

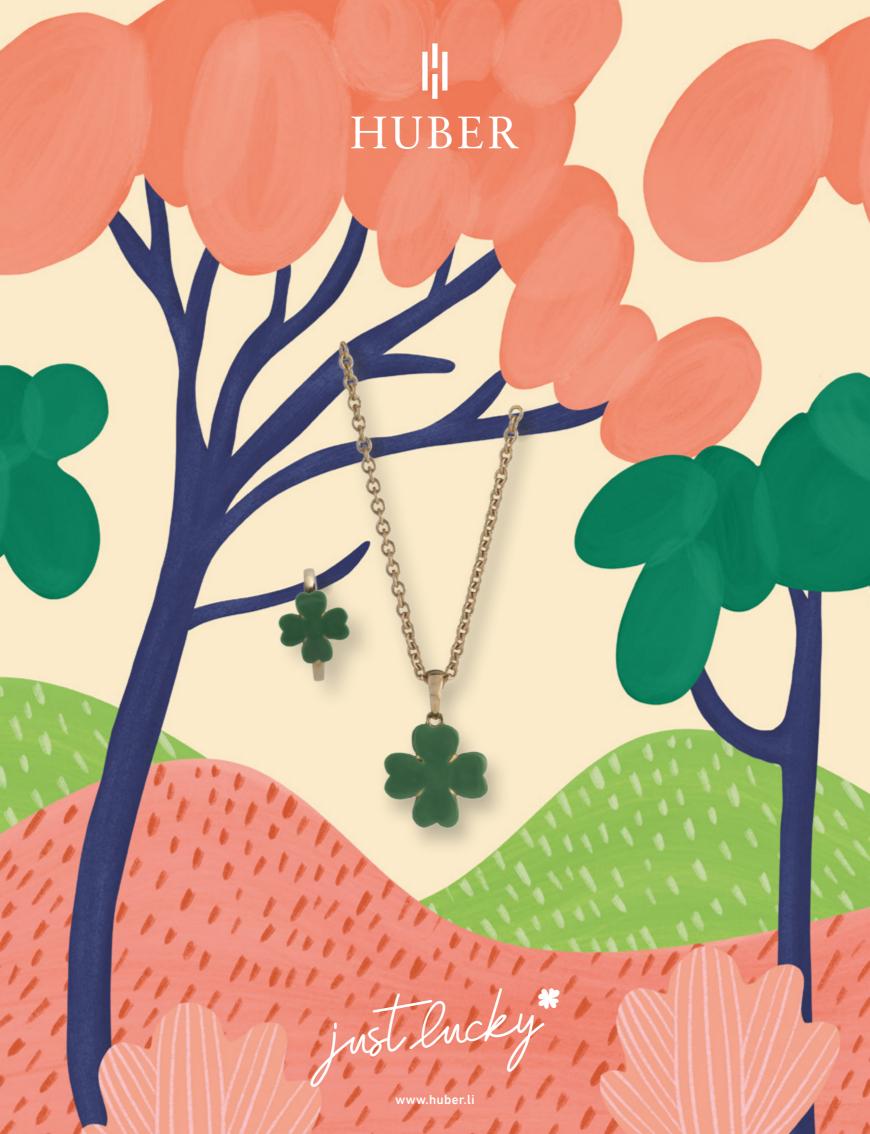




BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION



TWENTY~4 REF. 4910/1201R





NORMAN J. HUBER führt das Familienunternehmen Huber Fine Watches & Jewellery in vierter Generation.

Liebe Leserinnen Liebe Leser

Wie heisst es doch so schön: Time flies when you have fun!

Genau das empfinde ich, wenn ich auf «10 Jahre Weisser Würfel» zurückblicke. Auch ich habe in diesem architektonischen Juwel viele Glücksmomente erlebt.

Ein weiterer Grund zur Freude: In diesem Jahr feiern wir das fünfjährige Bestehen unseres Geschäfts an der Kirchstrasse in Bregenz.

Besonders freue ich mich, dass meine Tochter Beryl nun in der Geschäftsleitung mitwirkt und damit die Zukunft unseres Familienunternehmens mitgestaltet.

In diesem Sinne freuen wir uns beide auf Ihren Besuch in einem unserer Geschäfte.

Herzlichst,

Ihr Norman J. Huber





DIE ERSTE OMEGA IM ALL

Diese Speedmaster ist eine Neuauflage der Uhr, die vor über sechzig Jahren als erste OMEGA auf Weltraummission Geschichte schrieb. Doch ihre Reise endete damit nicht. Zurück auf Erden setzte sie ihren Aufstieg fort, als Symbol für echten Pioniergeist. Wenn Sie diese Uhr tragen, gehört Ihnen ein Stück Weltraumgeschichte. Ihr nächstes Kapitel? Das hängt ganz davon ab, wohin Sie sie mitnehmen.



halt

KULTUHR N°58 HERBST 2025



NATURVERBUNDEN. Wie The Living Circle die Luxushotellerie neu denkt und authentische Erlebnisse in der Natur schafft, erzählt Marco Zanolari.





KOSMISCH. Planeten so nah wie nie. Die niederländische Uhrenmanufaktur Christiaan van der Klaauw bringt das Universum aufs Handgelenk.

UNSERE UHRENMARKEN:









IWC

PIAGET



G\$ Grand Seiko





Chopard



RADO

BREITLING

HAMILTON

₩ TUDOR

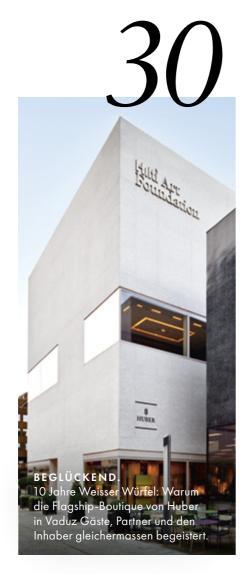


LONGINES

MIDO.

PANERAI

TISSOT





PIONIERHAFT.
Die erste solarbetriebene Gondelbahn der Welt – so energiegeladen wie ihr Ideengeber Daniel Lüchinger, Gastwirt auf der Staubern.

- 05 EDITORIAL von Norman J. Huber
- 12 GUT GEBAUT

 Museum of the Future in Dubai
- 18 HOSPITALITY
 Luxus im Einklang mit
 der Natur
- 24 INNOVATION
 Elastischer Schmuck im
 neuen Glanz
- 30 ANNIVERSARY 10 Jahre Weisser Würfel
- 34 RAILMASTER Die Uhr für alle Fälle
- 40 HUBER STUFF
 Gemeinsame Erinnerungen
- 46 ICE BATHING Kältekick im Untersee
- 50 ASTRONOMICAL WATCHES Christiaan van der Klaauw
- 56 VISIONARY Staubern-Wirt Daniel Lüchinger
- 60 BON VOYAGE Kulturhauptstadt Oulu

UNSERE SCHMUCKMARKEN:





















Edelstahl Gehäuse

40.0 mmDurchmesser10.0 barWasserdichte10.7 mmHöhe14.0 mmBandbreite

Manufakturwerk.

| Steine | S

Funktionen.

| Zentrumsekunde mit Stoppvorrichtung

Saphirglas mit Druckabfallsicherung

Datumsanzeige

Magnetfeldabschirmung

IWC Ingenieur. Form und Technik.

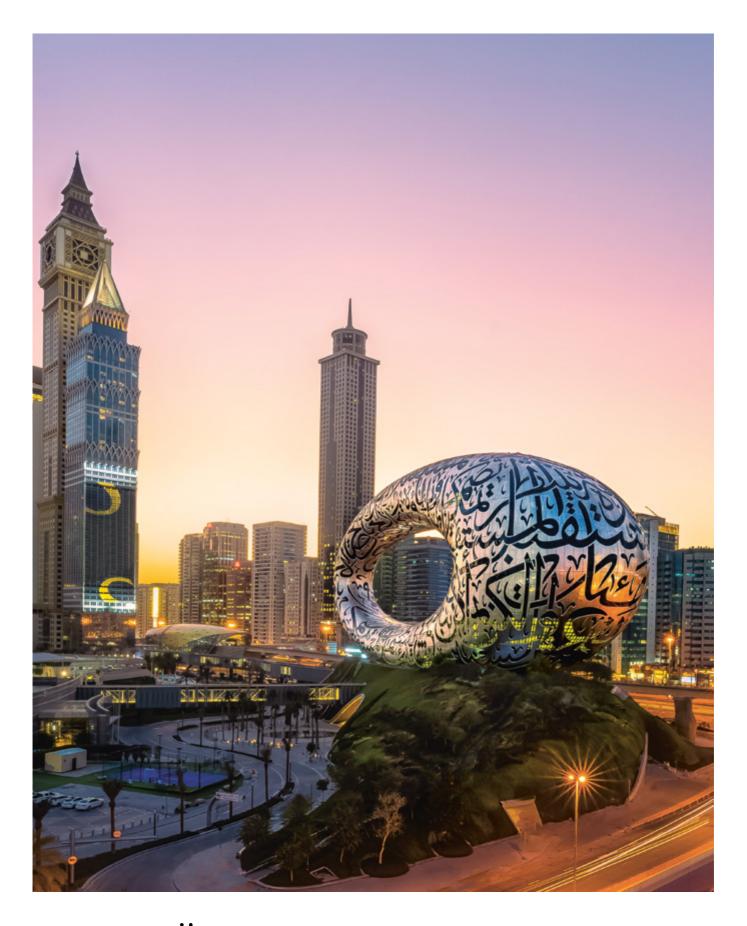




Ingenieur Automatic 40, Ref. 3289

Man muss kein Ingenieur sein, um die Vorzüge dieser Uhr zu schätzen. Die Ingenieur Automatic 40 mit blauem Grid-Zifferblatt greift die kühnen ästhetischen Codes von Gérald Genta's Ingenieur SL aus den 1970er-Jahren wieder auf und kombiniert sie mit einer hervorragenden Ergonomie sowie einer bis ins kleinste Detail perfekten Verarbeitung. Und in bester Engineering-Tradition schützt ein Innenkäfig aus Weicheisen das IWC-Manufakturkaliber 32111 mit fünf Tagen Gangreserve vor den Einflüssen von Magnetfeldern.





VISIONÄRER BLICK IN DIE ZUKUNFT

DAS MUSEUM OF THE FUTURE IN DUBAI

Lange stand Dubai für eine Art «Höher, schneller, weiter». Doch es setzt ein Umdenken ein – hin zu mehr Nachhaltigkeit. Das gilt auch für das spektakuläre MUSEUM OF THE FUTURE (MOTF).

Text THORSTEN BAYER
Fotos MUSEUM OF THE FUTURE



eine Frage: Die Optik dieses Museums sucht ihresgleichen. In einer Stadt, die durchaus reich an architektonisch ungewöhnlichen Gebäuden ist (Stichwort: Burj Khalifa, das höchste Gebäude der Welt), fällt selbst dieses vor drei Jahren eröffnete Bauwerk auf. Das Datum war bewusst gewählt: 22.02.2022 – ein Palindrom, also eine Zahlenreihe, die man vor- und rückwärts lesen kann. Für das renommierte Magazin National Geographic zählt es zu den 14 schönsten Museen weltweit. «Dabei handelt es sich um ikonische Gebäude, die Touristen mobilisieren», erklärt Patricio del Real, Professor für Architektur und Geschichte an der Harvard-Universität. Das ist das Selbstverständnis: «Es ist kein normales Museum, mit Relikten hinter Samtvorhängen (...) Jeder Stock ist wie ein Filmset aus

der Zukunft, das Sie entdecken und mit dem Sie interagieren können.» So ist es auf der MOTF-Website zu lesen. «Immersiv», also alle Sinne umfassend, ist ein Begriff, der immer wieder fällt, wenn es um das ganzheitliche Erlebnis im Museum of the Future geht.

LEBEN IM JAHR 2071

Das Äussere: futuristisch, ein ringförmiger Bau, sieben Stockwerke hoch – ohne innere Stützen! Die Dimensionen sind beeindruckend: 30 000 Quadratmeter Fläche und bis zu 77 Meter hoch. Mithilfe von Robotern wurden 1 024 glasfaserverstärkte Kunststoffplatten mit Edelstahl-Paneelen veredelt. Diese Anzahl steht für die digitale Grundeinheit Kilobyte – das Museum ist aussen wie innen eine Hommage an digitale Technologien. Mindestens ebenso bemerkenswert sind aber die drei Zitate des Scheichs Mohammed bin Rashid Al Maktoum, der Dubai regiert, an der Fassade:



«OSS HOPE» macht den Kosmos virtuell erlebbar.

Eines lautet: «Die Zukunft gehört denen, die sie sich vorstellen, die sie entwerfen und umsetzen können. Die Zukunft wartet nicht. Die Zukunft ist nicht etwas, das man erwartet, sondern etwas, das man erschafft.» Das zweite Zitat: «Wir leben vielleicht nicht Hunderte von Jahren, aber das Ergebnis unserer Kreativität kann ein Vermächtnis hinterlassen, lange nachdem wir gestorben sind.» Schliesslich: «Innovation ist kein intellektueller Luxus. Sie ist das Geheimnis hinter der Entwicklung und Verjüngung von Nationen und Menschen.» Diese Zitate sind in arabischer Kalligrafie gestaltet und dienen obendrein als Glasfenster. So wird auf zweierlei Ebenen – räumlich wie poetisch – deutlich, wofür das MOTF stehen soll: nämlich Dubais Zukunftsvision.

Im Inneren geht es um die Frage: Wie sieht unser Leben in 50 Jah-

ren aus? Dieser Vision widmet sich das Museum of the Future in fünf Kapiteln. Das erste davon heisst «OSS Hope» und bildet das Leben auf einer Raumstation ab, 600 Kilometer über der Erde. Im «Heal Institute» erhalten die Menschen mittels Augmented- und Virtual-Reality-Technologie einen Blick auf Dubai und die Welt im Jahr 2071. So befindet man sich beispielsweise staunend in Kolumbien, mitten im Amazon-Regenwald. Dieses Szenario ist nicht zufällig gewählt: Der Einfluss des Menschen auf das (nicht mehr) funktionierende Ökosystem ist ebenso ein Zukunftsthema – und gehört damit in das MOTF. «Al Waha» (übersetzt: die Oase) ist ein Wellnesscenter der besonderen Art und Lieblingsort des Museumsdirektors Majed Al Mansoori, wie er einmal in einem Interview gestand. Statt im ständigen «Austausch» mit dem allgegenwärtigen, «aufdringlichen» (so sein Begriff) Smartphone geraten hier die Menschen in Kontakt miteinander.





FUTURISTISCH IST DAS MUSEUM OF THE FUTURE inhaltlich wie optisch. Die Zitate des Scheichs in arabischer Kalligrafie dienen obendrein als Glasfenster.

Das nächste Kapitel ist «Tomorrow Today», in dem bereits existierende Technologien auf fesselnde Weise ihren Raum finden. Hier wurde im Herbst 2024 die Ausstellung «Earth Dreams» eröffnet: Millionen von Naturfotos, Satellitenbildern und Wetterdaten waren die Basis für KI-Gemälde, die die Schönheit und Komplexität der Erde darstellen sollen. Im letzten Stock «Future Heroes» kommen vor allem Kinder mit spielerischen Elementen auf ihre Kosten.

«Die LÜCKE STEHT FÜR DAS UNBEKANNTE; das, was wir noch nicht über die Zukunft wissen. TATSÄCHLICH IST DAS AUS MEINER SICHT DER BEDEUTENDSTE TEIL DES MUSEUMS.»

