution für zeitgenössische Kunst, die 1998 von Williams Wells gegründet wurde.

WO FINDEN WIR LOKALES KUNSTHANDWERK?

In den Gassen von El-Gamaleya, unweit des Khan el-Khalili, verbergen sich traditionsreiche Metallwerkstätten. Folgt man dem rhythmischen Klang der Hämmer, entdeckt man, wie zum Beispiel Fanous verarbeitet werden, die berühmten Ramadan-Laternen. Ein faszinierender Einblick in Kairos lebendige Handwerkstradition.

NOCH EIN GEHEIMTIPP, BITTE.

Das 1952 als Webschule gegründete Wissa Wassef Art Centre bietet heute Workshops und Ausstellungen; seine außergewöhnlichen Wandteppiche werden international gezeigt. Das Grand Egyptian Museum macht die Schlagzeilen, aber auch das historische Ägyptische Museum mit seiner bedeutenden Antikensammlung lohnt sich.

EIN AUSSERGEWÖHNLICHES HOTEL?

Wirklich besonders ist, im Immobilia zu schlafen, ein faszinierendes Wahrzeichen Kairos. Das Gebäude wurde in den späten 1930ern errichtet und war einst der höchste Bau des Nahen Ostens. Früher lebten Stars wie Omar Sharif und Leila Mourad hier. Einige luxuriöse Apartments in dem Art-déco-Gebäude wurden restauriert und werden vermietet.

WO ENTKOMMEN WIR DEN MENSCHENMASSEN?

Das Dominikanische Institut für Orientalische Studien ist ein wunderbarer Rückzugsort mitten im islamischen Kairo. Der ruhige Garten und die wissenschaftliche Atmosphäre wirken wie eine versteckte Oase. Wer die richtigen Kontakte hat, sollte auf einen der zahlreichen Taubentürme der Altstadt steigen und mehr über diese berühmte ägyptische Tradition erfahren.

WELCHES LOKALE GERICHT SOLLTEN WIR UNBEDINGT PROBIEREN?

Unbedingt Koshari, Ägyptens Nationalgericht – am besten bei Abou Tarek, wo diesem Gericht ganze fünf Etagen gewidmet sind. Auch Molokhia aus Muskraut gehört dazu. Es polarisiert – man liebt es oder man hasst es. Jede*r Ägypter*in ist überzeugt, dass die Version der eigenen Mutter die beste ist – und irgendwie haben sie alle recht. Om Ali ist eines der beliebtesten Desserts. Während der Mango-Saison: Fas-Mangos, die sind besonders intensiv aromatisch.

AUF DIE SCHNELLE: RESTAURANT? CAFÉ? BAR?

Die levantinische Küche im Almeria. Kaffee auf der Dachterrasse im Khan el-Khalili oder Frühstück im Tenaya am Nil. Ein Kahwa Martini im Mazeej Balad Rooftop oder ein Sakara-Bier im Greek Club.

VON KAIRO GEHT ES ZUM STEAMSHIP SUDAN: WORAUF KÖNNEN WIR UNS BEI EINER FAHRT MIT EINEM DAMPFSCHIFF FREUEN?

Die Fahrt auf dem restaurierten Dampfschiff aus dem 19. Jahrhundert führt zurück ins Goldene Zeitalter der Entdeckungsreisen. Historischer Charme, stilvolles Ambiente und gemächliches Tempo machen sie zu einer besonderen Art, den Nil zu erleben – vorbei an Palmenhainen, Dörfern, Tempeln und dem Alltag am Fluss.

WAS SOLLTEN WIR EINPACKEN?

Vor allem Geduld, Neugier und Sinn für das Außergewöhnliche. Was Sie besser zu Hause lassen: ein Fernglas. Es kann bei der Einreise vom Zoll beschlagnahmt werden.

Empfohlen von Clarisse Millet, Expertin für Ägypten

FOTO Courtesy of Immobilia

ANDALUSIEN

Die Raffinesse der Essenskultur macht Geschmack auf den Schmelztiegel in Südspanien

DIE 8-TAGE-ROUTE

Tag 1 – 2 Sevilla: *Triana*-Markt für Spezialitäten, besonders die Eiscremes mit authentischen Geschmacksnoten.
Tag 3 Córdoba: Besuch einer Olivenölfarm und Tasting; *Salmorejo* und *Rabo de toro* kosten.
Tag 4 – 5 Granada: *Alhambra* und das maurische Viertel *Albaicín*.
Tag 6 Ronda: Winzereibesuch und ein Dinner an der *Schlucht von Ronda*.
Tag 7 – 8 Jerez und Cádiz: Bodega-Tour *(Fino, Amontillado, Oloroso)* und Seafood in Cádiz.

1

2

3

FOTO Javier Penas, Courtesy of La Donaira

WO STARTEN WIR?

