

KULTUHR³

HUBER FINE WATCHES | JEWELLERY | LIFESTYLE

EMIL WEIS OPALS

HÜTER DER SCHÖNSTEN OPALE

ARCHITEKTUR DER PHARAONEN

GRAND EGYPTIAN
MUSEUM

ZAGATO

UNIKATE AUF RÄDERN





PATEK PHILIPPE

GENEVE

BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION



EINE PATEK PHILIPPE GEHÖRT EINEM NIE GANZ ALLEIN.
MAN ERFREUT SICH EIN LEBEN LANG AN IHR, ABER EIGENTLICH
BEWAHRT MAN SIE SCHON FÜR DIE NÄCHSTE GENERATION.



CALATRAVA WEEKLY CALENDAR REF. 5212A



YOUR VERY OWN PIECE
OF LUXURY.



HUBER PRIVATE COLLECTION

Ring mit Citrin und
verschiedenfarbigen Saphiren



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

Liebe Leserinnen
Liebe Leser

Künstliche Intelligenz verändert
den Alltag. Umso wertvoller sind
persönliche Begegnungen.

Unsere Branche lebt von Menschen,
die ihre Begeisterung für hand-
gefertigte Uhren und Schmuckstücke
teilen. So wachsen Vertrauen und
Beziehungen, die über Jahre
bestehen.

Als familiengeführtes und tradi-
tionsreiches Unternehmen erleben
wir täglich, wie besonders solche
Begegnungen sind. Das inspiriert
uns, für unsere Gäste Glücks-
momente zu schaffen, die in
Erinnerung bleiben.

Wir laden Sie herzlich ein, dies
selbst zu erleben, und freuen uns auf
Ihren Besuch.

Herzlichst,

Ihr Norman J. Huber



Seamaster
PLANET OCEAN

Als eine Kollektion, die keine Grenzen kennt, verkörpert die Planet Ocean den Pioniergeist von OMEGA. In seiner jüngsten Ausführung folgt dieses Co-Axial Master Chronometer Modell dem Ruf des Ozeans mit einem Design, das vollständig überarbeitet wurde. Mit einer innovativen Keramiklunette im typischen Orange der Planet Ocean und einem noch kantigeren, prägnanteren Gehäuse bietet sie einen zeitgemässen, frischen Look.

Ω
OMEGA

Inhalt

KULTUHR N° 59 HERBST 2026



12

IKONISCH.

Seit drei Generationen veredelt das italienische Designatelier Zagato aussergewöhnliche Automobile zu begehrten Sammlerstücken.



GIGANTISCH.

Nicht nur die Pyramiden von Gizeh sind eine Reise wert. Das Grand Egyptian Museum ist es ebenfalls.

20



24

SEHNSÜCHTIG.

Mads Berg zeichnet nicht einfach Landschaften oder Menschen. Der Däne illustriert das Gefühl, dort sein zu wollen.

UNSERE UHRENMARKEN:

ROLEX

PATEK PHILIPPE
GENÈVE

Cartier

Ω
OMEGA

IWC
SCHAFFHAUSEN

PIAGET

JAEGGER-LECOULTRE

Breguet
Depuis 1775

H
HUBLOT

Chopard

JB
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

PANERAI

B
BREITLING
1884

GS
Grand Seiko

TUDOR

TAG Heuer
SWISS AUTOMATIC SINCE 1887

LONGINES

MIDO
SWISS WATCHES SINCE 1918

RADO
SWITZERLAND

TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853

HAMILTON

34



KREATIV.
Wie Vater und Tochter das Familienunternehmen Huber Fine Watches & Jewellery gemeinsam gestalten.

- 05 EDITORIAL
von Norman J. Huber
- 12 UNIQUENESS
Das Powerduo des
automobilen Designs
- 20 GUT GEBAUT
Das Grand Egyptian Museum
- 24 VINTAGE ART DEKO
Mads Berg – Gestalter
der Leichtigkeit
- 30 ANNIVERSARY
100 Jahre Tudor und
die Rückkehr der «Monarch»
- 34 JEWELS
Emil Weis und
die Faszination des Opals
- 40 FAMILY & BUSINESS
Norman J. Huber und
Beryl Huber im Interview
- 46 POP ART WATCHES
Zeit messen mit Warhol
- 50 MUSIC
Fabian Eggers Karriere
in Los Angeles
- 56 MODEL RAILWAY
Zeitreise durch die
Erlebniswelt Toggenburg
- 60 INNOVATION
Tor Alva – der Turm aus
dem Drucker

UNSERE SCHMUCKMARKEN:

Pomellato
FONDATARE 1967

OLE LYNGBAARD
COPENHAGEN

SERAFINO CONSOLI
JEWELLERY

SHAMBALLA JEWELS

BOUCHERON
PARIS DÉPÔTÉ 1858

Chopard

PIAGET

NIESSING
SINCE 1873

HUBER
PRIVATE COLLECTION

just.lucky*



Chopard

THE ARTISAN OF EMOTIONS – SINCE 1860

MILLE MIGLIA CLASSIC CHRONOGRAPH

Seit 1988 ist Chopard der weltweite Partner und offizielle Zeitnehmer der legendären *Mille Miglia*, des schönsten Autorennens der Welt. Der Mille Miglia Classic Chronograph verkörpert unsere Leidenschaft für Langstreckenrallyes und Wettbewerbsgeist. Er misst 40,5 Millimeter im Durchmesser und verbindet sportliches Design mit zertifizierter Chronometerpräzision. Dieser von unseren Handwerkskünstlern mit Stolz entwickelte und produzierte Zeitmesser der Extraklasse ist ein Beweis für das Know-how und die Innovationskraft des Hauses Chopard.



WORLD SPONSOR & OFFICIAL TIMEKEEPER



A man and a woman are standing in the center of a car showroom. The man is on the left, wearing a tan blazer over a white shirt and grey trousers. The woman is on the right, wearing a light yellow blazer over a white shirt and grey trousers. They are both looking towards the camera. In the background, there are several sports cars: an orange one, a white one, a dark blue one, and a red one. The floor is light grey with dark blue diagonal stripes.

DAS POWERDUO

DES AUTOMOBILEN DESIGNS

EIN BESUCH BEI ZAGATO

*Andrea Zagato und Marella Rivolta führen das Mailänder
Karosserieunternehmen Zagato in dritter Generation.*
Die edlen Fahrzeuge der TRADITIONSREICHEN MANUFAKTUR
sind KULT und KUNST zugleich.

Text GERHARD LOB

Fotos ARCHIVIO ZAGATO, ADI DESIGN MUSEUM ARCHIVE, CHOPARD

D

er Firmensitz von Zagato an der nördlichen Peripherie von Mailand wirkt von aussen spröde und schmucklos. Ein Werksgebäude wie viele andere. Umso grösser dann die Überraschung, sobald man den Eingang durchschritten hat und durch ein Schaufenster in eine grosse Halle schaut. Wow! Hier stehen Sportwagen aus der Fabrikation Zagato fein säuberlich Spalier. Die Marken sprechen für sich: Alfa Romeo, Aston Martin, Porsche, Lamborghini, Ferrari und Maserati. Alle veredelt von Zagato. Es sind Prototypen oder Einzelmodelle, auf alle Fälle regelrechte Ikonen. «Wir machen stets die Haut für Spezialmodelle von Topherstellern – the skin», sagt Andrea Zagato und nutzt ganz bewusst den englischsprachigen Ausdruck.

Andrea Michele Zagato, Jahrgang 1960, repräsentiert die dritte Generation des Familienunternehmens mit dem weltberühmten Z-Logo. Gegründet wurde die Firma von seinem Grossvater Ugo Zagato 1919 in Mailand. Das Gründungsdatum, der 19. April 1919, zieht sich bis heute numerisch durch das Unternehmen, denn es beinhaltet drei Mal die Zahl 19. Deshalb werden Kleinserien genau in dieser Stückzahl gefertigt. Schon zu Ugo Zagatos Zeiten avancierte das Unternehmen zu einem Inbegriff für edles Automobil-design. «Der Karosseriebau hat in unserer Gegend eine jahrhundertalte Tradition», führt Andrea Zagato aus. Hier wurden einst die «Carozze» (Karosserien) für Pferdekutschen gefertigt. Dann kam das automobiler Zeitalter.

An der Spitze des Unternehmens haben sich zwei Nachkommen wichtiger automobiler Familienstränge aus Mailand gefunden, denn Andreas Ehefrau Marella Rivolta entstammt der grossen Automobil-Familie Iso Rivolta. Sie ist die Enkelin von Renzo Rivolta, dem Schöpfer der Isetta – jenem charmanten Zweisitzer mit Fronteinstieg, der durch eine Lizenz an BMW Weltruhm erlangte. Marella engagierte sich nicht nur finanziell, sondern auch als

kongenie Partnerin mit Rat und Tat in das Familienunternehmen. Es war eine Hochzeit mit Zagato, im Beruflichen wie auch im Persönlichen. «Für Zagato bin ich nun schon über 30 Jahre tätig», sagt sie mit Stolz, betont gleichzeitig ihre Verbundenheit zur Marke Iso Rivolta ihrer Vorfahren, die sich bis heute im Besitz ihrer Familie befindet. Bei Zagato ist Marella offiziell «Art-Director». Sie kümmert sich insbesondere um die künstlerischen Aspekte, während Andrea die kommerziellen Ziele im Auge hat. Bei seiner Ausbildung erstaunt das nicht: Er hat an der bekannten Bocconi-Universität in Mailand ein Studium in Wirtschaftswissenschaften abgeschlossen und sich auf Marketing und Finance spezialisiert.

DAS DOUBLE-BUBBLE-DACH

Marella liebt Autos und gerät ins Schwärmen, wenn sie von ihrer Fahrt vom Wohnort am südlichen Lago Maggiore zur Fabrik in Mailand-Rho spricht. Auch unterstreicht sie ihre Verbundenheit zu Milano als Welthauptstadt für Design und Mode. Von den vielen Modellen, die Zagato veredelt oder in limitierter Zahl entwickelt hat, liegt ihr der IsoRivolta GT Zagato aus dem Jahr 2020 besonders am Herzen, eine Reminiszenz an den Grossvater Renzo Rivolta. «Da spielt natürlich die Emotion mit», sagt sie. «Als das Fahrzeug fertig war, musste ich weinen.»

Unter ästhetischen und technischen Gesichtspunkten steht für sie hingegen der capricorn 01 Zagato an erster Stelle, der im Oktober 2025 in Knokke (Belgien) als erstes Hypercar der capricorn-Gruppe präsentiert wurde. Der handgefertigte Mittelmotor-Coupé setzt auf Heckantrieb, Kompressor-V8 und Handschaltung. 19 Exemplare soll es von dem rund drei Millionen Euro teuren Flitzer geben. Unter anderem mit seinem Double-Bubble-Dach trägt der capricorn 01 klar die Handschrift der Design-Schmiede Zagato. Diese aussergewöhnliche Dachform ist ein Markenzeichen von Zagato,



«Als DAS FAHRZEUG FERTIG WAR, musste ich WEINEN.»

MARELLA RIVOLTA



das eine eng mit dem Motorsport verknüpfte Unternehmensgeschichte spiegelt. Dank des Double-Bubble-Dachs wird die Aerodynamik des Fahrzeugs verbessert; Fahrer und Beifahrer genießen zudem etwas mehr Kopffreiheit.

Eine einheitliche und zeitlose Formensprache sowie höchste Qualitätsstandards sind für das Führungsduo absolut entscheidend. Nicht immer sind Andrea und Marella einer Meinung. «Wir haben eigentlich immer ein gemeinsames Ziel, aber beim einschlagenden Weg, um dieses Ziel zu erreichen, haben wir häufig Divergenzen», lachen die beiden.

KUNDENORIENTIERUNG SEIT 1919

Zagato hat ein weltweites Netzwerk als Referenzpunkt für Sammler aufgebaut. Die Liebhaber der Mailänder Edelkarosserie stammen aus Nordamerika, Europa und dem asiatischen Raum, etwa Japan oder Taiwan. Wie wohlhabend müssen Zagato-Kunden sein? «Unsere Kunden müssen vor allem guten Geschmack haben



sowie eine Wertschätzung für das automobiler Kulturerbe», meint das Ehepaar Zagato, und unterstreicht zugleich, noch alle Sammler persönlich zu kennen.