SHAUN KILLA, ARCHITEKT

STIMMIGES GESAMTKONZEPT

Die aufsehenerregende Optik ist dabei Teil eines Gesamtkonzepts, in dem Nachhaltigkeit eine grosse Rolle spielt. Das Thema ist nicht nur in den Ausstellungen von zentraler Bedeutung. Auch das Haus selbst setzt auf entsprechende Technologien: Solarenergie liefert über 30 Prozent des benötigten Stroms, dazu kommt eine eigene Wasseraufbereitungsanlage. Als einziges Museum im Nahen Osten erhielt es 2023 das internationale Gü-

tesiegel Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) für «gesunde, hocheffiziente und kostensparende nachhaltige Gebäude». Dazu passt, dass das Museum von einem Park umgeben ist, in dem 80 verschiedene Pflanzen leben. Versorgt werden sie von einem intelligenten Bewässerungssystem. Mit seiner Lage direkt an der Sheikh Zayed Road, der Hauptverkehrsader im Finanzdistrikt der Stadt, ist das Museum of the Future auch in dieser Hinsicht nicht zu übersehen. Architekt Shaun Killa, ein gebürtiger Südafrikaner, sagt über die Hauptelemente des Museums – das Gebäude selbst, der grüne Hügel, auf dem es steht, und die Lücke, die sich durch die Ringform des Gebäudes ergibt: «Die Lücke steht für das Unbekannte; das, was wir noch nicht über die Zukunft wissen. Tatsächlich ist das aus meiner Sicht der bedeutendste Teil des Museums.» Schon vor dem MOTF hatte er mit der Dubai Opera ein Wahrzeichen der Stadt geschaffen. 2025 kam das Luxushotel Jumeirah Marsa Al Arab hinzu – und. um über die Grenzen der Emirate zu blicken, das World Trade Center in Bahrain.

«EIGENE IDENTITÄT ENTWICKELT»

In Dubai kommen die Stars der Architektur-Szene zusammen, hier haben etwa Zaha Hadid, David Chipperfield und Tadao Ando ihre Spuren hinterlassen. Santiago Calatravas Dubai Creek Tower, kurz: The Tower, der zur Expo 2020 fertig werden sollte und jetzt nach langer Unterbrechung wieder weitergebaut wird, scheint mittlerweile die Ausnahme in Sachen Rekordjagd zu sein. Er soll(te) dem Burj Khalifa im wahrsten Sinne des Wortes den Rang ablaufen. Ansonsten aber scheint auch jenseits





des MOTF ein Umdenken eingesetzt zu haben. Als The Tower begonnen wurde, habe sich das Emirat noch in einer anderen Entwicklungsphase befunden. «Damals wusste die Regierung in Dubai noch nicht, wo sie hinwollte, und hatte das Gefühl, sie müsse möglichst laut schreien, um in der Welt gehört zu werden», zitiert die NZZ am Sonntag die französische Architektin Nathalie van de Vrede. «Seither hat Dubai eine eigene Identität entwickelt», erklärte sie in dem 2024 publizierten Artikel.

GRÜNFLÄCHEN-ANTEIL VERDOPPELN

Majed Al Mansoori, seit 2024 Direktor des Museums, sagte in einem Interview: «Das Museum ist nicht nur ein Ort, es ist ein «State of Mind»».

Die Vereinigten Arabischen Emirate, zu denen Dubai gehört, sind erst 1971 gegründet worden – schwer zu glauben angesichts des rasanten Wachstums in den vergangenen Jahren. Dabei geht es aus Al Mansooris Sicht gerade erst los. Das Ziel: Dubai soll im Jahr 2040 die beste Stadt zum Leben und Arbeiten sein. Derzeit leben 3.5 Millionen, bis in 15 Jahren sollen es 5.8 Millionen Menschen sein. Der Stadtentwicklungsplan sieht vor, dass der Anteil der Grünflächen in dieser Zeit auf 60 Prozent steigt. Das würde einer Verdopplung des Status quo entsprechen. Immer mehr rücken bei der Verkehrsplanung die Bedürfnisse von Menschen, die mit dem Rad fahren oder zu Fuss gehen, in den Blickpunkt.

«Von der Experimentierfreude, von der Energie und dem pragmatischen Optimismus, dass wir die Zukunft gestalten können, könnten wir im müden Europa lernen», lobte Gerhard Mack 2024 in der NZZ am Sonntag.



Wie sieht die Welt im Jahr 2071 aus? Das «HEAL INSTITUTE» wirft einen Blick in die Zukunft.









Marco Zanolari, CEO der Schweizer Hospitality Gruppe The Living Circle spricht über Luxus und Gastfreundschaft und verrät, warum NACHHALTIGKEIT UND NATUR in der HOTELLERIE UND GASTRONOMIE immer bedeutender werden.

Text CAROLINE ZOLLINGER Fotos THE LIVING CIRCLE

Herr Zanolari, wie definiert sich heute der Begriff Luxus in der Hotellerie und Gastronomie?

Marco Zanolari: Die verschiedensten Welten durchmischen sich mehr und mehr. Massanzug und Sneakers schliessen sich nicht mehr aus – ebenso wenig wie ein Sternekoch, der ein Take-away eröffnet. Diese neue Offenheit finde ich spannend. Bei The Living Circle bedeutet Luxus vor allem Authentizität und echte Erlebnisse. Wir lassen uns von den Bedürfnissen unserer Gäste leiten – und freuen uns, wenn daraus lebendige Momente entstehen, die positive Emotionen auslösen.

Was bedeutet Luxus für Sie persönlich? Zeit, zwischendrin etwas für mich selbst oder mit meiner Familie zu unternehmen – zum Beispiel im Wald Pilze sammeln, wandern oder Golf spielen.

The Living Circle ist ein Netzwerk aus Traditionsbetrieben, das eine Verbindung zwischen Hotellerie, Gastronomie und Landwirtschaft knüpft und für Nachhaltigkeit und Innovation im Luxussegment steht. Seit 2023 sind Sie CEO der Gruppe. Was fasziniert Sie daran?

Mich begeistert die Diversität des Angebots. Dadurch, dass verschiedene Häuser zu uns gehören, sind wir nicht an einen Standort gebunden und können sehr unterschiedliche Einblicke geben. In Zürich können unsere Gäste mit dem Schiff zwischen dem «Storchen» in der Altstadt und dem «Alex» am See pendeln. Wir offerieren die Stadt als Resort und sehen uns als Teil ihrer DNA.

Im Tessin und Jura wiederum bieten wir sehr viel Platz, Naturnähe und Ruhe. Die enge Verbindung zu unseren Landwirtschaftsbetrieben in Zürich, im Jura und im Tessin schafft einen nachhaltigen, sinnstiftenden Kreislauf.

Das Prinzip «Farm-To-Table» spielt eine wichtige Rolle: Welche Produkte gelangen aus den eigenen Landwirtschaftsbetrieben auf den Gästeteller?

Je nach Saison haben wir Fleisch, Eier, Käse, Obst, Gemüse, Reis oder Honig aus eigener Produktion, hinzu kommt Braungerste für unser Bier. Auf rund 140 Hektaren bauen wir Wein an, darunter auch weniger bekannte Sorten wie Kerner. Alles, was wir produzieren, erzählt eine Geschichte, die wir den Gästen servieren. Wer heutzutage reist, möchte den Ort auf authentische Weise erleben.

The Living Circle wird als «naturnahe Luxushotellerie» bezeichnet. Was steckt dahinter?

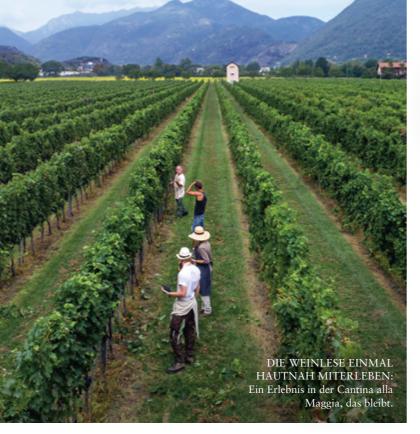
Zum einen geht es um die Wahl der Produkte und darum, dass wir bewusst mit unseren Ressourcen umgehen. Zum anderen wollen wir die Natur erlebbar machen – sei es durch die Architektur, auf dem Teller oder bei den angebotenen Aktivitäten.

Inwiefern stellen Sie ein zunehmendes Bedürfnis der Gäste nach einem vertieften Bezug zur Natur fest?

Die Natur hat für viele Menschen einen neuen Stellenwert bekommen. Wir suchen heute gezielter nach Ruhe und Entschleunigung. Gesundheit und Longevity rücken immer mehr in den Fokus

MARCO ZANOLARI

ist in Chur aufgewachsen. Seine Eltern waren im Weinhandel tätig. Nach einer Ausbildung an der renommierten EHL Hospitality Business School in Lausanne sammelte er Erfahrungen in der internationalen Luxushotellerie, von China über Maui bis Miami. Von 2016 bis 2023 war Marco Zanolari General Manager im Grand Resort Bad Ragaz und hat von 2021 bis 2023 an der HSG St.Gallen den MBA absolviert. Er ist 48 Jahre alt und lebt mit seiner Frau und den beiden Kindern in der Nähe von Zürich.





und damit auch die Frage, wie wir altern. Ernährung, Schlaf und Bewegung spielen dabei eine wichtige Rolle. Es sind Aspekte, die wir bei unseren Angeboten berücksichtigen. Viele Menschen wollen wieder mehr bei sich ankommen. In Ascona bieten wir unseren Gästen beispielsweise an, bei der Ernte der Trauben mitzuhelfen. Das schafft Verbundenheit und lässt die Leute den Wein, den sie trinken, mit einer persönlichen Geschichte verbinden.

Sie ermöglichen den Gästen neben dem Mithelfen bei der Weinlese viele andere Erlebnisse in aussergewöhnlichen Locations. Was lösen diese Momente in der Natur aus?

Wenn Gäste Blumen pflücken, hoch über dem Jura den Sonnenuntergang geniessen oder morgens am See meditieren, entstehen emotionale Anker. Das bringt uns zurück zum Luxus: Die Momente, die sie dabei erleben, sind unvergessliche und unbezahlbare Erinnerungen.

Wie lassen sich die Eigenheiten und die Vielfalt jedes einzelnen Betriebes bewahren und gleichzeitig die ganz unterschiedlichen Orte verbinden?

Es sind die gemeinsamen Werte, welche die verschiedenen Häuser zusammenhalten. Trotzdem bleiben sie eigenständig. Wenn die Mitarbeitenden ihre Individualität leben können, prägt das den Charakter des Hauses entscheidend. Unser Brand Manager sorgt dafür, dass alle fünf Sinne angesprochen werden – etwa durch individuell gestaltete Uniformen, sorgfältig kuratierte Musik und unverwechselbare Raumdüfte. So bleibt der Charakter jedes Hauses erlebbar. Unsere Stärke

ist es, Synergien zu nutzen, ohne Uniformität zu schaffen.

Sie sind seit vielen Jahren in der Hotellerie tätig. Was hat Sie ursprünglich dazu bewogen, diesen Weg einzuschlagen?

Ich hatte früh den Wunsch, die Welt zu sehen und zu spüren. Schon als Junge hat mich mein Onkel, der die Hotelfachschule besuchte und später in der ganzen Welt herumkam, beeindruckt. Ich sah es immer als schönes Ziel, das auch einmal zu machen und habe meine berufliche Laufbahn bis heute nicht bereut.

Welche Orte haben Sie auf Ihrem Werdegang besonders geprägt?

Ich habe von überall etwas mitgenommen. Aus der asiatischen Gastgeberkultur die Herzlichkeit, aus Griechenland – Athen war mein absoluter Lieblingsort – echte Gastlichkeit und Freundschaft, aus dem Mittleren Osten das Prinzip «Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg».

Was verstehen Sie unter Gastfreundschaft?

Kern der Gastfreundschaft ist die Herzlichkeit und dass man sich für sein Gegenüber interessiert. Es ist wichtig, die nötige Zeit mitzubringen. In einer Welt, die immer schnelllebiger und unpersönlicher wird, gewinnt das Zwischenmenschliche immer mehr an Wert.

2024 bekamen Sie die Auszeichnung «101 Iconic Hotelier of the Year» für Ihren wertebasierten Führungsstil, den Aufbau einer inspirierenden Arbeitskultur sowie das Engagement für die naturnahe Luxushotellerie. Können Sie uns den wertorientierten Führungsstil näher erläutern?

Es geht darum, den Leuten auf Augenhöhe zu be-

gegnen, ihnen zuzuhören, sie einzubinden mit ihrem Stil und ihren Ideen. Vertrauen und Respekt stehen für mich im Zentrum. Menschen suchen nicht einfach einen Job, sondern Sinnhaftigkeit. Wir haben vier zentrale Werte definiert, die wir intern sowie gegenüber unseren Gästen leben: «La Famiglia»: Wir helfen einander und stehen füreinander ein – «La Passion»: Wir sind mit Kopf, Herz und Freude bei der Sache – «Die Achtsamkeit»: Wir gehen mit offenen Sinnen durch die Welt – «WOW!»: Wir schaffen ausserordentliche Momente.

Sie führen rund 800 Mitarbeitende und wachen über die Geschicke von acht verschiedenen Häusern und landwirtschaftlichen Betrieben. Wie stellen Sie sicher, dass Ihr Energiespeicher stets gefüllt ist?

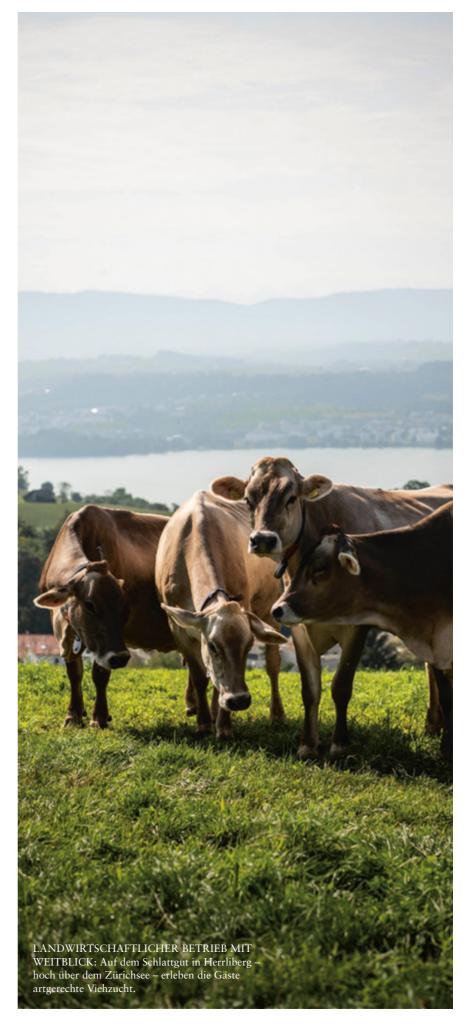
Ich ziehe Energie aus dem, was ich tue. Wenn man viele gute Leute um sich hat, braucht man kein eigentliches «Auftanken». Es ist eine Reise, die auch immer wieder herausfordernd ist, die aber unheimlich wertschätzend und ehrlich ist. Es gibt mir Ruhe und Kraft, wenn ich frühmorgens im Zürichsee ganz allein mit dem Stand-up-Paddle unterwegs bin. Generell treibe ich viel Sport; Bewegung hilft mir, alles in die richtigen Relationen zu setzen.

Verraten Sie uns, welche Innovationen Sie gerade beschäftigen?

Das neuste Projekt ist unser Mitarbeiterrestaurant «Casa Nostra» am Münzplatz im Herzen von Zürich. Es wurde Anfang Juli eröffnet. Es ist ein Ort des Austausches und drückt unsere Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitenden aus.

Ist es vorstellbar, mit The Living Circle ins Ausland zu expandieren, oder soll es ein Schweizer Konzept bleiben?

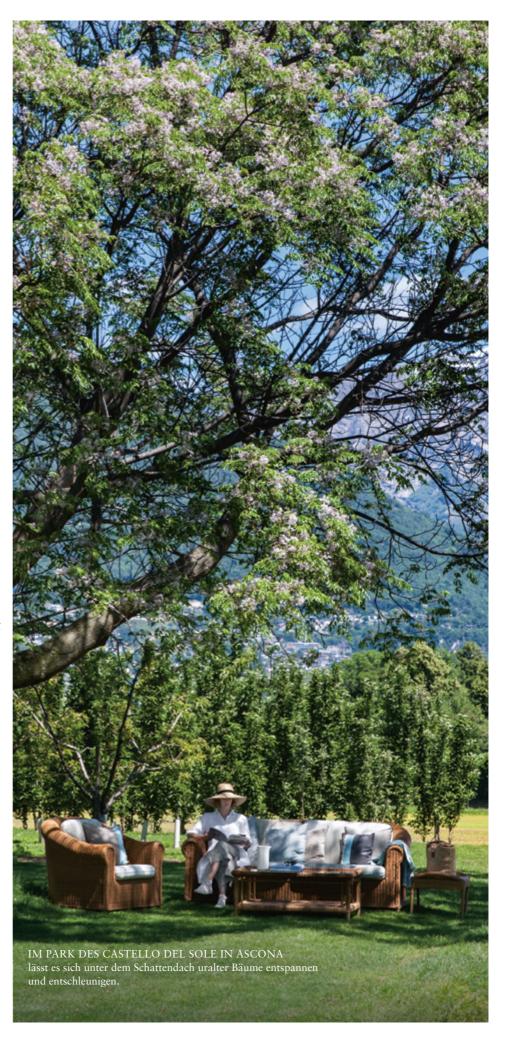
Wir sind in der Schweiz verwurzelt. Aber: Es gibt sicher Destinationen, die uns beflügeln könnten. Ich kann mir beispielsweise durchaus vorstellen, dass sich etwa Como oder der Gardasee in irgendeiner Weise mit dem Tessin verbinden liessen. Aktuell ist in diese Richtung aber nichts geplant.