In Sevilla – das ist leicht zu erreichen, hat eine starke kulturelle Identität und fabelhafte Tapas-Kultur. Bonus: Es liegt in der Nähe von Jerez (Sherry), Córdoba (Olivenöl) und Cádiz (Meeresfrüchte).

WAS IST DER BESONDERE ZAUBER VON ANDALUSIEN?

Die Region ist ein Melting Pot, in dem seit Jahrhunderten maurische, jüdische und christliche Kultur verschmelzen. Das beeinflusst zum Beispiel, wie hier gekocht und genossen wird.

GEBEN SIE UNS EIN BEISPIEL.

Es gibt viele! Besuchende sind oft überrascht, wie raffiniert die regionalen Produkte sind. Olivenöl wird behandelt wie edler Wein. Likörwein wiederum ist ebenfalls eine Kultur für sich. Der beste Jamón Ibérico kommt aus Huelva – *pata negra,* Schwarzklauenschinken. Dann gibt es noch die herzhafte Bergküche aus Orten wie Ronda oder den Alpujarras. Die Meeresfrüchte von Cádiz. Diese Gerichte und Zutaten werden heute von einer neuen Generation Köch*innen frisch zubereitet.

WO TREFFEN WIR DIE?

Etwa im Restaurant Abantal in Sevilla. Im Cañabota, das ebenfalls in Sevilla liegt, werden Meeresfrüchte der Extraklasse serviert. Das Restaurant Noor in Córdoba bietet eine avantgardistische Neuinterpretation der Al-Andalus-Küche. Im Aponiente bei Cádiz zaubert Küchenchef Ángel León, der „Koch des Meeres".

WELCHE KLASSISCHEN SPEZIALITÄTEN SOLLTEN WIR IN ANDALUSIEN VON DER KARTE WÄHLEN?

In Córdoba: Salmorejo, eine cremige Tomaten- und Brotsuppe mit Olivenöl. In Sierra de Huelva: Jamón Ibérico. In Cádiz: Pescaíto frito, gebratener Fisch. Und ganz generell: Rabo de toro, Ochsenschwanzsuppe; Espinacas con garbanzos, Spinat mit Kichererbsen; Tortillitas de camarones, Krabbenfikadellen.

IHRE LIEBLINGSBARS UND DIE BESTELLUNG DORT?

El Rinconcillo in Sevilla, allein für die Tapas, und Casa Morales, auch in Sevilla, für den Vermouth.

WAS TRINKEN WIR NOCH?

Wein. Für ein umfassendes Erlebnis empfehlen sich die Bodegas Lustau und González Byass in Jerez.

NENNEN SIE UNS EINIGE ERINNERUNGSWÜRDIGE HOTELS.

Wer ein historisches Ambiente schätzt, findet es im Hotel Alfonso XIII in Sevilla oder im Hospes Palacio del Bailío in Córdoba. Finca La Donaira beim Dorf El Gastor steht für ein luxuriöses Farm-to-table-Konzept. Eine elegante Interpretation eines traditionellen Cortijo ist die Finca Cortesin bei Estepona.

WO KOMMEN WIR IN ANDALUSIEN ZUR RUHE?

In der Provinz Jaén (Úbeda und Baeza) – Olivenöl-Land, authentisch und still. In der Natur und den kleinen Dörfern von Sierra Grazalema. Die Stadt Sanlúcar de Barrameda ist ein Geheimtipp für Meeresfrüchte und Manzanilla-Sherry.

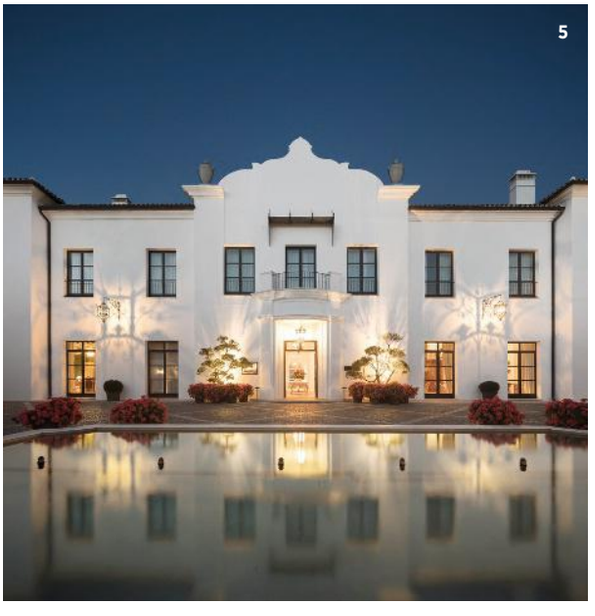
WELCHE VERSTECKTEN SCHÄTZE GIBT ES NOCH ZU ENTDECKEN?