Kundenorientierung steht auf der Prioritätenliste ganz oben. «In der Regel findet die Entwicklung eines Fahrzeugs gemeinsam mit Kundinnen und Kunden statt, um auf die jeweiligen Bedürfnisse eingehen zu können.» Bei Einzelanfertigungen ist höchste Diskretion angesagt, daher ist die Werkstatt in Mailand auch nicht zu besichtigen. Mit vollendeten Fahrzeugen verhält es sich anders. Da gibt es Präsentationen in edlen Umgebungen, etwa der Villa d'Este von Como. Manche Besitzer zeigen sich gerne auf Fotos mit ihren Luxuskarossen, etwa der Bassist der britischen Popgruppe Coldplay, Guy Berryman, der ehemalige Formel-1-Rennwagen-Ingenieur Gordon Murray oder die renommierten Luxusautohersteller Horacio Pagani und Christian von Koenigsegg.

Zagato-Autos sind – dank ihrer niedrigen Stückzahl – stets Sammlerstücke. Deshalb muss das Mailänder Unternehmen keine herkömmliche Werbung in grossem Stil machen. Das persönliche Erlebnis sowie die persönlichen Beziehungen stehen im Vordergrund. «Neue Modelle sind schon verkauft, wenn sie gebaut werden», sagt Andrea Zagato.

Wie sieht die Zukunft aus? «Das ist schwer zu sagen, aber neue Technologien werden uns dabei unterstützen, unserer Mission treu zu bleiben: ein exklusiver und traditionsreicher Karosseriebauer zu sein, der gleichzeitig offen für Kreativität und Innovation ist», meint Andrea Zagato. Das Unternehmen sei schon immer ein Vorreiter bei der Einführung neuer Lösungen und Materialien gewesen: «Wir waren die Ersten, die CAD-, CAM- und CAE-Verfahren sowie den Einsatz von Kohlefaser in der Kleinserienfertigung eingeführt haben», sagt er. «Heute sehen sich zudem alle Automodelle aller Länder immer ähnlicher und sind kaum noch unterscheidbar, eine Tendenz, die durch den Trend zum E-Auto noch weiter beschleunigt ist. «Umgekehrt bedeutet dies: Individuelles Design und Ästhetik werden daher immer wichtiger.»



INSPIRATION AUS DER LUFTFAHRT

Firmengründer Ugo Zagato – der Grossvater von Andrea – liess sich von seinen Berufserfahrungen in der Luftfahrtindustrie beeinflussen. Schon mit den ersten Fahrzeugen, die er für Alfa Romeo umbaute, setzte er konsequent auf Leichtbau, geringen Luftwiderstand und niedrigen Schwerpunkt. Ugo Zagatos ältester Sohn Elio, der Vater von Andrea, feierte nach dem Zweiten Weltkrieg als Amateur-Motorsportler und «Herrenfahrer» grosse Erfolge, sozusagen als Repräsentant seines eigenen Unternehmens auf der Strecke. Unter seiner Leitung entwickelt Zagato in den Jahren 1960/61 den exklusiven Sportwagen Aston Martin DB4 GT Zagato, der bis heute zu den schönsten jemals gebauten Autos zählt. Im Laufe der Jahre entstanden 19 Originalfahrzeuge und 19 Folge Modelle.



«INDIVIDUELLES DESIGN und ÄSTHETIK werden IMMER WICHTIGER.»

ANDREA ZAGATO

ZAGATO-KONZEPTUHR MIT CHOPARD

Das automobile Design ist das Kernbusiness von Zagato. In Ausnahmefällen gab und gibt es auch eine Zusammenarbeit ausserhalb der Automobilbranche, etwa mit Kamerahersteller Leica. Zuletzt sorgte die Kooperation mit Chopard für Aufsehen. «Für eine solche Kooperation braucht es eine ähnliche Firmenphilosophie mit Sinn für Geschichte und möglichst auch ein Familienunternehmen», betonten Andrea Zagato und Marella Rivolta. Bei Chopard und seinem Co-Präsidenten Karl-Friedrich Scheufele war dies gegeben. Gemeinsam entwickelten sie die Konzeptuhr Zagato Lab One Concept, die Ende Januar 2026 auf der Automobilmesse Retromobile in Paris als Weltneuheit vorgestellt wurde. Bei der Konstruktion wurde allerorts abgespeckt, um den Leichtbau der Karossen auf die Uhr zu übertragen. Am eindrucklichsten: Das Tourbillon-Werk schwebt an einem filigranen Gestänge in einem Gehäuse, das nur aus einem Ring aus keramisiertem Titan besteht. Dank der kratzfesten Beschichtung und der Gewichtseinsparung bei Gehäuse und Werk wiegt die Uhr federleichte 36,5 Gramm ohne und 43,2 Gramm mit Armband. Die Edition ist – wenig überraschend – auf 19 Exemplare limitiert.



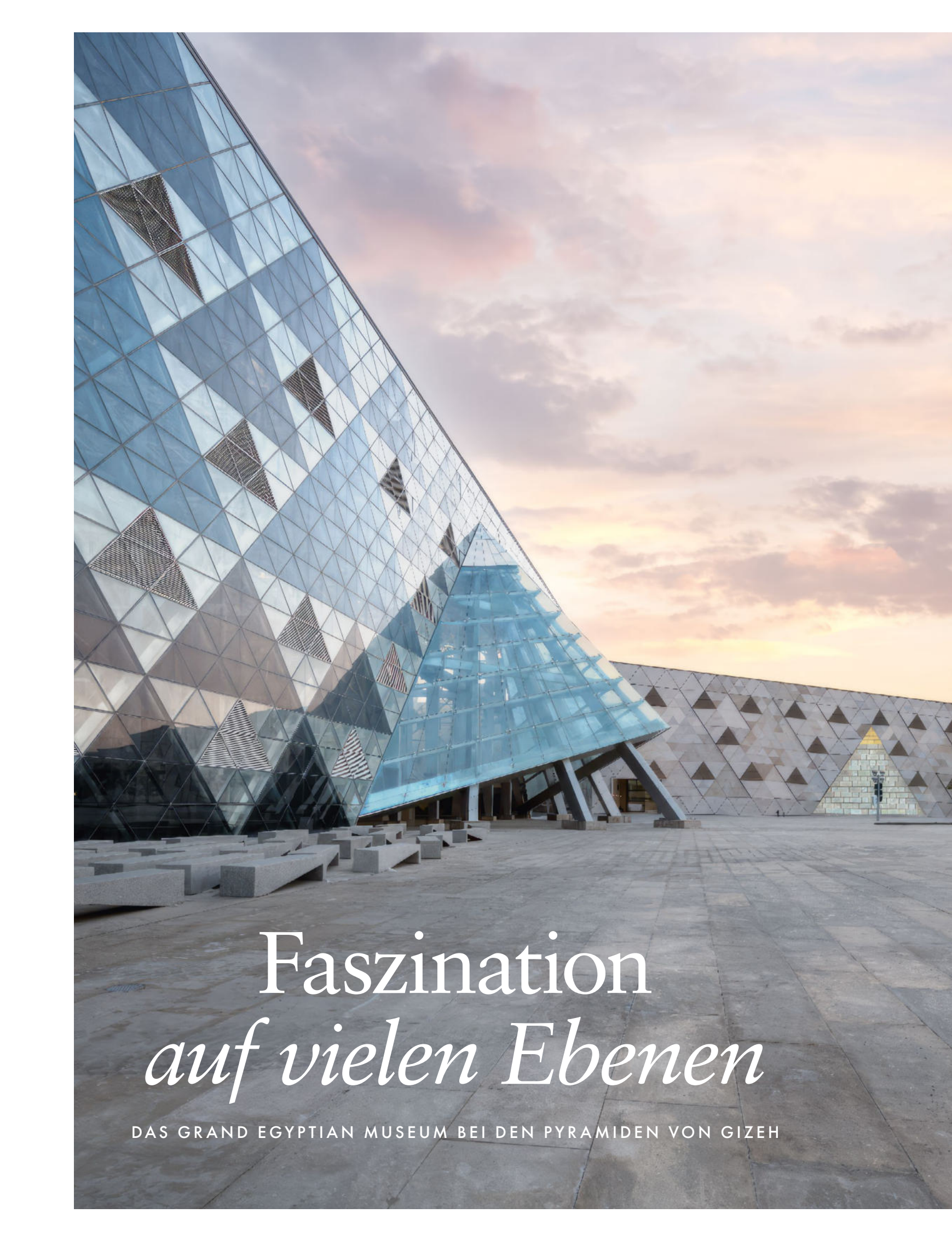


Pomellato

MILANO 1967



ICONICA COLLECTION
POMELLATO.COM



Faszination *auf vielen Ebenen*

DAS GRAND EGYPTIAN MUSEUM BEI DEN PYRAMIDEN VON GIZEH

Das GRÖSSTE ARCHÄOLOGISCHE MUSEUM DER WELT hat im November 2025 seine Pforten geöffnet. Nur 40 Autominuten von Kairo entfernt, *ist es ein beeindruckendes Gesamterlebnis*, nicht zuletzt für Freunde von GESCHICHTE UND ARCHITEKTUR.

Text THORSTEN BAYER

Fotos THE GRAND EGYPTIAN MUSEUM, SIMON HAAS,
DENIS KLIMOV 3000 / SHUTTERSTOCK.COM



Zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten zählt die berühmte goldene Totenmaske des Pharaos Tutanchamun (auch als Tutenchamun be-

kannt), der vor etwa 3000 Jahren Regent im Alten Ägypten war. 1922 entdeckte der Forscher Howard Carter im Tal der Könige das Grab Tutanchamuns, der bereits mit 18 oder 20 Jahren gestorben war. Die Maske ist nur eine von über 5000 Grabbeigaben. Rund die Hälfte war bisher nie öffentlich zu sehen. Darunter befinden sich viele alltägliche Gebrauchsgegenstände wie beispielsweise Möbel und Kopfstützen sowie Waffen. Weinkrüge sind zu finden, seine Lieblingstrompete, eine Haarlocke seiner Oma sowie – in zwei eigenen kleinen Särgen – mumifizierte Frühgeburten, vielleicht Tutanchamuns Kinder. Das prachtvollste Exponat ist der dreifache Sarg des Regenten selbst, von denen zwei vergoldet sind, der innerste besteht aus reinem Gold.

MEHR ALS EINE MILLIARDE US-DOLLAR

Das Grand Egyptian Museum wird mit GEM abgekürzt – sehr passend. Denn der englische Begriff «Gem» bedeutet auf Deutsch «Juwel» oder «Kleinod». Nur klein ist kaum etwas an diesem Mammutprojekt, dessen Zahlen eine deutliche Sprache sprechen: Die Gesamtkosten seit der Errichtung liegen bei geschätzt über einer Milliarde US-Dollar, etwa dem Doppelten der ursprünglich kalkulierten Summe. Die Grundfläche des Gesamtkomplexes beträgt 50 Hektar, das entspricht 70 Fussballfeldern. Das grösste archäologische Museum der Welt zeigt sich auch an



der Zahl von 100 000 Exponaten. Der Moderator Ingolf Baur sprach in der Wissenschaftssendung «Nano» auf 3sat vom «Weltwunder mit

Ansage». Im eigens gegründeten GEM Conservation Center restaurieren Experten mit grösster Sorgfalt empfindliche Artefakte wie antike Papyrusrollen, Textilien oder Skulpturen. Nach Jahrtausenden sind diese Exponate erstmals wieder für das Publikum zugänglich. So will sich Ägypten auch auf der internationalen Landkarte als Experte für Restaurierung auf höchstem Niveau verorten.

Das GEM ergänzt das Ägyptische Museum am Tahrir-Platz im Zentrum Kairo. Dort waren nur einzelne Tutanchamun-Exponate zu sehen; zudem in einem in die Jahre gekommenen Bau, der aus allen Nähten platzte. Nun ist die Sammlung auf das Ägyptische Museum und das Grand Egyptian Museum verteilt.

MAMMUTPROJEKT ENDLICH VOLLENDET

Den symbolischen Grundstein für das GEM legte der damalige ägyptische Präsident Husni Mubarak Anfang 2002. Bis zum Baubeginn vergingen sieben Jahre. Am 1. November 2025 fand schliesslich die feierliche Eröffnung statt. Zahlreiche Könige, Fürsten und Staatsoberhäupter aus aller Welt – nicht nur aus dem arabischen Raum – waren zu Gast. Shirin Frangoul-Brückner ist Geschäftsführerin des Stuttgarter Ateliers Brückner, das die Gestaltung und Szenografie des GEM verantwortet. In einer Dokumentation des Bayerischen





Rundfunks erklärte sie ihr doppeltes Anliegen. Sie wollte «zum einen technische Rahmenbedingungen schaffen, in dem die kostbaren Exponate adäquat behandelt werden». Zum anderen ging es ihr darum, die Geschichte hinter ihnen zu vermitteln. Das geschieht bei Tutanchamun auf zwei Ebenen: hier die Biografie des Königs, dort die aufsehenerregende Entdeckung seiner Grabstätte. Je nachdem, ob Besucher die Ausstellung im oder gegen den Uhrzeigersinn durchlaufen, erleben sie die Chronologie vor- oder rückwärts – vom Zeitpunkt der Grabentdeckung durch Howard Carter aus gesehen.