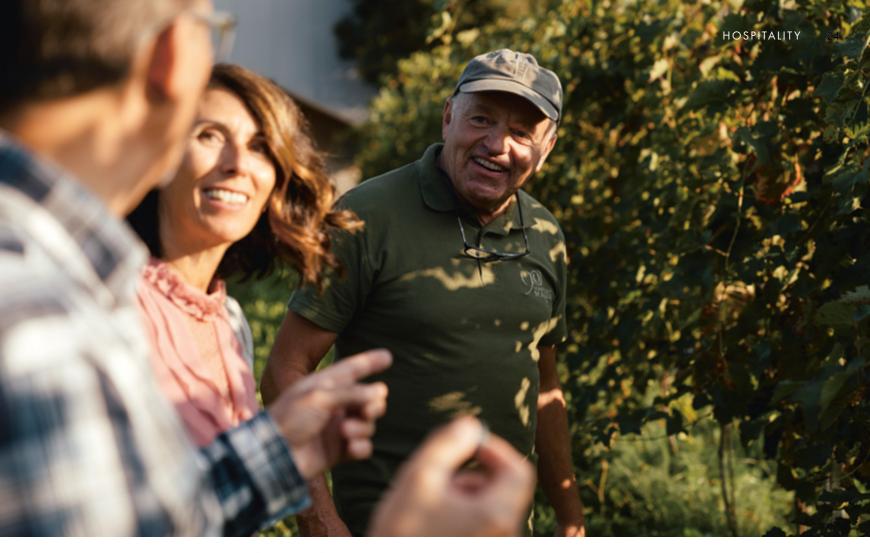


THE LIVING CIRCLE

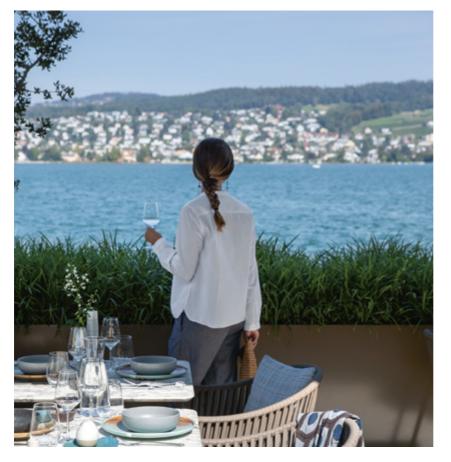
ist eine führende Schweizer Hospitality- und Landwirtschaftsgruppe, die Luxus neu definiert naturnah, regional verwurzelt, geschichtsträchtig und authentisch. Zur Gruppe gehören vier Hotels, ein Hideaway, ein Restaurant, drei landwirtschaftliche Betriebe sowie ein Weingut. Dazu zählen das Castello del Sole Beach Resort & SPA in Ascona, in Zürich das Widder Hotel, der Storchen Zürich sowie das Alex Lake Zürich in Thalwil. Hinzu kommen die landwirtschaftlichen Betriebe Schlattgut in Herrliberg, Terreni alla Maggia in Ascona, das Château de Raymontpierre im Jura und das Weingut Cantina alla Maggia.

The Living Circle befindet sich in Schweizer Familienbesitz. Zudem ist die Caminada Gruppe Partner von The Living Circle. Die Hotels sind verschiedenen Kooperationen angeschlossen, darunter Swiss Deluxe Hotels, The Leading Hotels of the World, Relais & Châteaux, Preferred Hotels & Resorts und Pretty Hotels. Seit Frühjahr 2025 bietet The Living Circle mit dem Programm «Friends of The Living Circle» ausgewählten Hotels die Möglichkeit, von der starken Marke und dem hohen Qualitätsanspruch zu profitieren – darunter das Park Hotel Sonnenhof in Vaduz.



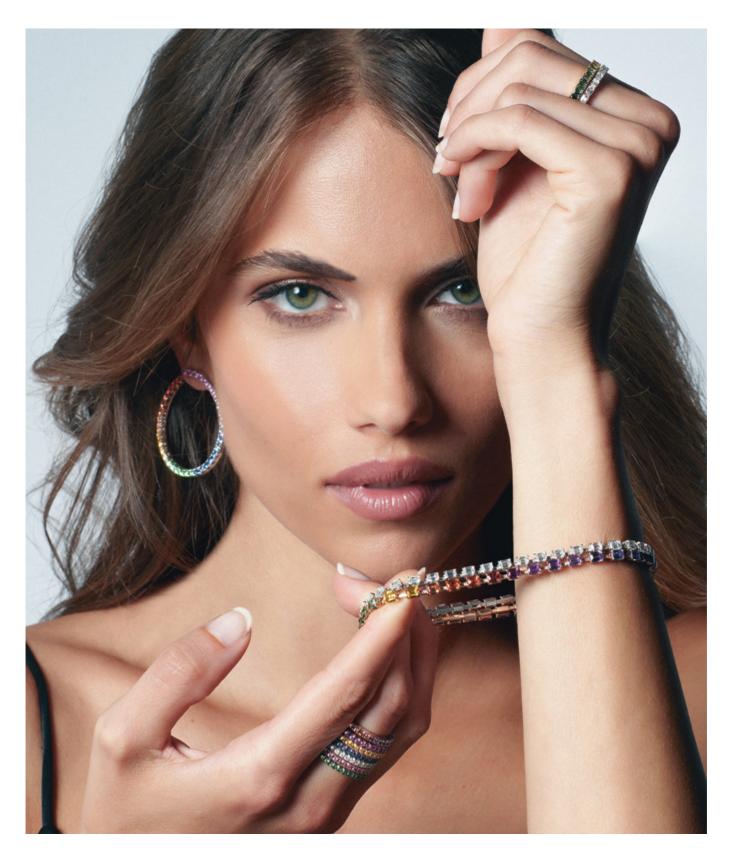


THE LIVING CIRCLE ERMÖGLICHT GÄSTEN AUS ALLER WELT AUTHENTISCHE ERLEBNISSE MIT NATURBEZUG – sei es ein persönliches Gespräch im Weinberg oder ein romantisches Dinner direkt am Seeufer. Solche Momente sind vielleicht der wahre Luxus unserer Zeit: Es sind unvergessliche und unbezahlbare Erinnerungen.



«Was mich antreibt, ist DAS GEMEINSAME ERREICHEN VON ZIELEN, DIE SINNHAFTIGKEIT, EINE UNBESCHWERTHEIT und die Möglichkeit, zahlreichen Menschen TOLLE ERLEBNISSE zu bieten.»

MARCO ZANOLARI



ELASTISCHER SCHMUCK IN NEUEM GLANZ

DEMEGLIO VEREINT HANDWERKSKUNST UND TECHNISCHEN FORTSCHRITT

Neue Eigentümer haben der italienischen Traditionsmarke Demeglio frisches Leben eingehaucht: Seit sie den Schmuckhersteller 2021 übernommen haben, floriert das Geschäft dank ihres kompromisslosen FOKUS AUF QUALITÄT UND DER INNOVATIVEN DNA DES UNTERNEHMENS.

> Text VIRGINIA KIRST Fotos DEMEGLIO



as Tennisarmband verdankt seinen Namen einer Panne im Jahr 1987: Damals trug die weltberühmte US-Tennisspielerin Chris Evert bei den US-Open ein solches Armband, das einen Diamanten an den nächsten reiht.

Mitten im Match fiel Evert auf, dass sich der Verschluss geöffnet und sie ihr Schmuckstück verloren hatte. Sie liess das Spiel so lange unterbrechen, bis sie es wiedergefunden hatte.

Der Vorfall erhielt viel Aufmerksamkeit und sorgte dafür, dass dieser Armbandtyp fortan Tennisarmband genannt wurde. Gleichzeitig hatte er auf das grosse Problem dieses Schmuckstücks aufmerksam gemacht: Wegen seines Verschlusses lässt es sich nur mithilfe einer zweiten Person anlegen und kann trotzdem verloren gehen. Ein paar Jahre später nahm sich der italienische Goldschmied Roberto Demeglio dieser Herausforderung an und entwickelte einen Dehnmechanismus für Schmuck, der Verschlüsse überflüssig macht.

Er war so einzigartig, dass Demeglio ihn patentieren liess. 2004 brachte sein gleichnamiges Familienunternehmen aus dem norditalienischen Turin dann das erste dehnbare Tennisarmband auf den Markt: Es lässt sich zum Anlegen einfach über die Hand streifen. Die besondere Fertigung sorgt ausserdem dafür, dass das Armband sich ans Handgelenk anschmiegt, angenehm zu tragen und langlebig ist. Diese Innovation wurde so erfolgreich, dass daraus Demeglios Markenslogan wurde: «Elastici da sempre» – auf Deutsch: «Seit jeher elastisch».

PATENTE SICHERN FORTBESTAND

2021 sicherte ebendiese Innovationskraft dem Schmuckhersteller eine neue Zukunft. Im September jenes Jahres kaufte ein Konsortium unter der Führung von Luca Stefanini das Familienunternehmen und richtete es strategisch neu aus. Die neuen Eigentümer verhalfen Demeglio zu neuer Strahlkraft und schreiben nun die bereits 100 Jahre andauernde Unternehmensgeschichte erfolgreich fort.

Luca Stefanini ist heute Geschäftsführer von Demeglio. Er sagt: «Wir haben das innovative Potenzial dieser traditionsreichen Marke gesehen und daran geglaubt, ihr mit unserer Strategie zu langfristigem Erfolg verhelfen zu können.» Die Zahlen geben ihm recht: Die Umsätze des Schmuckherstellers sind seit der Übernahme um das Vielfache gestiegen.

Das ist der Expertise der Käufer zu verdanken. Sie stammen aus verschiedenen Bereichen der Luxusgüterindustrie und verfügen über jahrzehntelange Erfahrung in der Branche hochwertiger Schmuckherstellung. Dieses Können nutzen sie nun bei Demeglio, um das Traditionsunternehmen über sich hinauswachsen zu lassen.

Luca Stefanini erklärt die Übernahme: «Wir sind auf Demeglio aufmerksam geworden, weil wir nach dem innovativsten Schmuckhersteller im technischen Bereich in Italien gesucht haben.» Da habe kein Weg an Demeglio vorbeigeführt. Denn neben dem Dehnmechanismus besitzt das Unternehmen weitere Patente, die es etwa ermöglichen, Ringe zu fertigen, die auf sechs verschiedene Ringgrössen passen.



Neben dem Dehnmechanismus besitzt Demeglio weitere Patente, die es etwa ermöglichen, Ringe zu fertigen, die auf sechs verschiedene Ringgrössen passen.

«Unsere Stücke heben sich durch IHRE QUALITÄT UND TECHNISCHEN INNOVATIONEN vom Markt ab.»

LUCA STEFANINI

STRATEGIEWECHSEL DURCH NEUE EIGENTÜMER

Nach der Übernahme veränderten die neuen Eigentümer die Ausrichtung: Weg von modischen Trends und hohen Stückzahlen – hin zu hochwertigem Schmuck, der personalisierbar ist. Jedes Stück von Demeglio soll über Jahre mühelos getragen und an nachfolgende Generationen weitergegeben werden können, sagt Luca Stefanini: «Für uns ist ein Produkt nachhaltig, wenn es über Jahrzehnte Bestand hat.» Daher umfasst Demeglios Portfolio heute vor allem zeitlose Designs – hergestellt aus 18-karätigem Gold (750er Legierung), Platin, Titanium oder Karbon zusammen mit naturbelassenen Diamanten und Edelsteinen. Im piemontesischen Valenza werden sie von den Goldschmieden der Schmuckmanufaktur in präziser Handarbeit und mit modernsten Techniken gefertigt.

«Unsere Stücke heben sich durch ihre Qualität und technischen Innovationen vom Markt ab», sagt Luca Stefanini. «Sie sind schöner und bequemer zu tragen.» Für die hohe Qualität steht auch die 20-jährige Garantie, die es auf alle Schmuckstücke gibt. Der Dehnmechanismus steckt – ergänzt durch weitere Patente – etwa in den Stücken der Extensible-Kollektion: Tennisarmbänder, Ringe und Ohrringe, deren Edelsteine auf einer besonders harten Goldstruktur angebracht sind. Im Inneren sorgen Titanfedern, wie sie

sonst in der Luft- und Raumfahrt zum Einsatz kommen, für Elastizität. Entsprechend akkurat muss die Produktion sein: «Wir fertigen zehnmal so präzise wie andere Schmuckhersteller», sagt Luca Stefanini. «Wir arbeiten auf ein hundertstel Millimeter genau, branchenüblich ist ein Zehntelmillimeter.»

Bis heute sind die Tennisarmbänder das beliebteste Produkt von Demeglio: alle Modelle sind mit Naturdiamanten gefasst, bei besonderen Modellen gar jeder Stein einzeln von der GIA zertifiziert. Demeglio besitzt alle relevanten Zertifizierungen der Branche wie RJC und COC, die die Qualität der Produktion und Herkunft der Materialien belegen.

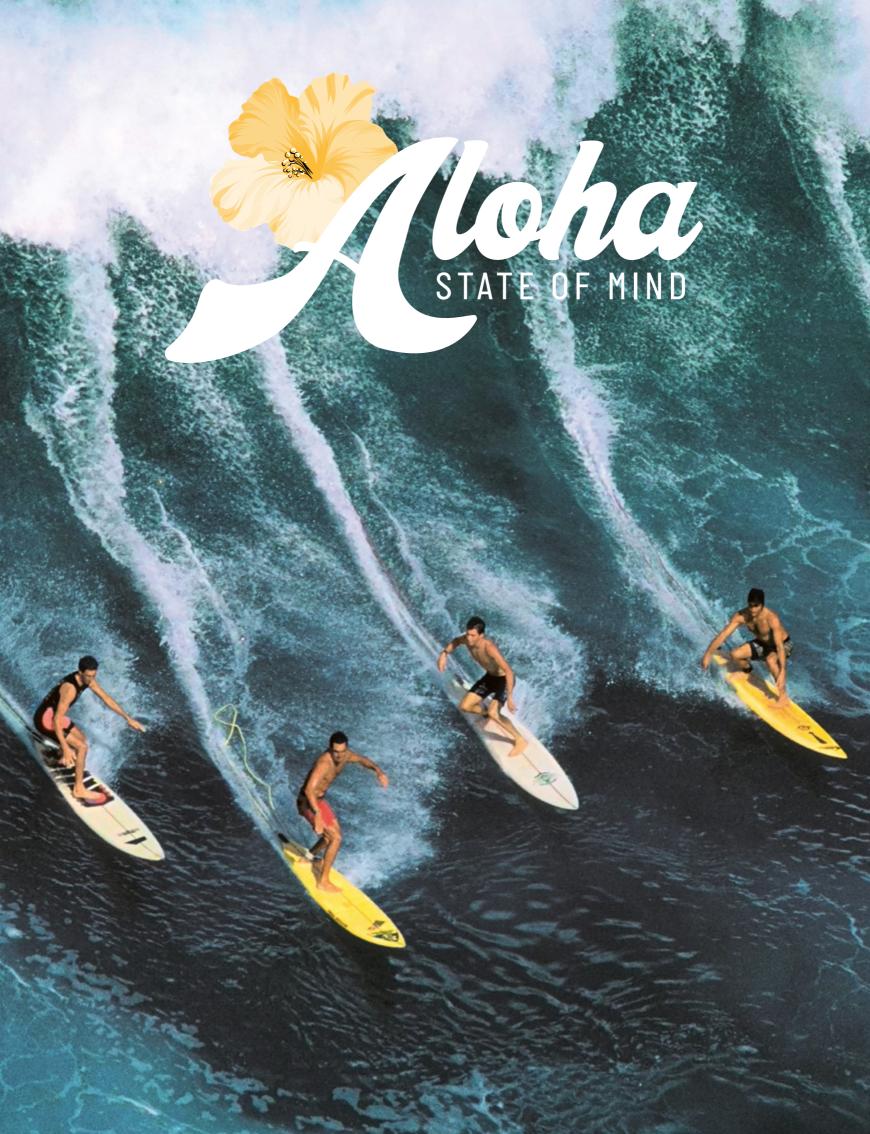
EXKLUSIVE AUFTRAGSFERTIGUNGEN

Das Unternehmen fertigt zudem alles selbst – eine Seltenheit in der Branche, wie Luca Stefanini betont: «Unser «Made in Italy» bedeutet, dass die komplette Produktion intern stattfindet.» Er kenne keine andere Marke, die das schaffe. Viele lagerten zumindest einen Teil ihrer Produktion aus – teilweise auch an Demeglio: 20 Prozent der Fertigungskapazitäten nutzt das Unternehmen für Auftragsarbeiten.