Die weniger bekannten maurischen Ruinen Medina Azahara (Córdoba) Der Caminito del Rey, ein spektakulärer Wanderweg entlang der Steilküste. Und Vejer de la Frontera, das weiße Dorf mit einer fantastischen Gastronomieszene.

WOFÜR SOLLTEN WIR IM KOFFER PLATZ LASSEN?

Neben Sherry und Premium-Olivenöl extra vergine, am besten aus einer einzigen Sorte wie Picual oder Hojiblanca, für lokales Handwerk. Córdoba ist bekannt für Lederwaren, doch auch bei Enrile in Sevilla findet man außergewöhnlich fein gearbeitete Gürtel, Schmuckschatullen oder Carry-ons. Keramik: die Objekte von Pablo Canivell in Malaga oder auch Nati Rodríguez in Jaén).

Empfohlen von Vinit Athalye, Experte für Spanien, Indien und Nepal



1 + 3 La Donaira in der Region Serranía de Ronda ist ein Eco-Resort mit Spa (1), Bio- und Reiterhof. Bei neun Zimmern (3) ist die Besucher*innenzahl angenehm begrenzt. **2** Das Restaurant Noor steht für zeitgenössische andalusische Küche. **4 + 5** Finca Cortesin, ein mondäner Rückzugsort, der nur 20 Minuten von Marbella entfernt liegt, bietet Wellness-Möglichkeiten wie Thermalbad und Salzwasser-Indoorpool sowie Tennis- und Padelplätze. Die zwei Restaurants servieren mediterrane Fusionküche und klassische spanische Gerichte. Im Bild: Junior Suite (4) und Haupteingang (5). Reise nach Andalusien, ab ca. 2900 € pro Person.

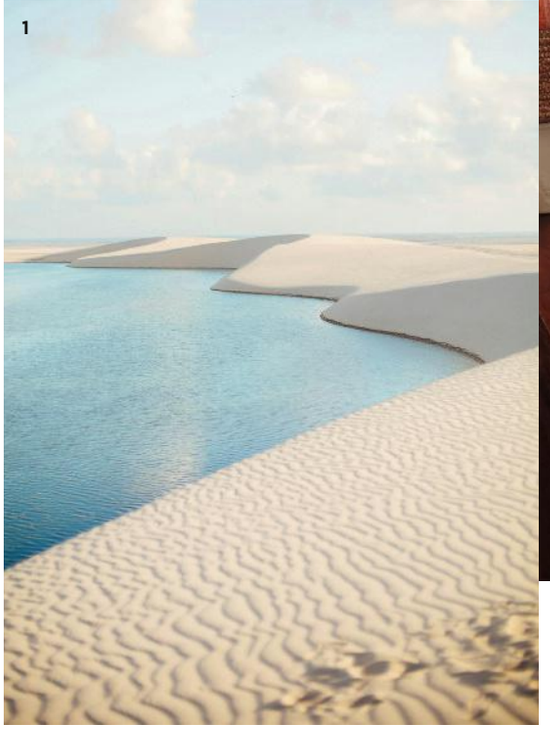
FOTO Courtesy of Finca Cortesin

BRASILIEN

Zwischen dem afrobrasilianisch geprägten Salvador de Bahia und der Dünenlandschaft des Lençóis Maranhenses entfaltet sich Região Nordeste als Region der Kontraste

DIE 12-TAGE-ROUTE

Tag 1 – 3 Afrobrasilianische Kultur und Kolonialgeschichte in *Salvador.*
Tag 4 – 9 Flug nach *São Luís* als Ausgangspunkt für Ausflüge, beginnend mit dem Dorf *Atins* am Rande des Nationalparks *Lençois Marahenses,* über das *Parnaíba Delta* und schließlich *Barra Grande* für Weltklasse-Kitesurfing.
Tag 10 – 11 *Jericoacoaras* lebhafte Strandkultur, mit Beach Bars an sandigen Straßen und spektakulären Sonnenuntergängen.
Tag 12 Die weißen Sandstrände von *Fortaleza,* Hauptstadt von *Cerea,* als Abschluss vor dem Heimflug.

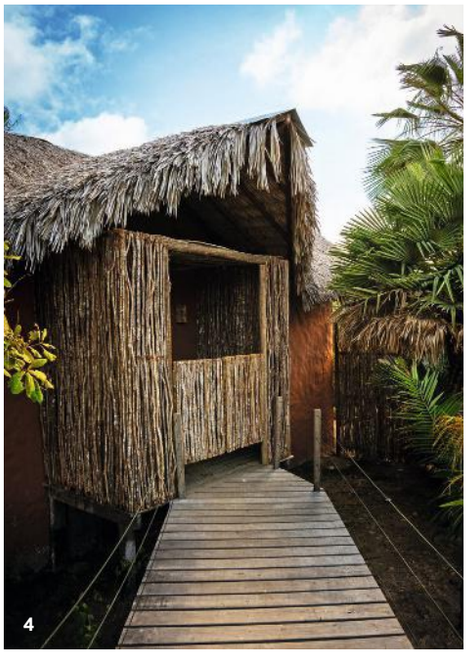

1

3

2

1+2 Wanderungen durch Lençóis Maranhenses machen eine Reise nach Nordeste aus (1). Ein Stadtspaziergang durch Salvador wiederum führt zu Werken der Architektin Lina Bo Bardi, wie , das Restaurant Coatí (2). **3** Das Hotel Villa Bahia würdigt die afrobrasilianische Kultur, wie mit dem Zimmer Moçambique.