BLICKFANG MIT GESCHICHTE

Das Museum ist auf die Pyramiden ausgerichtet. Das gilt nicht nur mit Blick auf die dort präsentierte reichhaltige Geschichte, sondern auch architektonisch. Von Aussichtsplattformen aus geniesst das Publikum den direkten Blick auf die zwei Kilometer entfernten Pyramiden von Gizeh. Auch innerhalb der Gebäude ergeben sich immer wieder bewusst gesetzte Blickachsen. Zwei Treppen laufen direkt auf Panoramafenster zu, gesäumt von Statuen von Königen, Göttern oder einer Sphinx – eine Allegorie auf den Aufstieg vom Leben in den Himmel, an den die Pharaonen glaubten. Die Fassade aus Glas, Beton und transparentem Alabaster nimmt immer wieder dreieckige Formen als zentrales Element auf – die benachbarten Pyramiden lassen grüssen.

Im Foyer empfängt eine elf Meter hohe Statue von Ramses II., luftige 83 Tonnen leicht, die Besucher und setzt den Ton für ein beeindruckendes Museumserlebnis mit modernsten Virtual-Media-Formaten und einem ausgeklügelten Lichtdesign. Besonders deutlich wird das in der Galerie rund um Tutanchamun. «Der Lauf der Sonne über den Himmel symbolisierte im Alten Ägypten den Weg vom Leben zum Tod. Diesen Gedanken haben wir bei seiner Begräbnisprozession umgesetzt», sagt Tanja Zöllner, Leiterin Design TUT-Galerie bei Atelier Brückner. Das Lichtlabor Bartenbach aus Innsbruck unterstützte die Umsetzung. So könne der Schatz des legendären Pharaos seinen ganzen Glanz entfalten.

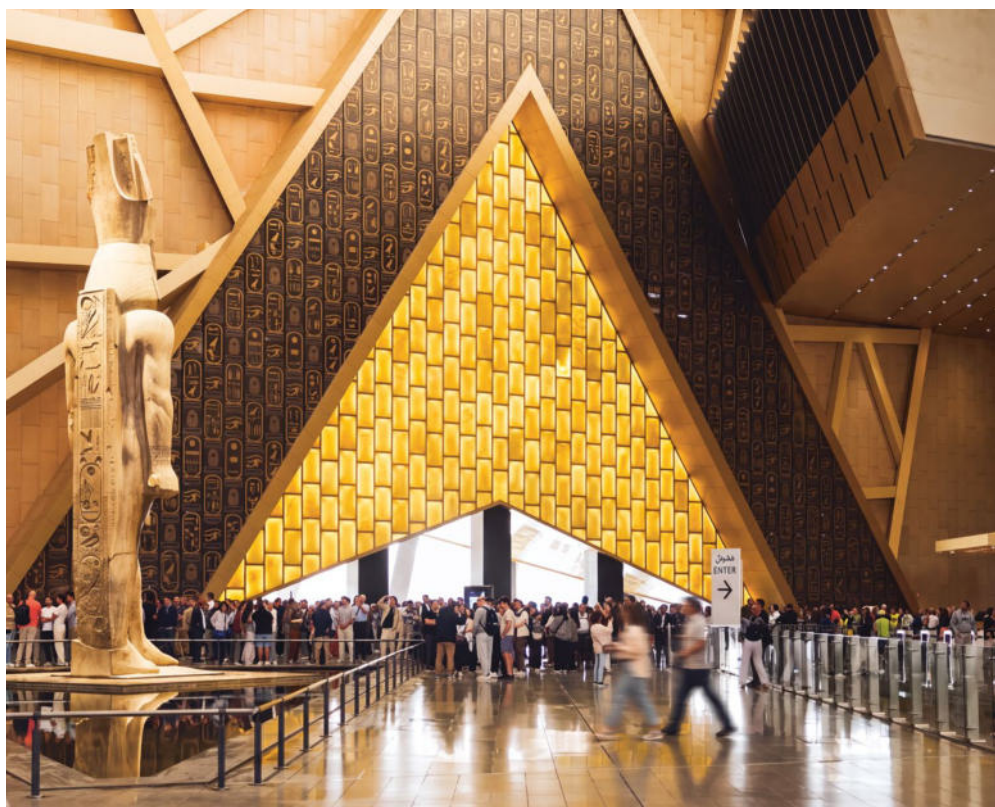
Manche Kritiker wenden ein, eines der wichtigsten Kunstwerke des Alten Ägypten fehle hier unrechtmässigerweise. Die Rede ist von der Büste der Nofretete, die (noch?) in Berlin zu sehen und dort ein Publikumsmagnet des Neuen Museums ist.

Der Bereich rund um Tutanchamun mag zwar die Hauptattraktion sein, aber bei Weitem nicht der einzige Grund für einen Besuch des GEM. Ein anderer Anziehungspunkt ist das Sonnenboot von König Cheops, das restauriert und nahezu komplett erhalten ist. Generell fällt auf, dass neben den Highlights der altägyptischen Geschichte der damalige Alltag der Menschen nicht zu kurz kommt – ein sympathischer Ansatz. Es gibt elf weitere Galerien mit wechselnden Ausstellungen, drei Gärten, um durchzuschau'n und die vielen Eindrücke auf sich wirken zu lassen, ein Kinder- und Kongresszentrum, dazu Restaurants und natürlich Möglichkeiten zum Shopping.

UNTERSTÜTZUNG AUS PARIS UND LONDON

Viele Akteure waren in dieses Jahrhundertprojekt involviert, darunter namhafte Museen wie beispielsweise der Louvre in Paris (Restaurierung und Digitalisierung), das British Museum (Marketing) oder das Rijksmuseum in Leiden (Forschung). Auch bei der Planung arbeiteten viele zusammen: So ergänzten sich ein Architekturbüro aus Irland (das sich im Wettbewerb gegen über 1500 Konkurrenten durchgesetzt hatte), ägyptische und belgische Bauunternehmen sowie das bereits erwähnte Büro Atelier Brückner aus Stuttgart. Fünf Jahre lang war der Bauingenieur und General Atef Mostafa Leiter des Gesamtprojekts. 2024 folgte ihm die promovierte Ägyptologin Gihane Zaki als Direktorin des Grand Egyptian Museums, die gleichzeitig als Kulturministerin des Landes fungiert.

Kurz und gut: Das GEM ist eine klare Reiseempfehlung, zumal sich die Pyramiden problemlos in den Besuch integrieren lassen und auch die Stadt Kairo sehenswert ist. Lediglich die Anbindung des GEM an das Stadtzentrum mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist noch nicht ganz fertig. Sie soll 2027 oder 2028 fertiggestellt sein.





GESTALTER DER LEICHTIGKEIT

DER GRAFIKDESIGNER MADDS BERG SETZT ZEICHNERISCH NEUE STANDARDS

*Mads Berg hat als einer der wichtigsten Illustratoren weltweit
AUCH FÜR HUBER FINE WATCHES & JEWELLERY
bereits zeitlose Werbung geschaffen. Seine Bilder zeigen:
Mit wenigen Formen und Farben bringt er Motive zum Schweben.*

Text MIRIAM JAENEKE
Fotos MAD S BERG

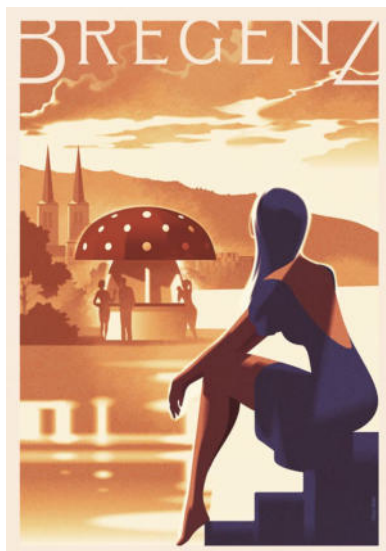
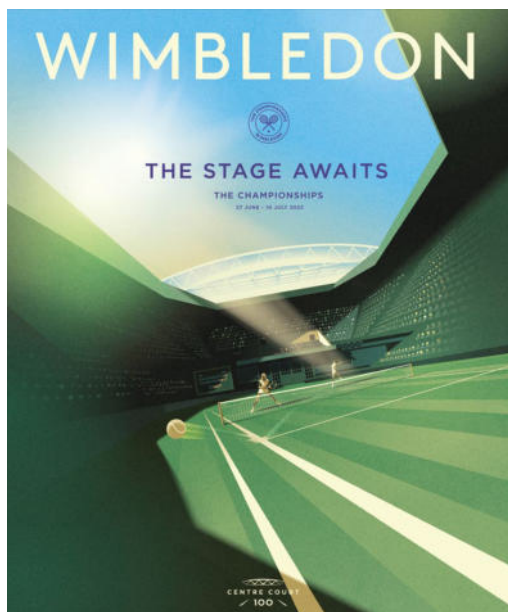


Mads Berg ist berühmt. Trotzdem ist er nett geblieben, sagen Menschen, die mit ihm zusammenarbeiten. Und sie müssen es wissen. Mads Berg ist Grafikdesigner. Geboren 1975 in Odense in Dänemark, hat er von 1995 bis 2000 die Royal Danish Academy of Fine Arts besucht. So weit, so unauffällig. Immer mehr zeigte sich jedoch Bergs Talent und sein an Jugendstil und Art déco angelehnter Stil, der ihn beliebt machte. Seine Werke fielen auf, es folgten Aufträge für internationale Konzerne wie Coca-Cola und Legoland in Florida. Stolz ist er auf verschiedene Auszeichnungen wie den Danish Design Award. Aber auch auf Aufträge, wobei die Auszeichnung hier darin liegt, dass er für ihre Ausführung angefragt wurde. Natürlich hat er nicht «Nein» gesagt. Zum Beispiel bei der zeichnerischen Gestaltung von Wimbledon oder dem Giorgio Armani Tennis

Classic. Der «charmante Junge von nebenan», der so entspannt wie verschmitzt in die Kamera schaut, arbeitet konzentriert und gibt seine Daten in Perfektion ab, versichern Leute, die mit ihm arbeiten. Als bodenständig wird er beschrieben, als nahbar, eloquent und als verlässlich und professionell. Er hat keine Agentur engagiert, um seine Interessen zu vertreten; das übernimmt er lieber selbst – offenkundig umgänglich und freundlich. Der Tatsache, dass er selbstständig arbeitet, misst er keine grössere Bedeutung zu, das sei in seiner Branche üblich. Dann stellt sich doch heraus, dass er seine Art zu arbeiten sehr mag: Er erzählt, dass er die Abwechslung zwischen einmaligen Projekten und der Zusammenarbeit mit langfristigen Kunden schätzt.

**«Ich lasse die Formen gerne
VON DER LICHTQUELLE definieren.»**

MADS BERG



HÖFLICH UND EIGENSTÄNDIG

Die Illustrationen von Mads Berg fallen sofort ins Auge. Raffiniert gezeichnet, strahlen sie Eleganz aus. Seine Figuren wirken dezent und höflich, als wollten sie nur so viel Raum einnehmen wie nötig. Wie lässt sich mit möglichst wenigen Strichen möglichst viel Form und ein Maximum an Ausdruck und Harmonie herstellen? Es sind – wenig verwunderlich für Werbesujets – Farben und Formen, die schmeicheln, sowohl den Dargestellten als auch dem Auge des Betrachters. Die Figuren fließen, sie schweben, ihr Anblick lädt zum Mit-tanzen ein. Dabei entsteht gute Laune wie von selbst.

«Das Kreative an Mads Bergs Arbeit wirkt viel offener als eine Fotografie. Die oft nur in Umrissen gezeichneten Personen wecken Emotionen und man kann sich mühelos in sie hineindenken. Die Illustrationen laden zum Eintauchen ein», so beschreibt es Norman J. Huber, Inhaber von Huber Fine Watches & Jewellery.

Eine Zeichnung eines Rennwagens in floter Vorbeifahrt lässt einen unwillkürlich am Strassenrand stehen und das Zischen der Reifen vernehmen. Die Freiheiten, die Berg sich beim Zeichnen nimmt, kommen dem Betrachter zugute, der in erster Linie einmal pure Ästhetik genießt. Licht und Schatten sind dem Künstler wichtig: «Ich lasse die Formen gerne von der Lichtquelle definieren.» In welcher Welt und in welcher Zeit bewegt er sich, während er zeichnet? «In der Zeitlosigkeit. Die Hauptperson auf dem Bild muss autark sein, sie darf kein Objekt sein, das ist wichtig», erklärt Berg. Er unterwirft sich also den Gesetzmässigkeiten der Situation, er ist der Dienende, versucht zu verstehen, zu erfüllen, zu übertragen.