Dabei hat Luca Stefanini alle kleineren Aufträge aus der Vergangenheit beendet, um sich auf exklusive Kunden aus der Luxusbranche zu konzentrieren. Aus vertraglichen Gründen darf er keine Namen nennen. Nur so viel: «Wir arbeiten nur für sehr bekannte Marken oder für besonders anspruchsvolle Projekte.» Letztere helfen, die eigenen Qualitätsstandards und Zertifizierungen kontinuierlich zu verbessern, erklärt Luca Stefanini.

Zentral für die neue Unternehmensausrichtung ist auch die Distributionsstrategie. Demeglio verkauft seine Produkte nicht selbst und hat keinen Online-Shop, sondern arbeitet exklusiv mit den führenden Juwelieren der jeweiligen Länder zusammen. Huber Fine Watches & Jewellery in Liechtenstein, der Schweiz und in Österreich ist einer von ihnen.

EXTENSIBLE-RINGE in Weissgold mit weissen Brillanten und blauem Saphir, in Roségold mit weissen Brillanten und rosa Saphir und in Weissgold mit weissen Brillanten. **EXTENSIBLE-TENNISARMBAND** in Gelbgold mit gelben Saphiren. **EXTENSIBLE-TENNISARMBAND** in Gelbgold mit weissen Brillanten. ZEITLOS SCHÖN UND INNOVATIV Der Dehnmechanismus steckt – ergänzt durch weitere Patente - etwa in den Schmuckstücken der Extensible-Kollektion, deren Edelsteine auf einer besonders harten Goldstruktur angebracht sind. Im Inneren verleihen feine Titanfedern - bekannt aus der Luft- und Raumfahrt - den Ringen und Armbändern ihre charakteristische Flexibilität. Die Schmuckstücke von Demeglio schmiegen sich angenehm an das Handgelenk oder den Finger und sind in vielen Varianten und Edelstein-Grössen für Damen und **EXTENSIBLE-TENNISARMBAND** Herren erhältlich. Auf Wunsch lassen sie in Roségold mit weissen sich personalisieren. Brillanten und rosa Saphiren.



BREITLING 1884





10 JAHRE WEISSER WÜRFEL

HIER ENTSTEHEN GLÜCKSMOMENTE

Zehn Jahre, drei Perspektiven: Ein Gast, ein Partner und der Inhaber erzählen, was den WEISSEN WÜRFEL FÜR SIE BESONDERS MACHT.

Text ISABELL RÜDT Fotos HUBER, OLE LYNGGAARD COPENHAGEN, CHRISTIAN SCHMID – FOTOWERK132

Montagmorgen, 9.14 Uhr. Noch sind die Geschäfte geschlossen. Im Weissen Würfel trifft die Crew die letzten Vorbereitungen für den neuen Tag. Eine Hand erscheint im Schaufenster, ein prüfendes Gesicht.

«Der Name hat sich bei den Gästen etabliert. Man trifft sich nicht bei Huber im Städtle 34, sondern im Weissen Würfel», sagt Inhaber Norman J. Huber. Die Bezeichnung erinnert an einen neutralen Ausstellungsraum in Galerien und Museen. Und ja, auch im Weissen Würfel in Vaduz wird Kunst ausgestellt: Die Räumlichkeiten der Hilti Art Foundation sind unterirdisch mit dem angrenzenden Kunstmuseum Liechtenstein verbunden.

Das grauschwarze Kunstmuseum – ein liegender rechteckiger Baukörper – und als stehender Gegenpol der Weisse Würfel wurden beide von Morger Partner Architekten entworfen, im Abstand von fünfzehn Jahren. Von aussen wirkt der Bau nüchtern und kühl. Und innen? Um exakt 9.30 Uhr öffnet sich die Tür und lässt uns eintauchen in eine rundum warme Atmosphäre.

Sanfte Musik ertönt, ein erdiger Duft umarmt den Raum – passend zu den Farbtönen des Interieurs. «Die Qualität der Ausstattung ist Extraklasse. Dies spürt man von dem Moment an, in dem man das Geschäft betritt», sagte der verantwortliche Innenarchitekt Tino Zervudachi 2015.

Wenn ein leidenschaftlicher Gastgeber wie Norman J. Huber eine neue Flagship-Boutique schafft, die bald 100 Jahre Familientradition beherbergt, investiert er nicht nur Herzblut.

Und wenn derselbe Geschäftsinhaber sagt, der Weisse Würfel habe sich zum Mekka für Uhrenund Schmuckliebhaber entwickelt, meint er damit nicht einfach die Form des Gebäudes. Hierher kommen Menschen, die mehr suchen als eine Uhr oder ein Schmuckstück. «Es ist das Einkaufserlebnis, das zählt», sagt Norman J. Huber. Die Philosophie des Unternehmens: Glücksmomente schenken. «Der Weisse Würfel ist Huber pur – elegant und gastfreundlich und in diesem Sinne exklusiv, aber nicht elitär. Bei uns ist jeder Gast willkommen», sagt Norman J. Huber.

WAS IST GASTFREUNDSCHAFT?

Die schwungvolle, leuchtende Treppe ist Manuel Wirz von seinem ersten Besuch im Weissen Würfel besonders in Erinnerung geblieben. Gemeinsam mit seiner damaligen Verlobten nahm er Stufe um Stufe, bis sie im Salon angekommen waren. Die Eheringe, die die beiden im Januar 2025 ausgetauscht haben, haben sie hier mit Beryl und Norman J. Huber entworfen. Ein Einzelstück, vom Material über die Struktur bis hin zur Gravur. Was in diesem Prozess half:

Neben der Beratung trugen das Ambiente und die Liebe zum Detail zum Wohlfühlen bei. Die Einrichtung wirkt offen – und garantiert dennoch jedem Gast die Diskretion, die er sich bei der Auswahl seines Schmuckstücks wünscht.

Wie Norman J. Huber führen auch Janine und Manuel Wirz ein Familienunternehmen, das über die Region hinaus bekannt ist: das Restaurant Ochsen im Thurgau. Als Gastgeber in der fünften Generation weiss Manuel Wirz, dass es mehr braucht als ein schönes Ambiente, damit sich die Menschen wohlfühlen. Präsent sein, auf die Menschen zugehen und sich für sie interessieren: essenzielle Eigenschaften eines Gastgebers, die Manuel Wirz im Weissen Würfel schätzt. Und auch etwas Unerwartetes wie die Getränkekarte mit dem Signature-Drink oder einem feinen Kaffee, serviert in der Tasse mit Goldrand.







GELEBTE WERTE

Wer den Salon im Untergeschoss besucht, dessen Auge wird an den Schmuckstücken von Ole Lynggaard Copenhagen zur Ruhe kommen. Die dänische Manufaktur greift in ihren Designs Formen aus der Natur auf und übersetzt sie in Haute Joaillerie. Der Weisse Würfel habe bei ihm einen bleibenden Eindruck hinterlassen, ein Gefühl von Raffinesse, sagt Søren Lynggaard, der CEO. «Es ist ein einzigartiges Erlebnis, das die Werte der Familie Huber widerspiegelt.» Seit vielen Jahren arbeiten Ole Lynggaard Copenhagen und Huber zusammen.

Zurückhaltende Eleganz, sinnliche Materialien und trotz aller Harmonie auch eine gewisse Aufregung: Dafür steht der Weisse Würfel. «Es ist ein Raum, der jedem Stück Platz zum Atmen gibt, und jedes Detail ist durchdacht – von der Beleuchtung bis zur Innenarchitektur. Er spiegelt die gleiche Sorgfalt wider, die wir bei unserem Schmuck anstreben», so Søren Lynggaard. Das Umfeld ist wesentlich. «Wir schätzen Räume, in denen unsere Stücke ihre eigene Geschichte erzählen können», sagt der Däne. Die Kunden sollen die Möglichkeit haben, eine emotionale Verbindung zu ihnen aufzubauen. Licht, Wärme und ein Gefühl der Ruhe sieht Søren Lynggaard als die Zutaten, die diesen Zauber entstehen lassen.

Im Weissen Würfel wird die Begegnung von Mensch zu Mensch zelebriert, das persönliche Erleben mit allen Sinnen. «Die Rolle des Einzelhändlers entwickelt sich vom reinen Verkaufspunkt zum Lifestyle-Kurator und Markenbotschafter», sagt Søren Lynggaard. «Persönliche Beziehungen und massgeschneiderter Service sind wichtiger denn je.» Und so führt der Weg schliesslich in den Raum, den man wohl als das eigentliche Schmuckstück des Weissen Würfels bezeichnen kann: der kleine Goldene Salon. Er ist der Lieblingsort von Norman J. Huber und erinnert an ein Wohnzimmer. Ein raffiniert gemusterter Teppich unterteilt den Raum in drei Bereiche. Samtbezogene Sofas und Sessel, an der Wand antiquarische Bücher und Vitrinen mit einzelnen Uhren. Auf einem Tischchen bietet eine Karte eine Auswahl von Getränken an.

Dass Huber Glücksmomente schafft, wird spätestens hier niemand mehr bezweifeln. Und das Schönste daran: Diese Glücksmomente lassen sich wiederholen – mit jedem Blick, den man auf das eigene Schmuckstück oder die eigene Uhr wirft. Zehn Jahre steht nun der Weisse Würfel in Vaduz. Und die Zukunft? Wie darf sich das Gebäude weiterentwickeln? Mit seiner Antwort lässt Norman J. Huber vieles offen – und pflegt doch den gewohnten Weitblick. «Mit meiner Tochter Beryl wirkt bereits die fünfte Generation im Familienunternehmen mit. Sie hat gute Ideen, und wir ergänzen uns.»

DIE SEELE DES WEISSEN WÜRFELS

ZWEI FRAGEN AN NORMAN J. HUBER

WIE KAM ES ZUR IDEE?

Norman J. Huber: Die Initialzündung für den Weissen Würfel kam von Michael Hilti, dem Stiftungsratspräsidenten der Hilti Art Foundation. Michael und ich tauschten uns im Jahr 2010 über die Möglichkeit eines gemeinsamen Gebäudes aus. Der Grundgedanke war, bildende Kunst der Hilti Art Foundation und die handwerkliche Kunst von Uhren und Schmuck an einem Ort zu vereinen.

WAS MACHT FÜR SIE DEN GEIST DES GEBÄUDES AUS?

Der Weisse Würfel hat eine Seele und ist nicht kopierbar. Das Gebäude an sich, die Innenarchitektur und das unerreichte Sortiment an Uhren und Schmuck sowie die Menschen, also die Gäste und das Huber-Team, tragen dazu bei.





EINE UHR FÜR ALLE FÄLLE

OMEGA RAILMASTER

Neben der Speedmaster und der Seamaster 300 gehört die Railmaster zu einem Trio von Armbanduhren, die 1957 für Profis auf den Markt kamen. Nun hat Omega ZWEI VARIANTEN DER RAILMASTER LANCIERT, die an das ursprüngliche Modell erinnern.

Text TIMM DELFS Fotos OMEGA



ährend die Speedmaster – eigentlich für den Autorennsport konzipiert – als erste Uhr auf dem Mond Berühmtheit erlangte, und die Seamaster bei der Erforschung der Meere wertvolle Dienste leistete, blieb die Railmaster ein Allrounder, der auch abseits der Eisenbahn nach wie vor beliebt ist.

Zeitmessung und Eisenbahn sind untrennbar miteinander verbunden. Mit zunehmender Geschwindigkeit der ständig besser werdenden Dampflokomotiven im 19. Jahrhundert schrumpfte die Fahrzeit. Das traf besonders auf den nordamerikanischen Kontinent zu. Dort wurde 1869 die erste transkontinentale Eisenbahnstrecke in Betrieb genommen – sie stellte eine Verbindung zwischen der Ost- und Westküste Amerikas her. Dabei dauerte die Reise von New York nach Sacramento rund siebeneinhalb Tage. Da die Bahnlinien vorerst eingleisig waren und es zwischen den verkehrenden Zügen keine Kommunikationsmöglichkeit gab, war das Einhalten der Fahrpläne besonders wichtig. Ausserdem mussten die Uhren der Maschinisten unterwegs mehrmals an die lokalen Ortszeiten angepasst werden.

DAS UNGLÜCK

Am 19. April 1891 stiessen in der Nähe von Cleveland (Ohio) zwei Züge auf der eingleisigen Strecke zusammen. Weil einer der Lokführer das Ausweichgleis zu früh verlassen hatte, kamen neun Menschen ums Leben. Vermutlich war die Taschenuhr des Lokführers fünf Minuten nachgegangen. Dieses Unglück zeigte, wie wichtig präzise Zeitmessung für den Eisenbahnverkehr war. Es führte dazu, dass die amerikanischen Eisenbahngesellschaften den Uhrenherstellern Vorgaben für die Produktion offiziell zugelassener Eisenbahner-Uhren machten, unter anderem zur Genauigkeit.

Nach dem Zweiten Weltkrieg begann der Niedergang der Dampflokomotive zugunsten der Antriebe mit Diesel und Elektrizität. Letztere stellten die Zeitmesser der Lokführer vor ein neues Problem, das in vielen anderen Industriezweigen wie Elektrizitätswerken und Forschungsinstituten vermehrt auftrat: Die Spulen der Generatoren und Trafos erzeugten starke Magnetfelder, welche die empfindlichen Uhrwerke aus dem Takt brachten.

SCHUTZ VOR MAGNETISMUS

Dieses Problem löste Omega 1957 bei der Armbanduhr Railmaster, indem die Uhrenmanufaktur das Uhrwerk in ein Innengehäuse aus sogenanntem Weicheisen steckte, aus dem auch das Zifferblatt gefertigt war. Dieses Metall schirmt das Werk gegen magnetische Einwirkung ab. So geschützt konnte ein Magnetfeld bis zu 1 000 Gauss Feldstärke dem Uhrwerk nichts anhaben, während herkömmliche antimagnetische Uhren nur bis 60 Gauss geschützt waren.

Das Design der aktuellen Omega Railmaster lehnt sich stark an das Original von 1957 an. Während das 38 Millimeter grosse Gehäuse aus Edelstahl an die Seamaster-Linie Aqua Terra erinnert, welche die facettierten Bandanstösse der Speedmaster übernahm, präsentiert sich das Zifferblatt im historischen Look. Charakteristisch sind die an den Kardinalpunkten 12, 3, 6 und 9 Uhr aufgedruckten gleichschenkligen Dreiecke und die langgezogenen Pfeile in Fünf-Minuten-Abständen, deren Spitzen zum Zentrum weisen. Wie beim Original gibt es nur an vier Positionen arabische Ziffern. Facettierte Dauphine-Zeiger mit Vintage Super-LumiNova weisen die Zeit, wobei der Minutenzeiger das ikonische «Broad Arrow»-Design aufnimmt.

ZENTRALSEKUNDE ODER KLEINE SEKUNDE?

Omega erschwert die Qual der Wahl, indem die Uhrenmanufaktur nicht nur zwei Farbvarianten anbietet, sondern sich diese auch noch technisch unterscheiden. Die Version mit grauem Zifferblatt und Farbverlauf zu Schwarz gegen den Rand hat ein Werk mit Zentralsekunde. Jene mit beigem Zifferblatt, ebenfalls mit dunklem Farbverlauf, wird von einem Werk mit kleiner Sekunde angetrieben, wodurch die Ziffer 6 auf dem Zifferblatt entfällt. Beide Modelle sind mit Gliederarmband aus Stahl oder farblich assortiertem Lederarmband erhältlich.