FOTO ©Manuel Sá, ©Manuel Zublena/Voyageurs du Monde, ©Leo Castro/Unsplash



4 + 5 Das Fischerdorf Atins ist ein guter Startpunkt für alle Aktivitäten im Lençóis Maranhenses. Als Unterkunft empfiehlt sich beispielsweise das OIÁ Atins (4). Zu OIÁ gehört auch die Casa Lençóis, eine moderne brasilianische Pension (5). Reise nach Brasilien, ab ca. 4200 € pro Person.

WAS ERWARTET UNS IN NORDESTE??

Viele Reisende erwarten vor allem Strände, doch die Region ist unglaublich vielfältig, mit Kolonialstädten wie Salvador de Bahia, der surreal anmutenden Landschaft des Lençóis Maranhenses, Mangroven und Tierwelt im Parnaíba-Delta – und auch einigen der schönsten Strände Südamerikas.

STARTEN WIR IN SALVADOR. WIE LERNEN WIR DIE STADT KENNEN?

Indem Sie sowohl Ober- wie auch Unterstadt erkunden. Cidade Alta auf einer Klippe über der Allerheiligenbucht ist das historische und kulturelle Herz der Stadt: eine faszinierende Mischung aus kolonialer Architektur, afrobrasilianischem Erbe und lebendigem Straßenleben. Cidade Baixa besticht durch eine ganz andere Atmosphäre: Sie ist eng mit dem Meer und der bahianischen Küche verbunden. Zwei Stopps in Cidade Baixa: der Markt São Joaquim, der berühmt ist für die riesige Auswahl an getrockneten Garnelen und die Kirche Nosso Senhor do Bonfim.

WO MACHEN WIR KAFFEEPAUSE?

Auf der Rua San Antonio im Cafélier – für den Kaffee, aber auch für den Blick auf die Baía de Todos Santos.

EIN AUSGEZEICHNETER RESTAURANT-BESUCH?

Casa de Tereza ist einer der besten Orte, um die bahianische Küche kennenzulernen. Viele Tourist*innen probieren einmal das Nationalgericht Moqueca in der Oberstadt und glauben, sie hätten die bahianische Küche „abgehakt". Casa de Tereza zeigt, wie raffiniert und vielfältig sie sein kann.

WELCHE LOKALE SPEZIALITÄT SOLLTEN WIR KOSTEN?

Bobó de camarão! Ein enger Verwandter der Moqueca, aber mit völlig anderer Konsistenz und ganz eigenem Charakter. Es schmeckt wie eine Meeresfrüchte-Bisque, mit in Kokosmilch und Palmöl gekochten Garnelen.

EINE HOTELEMPFEHLUNG?

Villa Bahia ist das stimmungsvollste Hotel in Salvador. Nicht bloß ein weiteres luxuriöses Strandresort, sondern ein Haus mit Geschichte, Charakter und in einer unvergleichbaren Lage.

WELCHE SCHÄTZE GIBT ES IN SALVADOR NOCH ZU ENTDECKEN?

Lina Bo Bardis Werke. Ihre architektonischen Interventionen am Museu de Arte Moderne da Bahia, Casa do Comércio und den Mid-century Gebäuden an den Avenida Cotorno sind Paradebeispiele für sozialen Modernismus.

EIN SOUVENIR?

Ein farbenfrohes Hemd aus dem kleinen Laden, der früher das Zuhause von Jorge Armado und Zéliea Gattai war: A Casa do Rio Vermelho in Salvador. Typisch Bahia!

MACHEN WIR UNS AUF DEN WEG IN DIE NATUR. IHR TIPP FÜR EINEN TRAUMSTRAND?

Barra Grande auf der Halbinsel Marau, mit feinem weißem Sand, wilden Kokospalmen und ganzjährig warmem Wasser. Die Anfahrt geht über lange Strecken auf teils unbefestigten Straßen, aber das trägt dazu bei, dass er seinen entspannten Charakter bislang bewahrt hat.

EIN NATURERLEBNIS, DAS WIR NICHT VERPASSEN SOLLTEN?

Die Chapada Diamantina bietet eine Mischung aus tropischer Oase, Patagonien und amerikanischem Südwesten: imposante Tafelberge, tiefe Schluchten, versteckte Höhlen, kristallklare Flüsse und einige der spektakulärsten Wasserfälle des Landes.