Im Fall von Huber im Jahr 2024 war der Auftrag klar, als Berg als Illustrator angefragt wurde: Die Illustrationen sollten die zeitlose Eleganz von Hubers Uhren und Schmuck zum Ausdruck bringen.

SPIELERISCH UND AUF DEN PUNKT

Die Agentur schickte dem in Dänemark lebenden Grafikdesigner Bilder, die mit Google Maps erzeugt wurden. Sie zeigten jene Orte, an denen Huber präsent ist: Vaduz, Bad Ragaz, Bregenz, Lech am Arlberg. Beinahe intuitiv erfasste Berg in seinen Zeichnungen die Stimmungen, die Geschäftsgebäude, attraktive Menschen davor, die Schmuck und die Uhren so tragen, als wäre es das Natürlichste der Welt. Die Berge im Hintergrund sind genauso luzid und formschön wie das Paar vorne im Bild. Sie verschmelzen zart mit dem Schnee; Ringe und Ohrhinge der Dame werden in ihrer Helligkeit betont. Schmuck, der genau da ist, wo er hingehört. Als der Illustrator ein Sujet von Bregenz entwirft, wird der bekannte Milchpils zum heimlichen Star der Komposition.



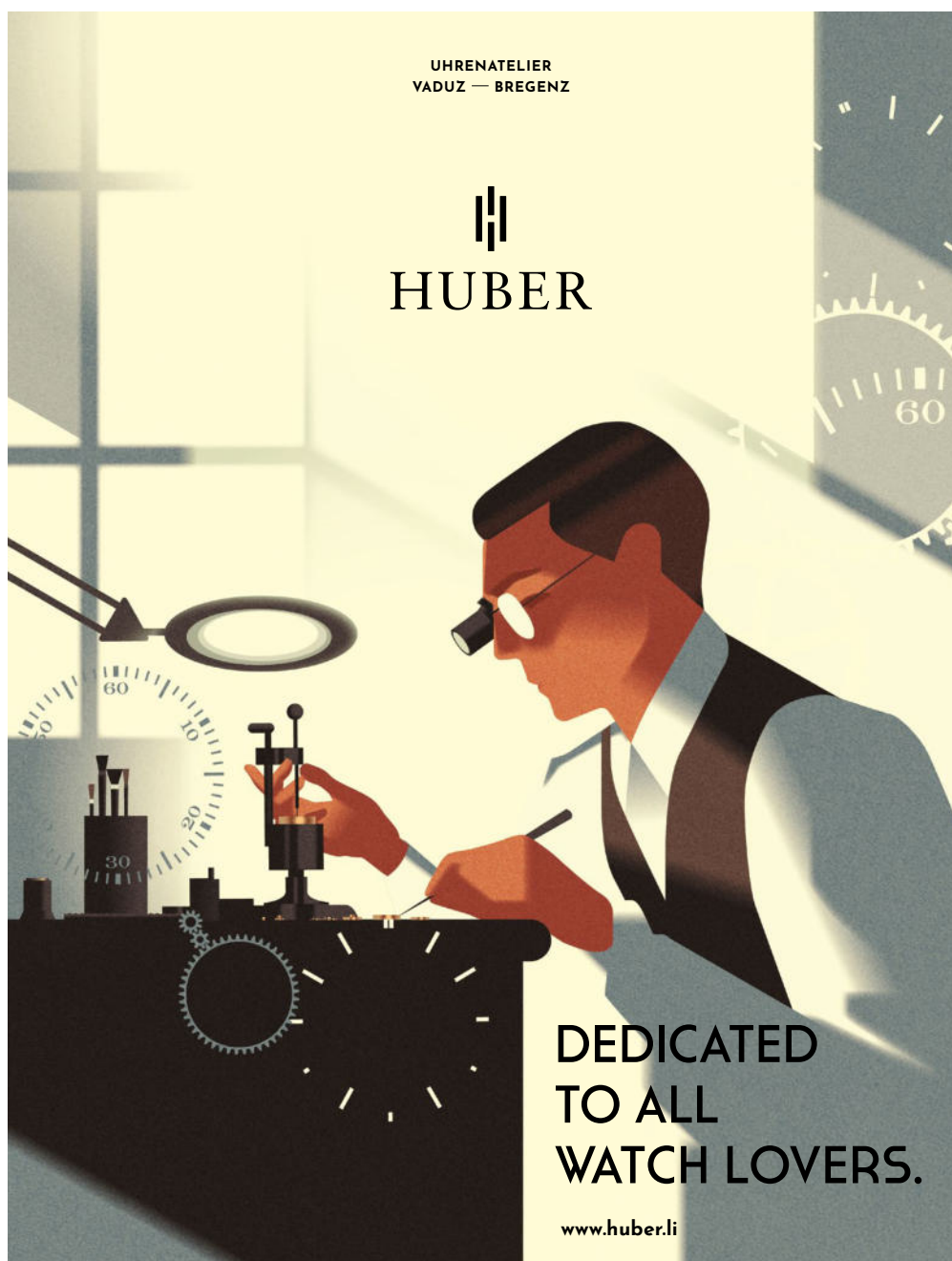
Die Sujets für Huber sollen Individualität zeigen. Sie sollen die verschiedenen Standorte des traditionsreichen Familienunternehmens aus Liechtenstein, sein Uhren-Atelier und Huber Vintage mit Uhren-Sammlerstücken in ihrem jeweiligen Charme erstrahlen lassen. Berg schafft das ohne Anstrengung. Den fertigen Zeichnungen ist beinahe anzusehen, dass er sie zunächst von Hand erstellt hat, dann Gezeichnetes wegliess, bis nur noch die Essenz übrigblieb, und sie schliesslich in den Computer übertrug. Er wählte dafür eine Designsprache, die Huber unverwechselbar macht. Berg erinnert Huber als einen Kunden, «der meiner Kunst vollkommen vertraut hat» – zu Recht.

IMMER HÖHER, IMMER WEITER (SO)
Wer bei Mads Berg ein düsteres, negatives oder wildes Bild sucht, wird lange vergeblich suchen. Berg hat sich vielmehr auf eine zugängliche Kunst des Alltags spezialisiert, bei der das Gewöhnliche zum Motiv und damit zum Besonderen wird. Was dabei zum Besonderen wird, bestimmen jeweils seine Klienten, immer aber erwerben sie die ganz spezielle Ästhetik, die Bergs Arbeiten auszeichnet.

«Die Hauptperson auf dem Bild MUSS AUTARK SEIN, sie darf KEIN OBJEKT sein, das ist wichtig.»

MADS BERG

Was wäre denn eine Herausforderung, der sich der Künstler gerne noch stellen möchte? Er antwortet mit: Wandgemälde sowohl im Freien als auch im Innenraum. Auch hier würde sicherlich jedes gemalte Detail mit dem Gesamtbild kommunizieren – und mit dem Betrachter, ohne den das Bild seine Wirkung nicht entfalten könnte. Mads Bergs Illustrationen möchten gesehen werden, und sie werden gesehen. Er versteht es wie kaum ein anderer, Bilder zu schaffen, die im Gedächtnis haften bleiben.





ROBERT PATTINSON

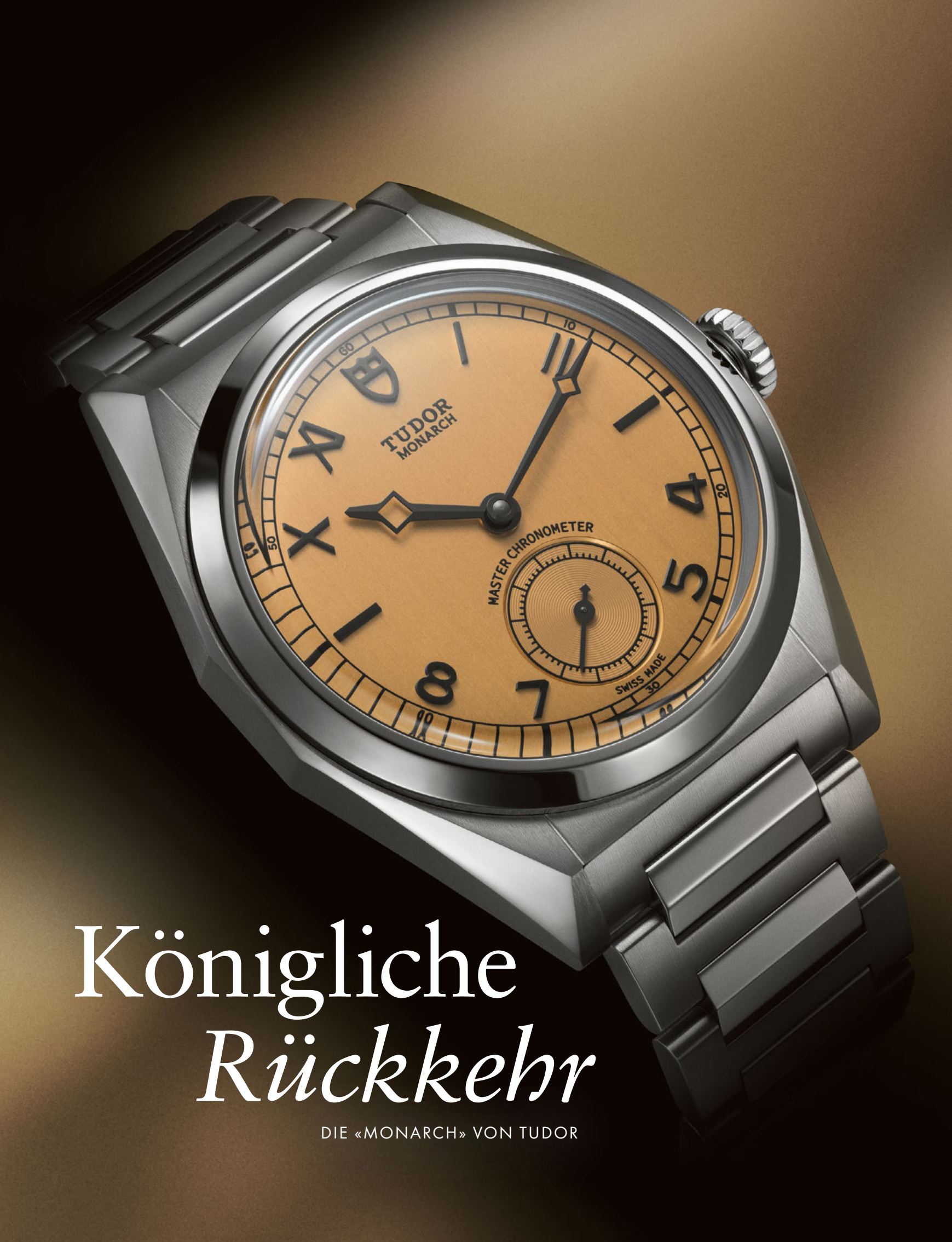

JAEGER-LECOULTRE

THE WATCHMAKER
OF WATCHMAKERS



CALIBRE 868

MASTER CONTROL



Königliche *Rückkehr*

DIE «MONARCH» VON TUDOR



Zum 100-JAHR-JUBILÄUM
präsentiert TUDOR DIE NEUE «MONARCH»:
eine gelungene Verbindung aus *markantem Design*,
Vintage-Charme und *modernster Uhrmacherkunst*.

Text TIMM DELFS
Fotos TUDOR, TUDOR ARCHIV

Vor einem Jahrhundert entdeckte der deutsche Unternehmer, Erfinder und Rolex-Gründer Hans Wilsdorf die wichtigste Zutat für seine bahnbrechenden Armbanduhren: das wasserdichte Oyster-Gehäuse mit Schraubboden und verschraubter Krone.

In weiser Voraussicht liess er 1926 diverse mögliche Markennamen schützen, darunter «Tudor», eine Hommage an ein walisisches Herrschergeschlecht, das von 1485 bis 1603 in England regierte. Dies spiegelte Wilsdorfs starken Bezug zum Königreich wider, wo er zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit dem Verkauf von Schweizer Uhren erste Erfolge feierte.