Um den Magnetschutz muss man sich mit einer Railmaster der jüngsten Generation keine Gedanken mehr machen. Die aktuellen Uhrwerke von Omega benötigen dazu nicht einmal mehr ein schützendes Innengehäuse, denn in der empfindlichen Hemmungspartie kommen ausschliesslich Bauteile zum Einsatz, die kein Eisen enthalten und sich nicht magnetisieren lassen. Während bekannt ist, dass die Spiralfeder, der Anker und das Hemmungsrad aus Silizium angefertigt werden, hat Omega das Geheimnis um das für die Achsen dieser Bauteile verwendete Material noch nicht gelüftet.



FORTSCHRITT DURCH TECHNIK

In den Railmaster-Modellen kommt die exklusive Co-Axial-Hemmung von Omega zum Einsatz, eine Erfindung des Engländers George Daniels, welche die Schweizer Ankerhemmung bei Omega fast komplett abgelöst hat, weil sie dank geringerer Reibung fast ohne Schmierung auskommt.

Die Kombination extrem leichter und amagnetischer Komponenten mit der fortschrittlichen Co-Axial-Hemmung ermöglicht es Omega, ausserordentlich gute und langfristig konstante Gangwerte zu erreichen, die sich auch durch die in der heutigen Zeit immer häufigeren Magnetfelder nicht aus der Ruhe bringen lassen. Um diese Leistungsfähigkeit der hauseigenen Kaliber offiziell zu beurkunden und von einer unabhängigen Institution prüfen zu lassen, führte Omega im Jahr 2005 das Zertifikat «Master Chronometer» ein, für dessen Unabhängigkeit das Eidgenössische Institut für Metrologie (METAS) bürgt. Dieses prüft sämtliche Uhren, die das Prädikat tragen wollen. Die Uhrwerke müssen dazu zunächst die Ganggenauigkeitstests der Schweizerischen Chronometer-Prüfstelle (COSC) bestehen. Die fertigen Uhren werden danach auf Wasserdichtigkeit getestet und zum krönenden Abschluss Magnetfeldern der Stärke von 15 000 Gauss ausgesetzt. Das entspricht dem Fünfzehnfachen des Magnetschutzes der «Ur-Railmaster».

Da die Railmaster der jüngsten Generation kein Innengehäuse mehr benötigt, kann man dem Wunderwerk mit automatischem Aufzug nun sogar durch den Saphirglasboden bei der Arbeit zusehen.



DIE NEUEN RAILMASTER-MODELLE UNTERSCHEIDEN SICH NICHT NUR FARBLICH,

SONDERN AUCH TECHNISCH – MIT KLEINER SEKUNDE ODER ZENTRALSEKUNDE.

SEAMASTER RAILMASTER

38 mm, mit Zentralsekunde und grauem Zifferblatt sowie Gliederarmband aus Edelstahl.

SEAMASTER RAILMASTER

38 mm, Edelstahl, mit kleiner Sekunde und beigem Zifferblatt sowie braunem Lederarmband.

Beide Modelle sind mit Gliederarmband und farblich assortiertem Lederarmband erhältlich.

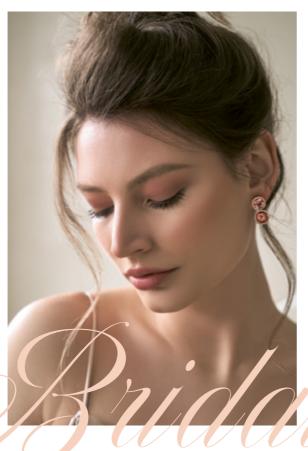






Zeitlos elegant. Mit dem von uns kreierten Brillant-Verlobungsring **Huber Bridal** und den Trauringen von **Niessing**.









GEMEINSAME ERINNERUNGEN

ZWEI EHEMALIGE HUBER-MITARBEITENDE ERZÄHLEN

Vier Jahrzehnte und unzählige Anekdoten: Wie Ursula Büchel und Fritz Peleikis die ENTWICKLUNG VON HUBER MITERLEBT UND MITGEPRÄGT haben.

Text SILKE KNÖBL Fotos HUBER

Ein Nachmittag im Juli, Ursula Büchel kommt mit Fritz Peleikis in den Weissen Würfel. Die beiden werden von Gastgeberin Anita Hundertpfund herzlich begrüsst. Man trifft sich dort ab und zu zum gemütlichen Gespräch. Inhaber Norman J. Huber stösst dazu, seine Tochter Beryl kommt später nach. Es fühlt sich an wie ein Familientreffen.

Fritz Peleikis war der erste Uhrmacher und Ursula Büchel ab 1970 Schmuckverkäuferin und später auch Geschäftsführerin im Unternehmen. Beide haben einen grossen Teil ihres Lebens bei Huber verbracht: Er arbeitete 40 Jahre, sie 30 Jahre lang im Betrieb.

TEIL DER FAMILIE

Fritz Peleikis' erster Arbeitstag bei Huber war der 28. Februar 1960 – an seinem 24. Geburtstag. Mit dieser Arbeitsstelle hatte sich der junge Uhrmacher einen Traum erfüllt. Er wuchs an der Memel in Ostpreussen auf. Auf Rügen – damals Staatsgebiet der DDR – erlernte er seinen Beruf. Nach Jahren der Wanderschaft kam er mit Glück in die Bundesrepublik Deutschland, wo er unter anderem in der Uhren- und Schmuckstadt Pforzheim tätig war. Dort hörte er zum ersten Mal von Liechtenstein – und von Huber. Er bewarb sich und bekam die Stelle als Uhrmacher.

In der Werkstatt arbeitete Fritz Peleikis mit Adrian Huber, Normans Vater, zusammen und lernte dabei, auch kleinere Goldschmiedearbeiten auszuführen. Mittags sass er mit der Familie Huber gemeinsam am Tisch. «Mit Grossmama Wiggi, Vater Adrian, Onkel Roland und dessen Frau Lisbeth sowie der Haushälterin», weiss Norman J. Huber.

«Adrian war nicht oft zu den Mahlzeiten da, und wir hatten auch nicht so viel Platz», erinnert sich Fritz Peleikis. Das frühere Giebeldachhaus im Städtle 34, dort, wo heute der Weisse Würfel steht, war für ihn Arbeits- und Wohnraum zugleich. «Unter dem Dach stand ein kleines Zimmer mit Bett und Schrank zur Verfügung – mehr passte dort nicht hinein», erzählt der 89-Jährige.

Für den Anfang reichte das, nach eineinhalb Jahren zog er in eine Wohnung an der heutigen Hauptstrasse in Vaduz.

Zehn Jahre später, am 10. August 1970, trat Ursula Büchel ins Unternehmen ein. Sie wuchs in Schaan auf – dort führten ihre Eltern das Hotel Dux. Die Begeisterung fürs Gastgeben hat sie in den Genen – eine besondere Gabe, mit der sie auch Huber prägte. Mit der Familie Huber ist sie auch verwandt. «Normans Grossmama, also Tante Wiggi, war die Taufpatin meiner Mama», erzählt sie. «Ich habe im Restaurant zu Hause gearbeitet, dort lernte ich auch meinen späteren Ehemann Arthur kennen.» Dieser wollte nicht, dass sie so oft im Restaurant arbeitet. «Deshalb fragte ich Tante Wiggi um eine Stelle bei Huber an.» Sie meinte: «Ja, probieren wir es einmal.» Ein Gewinn für beide Seiten. «Mir hat es im Geschäft im Städtle sehr gut gefallen und Huber war mit mir auch zufrieden», erzählt Ursula Büchel. Dort lernte sie auch Fritz Peleikis kennen.

Die beiden kennen das Städtle Vaduz, wie es früher war und florierte. «Die Leute sassen im Café Wolf und haben über die Strasse gerufen: «Ich komme später noch vorbei.» Man fuhr mit dem Auto durchs Städtle und war gespannt, wen man im Gastgarten des Hotels Real oder im Restaurant Engel sah.





FRITZ PELEIKIS war der erste Uhrmacher und URSULA BÜCHEL war ab 1970 SCHMUCK-VERKÄUFERIN bei Huber. Er arbeitete 40 Jahre, sie 30 Jahre lang im Geschäft.



HERZLICHE BEGEGNUNG: Fritz Peleikis hat neben Norman J. Huber auch dessen Tochter Beryl aufwachsen sehen. Er freut sich darüber, dass mit ihr bereits die fünfte Generation im Familienunternehmen tätig ist.

ZUSAMMENARBEIT TROTZ TRENNUNG

1971 trennten sich die Wege der Brüder Adrian und Roland Huber. Beruflich ergänzten sie sich gut. Der eine war Goldschmied, der andere Uhrmacher und Optiker. Mit dieser Trennung kam es auch zu personellen Veränderungen: Während Ursula Büchel als Schmuckverkäuferin im Geschäft im Städtle blieb, wechselte Fritz Peleikis als Uhrmacher ins Geschäft auf dem Rathausplatz. «Wenn Fritz Kunden hatte, die sich für Schmuck interessierten, hat er sie zu mir ins Städtle geschickt», erzählt Ursula Büchel.

Uhrmacher Fritz war auch immer offen für neue Fachgebiete. So kamen mit der Zeit auch Optikerarbeiten dazu. Wenn etwa Roland Huber keine Zeit hatte, übertrug er ihm die Aufgabe, Brillen zu reparieren. Und wenn Kunden einen Ring weiten lassen wollten, dann half er ebenso versiert - wie vorher bei Adrian Huber. Mit der geschäftlichen Trennung ging auch die Aufteilung der Uhren- und Schmuckmarken einher, berichtet Norman J. Huber. Im Geschäft auf dem Rathausplatz waren Omega, später Chopard, IWC und Audemars Piguet präsent, während am Standort im Städtle Rado und Longines, Cartier, Patek Philippe sowie Jaeger-LeCoultre geführt wurden. Einzig Uhren von Tissot waren in beiden Geschäften erhältlich. Und Rolex-Uhren gab es nur beim «Quick» – im Souvenirladen von Baron Eduard von Falz-Fein. Er war der erste Rolex-Händler in Liechtenstein. Ab 1987 verantwortet Huber den Vertrieb der Uhrenmarke.

«Es waren SEHR VIELE SCHÖNE MOMENTE. Das ist NICHT SELBSTVERSTÄNDLICH.»

FRITZ PELEIKIS

WERTVOLLE UNTERSTÜTZUNG

Als 1981 Adrian Huber plötzlich starb, übernahm Sohn Norman die Führung des Betriebs im Städtle zusammen mit seiner Stiefmutter Brunhilde und Ursula Büchel, die dank ihrer Erfahrung und ihres Fachwissens eine sehr wertvolle Unterstützung war. «Als Norman das Geschäft übernahm, haben wir uns alle gefreut», erinnert sie sich. «Er hatte immer super Ideen und kreierte zudem extravagante Schmuckstücke.»

«Ursula hat Huber stark geprägt – nicht nur als Geschäftsführerin, sondern auch als rechte Hand von Norman J. Huber», erzählt Fritz Peleikis. «Und sie war ein richtiger Schmuckprofi», ergänzt Norman J. Huber. Miteinander reisten sie zur Basler Uhrenmesse, kauften Uhren und Schmuckstücke ein, die Kunden nachfragten. «Oder wir haben etwas ganz «Verrücktes» eingekauft und uns gefreut, wenn es die Kunden mochten», berichtet die ehemalige Huber-Verantwortliche. «Die ausgefallenen Kreationen fanden immer einen Käufer, bei normalen Kollektionen war es schwieriger», erinnert sich Norman J. Huber.

HUBER-STANDORTE WIEDER VEREINT

1988 folgte die grosse Überraschung: Die beiden Huber-Standorte in Vaduz wurden wieder vereint. Roland Huber wollte sein Geschäft auf dem Rathausplatz verkaufen und Norman J. Huber verhandelte mit ihm darüber. So fand wieder zusammen, was zusammengehört(e) – und das Familienunternehmen wuchs.

Ein gutes Miteinander spielte stets eine grosse Rolle. «Wir haben einander immer unterstützt und waren ein engagiertes Team. Jeder hat alles gemacht, zum Beispiel das Huber-Magazin für den Versand bereitgemacht und vieles mehr», schildert Ursula Büchel den Arbeitsalltag. Auch heute noch trifft sie sich gerne mit Huber-Mitarbeitenden zum Weihnachtsessen oder zu einer anderen Gelegenheit. Natürlich auch mit Fritz Peleikis. «Er hat sich nach seiner Pensionierung bei mir gemeldet und wir sind dann öfters im Jahr essen gegangen – immer ins Restaurant Forum, weil es dort eine feine Fischsuppe gibt.» Und heute holt sie ihn im Altersheim Triesen ab, wo er seit zwei Jahren wohnt – gerne für Besuche bei Huber.

Zahlreiche Anekdoten verbinden die beiden mit unvergesslichen Firmenausflügen, etwa nach



München, Wien oder ins Piemont. «Es waren sehr viele schöne Momente. Das ist nicht selbstverständlich», sagt Fritz Peleikis. Daneben standen Besuche bei Uhrenmanufakturen auf dem Programm. Anders bei Schmuck: Schmuckverkäufer riefen vorher im Geschäft an und fragten, ob sie ihre Kollektion zeigen durften. Sie kamen mit Koffern, gefüllt mit Schmuck ins Geschäft – heute undenkbar. Damals gab es auch noch keine Computer, stattdessen sorgten Schreibmaschine und Karteikarten für effizientes Arbeiten, und das erste Fax war eine Sensation.

Hundertpfund. «Ursula war neben Norman J. Huber meine Chefin, sie und Fritz haben mich damals in die Uhren- und Schmuckwelt und die damit verbundenen Arbeiten eingeführt.» Anita Hundertpfund war 15 Jahre alt und träumte davon, Schmuckverkäuferin zu werden. Auf ihren Schnuppertag fiel ausgerechnet der Dekorationstag bei Huber. «Es war ein arbeitsintensiver Tag», erzählt Ursula Büchel – und lacht. «Wir dachten, dass es Anita sicher nicht gefällt.» Doch die junge Frau bewarb sich bei Norman J. Huber. Ihre handschriftliche Bewerbung wurde vor ein paar Jahren zufällig in den Akten entdeckt und ihr zur Freude überreicht. «Mit Huber bin ich auch zum ersten Mal im Flugzeug nach Wien geflogen», erinnert sich Anita Hundertpfund.

Dass mit Beryl Huber die nächste Generation im Familienunternehmen tätig ist, freut Ursula Büchel und Fritz Peleikis gleichermassen. «Sie bringt wieder neue Ideen ein und das ist wichtig fürs Geschäft», ist Ursula Büchel überzeugt. «Ihr bezauberndes Lächeln erfreut uns immer wieder», fügt Fritz Peleikis hinzu. Auch Beryl Huber schätzt es sehr, im Familienbetrieb mitzuwirken. «Es ist für mich etwas Besonderes, mit Menschen wie etwa Anita zusammenzuarbeiten, die ich schon seit meiner Kindheit kenne.»

GUT AUFGEHOBEN

Die Verbundenheit mit Huber ist bei den beiden ehemaligen Mitarbeitenden nach wie vor sehr gross. «Wenn ich hierher komme, ist das für mich ein sehr beruhigendes Gefühl», sagt Fritz Peleikis. «Das ist Heimat.» Und Ursula Büchel freut sich ebenso immer, wenn sie Mitarbeitende und Kunden bei Huber trifft, die sie noch von früher

«Als Norman das GESCHÄFT ÜBERNAHM, HABEN WIR UNS ALLE GEFREUT. Er hatte immer SUPER IDEEN UND KREIERTE ZUDEM EXTRA-VAGANTE SCHMUCKSTÜCKE.»

URSULA BÜCHEL

kennt. Auch für sie sind die Besuche bei Huber wie heimkommen. Ursula Büchel war sehr beliebt und konnte sich eine sehr grosse Stammkundschaft aufbauen. Auch heute – 25 Jahre nach ihrer Pensionierung – wird sie von Kunden für eine Beratung angefragt. «Das geht natürlich nicht», sagt sie mit einem Lächeln. «Deshalb schicke ich sie gerne zu Anita. Bei ihr sind sie gut aufgehoben.»