WELCHE AKTIVITÄTEN EMPFEHLEN SIE NOCH?

Eine Privattour ins Fischerdorf Atins und von dort durch den Nationalpark Lençóis Maranhenses. *Lençóis* ist portugiesisch für Tuch; die Landschaft mit ihren Sanddünen, die sich auf 150 000 Hektar erstrecken, erinnert an zerknitterte weiße Laken. Eingebettet in die weitläufigen Dünen liegen Hunderte türkisfarbener Lagunen, die von Schildkröten bevölkert werden und zahlreiche andere Tierarten anziehen.

EIN ROMANTISCHES ERLEBNIS?

Mitten im Parnaíba-Delta fliegen bei Sonnenuntergang Hunderte – manchmal Tausende – Scharlachibisse zu kleinen Mangroveninseln, um dort die Nacht zu verbringen. Vor dem Hintergrund des orangefarbenen Himmels und der dunkelgrünen Mangroven wirkt das fast surreal.

APROPOS SONNENUNTERGANG: BESTER SPOT FÜR EINEN SUNDOWNER?

Dafür gibt es keinen besseren Ort als die Terrasse des Mirante do Boldró an der Küste von Fernando de Noronha, mit Blick auf den Morro Dois Irmãos-Felsen. Auf Fernando de Noronha entkommt man außerdem den Touristenströmen, da die Besuchszahlen limitiert sind.

Empfohlen von Anastasia Beloeil, Expertin für Brasilien, Uruguay und den Südwesten der USA

FOTO ©OIÁ Atins Alexandre Suplicy, Courtesy of OIÁ Casa Lençóis

QUIET LUXURY

NOTES

LUXUSHOTEL – Wie macht man in einer Stadt auf sich aufmerksam, in der alles größer und lauter ist als anderswo? Mit Diskretion. The Lowell gehört zu keiner Kette, hier spielt man sich nicht auf, stattdessen beruft man sich auch nach bald 100 Jahren auf das, was man schon immer besonders gut gemacht hat: New York City-Besuchende an der Upper East Side ein Refugium bieten, mit dem Charme der *old world* – das Lowell ist das einzige Hotel der Stadt mit echten Holzkaminen – und modernen Komforts. Vor dem großen Geburtstag 2027 haben Mitbesitzerin Dina De Luca Chartouni und der Interior-Designer Michael S. Smith den Suiten und Zimmern ein Update gegeben. Ganz dezent, versteht sich.

THE LOWELL 28 E 63rd St. Mit 74 Zimmern und Suiten, Bar, Restaurant Majorelle, Dior Spa und Club Room. DZ, ab 1220 €, lowellhotel.com

MIX & MATCHED

VILLA – Gastro-Entrepreneur Luca Pronzato von We Are Ona vermischt mit Casa Ideale die Zutaten für erinnerungswürdige Auszeiten: Kunst, Kultur, Kulinarik. Erster Stopp des Pop-up-Konzepts ist die Villa Bank in Arles, wo Fotografien aus der Fondazione Sozzani, Möbel aus der Downtown+ Galerie und Kochkünste von Gil Nogueira zusammenkommen. Und auch wenn Pronzato weiterreist: Die Villa Bank kann man mieten.

CASA IDEALE Künftige Veranstaltungen werden auf Instagram @casa.ideale angekündigt. Buchungen für die historische Villa Bank von Émile Sala mit fünf Schlafzimmern und Pool über lavillabank.com, Preis auf Anfrage.

FOTO Courtesy of The Lowell New York, Courtesy of Villa Casa Ideale, Laurent Giannesini

WELCOME TO THE CLUB

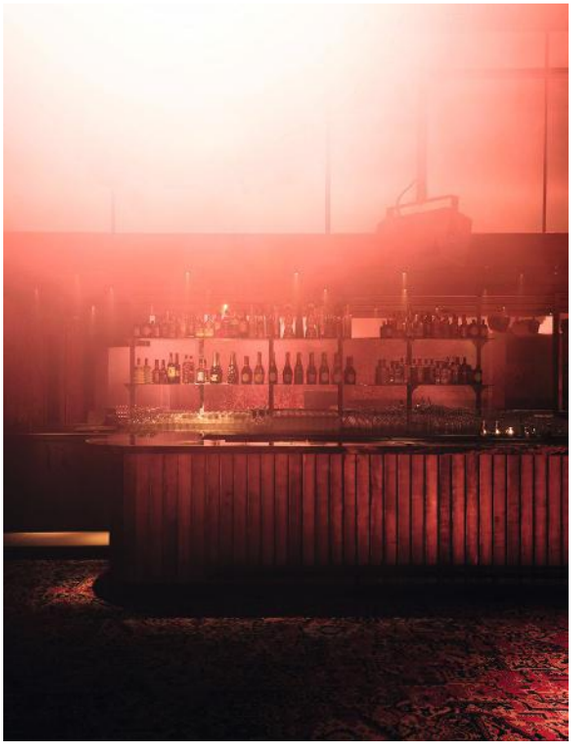
CITY-QUARTIER – Gut 30 Jahre, nachdem Nick Jones das erste Soho House eröffnete, präsentiert er das St. Clement als neuen Treffpunkt für Londons Kreative. Seine Vision hat er u. a. mit den Interior-Designerinnen Eagle & Hodges umgesetzt. Das Hotel an der Themse ist vom Spa bis zum Restaurant ein Beweis für Jones' Gespür. Chic, mühelos, durchdacht.