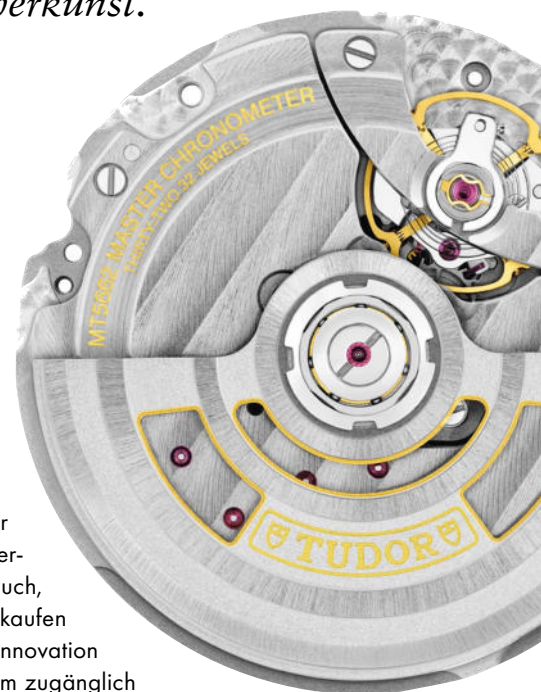
1946 gründete er in Genf die Montres Tudor S.A. Inzwischen hatte die Rolex Oyster dank dem Perpetual-Rotor einen automatischen Aufzug erhalten und war zum unerlässlichen Begleiter von Entdeckern, Abenteurern und Profitauchern geworden. Wilsdorf, der seine unternehmerischen Tätigkeiten in einer wirtschaftlich sehr schwierigen Zeit ausweiten wollte, sah nun den Zeitpunkt für Tudor gekommen. Wilsdorf schreibt in einem Memo: «Ich habe mehrere Jahre lang über die Herstellung einer Armbanduhr nachgedacht, die von unseren Fachhändlern preisgünstiger verkauft werden kann als unsere Rolex, die jedoch ebenso zuverlässig ist. Jetzt habe ich beschlossen, eigens zur Fabrikation und Vermarktung einer solchen Uhr eine Firma zu gründen. Diese Firma heisst Montres Tudor S.A.»

OYSTER FÜR ALLE

Wilsdorf wusste, dass das patentierte, absolut wasserdichte Gehäuse seiner Manufaktur der ganzen Uhrenindustrie überlegen war. Er erkannte auch, dass er mehr Uhren verkaufen würde, wenn er diese Innovation auch einem breiten Publikum zugänglich machte. Deshalb bewarb er die neu lancierte Marke mit den Worten: «Ich habe den Entschluss gefasst, der Tudor Prince zwei Merkmale von Rolex zuteilwerden zu lassen, die keine andere Uhr besitzen darf: das legendäre und einzigartige Oyster-Gehäuse und den unverwechselbaren Perpetual-Rotor mit Selbstaufzugsmechanismus. Sämtliche Tudor-Oyster-Prince-Modelle werden fortan mit diesen beiden einzigartigen Vorzügen ausgestattet sein, die bis dato den Rolex-Uhren vorbehalten waren. Damit möchten wir unser Vertrauen in diese neue Uhr zum Ausdruck bringen ...»

DER UNTERSCHIED IM INNEREN

Wenn Tudor-Uhren dieselben Vorzüge wie Rolex boten, musste es dennoch ein Unterscheidungsmerkmal geben. Dieses fand sich im Inneren: Tudor-Uhren waren nicht mit Rolex-Uhrwerken ausgestattet. Da es 1946 noch keine Automatik-Kaliber anderer Hersteller gab, musste die Firma





Profitaucher mit seiner **TUDOR OYSTER PRINCE** und Nahaufnahme desselben Modells aus den 1960er-Jahren.

Aegler in Biel, welche die Rolex-Werke fertigte, Uhrwerke des Herstellers FEF (Fabrique d'Ebauches de Fleurier) mit dem eigenen Automatik-Modul modifizieren. 1962 konnte Tudor diese Praxis aufgeben, als ETA – damals ein Zweig von Eterna – begann, automatische Werke an Dritte zu liefern. Heute ist Tudor unabhängig und produziert in der eigenen Fabrik Kenissi in Le Locle alle Uhrwerke selbst.

FOKUS AUF ROBUSTHEIT

Tudor hob sich auch in der Werbung ab, mit damals ungewöhnlichen Kampagnen. Diese rückten nicht das Produkt ins Zentrum, sondern zeigten die Widerstandsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Genauigkeit der Uhren durch Menschen,

die unter extremen Bedingungen arbeiteten: Männer mit Presslufthämmern, Bauarbeiter, die in schwindelnder Höhe Stahlkonstruktionen vernieteten, und Bergleute, die mit Pickeln nach Erz schürften. Die Botschaft war klar: Diese Uhr hält jeder Strapaze stand.

Besonders begehrt sind bei Sammlern die Taucheruhren der Tudor Oyster Submariner, die ab 1954 erhältlich waren. Viele dieser Modelle wurden speziell für das Militär gefertigt und tragen entsprechende Gravuren auf dem Gehäuseboden.

GESTALTUNGSFREIHEIT

Während Rolex sich nach anfänglichen Design-Versuchen auf das klassische Oyster-Gehäuse mit integrierten Bandanstößen konzentrierte, experimentierte Tudor mit anderen Gehäuseformen.

**MODELL AUS
DEN 1940ER-JAHREN,**
dessen Gehäuse als Vorlage diente.

So entstand bereits in den 1940er-Jahren, kurz nach der Gründung der Montres Tudor S.A., eine Uhr mit kantig facettiertem Gehäuse – eine Form, welche die Trends der 1970er-Jahre vorwegnahm und ihrer Zeit voraus war.

Die neue «Monarch» (siehe Seite 30) ist eindeutig von diesem rund 80 Jahre alten Modell inspiriert. Klare Kanten und Flächen des Stahlgehäuses bieten Raum für Veredelungen wie Spiegelpolitur und Satinierung. Das entstehende Lichtspiel setzt sich im Gliederarmband fort, dessen satinierte, H-förmige Glieder durch kleine, polierte Rechtecke mit dachförmigem Profil verbunden sind.

STRENGSTE PRÜFUNGEN

Das Zifferblatt in warmem Goldton, vertikal gebürstet, erinnert an ein früheres Modell von Tudor. Die applizierten schwarzen Ziffern sind oben römisch, unten arabisch. Diese sogenannte «Error-Proof»-Konfiguration stammt aus dem Pflichtenheft von Uhren, die einst fürs Militär gefertigt wurden. Sie sollte verhindern, dass man die Uhr verkehrt herum anlegt. Die «Monarch» setzt diese Eigenheit mit schwarz eingefärbten, aufgesetzten Ziffern und Indizes um, die schön mit dem Zifferblatt kontrastieren. Dessen Farbton nennt Tudor «Papyrus».

Die facettierten Zeiger für Stunden und Minuten sind ebenfalls schwarz und tragen die für Tudor typische rhombusförmige «Snowflake»-Öffnung am Zeigerende. Bei 6 Uhr liest man «Master Chronometer»; ein Hinweis auf das Uhrwerk, dass nicht nur die strengen Vorgaben des Prüfinstituts COSC erfüllt, sondern auch die weit strengeren Kriterien des Eidgenössischen Instituts für Metrologie METAS. Der bemerkenswerteste Vorzug dieser Zertifizierung ist die verlangte Magnetresistenz: Die Uhr funktioniert auch in Magnetfeldern mit Feldstärken bis 15 000 Gauss einwandfrei, Bedingungen, die im Alltag kaum auftreten. Da dieser Magnetschutz einzig durch nicht-magnetische Komponenten ermöglicht wird, erübrigt sich eine Abschirmung um das Werk. So bleibt das Werk durch den gewölbten Saphirglasboden sichtbar.

Mit einer Wasserdichtigkeit bis 100 Meter und der Gangautonomie von 65 Stunden erfüllt die Tudor Monarch die Anforderungen einer robusten Toolwatch mit Leichtigkeit. Gleichzeitig strahlt sie eine königliche Ruhe aus, die ihrem Namen gerecht wird.



**MODELL AUS
DEN 1990ER-JAHREN**
mit dem Namen Monarch.



EIN STEIN WIE DAS LEBEN

EMIL WEIS UND DIE FASZINATION DES OPALS

*Dieser Stein hat einer ganzen Sippe
den Kopf verdreht: DER OPAL.*

Wie das Schillern in ein kleines
rheinland-pfälzisches Dorf kam und
auch 121 Jahre danach noch wirkt.
Eine Entdeckungsreise.

Text ISABELL RÜDT
Fotos EMIL WEIS OPALS

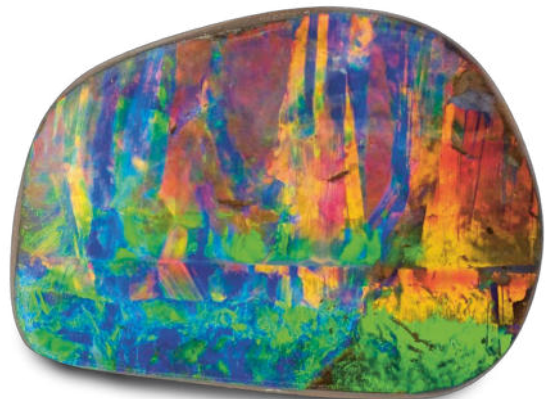
M

an könnte es glatt übersehen. Ein schlichtes Wohnhaus in Kirschweiler, einem kleinen Dörfchen mit knapp 1200 Einwohnern. Unten die Arbeitsräume, oben eine Wohnung. Ähnlich unscheinbar wie ein Opal, der noch im Gestein schlummert. Am Sitz der Firma Emil Weis Opals befindet sich das weltweit grösste Lager an rohen und geschliffenen Opalen. Doch wer hier das grosse Glitzern und Schimmern erwartet, wird enttäuscht. Die meisten Entdeckungen, die die Familie über Generationen erstanden hat, liegen sorgfältig verpackt in Schubladen. Manche bleiben Jahrzehnte dort, bevor sie schliesslich ihre Bestimmung finden, in Form eines Colliers, einer Brosche oder eines Ohrhings.

Das Familienunternehmen Emil Weis Opals macht seinem Fachbereich also alle Ehre. Auch an einem kostbaren Boulderopal würde ein Laie auf dem Feld wohl einfach vorbeigehen. Erst der Kenner kann einfaches Geröll von dem rohen Edelstein unterscheiden. Und Opal-Kenner hat diese Familie einige hervorgebracht, in mehr als 100 Jahren Spezialisierung auf diesen einen Stein.

ENTSCHEIDUNG MIT WEITBLICK

Kirschweiler liegt einen Steinwurf von Idar-Oberstein entfernt, jener deutschen Stadt, die für ihr Edelsteinvorkommen berühmt wurde. Zahlreiche Schleifereien etablierten sich in der Gegend, und in einer von ihnen arbeitete der junge Emil Weis. Die ersten australischen Rohopale schliff er noch während seiner Lehrzeit. Er merkte bald, dass dieser Stein etwas Besonderes war. Bezaubert vom einzigartigen Leuchten des Opals, überzeugte er seinen Bruder Otto: Gemeinsam gründeten sie 1905 ihre eigene Edelsteinschleiferei in Kirschweiler und trafen eine weitreichende Entscheidung. Sie spezialisierten sich auf einen einzigen Stein, den Opal. Es waren goldene Zeiten, und die Auftragsbücher waren voll. Auch dank des Jugendstils war der Opal in Europa und Amerika en vogue. Anfangs zählten die grossen Handelsfirmen in Idar-Oberstein zu den





«Kein Edelstein symbolisiert das Leben besser als der Opal.»

TANJA SCHÜTZ



wichtigsten Kunden, inzwischen ist Emil Weis Opals weltweit vernetzt und besitzt Anteile an Opalminen in Australien und Mexiko. «Wir wissen immer genau, woher der Opal kommt, den wir kaufen. Von welchem Feld und aus welchem Loch», so Tanja Schütz. Gemeinsam mit ihrem Vater Jürgen führt sie heute das Unternehmen in der vierten Generation. Die Herkunft des Steins liefert wichtige Informationen über seine Qualität. Man habe Erfahrungswerte, wo hochwertiger Opal liege, und habe sich deswegen auf Rohware aus diesen Gebieten spezialisiert.

UNTERWEGS ZU DEN OPALFELDERN

Während Tanja Schütz das Unternehmen weltweit an Edelstein- und Schmuckmessen vertritt und sich mit Juwelieren und der Haute Joaillerie austauscht, fährt ihr Vater von Fundort zu Fundort. Mehrere Monate im Jahr verbringt er auf den produzierenden Opalfeldern in Australien und Mexiko. So ist er einer der Ersten, der neue Schätze zu Gesicht bekommt.