Stolz blicken die beiden ehemaligen Mitarbeitenden auch auf das Erreichte bei Huber zurück, zu dessen Entwicklung und Erfolg sie gemeinsam ein Stück beigetragen haben. Dennoch: «Was Norman alles geschaffen hat, darüber kann ich nur staunen», bekräftigt Fritz Peleikis. «Ich habe ihn dafür immer bewundert. Aber wie er das gemacht hat, das ist sein Geheimnis», merkt er an. «Alles hat sich so gefügt und die Rahmenbedingungen waren gut», erwidert Norman J. Huber. «Man muss aber auch den Verstand dazu haben», räumt Fritz Peleikis ein. «Oder keinen», entgegnet Norman J. Huber, lacht und fügt hinzu: «Einfach machen.» Damit scheint der Inhaber des Familienunternehmens in vierter Generation auch einen Teil seines Erfolgsgeheimnisses gelüftet zu haben – zumindest einen kleinen.



WANDERUHRMACHER JULES HUBER AUS DEM BERNER OBERLAND KAM INS RHEINTAL UND NACH LIECHTENSTEIN – in der Hoffnung, Gross- und Kaminuhren zu reparieren (die Entwicklung von Armbanduhren steckte damals noch in den Kinderschuhen). In Liechtenstein lernte er Wiggi Thöny aus Schaan kennen. Die beiden verliebten sich ineinander, und zur Hochzeit schenkte die Familie dem jungen Paar einen Teil der Liegenschaft im Städtle 34. Dort eröffneten die beiden 1928 ihr «Uhren-, Gold- und Silberwaren-Geschäft».



1971 ERNEUERTE ADRIAN HUBER DAS UHREN-UND SCHMUCKGESCHÄFT IM STÄDTLE 34. Das Geschäft, insbesondere dessen Innenausbau, war für die damalige Zeit sehr modern und gab Gesprächsstoff.



1953 ERSTRAHLT DAS UHREN- UND SCHMUCKGESCHÄFT VON HUBER IM STÄDTLE 34 IN NEUEM GLANZ. Die Liegenschaft wurde ein Jahr zuvor abgebrochen und durch ein neues Geschäftshaus ersetzt.



DAS UHREN- UND SCHMUCKGESCHÄFT VON HUBER IM JAHR 2011. Vier Jahre später eröffnet dort Norman J. Huber den Weissen Würfel. Ein neues Kapitel in der rund 100-jährigen Unternehmensgeschichte beginnt.



EINE GEMÜTLICHE FEIER FÜR DIE JUBILARIN: Ursula Büchel mit Fritz Peleikis anlässlich ihres 20-jährigen Dienstjubiläums. Fünf Jahre später erneut Grund zum Feiern: mit Norman J. Huber zu ihrem 25-jährigen Dienstjubiläum.





VIELE SCHÖNE MOMENTE: Unvergesslich sind auch die verschiedenen Firmenausflüge, bei denen Ursula Büchel und Fritz Peleikis immer gerne dabei waren.



SWATCH-PRÄSENTATION BEI HUBER IM STÄDTLE 34. Mit Ursula Büchel, Norman J. Huber und Emmy Matt.



Kältekick im Untersee

EISBADI AROSA

Was früher als Mutprobe galt, wird zunehmend ein Lifestyle-Trend: Eisbaden. Seit 2021 gibt es in Arosa das erste OFFIZIELLE EISBAD EUROPAS. Ab November entledigen sich jährlich mehr Kältesuchende ihrer Winterkleider und spüren bei MINUSTEMPERATUREN DEN THRILL IM VEREISTEN BERGSEE.

Text NATALIA GODGLÜCK Fotos EISBADI AROSA

«Ab zehn Grad minus braucht man Badelatschen, sonst bleiben die Füsse auf dem Eis kleben», sagt André Kühn. Er gehört zu den Eisbadenden der ersten Stunde im Aroser Untersee und ist Mitinitiant des ersten Eisbads Europas. Der Ferienort auf knapp 1 800 Metern überzeugt mit seiner imposanten Berglandschaft, aber auch, weil im Winter die Temperaturen bis auf minus 20 Grad fallen: Ein sicherer Wert, dass der Badesee eine Eisschicht bildet. «Am Ufer ist sie manchmal bis zu eineinhalb Meter dick», weiss André. Der lässige Typ mit langen Haaren, Anfang 50, ist wie alle Eisbadenden gleich beim Du. Die Grenzerfahrung sowie der gemeinsame Erfolg führen rasch zu einem Wir-Gefühl. Denn egal, ob man das erste oder das hundertste Mal ins frostige Nass steigt, den inneren Schweinehund muss man stets aufs Neue überwinden. An sein erstes Eisbad erinnert sich André noch genau. Im Sommer 2019 traf er sich mit einer Gruppe Jungs täglich morgens um sieben zum Schwimmen im Untersee. Es kam der Herbst, die Temperaturen sanken kontinuierlich und irgendwann war das Wasser gefroren. «Wir organisierten einen Eispickel und niemand wollte ein Weichei sein», so André. Sein Körper sei umgehend unter Schock gestanden, die Atmung raste. «Als ich nach rund einer Minute wieder rauskam, war ich völlig aufgedreht.» Der Dopaminausstoss beim Eisbaden soll zweieinhalb Mal höher sein als bei Kokain, «nur dass die Wirkung viel länger anhält», schwärmt André.

PIONIER DES EISBADENS

Vom Eisbade-High berichten auch Carmen Prantl, Präsidentin des Vereins Eisbadi Arosa – «es macht definitiv süchtig» – sowie Ronja Weiser, die seit sechs Jahren zur Community gehört: «Man verlässt die Kälte mit vielen Glücksgefühlen.» Tatsächlich schüttet der Körper den reinsten biochemischen Cocktail aus: Zunächst die Stresshormone Adrenalin, Noradrenalin und Cortisol, was das Schmerzempfinden dämpft. Die Stressboten nehmen mit der Zeit ab und werden durch die Glückshormone Serotonin, Dopamin und Endorphin ersetzt. Bekannt wurde das Eisbaden durch den niederländischen Extremsportler Wim Hof, auch genannt «The Iceman». Der 66-Jährige hält mehrere Weltrekorde im Ertragen extremer Kälte. Sein längstes Eisbad, das Wasser bis zum Hals, dauerte eine Stunde und 52 Minuten. Die Technik des Rekordhalters heisst Wim-Hof-Methode. Kernelement ist eine auf kontrollierter Hyperventilation basierende Atemtechnik. Durch die anschliessende Kälteexposition lernt der Körper, sich der Kälte anzupassen und seine Temperatur zu regulieren. Die Adrenalinwerte, sagen zertifizierte Wim-Hof-Trainer, sollen beim Eisbaden fünf Mal so hoch sein wie beim Bungee-Jumping.



DIE VORFREUDE AUF DEN KÄLTEKICK IST GROSS. Der Weg zum Wasser führt an der Eiskunst von André Kühn vorbei.



GEGEN STRESS UND DEPRESSIONEN

Was beim Eisbaden kurzfristig passiert im Körper, ist bekannt. Zum längerfristigen Effekt gibt es allerdings noch kein wissenschaftliches Ergebnis. Die subjektiven Aussagen sind jedoch stets die gleichen: Eisbaden stärkt das Immunsystem, man ist weniger krank, es steigert die Konzentration und verbessert die Blutzirkulation sowie den Stoffwechsel. Letzteres ist ein Fakt, von dem André überzeugt ist. «Durch die regelmässige Kälteexposition habe ich 20 Kilo abgenommen», sagt der Eisbademeister und zeigt zufrieden seinen flachen Bauch. Er verschweigt dabei nicht, dass er gleichzeitig auch seine Ernährung umgestellt hat: auf rein pflanzliche Kost. Überzeugt sind die Kältesuchenden auch, dass Eisbaden Stress reduziert. «Man ist sofort im Hier und Jetzt, vergisst die Alltagssorgen und alles, was im Kopf herumdreht», sagt Ronja.

«Man VERLÄSST die Kälte mit VIELEN GLÜCKSGEFÜHLEN.»

RONJA WEISER, EISBADI-MITGLIED

Bei ihr waren es die depressiven Verstimmungen, die sie zum Eisbaden führten. Dass sich Kälte positiv auf die Psyche auswirkt, wusste sie bereits vom täglichen Kaltduschen. «Aber Eisbaden hat eine ganz andere Qualität, mich aus dunklen Wolken herauszuholen», so die 34-jährige Yogalehrerin. Auch auf Schmerzen im Körper soll sich das kalte Nass positiv auswirken. Dazu Eisbadi-Präsidentin Carmen, die gleichzeitig auch Schmerzpatientin ist: «Eisbaden ist für mich die schnellste und effektivste Methode gegen Rheuma-Schmerzen.»

Von Eisbaden spricht man, wenn sich die Wassertemperatur im einstelligen Bereich befindet. Während manche empfehlen, so viele Minuten im Wasser zu bleiben, wie es Grad hat, sind die Aroser Eisbadenden überzeugt, dass eine Minute im Wasser den gleichen Effekt auf Körper und Geist hat. «Alles andere ist nur fürs Ego und um Challenges zu gewinnen», sagt Carmen.

Dazu fällt André eine Anekdote ein. «Eisbadi-Mitgründer David wollte einmal seine Grenzen ausloten. Er verharrte 21 Minuten im Eisbad, aus dem Wasser schaffte er es danach nur noch mit fremder Hilfe.» Nicht allein ins Wasser gehen ist deshalb ein Rat, den die Aroser Experten allen Neulingen geben.

JÄHRLICH TAUSENDE GÄSTE

Was 2019 in Arosa aus Jux einer kleinen Gruppe begann, lockt Jahr für Jahr mehr Badende und Schaulustige an. Auf die Frage, was denn überhaupt den Trend zum Eisbaden auslöste, antworten Carmen und André wie aus der Pistole geschossen: Corona. Eine Chance, welche die Aroser Community erkannte und packte. Sie gründeten einen Verein und starteten ein Crowdfunding, an dem sich 150 Privatpersonen aus nah und fern beteiligten. Der Erfolg

«Eisbaden ist für mich die SCHNELLSTE UND EFFEKTIVSTE METHODE gegen RHEUMA-SCHMERZEN.»

CARMEN PRANTL, EISBADI-PRÄSIDENTIN

konnte sich sehen lassen: 80 000 Franken plus Sachspenden und Arbeitsleistungen. Seit Winter 2020/2021 führt der Verein Eisbadi Arosa das erste Eisschwimmbad Europas – und baut es jeden Winter neu. Eisbadimeister André kümmert sich täglich um den offenen Zugang in den Untersee. Morgens schaufelt er eineinhalb Stunden, je nach Temperatur kommen tagsüber noch zweieinhalb hinzu. In der Wintersaison 2024/2025 besuchten rund 10 000 Besucher die Eisbadi, davon trauten sich 3 000 ins Wasser.

André erinnert sich an den 1. Januar, als die Badewilligen gar Schlange standen. «Zum Jahresstart setzten sich 350 Personen der Kälte aus, an normalen Tagen sind es rund 150.» Schlimmes passiert sei nichts in den letzten sechs Jahren. Den Defibrillator vor Ort – aus Angst, jemand könnte einen Herzinfarkt erleiden – gibt es inzwischen nicht mehr.

RIESIGE MEDIENPRÄSENZ

Verantwortlich für den Erfolg ist einerseits die grosse öffentliche Präsenz: Namhafte Gefässe aus dem In- und Ausland zeigten mutige und zufriedene Eisbadende inmitten der verschneiten alpinen Kulisse. Auch auf Social Media mehrten sich die Bilder und als der Podcaster Papaplatte mit 1.23 Millionen Followern auf Youtube zwei Stunden live aus Arosa sendete, «lag unsere Website für kurze Zeit flach», so André. Mit zunehmender Bekanntheit buchen auch immer häufiger Firmen und Vereine Teamevents in der Eisbadi. Für manche ist es ein Einmalerlebnis, für andere der Beginn einer neuen Liebe.

Zur Eisbadi Arosa gehören ein WC, ein Ruhewagen und eine finnische Sauna – 90 Grad – mit Naturbadeplatz. Flauschige Bademäntel und -tücher können vor Ort ausgeliehen werden. Während manche den kühlen Start in den Tag lieben, schwören andere auf den Energiekick am Mittag oder steigen bevorzugt abends ins kalte Nass. Ebenfalls individuell ist, ob man Stille oder Geselligkeit schätzt. Ein Grund, weshalb der Eisbadimeister von einem zweiten Badeloch träumt. Weder Arbeit noch Ideen gehen den Betreibern aus. Die Beschilderung soll verbessert und die Eiskunst erweitert werden. Einmal monatlich gibt es am Untersee ein Vollmondbaden mit Fackeln, besondere Atmosphäre inklusive.

Ob man mit oder ohne Mütze ins Wasser geht, spielt keine Rolle. Einen Tipp gibt André aber gerne weiter: «Mit dem Kopf unters Wasser gehe ich nicht mehr. Meine gefrorenen langen Haare sind einmal abgebrochen.»



ZIEL IST ES, mindestens eine Minute im Eiswasser zu bleiben. Es empfiehlt sich, die Hände draussen zu lassen.





Text TIMM DELFS
Fotos CHRISTIAAN VAN DER KLAAUW

Seit Jahrtausenden ist die Menschheit fasziniert von den Himmelskörpern, die von der Erde aus sichtbar sind. Megalithische Monumente wie Stonehenge in Südengland oder die imposanten Steinreihen der Bretagne zeugen von frühen Versuchen, die Mechanismen des Himmels zu verstehen. Alle Kulturen der Welt haben im Lauf der Geschichte zum besseren Verständnis beigetragen – ein Beweis dafür, wie universell das Interesse an der Astronomie ist. In Ägypten entstanden rund 2500 vor Christus die Pyramiden, die nach Beobachtungen des Himmels ausgerichtet sind.

Schon in der Antike ging man davon aus, dass die Erde eine Kugel sein musste. Der griechische Gelehrte Eratosthenes bestätigte diese Annahme, indem er 234 vor Christus den Umfang der Erde errechnete. Der arabischen Welt desselben Zeitalters verdanken wir die ersten Astrolabien, scheibenförmige Sternkarten, und Galileo Galilei baute Epochen später mit den Linsen holländischer Brillenmacher das erste Teleskop, mit dem er die Monde des Jupiters entdeckte.

Die Entwicklung von Zahnrad und Getriebe im alten Griechenland markierte einen Wendepunkt: Schon bald nutzte man diese Technik, um die Bewegungen von Himmelskörpern nachzubilden. Der 1901 in Griechenland geborgene Mechanismus von Antikythera ist der Beweis, dass die Griechen bereits um 100 vor Christus genau verstanden, wie sich die Zyklen von Erde, Sonne und Mond mechanisch abbilden lassen.

Als die mechanischen Uhren «laufen lernten», war es nur eine Frage der Zeit, bis sie auch zur Darstellung astronomischer Phänomene genutzt wurden. Die zahlreichen astronomischen Uhren an Kirchen – darunter etwa die «Zytglogge» in der Schweizer Stadt Bern – oder an Rathäusern in ganz Europa sind beredtes Zeugnis der Faszination, die von einer Welt ausgeht, die ausserhalb unserer Reichweite liegt.

PASSION EINES UHRMACHERS

Angesichts dieser Tatsache ist es erstaunlich, dass es unter den Uhrenmarken so wenige gibt, die sich mit der Astronomie befassen. Es gibt in der Tat eine einzige Marke, die sich ganz dem Thema verschrieben hat. Sie kommt aus den Niederlanden und trägt den Namen ihres Gründers Christiaan van der Klaauw. «Aus den Niederlanden?», werden Sie sich nun vielleicht fragen. Das ist nicht abwegig, denn von dort stammt eine der wichtigsten Erfindungen der Uhrenwelt, die Präzision am Handgelenk erst möglich machte: die im 17. Jahrhundert von Christiaan Huygens erfundene Spiralfeder mit der dazugehörigen Unruh.