ST. CLEMENT 180 The Thames. Mit 90 Zimmern und 15 Lofts, Café Clement, Bobbi's Bar und Lunette Fine Dining, Health Club mit Bathhouse und Spa, Kino. DZ, ab 700 €, stclement.co.uk

MISE-EN-SEINE

5-STERNE-HOTEL – Das rote Neonschild des Sixties-Clubs Bus Palladium leuchtet wieder. Wo einst Serge Gainsbourg im 9. Arrondissement die Nächte durchmachte, lädt jetzt ein Hotel zum Bleiben ein. Der dazugehörige Club ist mehr als eine Verneigung vor der Vergangenheit: Kürzlich feierten hier Madonna und Charli xcx.

BUS PALLADIUM 6, rue Pierre Fontaine. Mit 35 Zimmern und Suiten, Bar, Restaurant, Rooftop und Underground-Club für bis zu 200 Gäste. DZ, ab 490 €, buspalladium.com



ITALIANITÀ

TRATTORIA – „Wohin?" „Ins Pinci." Seit einem Jahr gibt es kaum Diskussionen, wo man sich in Berlin-Mitte trifft. Als Pendant zur beliebten Tagesbar hat das Gründungstrio nun Breda in Kreuzberg eröffnet, eine Trattoria, in der so ungekünstelt gut italienisch gekocht und gastgegeben wird, dass „Wohin?" künftig auch mit „Ins Breda" beantwortet werden muss.

BREDA Paul-Lincke-Ufer 42. Lu Leisering, Manuel Pinciroli und Silvan Frick ließen sich für die Karte vom Piemont und der Lombardei inspirieren. Mi. – Fr. 17 – 24, Sa. 13 – 24, So. 13 – 18 Uhr, breda.berlin

FOTO Matthieu Salvaing, Conrad Bauer, Kate Maxwell

GLANZ & GLORIA

Im Restaurant Le Voltaire feierte Chanel während der Paris Haute Couture Week im intimen Rahmen seine *Signes & Symboles* High Jewelry-Kollektion

Kerstin Schneider und Michelle Kwok

Veronika Heilbrunner und Sylvie Thost

Alexa Chung

SHINY HAPPY PEOPLE

Im frisch eröffneten Le Gratin in Paris zelebrierte Pandora mit ausgesuchten Gästen den Launch seiner neuen *Wonders* Kollektion

Kim Petras

Paloma Elsesser

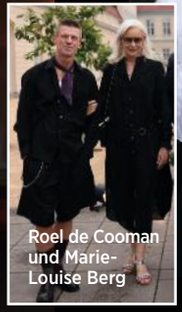
Dree Hemingway

STADT GESPRÄCH

Highlight der Berlin Fashion Week: Das Opening Dinner des Fashion Council Germany in der Orangerie von Schloss Charlottenburg

Dirk Schönberger und Julian Daynov

Yui Masui und Declan Chan



Roel de Cooman und Marie-Louise Berg

Christiane Arp und Scott Lipinski

Edward Buchanan und Angel Nemov

FOTO Courtesy of Chanel, Tonya Matyu, Jeremy Möller, Getty Images/Max Cisotti (3)

SOIRÉE D'ÉTÉ

Das Palais Bulles an der französischen Riviera war die perfekte Bühne für die Party von Aquazzura und Net-a-Porter

Cindy Bruna

Giorgina Clavarino, Kyra Kennedy und Anna Castellini Baldissera

Alessandra Prinzessin von Hannover

Heather Kaminetsky und Edgardo Osorio

Melissa von Faber Castell, Lawrence Van Hagen, Begum Khan und Alex Rivière

GARDEN DATE

Anlässlich der *Santos de Cartier*-Kollektion luden die Maison und Style Not Com zum Cocktailabend in ein versteckt gelegenes Hôtel particulier im 5. Arrondissement von Paris

Beka Gvishiani, Margherita Cardelli und Gerardo Cavaliere

Guitarricadelafuente

Marie Marot

Mathias Kiss

FOTO @Saskia Lawaks, Rowben Lantion

DER
BEAUTY-PODCAST

BUNTE
VIP GLOSS

Jetzt reinhören
und abonnieren!