Wer sich jetzt einen Geschäftsmann vorstellt, der rastlos durch das Outback fährt, täuscht sich. «Wenn Sie in Australien ankommen, können Sie Ihre Uhr ablegen. Dort gilt eine andere Zeit», sagt Tanja Schütz. Sie schildert, wie die Gespräche mit den Partnern vor Ort ablaufen. «Erst einmal wird in Ruhe Tee getrunken. Dann wird das weltpolitische Geschehen besprochen. Dann tauscht man sich aus, wer von den gemeinsamen Bekannten noch vor Ort ist und wie es wem geht. Und irgendwann schaut man sich auch die Rohsteine an, die zuletzt gefunden wurden.»

Dass die Einkaufstouren durch Australien sechs bis acht Wochen

dauern, liegt aber nicht nur an dieser gemächlichen Art der Kommunikation. Es gilt auch Distanzen zu überwinden, die man in Mitteleuropa nicht gewohnt ist. Die Fundorte sind Hunderte von Kilometern voneinander entfernt. So können auf einer Reise schon einmal 30 000 Autokilometer zusammenkommen.

Nein, der Opal-Einkauf ist kein Gang in den Supermarkt. Er ist ein Abenteuer. Im Geländewagen geht es durchs einsame Outback, teilweise über unbefestigte Strassen. Vielleicht benötigt man gerade blaugrüne Steine für Zifferblätter, aber es wurden nur rotbunte gefunden. «Bei Opal muss man kaufen, was sich bietet. Teilweise entstehen wir Ware, die einfach toll ist. Wir wissen aber noch nicht, wo wir sie einsetzen können. Manches kann man schlicht nicht liegen lassen – weil man weiss: Der Tag wird kommen, an dem ein Kunde genau das sucht.» In der Zwischenzeit wird dieser Opal erst einmal zur Seite gelegt.

UNVERNUNFT HILFT

Im Lager befinden sich heute noch Steine, die ihr Grossvater Helmut Weis eingekauft habe, sagt Tanja Schütz. Und dann erzählt sie von einem 30 Kilo schweren Boulderopal, den Jürgen Schütz erstanden hat. «Er ist so stark mit Opaladern durchzogen, wir wissen noch nicht, wie wir ihn am besten öffnen.» In einem solchen Fall studiere man den Stein lange und berate sich ausgiebig, bevor man ihn aufbricht.

Was sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren dieses Unternehmens? Erfahrung und Bauchgefühl. Und eine Prise Wahnsinn. Tanja Schütz schmunzelt. «You don't have to be nuts, but it helps.» Man

«Wenn Sie einen Opal haben, brauchen Sie nichts anderes.»

TANJA SCHÜTZ



muss in diesem Geschäft nicht verrückt sein, aber helfen könne das eben schon.

So entstand über die Generationen ein Lager, das seinesgleichen sucht. Darin liegen auch Steine, die gar nicht für den Verkauf gedacht sind. Steine, die höchstens einmal für eine Ausstellung verliehen werden. Wie das Collier, das eine australische Delegation einst der Königin von England am Tag ihrer Krönung schenken wollte. Es heisst, Emil Weis habe sich geweigert, die Halskette zu verkaufen. «Bei der Königin kommt dieses Stück mit allerlei Krimskrams in irgendeine Schatulle», soll Emil Weis gesagt haben. «Nie wird sie begreifen, was sie da in Wirklichkeit besitzt – ich bleibe dabei: Die Kette bleibt hier!»

Aber nicht nur das Lager ist umfangreich. Emil Weis Opals birgt heute eine weltweit einmalige Opal-Expertise. Das Herz des Unternehmens ist noch immer die Schleiferei. Viel Zeit und Liebe widmet man jedem einzelnen Stein, damit dieser sein volles Potenzial zeigen kann. Hier werden individuelle Einzelstücke erstellt, präzise Einschleifarbeiten und kalibrierte Grössen für Serienschmuck gefertigt sowie Reparaturen getätigt. Damit das Handwerk auch in Zukunft Bestand hat, bildet die Firma nach wie vor Lernende aus.

WARUM AUSGERECHNET DER OPAL?

Dass Firmengründer Emil Weis sich seinerzeit vom Opal verzaubern liess, ist eine Sache. Wie aber erklärt sich, dass eine ganze Familie diesem einen Stein auch nach 121 Jahren die Treue hält? «Wenn Sie einen Opal haben, brauchen Sie nichts anderes», sagt Tanja Schütz. Das Farbenspiel, die Muster und die Farbintensität des Opals sind einzigartig. So gibt es nicht den einen Opal. Der Helle Opal mit seiner milchig-weißen Grundfarbe unterscheidet sich klar vom Schwarzopal mit seinem satten schwarzen Untergrund und vom begehrten Boulderopal mit seinem intensiven Farbspiel. Überraschend anders leuchtet der mexikanische Feueropal in einem kräftigen Gelb-Orange-Rot und der peruanische Pinkopal in klarem Rosa.

«Kein Edelstein symbolisiert das Leben besser als der Opal», sagt Tanja Schütz. Sie sieht in ihm einen Stein voller Kreativität und Kraft. Und merkt auch an: Der Opal ist ein Stein des Understatements. Wer seinen Reichtum zur Schau stellen wolle, der werde mit einem Opal nicht glücklich.

Und wenn das Familienunternehmen ein Opal wäre: Wie würde er aussehen? Tanja Schütz hat die Antwort schnell gefunden: «Ein möglichst bunter mit allen sieben Farben. Satt leuchtende Farben auf dunklem Untergrund. Wir sind alle so unterschiedlich und vielschichtig, da leuchtet und sprüht es vor Kreativität. Eben so wie ein Opal.»





H

U

B

L

O

T

**BIG BANG
JOYFUL**



«Wir haben uns neu kennengelernt»

WIE VATER UND TOCHTER DAS GEMEINSAME FAMILIEN-
UNTERNEHMEN GESTALTEN und warum Kreativität für sie wichtig ist,
erzählen Norman J. Huber und Beryl Huber im Interview.

Text SILKE KNÖBL

Fotos HUBER FINE WATCHES & JEWELLERY – SIMON HAAS

Lieber Norman, liebe Beryl, wenn ihr euch gegenseitig beschreiben müsstet, was würdet ihr übereinander sagen?

Beryl Huber: Mein Vater ist spontan, offen und grosszügig; er gibt auch seinen Mitarbeitenden viele Freiheiten, damit sie sich entfalten können.

Norman Huber: Beryl lernt gerne Neues und ist neugierig. Sie ist jung und bringt neue Ideen ins Unternehmen ein.

Ihr arbeitet seit rund vier Jahren zusammen. Wie geht es euch dabei?

Norman: Wir haben uns neu kennengelernt, denn zuvor sah ich Beryl während 15 Jahren nur selten, weil sie beruflich im Ausland tätig war. Bis zu ihrem Eintritt ins Unternehmen habe ich vieles selbst entschieden. Heute stimme ich mich stärker mit Beryl ab. Das gelingt mir immer besser, auch wenn ich manchmal noch daran erinnert werden muss.

Beryl (blickt zu Norman): Du hast mich «rausgekickt», als ich 16 Jahre alt war und mich nach Kanada geschickt (lacht). Damals besuchte ich die Tourismusschule, und meine Noten im Fach Französisch waren nicht so gut. Auf den rund einjährigen Sprachaufenthalt hatte ich zunächst gar keine Lust. Später war ich jedoch froh darüber, denn so lernte ich, selbstständig zu werden und Verantwortung zu übernehmen. Von da an war ich tatsächlich durch die verschiedenen beruflichen Stationen selten zu Hause.

Norman: Ich habe nach der Goldschmied-Lehre sechs Jahre in Kanada gelebt und gearbeitet. Dabei habe ich gemerkt, wie wertvoll es ist, Erfahrungen im Ausland zu sammeln. Sie geben frische Impulse, die man dann mit zurück in die Heimat bringt. Genau das wollte ich auch dir ermöglichen.



WATCHES AND WONDERS GENEVA



Beryl, du bist seit Juni 2025 Mitglied der Geschäftsleitung von Huber Fine Watches & Jewellery. Wie hat sich dein Blick auf das Unternehmen seitdem verändert?

Beryl: Dieser Schritt hat meine Perspektive erweitert; ich gestalte das Unternehmen nun auch auf strategischer Ebene mit und habe Einblicke in Bereiche erhalten, die ich vorher nicht hatte. Im Zuge dieser Neuausrichtung haben wir auch die Aufgaben innerhalb der Geschäftsleitung, die aus meinem Vater und Manuel Müller bestand, neu organisiert. Ich habe mich in diesem eingespielten Team von Anfang an gut eingelebt.

inspiriert mich, weil es mir immer wieder neue Perspektiven eröffnet.

Norman, du hast das Familienunternehmen während vier Jahrzehnten erfolgreich auf- und ausgebaut. Wie fühlt es sich für dich an, Schritt für Schritt Verantwortung abzugeben?

Norman: Für mich hat sich nicht viel verändert. Ich freue mich, dass wir unser Familienunternehmen zu zweit kreativ gestalten – miteinander und auf Augenhöhe. Das ist schön. Die Verantwortung für das Unternehmen spüre ich im Alltag weniger, beim Weihnachtsessen ist sie jedoch sehr präsent.

«Das WICHTIGSTE sind UNSERE GÄSTE.»

NORMAN J. HUBER

Norman: Es war auch sehr wichtig, dass du davor rund zwei Jahre die Geschäftsleitung des Weissen Würfels innehattest. Der Weisse Würfel ist unser Flagship und sehr anspruchsvoll. In der Geschäftsleitung des Gesamtunternehmens hast du jetzt auch mehr Freiheiten, um den Tag individueller zu gestalten.

Beryl: Das stimmt. Im Weissen Würfel konnte ich neue Gäste kennenlernen und Beziehungen aufbauen. Neben der Führung der Mitarbeitenden war das eine sehr schöne und wertvolle Erfahrung. Ich habe mich aber auch sehr auf meine neue Rolle in der Geschäftsleitung gefreut, um kreativer sein zu können. Das ist bisher aber noch nicht in grösserem Umfang passiert (lacht).

Norman: Das ist schon geschehen. Kreativ sein heisst nicht «nur», ein neues Schmuckstück zu entwerfen.

Wie wichtig ist Kreativität für euch?

Norman: Kreativ zu sein, ist zentral. Oft fehlt jedoch die Zeit dazu.

Beryl: Deshalb machen wir künftig einmal im Monat einen Kreativtag. So reservieren wir uns bewusst Zeit für bestimmte Ideen und Projekte. Am liebsten im Wald oder irgendwo in der Natur. Vielleicht laden wir auch einmal jemanden ein, der uns zu einem Thema einen Impuls gibt.

Wie findet ihr Inspiration im Alltag?

Norman: Ich nehme alle Eindrücke auf, wenn ich unterwegs bin. Ein gutes Beispiel dafür ist unser Uhren-Neuheiten-Magazin, für das wir einen Namen gesucht haben. Ich war in Paris unterwegs, stand in der Schlange vor dem Musée d'Orsay und sah eine Frau, die eine Tasche mit der Aufschrift «Watch me» trug. Passender konnte der Name für unser Uhren-Magazin nicht sein.

Beryl: Ich wandere gerne in der Region und lasse den Blick über die Berge schweifen, als sähe ich sie zum ersten Mal. Dieses bewusste Erleben

Inwiefern?

Norman: Dann stehen alle 70 Mitarbeitenden unserer Standorte vor mir, sie haben selbst Familien. In diesem Moment spüre ich, wie gross meine Verantwortung für sie ist. Für ein Familienunternehmen unserer Branche sind 70 Mitarbeitende eine beachtliche Zahl.

Beryl: Einen Teil deiner jährlichen Ansprache kennen die Mitarbeitenden mittlerweile auch auswendig: «Wir sind wie ein Uhrwerk, bei dem jedes noch so kleine Rädchen wichtig ist, damit das Ganze funktioniert.»

Norman: Es ist so: Jeder Beitrag ist wertvoll, und jede Mitarbeiterin sowie jeder Mitarbeiter zählt.

Beryl: Wir schätzen es beide sehr, Mitarbeitende zu haben, die mitdenken und gerne Verantwortung übernehmen.

Welche Werte geben euch Orientierung sowohl untereinander als auch im Unternehmen?

Norman: Wir legen Wert auf einen respektvollen Umgang und leben ihn vor. Dasselbe erwarten wir auch von unseren Mitarbeitenden. Harmonie ist uns ebenso wichtig.

Beryl: Harmonie ist ein gutes Stichwort. Wir streben sie beide an und möchten, dass sie auch im Unternehmen stets spürbar bleibt. Am Ende merkt das auch der Gast, wenn die Stimmung positiv ist.

Ihr beide könnt also gar nicht streiten?

Beryl: Es kommt schon vor, dass wir unterschiedlicher Meinung sind, aber wir klären solche Situationen stets professionell. Mein Vater ist zudem die Ruhe in Person und bleibt dabei immer sehr gelassen.