Wie Huygens stammt Christiaan van der Klaauw (geboren 1944) aus Leiden. Van der Klaauw besuchte die dortige Instrumentenmacherschule und arbeitete nach der Ausbildung bei einem Spezialisten für Grossuhren. Seinem Hobby, der Astronomie, frönte er abends an der Leidse Sterrewacht, dem ältesten universitären Observatorium der

Welt. 1974 machte er sich selbstständig und baute Tischuhren mit astronomischen Anzeigen. 1989 wurde er in die «Académie Horlogère des Créateurs Indépendants» (AHCI) aufgenommen – eine internationale Vereinigung, der weitere bekannte Uhrmacher-Grössen wie François-Paul Journe, Franck Muller und Vincent Calabrese angehören. 1996 präsentierte Van der Klaauw in Basel seine erste astronomische Armbanduhr Satellite du Monde. 1999 folgte das Modell Planetarium – bis heute die kleinste mechanisch angetriebene Darstellung unseres Sonnensystems. Die Uhr zählt noch immer zu den Highlights der Kollektion.

EIN KREIS SCHLIESST SICH

Die Geschichte der Marke Christiaan van der Klaauw ist auch die Geschichte zweier Männer, zweier Generationen und eines Kreises, der sich nach Jahren schliesst: 1999 bekommt Christiaan van der Klaauw in seinem Atelier Besuch von einem 22-jährigen Mann, der soeben seine Lehre an der Uhrmacherschule Amsterdam abgeschlossen hat. Pim Koeslag, so heisst er, will wissen, ob er bei ihm arbeiten kann. Van der Klaauw winkt ab und empfiehlt dem jungen Uhrmacher, in die Schweiz zu gehen und sich dort bei einem Uhrenhersteller die Sporen abzuverdienen.

Das tut Koeslag, der schliesslich bei Patek Philippe eine Weiterbildung absolviert – dank eines Stipendiums, das er als bester Absolvent von der Uhrmacherschule erhalten hatte. Das Angebot einer festen Stelle bei Patek Philippe nach dem Stipendium lehnt er zugunsten eines Abenteuers ab. Er erfährt nämlich, dass ein niederländisches Ehepaar in Genf eine Uhrenmarke gegründet hat und unter dem Namen Frederique Constant günstige Schweizer Uhren fertigen will. Pim Koeslag ist der erste Uhrmacher der damals noch kleinen Uhrenmarke von Aletta und Peter Stas. Die drei starten mit einem Büro, einem Établi – dem Uhrmachertisch – und grossen Ideen.

Pim Koeslag bleibt Frederique Constant 20 Jahre treu und spielt als technischer Direktor eine gewichtige Rolle bei deren Entwicklung zu einer veritablen Manufaktur. 30 Manufakturkaliber werden in dieser Zeit von ihm entwickelt. Als CEO der zu einer Unternehmensgruppe angewachsenen Frederique Constant gehörenden Luxusmarke Ateliers de Monaco kann Koeslag seine Passion für komplizierte Uhren ausleben. Doch nach über 20 Jahren in der Schweiz und unterdessen mit Familie zieht es Pim Koeslag zurück in die Niederlande.

Christiaan van der Klaauw hatte 2009 die Geschäftsleitung an das jüngere Ehepaar Daniël und Maria Reintjes übergeben, um sich allmählich aus dem Geschäftsleben zurückziehen zu können. Als ausgebildete Designer gibt das ebenfalls aus den Niederlanden stammende Paar der Marke einen frischen Look und erlangt mit den Kreationen diverse wichtige Preise. Die Rückkehr von Pim Koeslag fällt mit dem Wunsch der beiden zusammen, nach 13 Jahren etwas kürzer zu treten.

Im Juni 2022 wird Pim Koeslag Mehrheitsaktionär von Christiaan van der Klaauw und kommt somit erneut, aber unverhofft zu dem Unternehmen, bei dem er als junger Berufseinsteiger arbeiten wollte. Mehr noch: Er führt nun die Mission weiter, die der Gründer knapp 50 Jahre zuvorbegonnen hatte.

DIE UHREN

Jede Uhr aus dem Atelier von Christiaan van der Klaauw zeichnet sich durch ihr klassisches Design und eine klare Ablesbarkeit der Zeit aus. Doch wo andere vielleicht mit einem Tourbillon glänzen, stellen diese niederländischen Uhren ganz unterschiedliche astronomische Phänomene dar. So zeigt das Modell Planetarium bei 6 Uhr das Sonnensystem und sechs Planeten, die mit blossem Auge sichtbar sind: Merkur, Venus, Erde, Mars, Jupiter und Saturn. Die als winzige Kügelchen auf ihren konzentrischen Bahnen angeordneten Planeten sind mit dem Kalendarium bei 12 Uhr synchronisiert und lassen sich über die Krone einstellen.

Eine besondere Faszination geht auch vom Modell Real Moon Joure aus, bei dem ein kugelförmiger Miniaturmond die Mondphasen mit höchster Genauigkeit abbildet. Die mit winzigen Kratern übersäte Mondkugel erlaubt eine realistische Darstellung der Mondphasen, die sich mit Scheiben nicht umsetzen lässt.

Einen besonderen Meilenstein im Portfolio der Marke stellt das neuste Modell Grand Planetarium Eccentric Manufacture dar. Als einzige mechanische Uhr der Welt zeigt sie in Echtzeit alle acht Planeten des Sonnensystems mit ihren ungleichmässigen Bahnen auf dem gesamten Zifferblatt. Obendrein ist sie mit einem selbst entwickelten Manufakturwerk – dem ersten des Hauses – ausaestattet.

Die Grand Planetarium Eccentric Manufacture ist die komplizierteste Uhr, die bislang im Atelier von Christiaan van der Klaauw entwickelt wurde.



PIM KOESLAG, CEO und Miteigentümer der niederländischen Uhrenmarke. Für ihn geht ein Jugendtraum in Erfüllung.



Das ikonische Modell PLANETARIUM zeigt in der unteren Hälfte die kleinste mechanische Darstellung unseres Sonnensystems mit der Erde und den fünf von ihr aus sichtbaren Planeten.









Rettl 1868 Kilts & Fashion. Feinstes Schneiderhandwerk seit über 150 Jahren – tadellose Verarbeitung bester Qualitäten, gepaart mit innovativem Design und dem Mut zu außergewöhnlichen Kreationen – das sind die Zutaten für den Erfolg der ehemaligen Uniformierungsanstalt aus Kärnten. Auf Kundenwunsch werden Einzelstücke nach Maß und individuellen Vorstellungen im hauseigenen Atelier in Österreich gefertigt.



Wenn er auf dem Stauberngrat hoch über dem St.Galler Rheintal Teller spült und Pfannen schrubbt, gedeihen in seinem Kopf Visionen, die abstrus klingen. Doch Daniel Lüchinger setzt sie unbeirrt um – UND WURDE ZUM PIONIER.

Text FRANZISKA HIDBER Fotos HOLGER JACOB, © APPENZELL.CH



lötzlich taucht sie auf, mitten aus dem saftigen Grün, als befänden wir uns im Dschungel von Costa Rica, und gleitet mit einem leisen Surren zur Talstation. Von wegen Costa Rica! Das hier ist Frümsen, das Nussdorf im St.Galler Rheintal in der Ostschweiz, 510 Meter über dem Meeresspiegel, und die schwarze Panoramagondel, die in diesem Moment aufsetzt, kommt aus luftigen Höhen: von der Bergstation Staubern im Alpstein im Kanton Appenzell Innerrhoden.

Gestatten: die Staubernbahn. 1 238 Höhenmeter legt sie in sechs Minuten und 23 Sekunden zurück. Sie gehört zum Berggasthaus Staubern und hat zunächst für Kopfschütteln, Staunen und Ungläubigkeit gesorgt. Denn die Zweiseil-Pendelbahn gilt weltweit als Unikum: Als erste Gondelbahn überhaupt wird sie zu 100 Prozent klimaneutral betrieben. Ihr Treibstoff: die Sonne. In Stosszeiten verbindet sie das Rheintal mit dem Alpstein im Achtminuten-Takt.

Mit einem Zischen öffnet sich die Türe, ein Wandergrüppchen steigt gut gelaunt aus, mit zerzausten Haaren und roten Wangen. Und schon geht es los, wir schweben über den Baumkronen steil hinauf. Mit jedem Höhenmeter geht der Blick weiter übers Rheintal: Auf der anderen Seite des Rheins liegt Vorarlberg, etwas weiter vorne das Fürstentum Liechtenstein, noch weiter vorne grüssen die Bündner Berge. Die späte Nachmittagssonne streichelt zur Linken warm die Zacken der Saxerlücke, zur Rechten wird das Alpsteinmassiv ausgeleuchtet, Kuhglockengebimmel ist zu hören.

SEIT 90 JAHREN FAMILIENSACHE

Auf dem schmalen Stauberngrat pfeift der Wind und jagt Wolkenfetzen über den Himmel, die Solarpanels der Bergstation glitzern in der Sonne. Von hier eröffnet sich ein Rundumpanorama vom Hohen Kasten bis zur Ebenalp, in den Alpstein hinein, hinunter ins Appenzellerland und bis zum Bodensee. Einige Gäste haben sich in die Wolldecken auf den Liegestühlen eingekuschelt, andere sitzen bei

einem späten Zvieri an den Holztischen. In der hellen Gaststube bedient Judith Lüchinger, es ist ihre 44. Saison. Ihr Mann sei in der Küche beim Abwaschen, das könne noch eine gute halbe Stunde dauern, sagt sie und wendet sich den Übernachtungsgästen zu, die soeben hergewandert sind.

Staubern ist Familiensache, seit 90 Jahren schon. In der vierten Generation sind heute die Kinder und Schwiegerkinder von Judith und Daniel Lüchinger im Betrieb involviert. Einst stand Daniels Grossmutter hier am Herd: 1935 hatte sie das Gasthaus eröffnet, seither ist es in Familienbesitz. Daniel Lüchinger ist hier oben zu einem grossen Teil aufgewachsen, hat früh angepackt und seiner Grossmutter beim Kochen, Garen und Backen assistiert. Da lag die Kochlehre auf der Hand.

Jetzt nimmt er in der Gaststube Platz, mit leicht feuchten Haaren vom Dampf in der Küche. Seit zwölf Stunden ist er auf den Beinen, und bis zum Feierabendbierchen vergehen wohl nochmals sechs – vor halb zwölf sei das Tageswerk selten beendet, bemerkt er und wirkt ausgesprochen zufrieden dabei. Ausserdem mag er das Abwaschen: «Dabei habe ich immer die besten Ideen.»

ALTES FRITTIERÖL AUS DEM ALPSTEIN

Wohin Lüchingers Ideen führen, zeigt das Beispiel der Staubernbahn. Ursprünglich hatte der Gastwirt die Bahn herkömmlich mit Diesel betrieben. Als der Ölpreis 2009 in die Höhe schnellte, kündigte Daniel Lüchinger seinem bisherigen Lieferanten. Er werde das Frittieröl aus den Küchen befreundeter Wirte aus dem Alpstein recyclen und die Bahn damit sowie mit Sonnenenergie betreiben, liess er ihn wissen. Der Ölhändler lachte über das verrückte Ansinnen. «Du wirst bald zurückkommen», prophezeite er.

Er lag falsch. Lüchinger besorgte sich einen Motor, der mit Pflanzenöl betrieben wird, und brachte ihn tatsächlich mit dem Frittieröl

«OHNE meine Frau, meine Kinder und Schwiegerkinder wäre ich NIRGENDS.»

DANIEL LÜCHINGER



IM NUSSHAUS BEI DER TALSTATION in Frümsen werden auch Hochzeiten gefeiert.

zum Laufen. Dann geschahen zwei Dinge: Erstens musste die Staubernbahn erneuert werden. Zweitens bemerkte ein Gast, dass die Frittierölsache nicht klimaneutral sei, man müsse den Transport mit dem Auto einrechnen. Lüchinger kaufte einen Tesla und stieg komplett auf Solarenergie um: Fünf Millionen legten die Staubern-Gastgeber dafür auf den Tisch.

«Das ist viel Geld», bemerkt Daniel Lüchinger auf der Dachterrasse der Bergstation, «aber es zahlt sich aus». Er deutet zu den Seilen Richtung Rheintal: «Wir haben hier einen Pendelverkehr. Die meisten wandern hoch und fahren hinunter – jede Talfahrt generiert wieder Solarstrom, selbst wenn es bewölkt ist.» Es ist sein Beitrag zum Umweltschutz. «Von Frühling bis Dezember leben wir hier oben in und mit der Natur und sehen jeden Tag, was es zu erhalten gibt.» Er möchte auch in Zukunft schneereiche Winter erleben. Die zweite Motivation heisst Unabhängigkeit. Lüchingers wollten weder dem Ölpreis noch dem Atomstrom ausgesetzt sein.

DELEGATIONEN AUS ALLER WELT

Im April 2018 wurde die weltweit erste klimaneutrale Bahn eingeweiht – mit einem mehrtägigen Fest und einer 70 Meter langen Nusstorte. Das ungläubige Lachen über Lüchingers Idee: längst verstummt. Stattdessen reisen regelmässig Delegationen aus aller Welt an, die sich die Staubernbahn zum Vorbild nehmen – einmal gar eine Gruppe aus China. Ein halbes Jahr nach der Einweihung dann der Schockmoment: Am 31. Oktober 2018 springt eine der neuen Gondeln kurz nach Abfahrt von der Bergstation aus dem Tragseil und stürzt zwölf Meter in die Tiefe – glücklicherweise leer. Der älteste Rheintaler, der Föhn, bläst an diesem Tag heftig. Lüchingers sassen den Mediensturm aus, warteten den Untersuchungsbericht ab und nahmen die Bahn im Frühjahr 2019 erneut in Betrieb, ohne dass Anpassungen nötig gewesen wären.

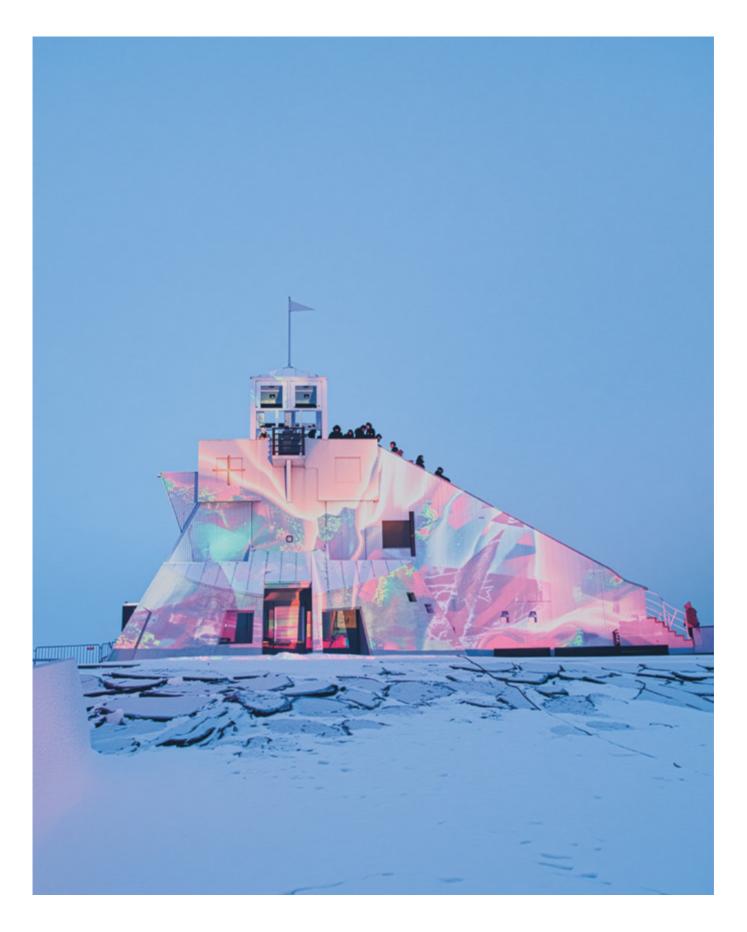
Seither läuft sie wieder wie am Schnürchen. Und Pionier Lüchinger, der beim Wort «Pionier» nur den Kopf schüttelt, hat viele weitere Ideen geschmiedet, während er Pfannen schrubbte und Teller vorspülte. Für einen Mann, der von sich sagt, im Moment zu leben und sich weder um die Vergangenheit noch um die Zukunft zu kümmern, ist er bemerkenswert vorausschauend. Hinter dem Gasthaus tut sich ein tiefes Loch auf: «Hier entsteht der neue Energieraum, und da hinten werden unsere Übernachtungsgäste dereinst auf der Terrasse in der Morgensonne frühstücken», erläutert er die nächsten Vorhaben.