HOROSKOP

JUNGFRAU
24. AUGUST — 23. SEPTEMBER

Mit Sonne und Merkur in Ihrem Zeichen sind Sie in der Lage, analytische Stärke mit Überzeugungskraft zu verbinden. Falls wichtige Gespräche zu führen sind, wäre die Zeit jetzt ideal. Der Austausch mit vertrauten Wegbegleitern schenkt wertvolle Impulse für ein langfristiges Projekt.

TAG HEUER *Aquaracer* aus gebürstetem und poliertem Stahl, mit Sonnenschliff-Zifferblatt und 12 Diamanten (0,07 ct), um 3000 €

WAAGE
24. SEPTEMBER — 23. OKTOBER

Mars verleiht Dynamik, Vorhaben entschlossen voranzutreiben. Jupiter stärkt Ihr Netzwerk und fördert Ideen, die von Zusammenarbeit leben. Harmonische Impulse von Uranus und Pluto schärfen den Blick für das Wesentliche.

SKORPION
24. OKTOBER — 22. NOVEMBER

Beruflich öffnet Jupiter interessante Perspektiven, verlangt aber zugleich einen realistischen Blick auf die eigenen Ressourcen. Wer seine Kräfte klug bündelt, erreicht in diesem Monat oft mehr als durch bloßen Einsatz.

SCHÜTZE
23. NOVEMBER — 21. DEZEMBER

Wenn Jupiter, Ihr Leitplanet, den Blick weitet, wächst die Lust auf neue Horizonte. Eine Mars-Jupiter-Konstellation sorgt für den nötigen Antrieb. Gegen Monatsende macht sich, Merkur-Support sei dank, Ihr Talent zum Netzwerken bezahlt.

STEINBOCK
22. DEZEMBER — 20. JANUAR

Sonne und Merkur unterstützen Sie dabei, Überzeugungen, Ziele und Zukunftspläne kritisch zu prüfen. Währenddessen kann Mars im Krebs zwischenmenschliche Begegnungen emotionaler färben als Sie es von sich gewohnt sind.

ZWILLINGE
21. MAI — 21. JUNI

Uranus, der Planet der Befreiung, der Revolution und des plötzlichen Wandels, lässt Ihr Bedürfnis wachsen, neue Wege zu gehen. Kultivieren Sie Ihre Unabhängigkeit, aber gestalten Sie Veränderungen behutsam. Geduld kann auch produktiv sein.

WASSERMANN
21. JANUAR — 19. FEBRUAR

Welche Erfahrungen möchten Sie vertiefen, welche Veränderungen zulassen? Der September lädt zur Selbstanalyse ein. Gleichzeitig überrascht Jupiter den freiheitsliebenden Wassermann mit der Sehnsucht nach mehr Verbindlichkeit.

WIDDER
21. MÄRZ — 20. APRIL

Gelassenheit und eine gewisse Distanz zu vermeintlichen oder tatsächlichen Problemen sind gerade die klügeren Formen von Durchsetzungskraft. Vor allem, wenn organisatorische Hürden oder Missverständnisse den direkten Weg erschweren.

KREBS
22. JUNI — 22. JULI

Mit Venus im Skorpion sind Sie bereit für großes Gefühle und bedingungsloses Engagement. Das verspricht euphorische Momente, kann aber auch Misstrauen erzeugen, wenn Sie Distanz gleich als Affront oder Bedrohung interpretieren.

FISCHE
20. FEBRUAR — 20. MÄRZ

Wichtige Gespräche verlangen Aufmerksamkeit und Klärungen schaffen Raum für mehr Verlässlichkeit und Ordnung, das gilt privat wie beruflich. Parallel wächst der Wunsch, den eigenen Idealen mehr Platz im Alltag zu geben.