Woher kommt denn deine Gelassenheit, Norman?

Norman: Ich bin einfach so, und die Erfahrung hilft auch.

Beryl: Du akzeptierst alle Menschen so, wie sie



UNVERWECHSELBARES DESIGN

Die Begeisterung für Uhren und Schmuck begleitet die Familie Huber seit Generationen. Vor über 40 Jahren lancierte Norman J. Huber, Inhaber des Unternehmens in vierter Generation, selbst Goldschmied und Gemmologe, die Huber Private Collection. Seither werden die exklusiven Schmuckstücke in Zusammenarbeit mit ausgewählten Goldschmieden und Schmuckmanufakturen entworfen. Heute führt Norman J. Huber diese Tradition gemeinsam mit seiner Tochter Beryl, der fünften Generation, weiter.



sind, und versuchst nicht, sie zu ändern. Das ist inspirierend.

Ist das Geschäftliche auch privat ein Thema oder könnt ihr gut abschalten?

Beryl: Mein Mann Simon und ich haben einen Hund, mit dem wir abends spazieren gehen. Dabei lasse ich den Tag Revue passieren und schaffe Platz für Privates. Im Urlaub schalte ich komplett ab und tanke neue Energie. Mein Vater hingegen kann nonstop ans Geschäft denken. Da unterscheiden wir uns.

Norman: Ich kann aber auch gut abschalten. Und wenn ich im Urlaub bin und Nachrichten erhalte, mit der Bitte, diese Uhr oder jenes Schmuckstück zu organisieren, dann mache ich das sehr gerne und denke: Wow, jetzt war ich auch im Urlaub produktiv (lacht).

Beryl, du hast mit «Her» ein eigenes Schmuck-Magazin lanciert. Wie wichtig ist es dir, eigene Wege zu gehen?

Beryl: Das Magazin ist ein gemeinsames Projekt, denn die Begeisterung für Schmuck und Uhren teilen wir seit Generationen in unserer Familie. Gleichzeitig waren Uhren in der Vergangenheit sehr dominant und der Schmuck bekam weniger Aufmerksamkeit. Vielleicht ist die Liebe für Schmuck durch mich neu entflammt.

Ihr beide seid Gemmologen und entwerft auch eigene Schmuckstücke.

Norman: Wir bringen unsere Designideen ein und lassen sie dann von ausgewählten Goldschmiedern fertigen. So sind unsere Schmuckkollektionen Just Lucky sowie Huber Bridal – als Teil der Huber Private Collection mit ausgewählten

Edelsteinen – entstanden. Unser Anspruch ist es, ein Design zu schaffen, das wirklich eigenständig ist. Aktuell arbeiten wir an einem Diamantring mit 6-Griff-Fassung, der unseren Vorstellungen gerecht wird.

Beryl: Für die Huber Private Collection haben wir zudem vor Kurzem einen Ring entworfen, der eine Blüte aus Gold darstellt. Im Zentrum leuchtet ein wunderschöner Wasseropal aus Mexiko, umrahmt von Diamanten, pastellfarbigen Saphiren und Paraiba-Tourmalinen. Das Farbenspiel dieses einzigartigen Opal-Ringes ist unvergleichlich.

Die Gestaltungsideen gehen euch nicht aus. Was ist euch für die Zukunft des Familienunternehmens wichtig?

Norman: Das Wichtigste sind unsere Gäste. Unsere Branche bietet nichts, was der Mensch unbedingt braucht und doch faszinieren ihn mechanische Uhren und individuelle Schmuckstücke – aus unterschiedlichen Gründen.

Beryl: Man spricht oft von Krisen. Krisen gab und gibt es immer auf der Welt. Entscheidend ist, jede Situation lösungsorientiert anzugehen und sich bewusst zu machen, dass man den eingeschlagenen Kurs jederzeit ändern kann. Mein Vater lebt das vor, und von ihm habe ich gelernt, flexibel zu bleiben.

Norman: Genau, was heute gilt, kann morgen bereits überholt sein. Unternehmerisch sein heißt, stets beweglich zu bleiben – im Kopf und im Tun.

«Für DIE HUBER PRIVATE COLLECTION haben wir vor Kurzem einen Ring entworfen, der EINE BLÜTE AUS GOLD darstellt. Das Farbenspiel dieses einzigartigen Opal-Ringes ist UNVERGLEICHLICH.»

BERYL HUBER



ZEIT MESSEN *mit Warhol*

ANDY WARHOLS BEKANNTE SUJETS ZIEREN DIE ZIFFERBLÄTTER EINER KUNST-EDITION DER VERSCHWUNDENEN MARKE ZITURA.



In der Huber Vintage Lounge ist derzeit eine EINMALIGE AUSWAHL EINER KUNST-EDITION DER MARKE ZITURA zu sehen. Die Zifferblätter aus einem soliden Goldbarren sind mit Werken des POP-ART-KÜNSTLERS ANDY WARHOL geschmückt.

Text TIMM DELFS
Fotos HUBER FINE WATCHES & JEWELLERY,
RAWPIXEL.COM / SHUTTERSTOCK.COM,
NILS VOLLMAR

«Ich trage eine Uhr, aber ich ziehe sie nie auf, weil ich nicht wissen will, wie spät es ist.» Kaum ein anderer Satz von Andy Warhol beschreibt das ambivalente Verhältnis des Künstlers zur Zeit besser. Der König der Pop-Art liebte schöne Objekte, Statussymbole und Uhren – allerdings oft eher als kulturelle Artefakte denn als Instrumente zur Zeitmessung.

Dass ausgerechnet die kleine Schweizer Uhrenmarke Zitura Ende der 1990er-Jahre eine Andy-Warhol-Kollektion auflegte, gehört heute zu den fast vergessenen Episoden der Uhrengeschichte. Während die Verbindung zwischen Warhol und Piaget mittlerweile gut dokumentiert ist, fristet die Zitura-Serie ein Schattendasein. Gerade das macht sie für Sammler interessant. Ein solcher hat sich

in diese Kuriosität der Uhrenindustrie verliebt und nach jahrelanger Jagd fast eine ganze Kollektion zusammengetragen, die nun in der Huber Vintage Lounge in Vaduz bestaunt werden kann. Er sagt dazu: «Hinter jeder dieser Uhren steckt eine ganz persönliche Geschichte. Die grösste Freude habe ich am Exemplar mit dem Dollar-Zeichen. Es gehörte einst Gunter Sachs, der 1972 in seiner Galerie in Hamburg eine der ersten Andy-Warhol-Ausstellungen zeigte, an deren Vernissage der Künstler anwesend war. Der Erfolg der Ausstellung war mässig, weshalb Sachs ein Drittel der Werke selbst kaufte, um den Künstler nicht zu enttäuschen. Bei dieser Uhr ist der direkte Draht zum Künstler fast spürbar.»

WIE ES ZU DEN WARHOL-UHREN KAM

1998, elf Jahre nach Warhols Tod, brachte die Grenchner Uhrenmarke Zitura – ein Name, der sich aus «Zyt» und «Uhr» zusammensetzt – zwei unterschiedlich grosse, je auf 99 Exemplare limitierte Serien rechteckiger Golduhren mit Miniaturreproduktionen von zehn verschiedenen berühmten Drucken Warhols heraus. Die Uhren der 1952 gegründeten Marke waren aus gutem Grund stets rechteckig: Mitte der 1980er-Jahre entwickelte sich nämlich aus einem Kundenwunsch eine Spezialität. Der Kunde hatte sich eine Uhr gewünscht, deren Zifferblatt aus einem 1-Gramm-Goldbarren bestand. Gemeinsam mit der Giesserei Argor-Heraeus im Tessin wurden Zifferblätter aus dünnen 24-Karat-Feingoldbarren entwickelt, die in der Folge zum Markenzeichen von Zitura wurden. Aus diesem Grund bestehen auch die Zifferblätter der Warhol-Edition aus Feingold, das jedoch unsichtbar bleibt. Es verbirgt sich unter dem in einem Spezialverfahren detailtreu aufgetragenen Kunstwerk und



wird so zu einem Geheimnis, das nur der Träger der Uhr kennt. Ähnlich geheimnisvoll ist auch das Schicksal der Marke Zitura. Im Lauf der Zeit zog sie von Grenchen nach Biel und wechselte dort verschiedene Male den Standort. Ihre Website ist zwar nach wie vor aufgeschaltet und führt als Hauptsitz eine Adresse in Thun an, doch Nachrichten an die ebenfalls angegebene Mailadresse bleiben unbeantwortet. In der Schweiz wurden ihre Uhren von Les Ambassadeurs vertrieben, in New York von The Art of Watchmaking. Mit Preisen um 12 000 Franken bewegten sich die mit einem Quarzwerk bestückten Uhren für damalige Verhältnisse in einem gehobenen Preissegment.

KÖNIG DER POP-ART

Andy Warhol wurde 1928 in Pittsburgh, USA, geboren. Seine Eltern waren aus der heutigen Slowakei geflüchtet, um im Land der unbegrenzten Möglichkeiten der Armut zu entkommen. Andrew Warhola, wie er ursprünglich hiess, hatte mehr Erfolg als seine Eltern. Im Alter von 21 Jahren zog er nach New York, um sich als Modezeichner zu versuchen. Seine Skizzen stiessen auf Interesse, wodurch er Zugang zu Couturiers, Modehäusern, Models und Modezeitschriften bekam. Mit seinen kommerziellen Zeichnungen finanzierte er sich sein Leben, doch seine Passion galt der Kunst, der er sich in seiner Freizeit immer mehr widmete. Er begann, Kunst von seinen Idolen Jasper Johns, Ray Johnson und Frank Stella zu kaufen und träumte davon, eines Tages in ihrer Liga spielen zu können. Der Durchbruch kam mit seinem Multiple, das eine Suppendose von Campbell's darstellte, die er als Siebdruck von einer Fotovorlage in immer neuen Varianten durchexerzierte. Von der Werbung kommend, entdeckte Warhol die Ästhetik kommerzieller Produkte und adaptierte deren Verpackungsdesign für seine Kunstwerke.

WARHOL WIRD BERÜHMT

Mit wachsendem Ruhm suchten ihn immer mehr Stars und Sternchen in seiner «Factory» auf, einem Loft in einer ehemaligen Hutfabrik in der East 47th Street in New York, wo er ab 1963 regelmässig Kunsthappenings mit Livemusik organisierte. Da er seinen Alltag akribisch mit seiner Polaroidkamera festhielt, verfügte er

bald über einen beträchtlichen Fundus an Fotos berühmter Menschen, die er ebenfalls zu grossformatigen Siebdrucken verarbeitete. Was er nicht selbst fotografiert hatte, fand er in Zeitungen, wo ihn insbesondere schockierende Bilder von Unfällen, elektrischen Stühlen und gewaltsamen Auseinandersetzungen mit der Polizei faszinierten.

Als Warhol 1987 an den Spätfolgen eines Attentats von 1968 starb, hinterliess er eine immense Sammlung an Werken unterschiedlichster Art. Neben seinen Drucken bestehen sie vor allem aus Fotos, Filmen, Tonaufnahmen und Interviews. Er hatte verfügt, dass sein gesamter Nachlass in eine Stiftung fliessen sollte, die Andy Warhol Foundation for the Visual Arts. Sie verwaltet bis heute sein Erbe und unterstützt unbekannte Künstlerinnen und Künstler finanziell. Sie kontrolliert auch die kommerzielle Nutzung seiner Werke und deren Reproduktionen, eine Idee, der Warhol nie abgeneigt war, hatte er doch selbst Plattencover für Bands wie die Rolling Stones und Velvet Underground entworfen. Dass ausgerechnet die unbekannte Uhrenmarke Zitura von der Andy Warhol Foundation die Lizenz zur Reproduktion seiner Bilder erhielt und sich das auch leisten konnte, ist erstaunlich. Der Besitzer der Warhol-Uhren, ein passionierter Uhrensammler, hat dazu



eine Vermutung: «Ich habe einmal gehört, der damalige CEO von Zitura hätte jemanden bei der Stiftung persönlich gekannt. Das wäre eine plausible Erklärung für das Zustandekommen dieser ungewöhnlichen Kollektion.»

WARHOL IN DER HUBER VINTAGE LOUNGE

Dass Zitura seine Bilder für Uhren verwendete, hätte Warhol zu Lebzeiten folglich kaum gestört. Wenn alle zehn Sujets für je 99 Exemplare einer grossen und einer kleinen Uhr verwendet wurden, müssten insgesamt 1980 Uhren hergestellt worden sein. Doch das weiss niemand genau. Eine Auswahl mehrerer dieser Uhren mit Originalverpackung und Dokumenten ist dementsprechend eine grosse Seltenheit, die es zurzeit nur in der Huber Vintage Lounge zu bestaunen gibt. Leiter Hansjörg Roshard zeigt die im wahrsten Sinne kunstvollen Zeitmesser in einer Sonderausstellung. Fans von Andy Warhol und von seltenen Kunsteditionen kommen hier auf ihre Rechnung.