DOCH KEIN DREHRESTAURANT

Nicht jede seiner Visionen hat er verwirklicht, und im Nachhinein ist der vierfache Vater erleichtert darüber. Etwa, wenn er an das angedachte Drehrestaurant denkt. «Das wäre ein Hosenlupf geworden; gut, haben wir es nicht gemacht.» Dafür ist das «Nusshaus» bei der Talstation realisiert worden – ein Bijou aus Holz in Nussform, in dem Hochzeiten gefeiert und Meetings abgehalten werden. Es ist eine Hommage ans Nussdorf Frümsen, wo 72 Walnuss-Sorten gefeihen. Für die Nussspezialitäten auf der Staubern sorat Toch-

gedeihen. Für die Nussspezialitäten auf der Staubern sorgt Tochter Denise, die ausgebildete Konditorin. Sohn David wiederum hat sich wie sein Vater, seine Gross- und seine Urgrossmutter die Kochschürze umgebunden. Die Schatten auf der Staubern sind länger geworden. Auf den Liegestühlen liegen nur noch die Wolldecken. In der Gaststube haben sich die Tische gefüllt, Zeit fürs Abendessen. Das heisst: Hochbetrieb in der Küche. Daniel Lüchinger wird gebraucht, ganz handfest. Und wie immer an mehreren Fronten. Im Kopf fordert ihn das Projekt Parkgarage bei der Talstation. «Das bedeutet wieder Diskussionen mit den Behörden», bemerkt er.

Vorschnell wird er das Handtuch nicht werfen. Und schon gar nicht darauf hören, ob jemand über sein Ansinnen lacht. Die Vergangenheit hat ihm oft genug recht gegeben. Dabei sieht sich der umtriebige Gastwirt keinesfalls als Visionär. «Ich bin ein Macher», sagt er und macht sich auf den Weg. Um auf halber Strecke über die Schultern zu rufen: «Ohne meine Frau, meine Kinder und Schwiegerkinder wäre ich nirgends», bevor er in der Küche verschwindet.



MAGIE DES NORDENS

OULU WIRD KULTURHAUPTSTADT

Wilde, ursprüngliche Natur in der Subarktik, Kunstinstallationen in einem Parkhaus, Rave auf dem Eis und luxuriöse Speisen bei einer gleichzeitig hohen Arbeitslosenquote. OULU WIRD EUROPÄISCHE KULTURHAUPTSTADT 2026 und hofft, damit Arbeitsplätze zu schaffen und junge Leute zum Bleiben zu bewegen.

Text REGINE GLASS
Fotos IINA TAURIAINEN, HARRI TARVAINEN, VISIT OULU, LAURI KAIKKONEN

Z

ahnräder aus Holz zum Aufziehen. Obendrauf – ein 360-Grad-Bildschirm. Dort laufen einminütige Clips ab: Sie zeigen eine Gruppe von Frauen, die sich zum Synchroneislaufen versammeln. Einen Spaziergang mit einem Hund über das Eis, lachende Kinder. Es sind kurze Momente, die Bewohner der finnischen Stadt Oulu mit dem Handy gefilmt haben – für das Kunstwerk des finnisch-deutschen Duos Tellervo Kalleinen und Oliver Kochta-Kalleinen mit dem Namen «The Most Valuable Clock in the World» (auf Deutsch: die wertvollste Uhr der Welt). Der Wert dieser Uhr liegt nicht in ihrer Technik, sondern in der – aus Sicht der Kunstschaffenden – wertvollsten Währung der Welt: Zeit. Die «Uhr» ist eines der acht Kunstwerke internationaler Künstlerinnen und Künstler, die an unterschiedlichsten Schauplätzen von Oulu die «Climate Clock», auf Deutsch: Klimauhr, bilden sollen. Dabei binden sie nicht nur die Bevölkerung Oulus, sondern auch die lokale Flora und Fauna ein: Der japanische Künstler Takahiro Iwasaki

verwendet zum Beispiel die lokale Ressource Holzteer für sein Werk, das im Erholungsgebiet Tervasautio stehen wird.

Das dänische Künstlerkollektiv Superflex hat vor Ort mit Fischern recherchiert und zusammen mit Meeresbiologen eine Skulptur entwickelt, die die Biodiversität fördern soll. «Die Klimauhr tickt, der Schnee schmilzt, und wir lernen von Neuem, was unsere Ahnen wussten – dass die Zeit nicht von uns gesteuert werden kann, sondern dass die Natur ihre eigene Zeitrechnung hat», so fasst Alice Sharp, die Kuratorin, die Bedeutung der «Climate Clock» zusammen. Anlass für das ambitionierte Projekt ist «Oulu 2026» – die Stadt mit über 211 000 Einwohnern wird im kommenden Jahr als nördlichste Grossstadt Europas eine der europäischen Kulturhauptstädte. Kunst und Kultur im Einklang mit den klimatischen Bedingungen, nachhaltige Strukturen

und das Einbinden der lokalen Bevölkerung – das sind die Säulen, auf denen die Strategie für «Oulu 2026» unter dem Motto «Kultur-Klimawandel» aufbaut.

NEUES HEIMATGEFÜHL

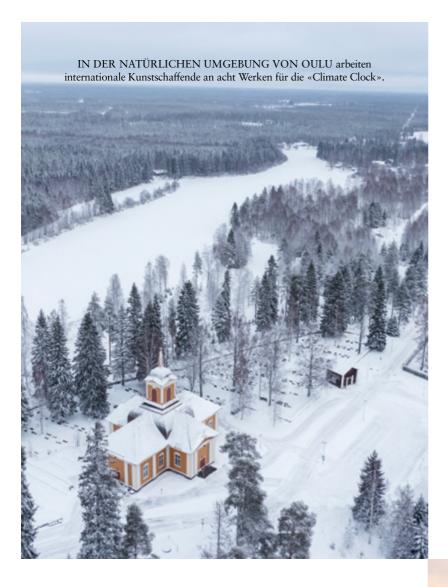
Eine Zeremonie in Schnee und Eis auf Oulus Marktplatz vom 16. bis 18. Januar eröffnet das Programm für 2026. Das ganze Jahr über versuchen die Veranstalter, ein Schlaglicht auf die Metropole und ihre Umgebung zu werfen. Doch das erklärte Ziel ist nicht, kurzfristig Touristen anzulocken, so der Direktor Samu Forsblom, sondern langfristig eine lebenswerte Stadt zu schaffen, die auch junge Leute anzieht und zum Bleiben bewegt.

«Wir müssen dafür sorgen, dass die jungen Menschen, die hierherkommen, eine attraktive Stadt und interessante Arbeitsplätze vorfinden», sagt einer der Stadtplaner, Jere Klami. Er stammt ursprünglich

> aus der Region um Helsinki, ist zum Studium nach Oulu gekommen und dann in der Stadt geblieben, weil sie ihm so gut gefallen hat. Für eine nachhaltige Stadtplanung hält er nicht nur die «harte Infrastruktur» wie Strassen und Gebäude für wichtig, sondern auch die Einbindung von Kunst, Kultur, Natur und Menschen. Es sei zum Beispiel eine neue, ungewöhnliche und herausfordernde Aufgabe gewesen, die Orte für das Kunstwerk Climate Clock zu finden. Weiterhin werden beim Projekt Urban Culture junge Menschen auf ehrenamtlicher Basis dazu angeleitet, Kulturprojekte für ihre eigene Zielgruppe zu entwickeln. Beim daraus hervorgegangenen Musikfestival Frozen People tanzen Besucher aus ganz Europa und der Region in der Winterlandschaft auf dem Eis. Als ein weiteres, wichtiges Planungsprojekt im Rahmen von «Oulu 2026» hebt er das neue Kunstmuseum hervor. Für



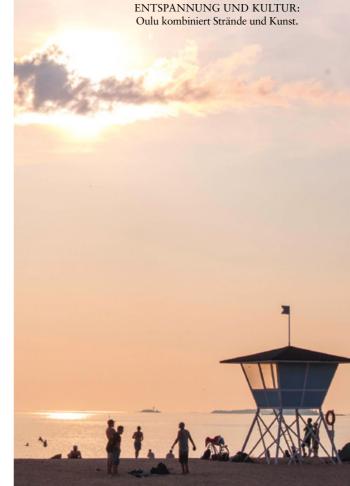
DAS ELEKTROMUSIKFESTIVAL Frozen People bietet Lichtkunst und Installationen auf dem Eis.





OULUS STADTHAFEN lädt zum Ostseebad ein.





«Die KLIMAUHR TICKT, der Schnee schmilzt, und wir lernen von Neuem, was unsere Ahnen wussten – dass die ZEIT NICHT VON UNS GESTEUERT WERDEN KANN, sondern dass die Natur ihre eigene Zeitrechnung hat.»

ALICE SHARP, KURATORIN «CLIMATE CLOCK»

das Northern Ostrobothnia Museum (Museum für Nordösterbotten) wird ein altes Fabrikgebäude umgebaut. Es soll der von Bauten der 1960er-Jahre geprägten Innenstadt von Oulu eine moderne Komponente hinzufügen. Das Museum soll einerseits zu einem touristischen Highlight werden, andererseits auch den Bedarf an Kunsterlebnissen in der Region decken.

KUNST AUF DER «HAIBUCHT»

Das Projekt Kulturhauptstadt bezieht nicht nur Oulu, sondern auch die Umgebung mit ein. Und dazu gehört unter anderem die Insel Hailuoto. Hailuoto heisst übersetzt Haibucht, doch trotz einer reichhaltigen Vielfalt an lokalen Fischen sucht man die Raubfische hier vergeblich. Die Insel hat jedoch neben der atemberaubenden Natur und dem Artenreichtum der Vogelbevölkerung jede Menge anderes zu bieten: Kunst. Auf Hailuoto leben 100 Kunstschaffende, die damit zehn Prozent der 1000-Einwohner-Insel ausmachen. Und so lässt sich ein Inselbesuch mit Hochkultur kombinieren, zum Beispiel im Studio von Anni Rapinoja. Die gebürtige Hailuotoerin arbeitet in ihrem Haus mit Naturmaterialien der Insel, stellt Kleidungsstücke aus Moos her und verarbeitet die Haut natürlich verstorbener Robben zu Leder. Das von ihr zu grossen Teilen selbst umgebaute Holzhaus mit Glasfront ist ein einzigartiger, architektonischer Hingucker und bietet Einblicke in das Leben einer Künstlerin. Ein weiterer Kulturort auf der Insel ist das Organum, eine Skulptur mit drei verbundenen Kuppeln. Jede Kuppel hat ihre eigene Resonanz, wirkt als natürlicher Klangverstärker und schafft interaktive Akustik-Erlebnisse für die Besucher.

Das Kuratorenteam um «Oulu 2026» hat sich verschiedene Aktionen ausgedacht, um nicht nur die spektakulären Naturschauplätze wie Hailuoto in Szene zu setzen, sondern auch die alltäglichen urbanen Räume Oulus zu beleben. In Kivisydän, einem eigens dafür abgetrennten Bereich eines Parkhauses, stellt der dänische Künstler Jakob Kudsk Steensen zum Beispiel Installationen aus, die die Ökologie von Oulu und Umgebung mit den technischen Geräuschen der Autos kombinieren.

SÁMI IM SPOTLIGHT

Oulu hat die grösste samische Gemeinschaft in Finnland. Nach langer Verfolgung und Diskriminierung ist die Kultur des einzigen indigen Volkes Nordeuropas in den vergangenen Jahren zum Mittelpunkt von Kulturveranstaltungen geworden. Immer mehr samische Kunstschaffende erhalten die Möglichkeit, ihre eigene Perspektive in ihren Werken zu zeigen. Im Rahmen von «Oulu 2026» wird eine Oper, inszeniert und gespielt von Samen, aufgeführt. Joik, der traditionelle Gesang der Samen, hat ursprünglich nichts mit dem klassischen Operngesang zu tun. Die Kombination der samischen und



DIE INSEL PIKISAARI wird vorwiegend von Kunstschaffenden und Handwerkern bewohnt.

der westlichen Kultur ist somit eine aufregende und neue Erfahrung für alle Beteiligten. Das Kunstmuseum in Oulu wird darüber hinaus von Mitte Januar bis Anfang Mai 2026 eine Ausstellung über Kunst und Kultur der Samen zeigen.

ARKTISCH LECKER

Produkte aus lokaler Herstellung erkennt man in den Restaurants von Oulu an dem arktischen Stempel. Besonders hervorstechen hierbei Barsche und Hechte aus heimischen Gewässern. Auch die süss-saure Moltebeere wächst in den subarktischen Gefilden – und wird häufig als Garnitur zu finnischem Käse oder als Zutat für Dessertwein verwendet. Rentierfleisch ist ebenfalls ein Muss in der lokalen Küche. Eine besondere Atmosphäre schafft die Sokeri-Jussin-Kievari-Taverne in einer finnischen Blockhütte auf der Insel Pikisaari, die vorwiegend von Kunstschaffenden und Handwerkern bewohnt wird. Ein edles Fünf-Gänge-Menü mit passender Weinbegleitung bietet die Weinbar Kurkela an. Auf Wunsch werden auch vegetarische Alternativen zur fleisch- und fischbetonten Küche geboten.

Auf den Wegen rund um Oulu können Besucher den Rentieren auch in freier Natur begegnen. Wer mit dem Auto unterwegs ist, sollte vorsichtig fahren. Zu Fuss lassen sich die anmutigen, nordischen Tiere in ihrem Zuhause in Ruhe beobachten. Ein Besuch der Kulturhauptstadt 2026 ist nicht nur ein kulturelles Erlebnis, sondern auch eines für Naturfans.

WELCOME TO HUBER.

HOME OF FINE WATCHES, JEWELLERY AND BEAUTY LIECHTENSTEIN, SCHWEIZ UND ÖSTERREICH





WEISSER WÜRFEL

Städtle 34, LI-9490 Vaduz, T +423 237 14 14 welcome@huber.li, huber.li





WORLD OF WATCHES

Städtle 11, LI-9490 Vaduz, T +423 237 14 24 welcome@huber.li, huber.li





VINTAGE LOUNGE

Städtle 11, LI-9490 Vaduz, T +423 237 14 14 vintage@huber.li, vintage.huber.li





WATCHMAKING ATELIER VADUZ

Städtle 11, LI-9490 Vaduz, T +423 237 14 14 atelier@huber.li, huber.li





WORLD OF BEAUTY

Städtle 7, LI-9490 Vaduz, T +423 237 14 32 welcome@huber.li, worldofbeauty.li





BAD RAGAZ

Grand Resort Bad Ragaz, CH-7310 Bad Ragaz T+41 81 303 31 40, welcome@huber.li, huber.li

|| HUBER





BREGENZ

Kirchstrasse 1, AT-6900 Bregenz, T +43 5574 239 32 welcome@huber-juwelier.at, huber-juwelier.at





BREGENZ

Rathausstrasse 7, AT-6900 Bregenz, T +43 5574 239 32 welcome@huber-juwelier.at, huber-juwelier.at





WATCHMAKING ATELIER BREGENZ

Rathausstrasse 7, AT-6900 Bregenz, T +43 5574 239 32 43 atelier@huber-juwelier.at, huber-juwelier.at





LECH

Dorf Nr. 115, AT-6764 Lech am Arlberg, T +43 5583 37 37 welcome@huber-juwelier.at, huber-juwelier.at

HERAUSGEBER

Huber Fine Watches & Jewellery Städtle 34 9490 Vaduz Fürstentum Liechtenstein

KONZEPT, GESTALTUNG

Alexa Vick gold&kind

REDAKTION Textimum GmbH FOTO TITELSEITE
The Living Circle

FOTO EDITORIAL

Huber

AUFLAGE 10 000

Für unsere Gäste und Freunde.













BLACK BAY 54

Was treibt einen Menschen dazu an, Großartiges zu leisten? Es mit dem Unbekannten aufzunehmen, etwas Neues zu wagen und vor nichts zurückzuschrecken? Es ist die Willenskraft, die auch TUDOR hervorbrachte. Es ist die Energie, für die jede Armbanduhr von TUDOR steht. So auch die TUDOR Black Bay 54, eine Taucheruhr in Edelstahl mit einem Gehäuse von 37 mm und einem hochleistungsfähigen Manufakturwerk, die TUDORs Vergangenheit kühn mit einer modernen Ausstrahlung kombiniert. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen.





REACH FOR THE CROWN



DIE SEA-DWELLER