STIER
21. APRIL — 20. MAI

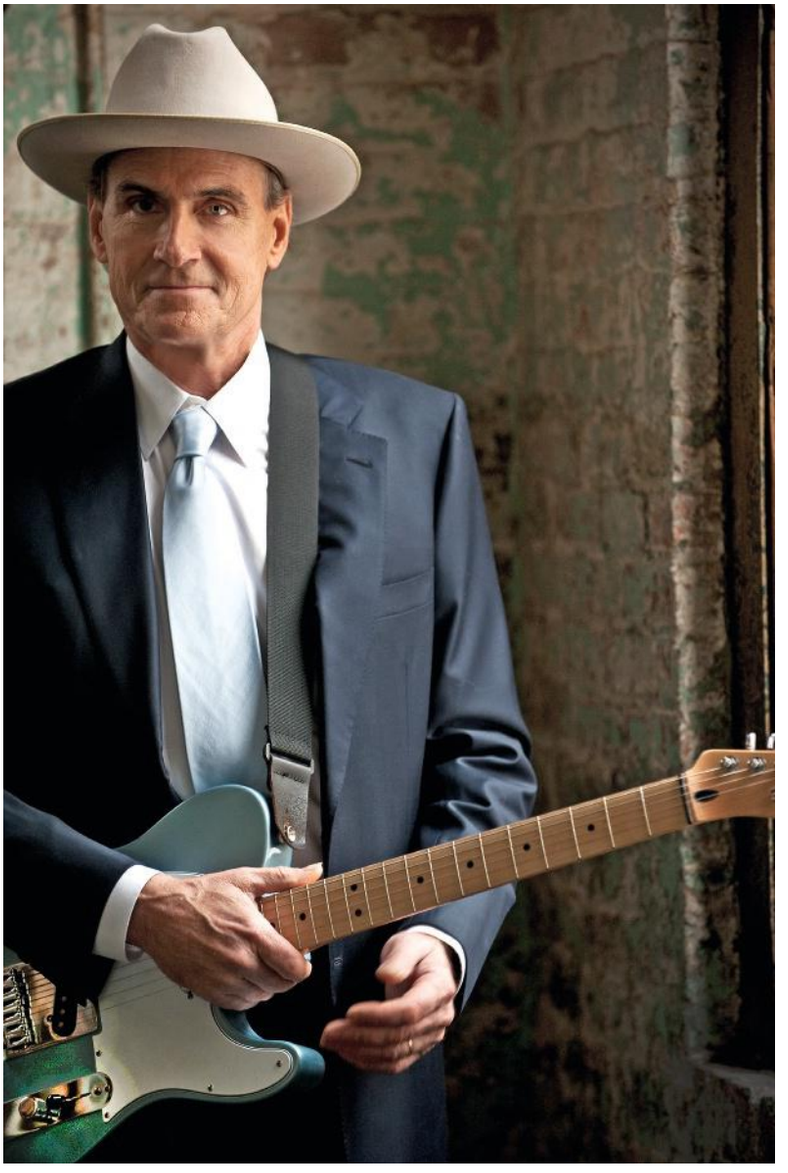
Die Einflüsse der Jungfrau schenken Ihnen in diesen Wochen Klarheit, während Mars Sie ermutigt, Ihrer Intuition zu folgen. Gerade kreative Projekte profitieren davon, dass Sie Inspiration und Pragmatismus mühelos miteinander verbinden.

LÖWE
23. JULI — 23. AUGUST

Mit Jupiter in Ihrem Zeichen weitet sich der Horizont. Optimismus, Selbstvertrauen und Tatkraft wachsen. Als Mittel gegen etwaigen Übermut wirken sachliche Jungfrau-Einflüsse, die finanzielle Entscheidungen mit Augenmaß begünstigt.

TEXT Miriam Valentini

Fire and Rain, You've Got a Friend, Sweet Baby James: James Taylor und seine Songs gelten in den USA als „National Treasure". Der Musiker mit der sanften Stimme ist bescheidener und beschreibt sich als „Atheist, Aktivist und Pazifist". Als solcher sieht er die aktuelle Lage in seiner Heimat mit Sorge: „Die Patrioten in unserem Land sind heute die Menschen, die Widerstand leisten … die darauf bestehen, dass Gleichheit, Inklusion und Gerechtigkeit nach wie vor Werte sind, für die es sich zu kämpfen lohnt." Von diesem Kampf handelt seine sehr persönliche Playlist für diese *Bazaar*-Ausgabe. Dort findet sich etwa *What's Going On.* Marvin Gayes Hymne an die Menschlichkeit. Oder *Mary, Don't You Weep* von den Swan Silvertones. Ein Spiritual über Überleben, Befreiung und Hoffnung. „Die amerikanische Musik – denkt man an Jazz, Rock oder Blues – ist schwarze Musik", so Taylor. „Diesem Teil unseres Schmelztiegels schulden wir großen Dank. Die Frage ist für mich heute: Sind wir noch mutig genug, frei zu sein?"



Sweet Lorraine
NAT KING COLE TRIO

Mary, Don't You Weep
THE SWAN SILVERTONES

What's Going On
MARVIN GAYE

Crosscut Saw
ALBERT KING

It's All Right
THE IMPRESSIONS

Until You Come Back to Me
ARETHA FRANKLIN

JAMES TAYLOR

Er hat über 100 Millionen Tonträger verkauft, gilt als Inbegriff des Singer-Songwriters und inspirierte die Eltern von Taylor Swift bei der Namensfindung. Für *Bazaar* kuratierte der sechsfache Grammy-Gewinner eine sehr persönliche Songauswahl zum Thema Freiheit

James Taylors gesamte Playlist exklusiv auf **APPLE MUSIC**

FOTO Vee-Jay Records/Universal Music Group, Motown Records/Universal Music Group, Universal Music Group, Fantasy Records/Universal Music Group, GRP Records/Universal Music Group, Atlantic Records

KIKO
MILANO

Dior