A man with dark, wavy hair and a beard, wearing dark sunglasses and a white long-sleeved shirt, is shown from the chest up. He is looking slightly to his left. The background is a clear blue sky with a thin power line and a solid red wall. The lighting is bright, suggesting a sunny day.

EIN BUBENTRAUM

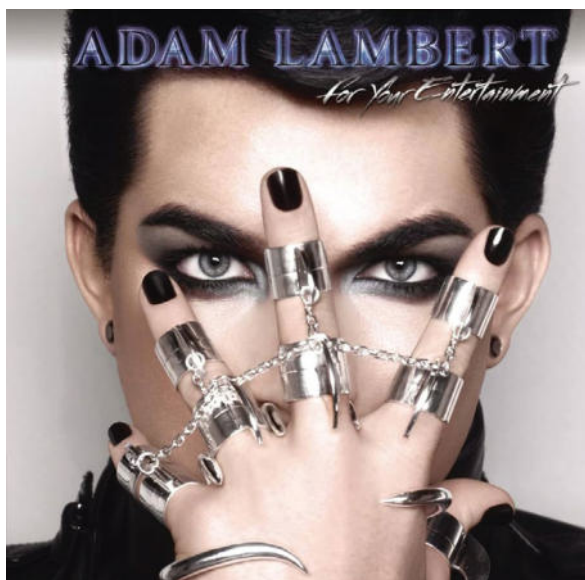
DIE ERFOLGSSTORY DES RHEINTALER
MUSIKERS FABIAN EGGER

wird wahr

MUSICAL DIRECTOR, PRODUZENT, SCHLAGZEUGER:
Fabian Egger aus Rüthi im St.Galler Rheintal hat erreicht, wovon viele träumen. Seine Karriere als Berufsmusiker in Los Angeles mutet an wie ein Hollywoodfilm. Wie ist ihm das gelungen?

Text FRANZISKA HIDBER

Fotos SYDNEY OSAKA, TASHA KOZIOL, BRENDAN WALTER, CHARLOTTE EGGER



T

om und Jerry überlebten genau zwei Tage. Dann war das Plastikschlagzeug mit den Trickfilmfiguren zerstört – der kleine Fabian hatte zu exzessiv gespielt. Die Eltern Egger seufzten und kauften ihrem rhythmusbegeisterten Junior ein neues. Auch dieses Exemplar musste nach zwei Tagen entsorgt werden. Und nun? Nun hätten die Eltern das Thema Schlagzeug mit Tom und Jerry für immer beerdigen können. Das aber taten sie nicht. Denn die Eggers sind eine musikalische Familie.

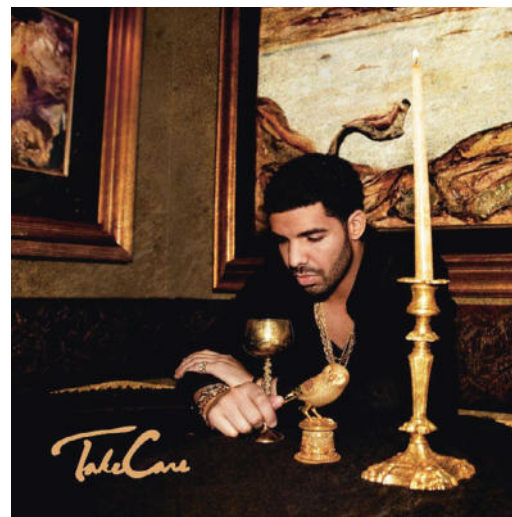
Seit er zwei Jahre alt war, arrangierte der Filius Stühle und Töpfe zu einem Schlagzeug, schnappte sich Kellen und spielte, spielte, spielte. Die Eltern gaben sich geschlagen, kauften ein richtiges Schlagzeug – ohne Tom und Jerry – meldeten den Sohn bei der Musikschule an und legten damit, ohne es zu ahnen, den Grundstein zu seiner Karriere.

Während andere Mütter und Väter ihre Sprösslinge zum Üben ermahnen müssen, geschah bei Fabian das Gegenteil: Es gab limitierte Spielzeiten, und seine Mutter achtete darauf, dass sie akribisch eingehalten wurden. «Wir hatten zum Glück nette Nachbarn», erinnert sich Fabian, der seit 17 Jahren in Los Angeles lebt, und lacht.

HEIMATURLAUB IM «RHINTL»

Gerade jetzt befindet er sich auf Heimaturlaub in seiner «Ferien-Residenz», wie er seine helle zweistöckige Dachwohnung in Rüthi nennt. Statt einer Villa im schicken Santa Monica oder in den Hügeln von Hollywood hat er hier ein Haus mit zwei Wohnungen für sich und seine Eltern gebaut. Jedes Jahr kehrt er drei- bis viermal zurück in die Heimat, back to the roots, ins 2630-Seelendorf im Rheintal.

Die Fensterfront gibt den Blick frei auf den Hohen Kasten, auf die scharfen Felskanten des Alpsteins, den Garten mit der Palme. Drinnen küsst die Strelitzie schon beinahe die hohe Decke, und die Aloa Vera erinnert an sein anderes Leben, fast 10 000 Luftkilometer entfernt. «Ich geniesse die Ruhe hier, den Blick ins Grüne», sagt Fabian und schaut hinaus. «Aber nach einigen Wochen vermisse ich Los Angeles, den turbulenten Alltag, mein Studio, das koreanische und vietnamesische Essen um die Ecke, das Musikbusiness», fügt er an.





Das Business hält ihn auch «im Rhint!» in Schach. Auf der Galerie hat er sich ein Studio eingerichtet. Feierabend, Sonntag, Festtage? Geschenk! Irgendjemand will immer etwas von ihm. In seinem Job als Musical Director ist er Dreh- und Angelpunkt für mehrere Live-shows: Er bucht Musiker, kümmert sich um Arrangements, schreibt Shows und Abläufe. Dazu kommen seine Aufgabe als Musikproduzent und eigene Auftritte als Schlagzeuger. Wie ein Dirigent orchestriert er tagsüber Anfragen aus der Schweiz und Europa. Und wenn andere am Feierabend auf ein Bier gehen, klingelt das Handy erst recht, denn drüben in Amerika erwacht der Tag.

DER PREIS FÜR DEN TRAUM

«Für mich ist das völlig normal», sagt Fabian und wirkt dabei tiefenentspannt. Er denke sowieso «24 Stunden am Tag» an Musik. Aufträge, Tourneedaten und Produktionen bestimmen seinen Alltag. Dass er einen ganz anderen Lifestyle hat, falle ihm erst bei seinen Besuchen in der Schweiz wieder auf. «Meine Freunde haben feste Arbeitszeiten, einen Feierabend, eine Beziehung oder schon Familie, spielen Fussball im Verein. Das wäre für mich unmöglich.» Und trotzdem würde er nicht tauschen wollen. Es ist der Preis für seinen Traum, den er seit Bubenjahren träumte: Berufsmusiker zu sein. Hollywood würde aus diesem Stoff vermutlich ein Märchen drehen: Von einem talentierten Schweizer, der auszog, um in der grossen weiten Welt seinen Traum zu leben. Das Publikum würde atemlos zuschauen und zufrieden seufzen vor Glück über diese Heldenreise. Natürlich wäre der Film in bester Hollywood-Manier makellos. Bleiben wir also bei der Realität und blenden zurück.

St.Galler Rheintal, 2005. Fabian ist 15, besucht die Kantonsschule Heerbrugg und macht als Schlagzeuger über das Rheintal hinaus von sich reden. Zu dieser Zeit hat er bereits mehrere internationale Wettbewerbe gewonnen. Nun nimmt er – als Jüngster – an einem Schlagzeug-Camp im deutschen Koblenz teil, wird von Vertretern des Musicians Institute entdeckt und ans renommierte Institut nach Los Angeles eingeladen. «Wäre es nach mir gegangen, hätte ich den nächsten Flieger genommen», erinnert er sich. Seine Eltern aber waren davon bei aller Liebe zur Musik nicht begeistert. «Erst machst du das Gymnasium fertig!», forderten sie.

SCHNAUZE VOLL VON DER LANGEWEILE

Mit 19 hat er die Matura in der Tasche und packt den Koffer für sein Abenteuer über dem grossen Teich. Damals hätte er gerne jemanden nach Tipps und Erfahrungen gefragt. «Nur – es gab niemanden.» Nicht im Rheintal, das auch Chancental genannt wird. Aber Fabian sah hier keine Chancen. «Ich hatte die Schnauze voll von der Langeweile!»

Am Flughafen in Los Angeles setzt das Flugzeug aus Zürich hart auf. Und auch der junge Schweizer landet erst mal auf hartem Boden. Er kennt hier niemanden. Muss sich ein neues Leben aufbauen, eine Wohnung suchen, herausfinden, wo was wie läuft. Zwei Dinge realisiert er rasch: Erstens, niemand hat auf ihn gewartet. Zweitens, mit seinem Schulenglisch aus der Schweiz kommt er nicht weit, dabei war er in Englisch Klassenbester.

Aber es gibt einen Anker. Es ist sein Eintrittsticket ins Musicians Institute Hollywood, das



College Of Contemporary Music. In nur 18 Monaten schliesst er das Studium ab. Am College hat er Kontakte geknüpft, und das hat mit «Sex, Drugs und Rock 'n' Roll» nichts zu tun. «Netzwerken ist in Los Angeles alles, dein Netzwerk bestimmt deinen Wert.» Und dafür brauche es einen klaren Kopf.

GROSSE NAMEN, GROSSE SHOWS

Schon kurz nach dem Abschluss nimmt seine Karriere Fahrt auf: Der Schweizer arbeitet für Brian McKnight und Adam Lambert, übernimmt die musikalische Leitung für Big Sean, später unter anderem für Marina, Zara Larsson und aktuell für den Singer-Songwriter Malcolm Todd, der schon das ganze Jahr unter den globalen Top Five der Spotify-Charts rangiert und während eines Tages gar die weltweite Nummer eins war. Auch die Schweiz steht im Portfolio des umtriebigen Musikers: Für Luca Hänni produzierte Fabian Egger das Album «When We Wake Up».

Grosse Namen, grosse Shows. Doch während bei Luca Hänni, Malcom Todd oder Zara Larsson viele wissend nicken, wird der Blick bei «Fabian Egger» fragend. Fabian who? – Stört ihn das? Er schüttelt den Kopf: «Gar nicht. In der Branche ist mein Name bekannt – das genügt mir.»

Manchmal melden sich junge Menschen aus der Schweiz bei ihm. Sie träumen den Traum vom Durchbruch und wünschen sich Tipps. Für sie nimmt sich Fabian immer Zeit. Heute möchte er das Vorbild sein, das ihm damals gefehlt hat. Was antwortet er den Jugendlichen, wenn sie ihn nach seinem Erfolgsrezept fragen? «Es braucht Talent, den Fokus auf die Leidenschaft und harte Arbeit.» Aber am wichtigsten, fügt er an, sei der «unerschütterliche Glaube an sich selbst». Und womöglich Menschen wie seine Eltern, die diesen Glauben unterstützen und grosszügig über zwei zerstörte Plastikschlagzeuge hinwegsehen.

WAS MACHT EIN MUSICAL DIRECTOR?

Ein Musical Director erweckt die Studiomusik auf der Bühne zum Leben. In dieser Rolle verantwortet Fabian Egger die musikalische Gesamtleitung einer Liveshow: Er arrangiert die Songs für die Bühne, konzipiert fließende Übergänge und schweisst Band und Technik zu einer Einheit zusammen. Seine Arbeit beginnt lange vor der Tour mit dem kreativen Konzept und der Auswahl der Musiker. Während des Konzerts zieht der Musical Director im Hintergrund die Fäden. Er reagiert flexibel auf die Energie des Publikums und entscheidet situativ, einen Part zu verlängern oder zu kürzen. So schenkt er der Show magische Livemomente, ohne den roten Faden zu verlieren.





BY APPOINTMENT TO THE ROYAL DANISH COURT

OLE LYNGGAARD

FINE JEWELLERY SINCE 1963

OCEAN DROPS

Ein neuer Ausdruck zeitgenössischer Schmuckkunst von Sofia Lynggaard Normann, Schmuckdesignerin bei OLE LYNGGAARD COPENHAGEN in dritter Generation

Mit „Ocean Drops“ erweitert Sofia Lynggaard Normann ihr vom Ozean inspiriertes Design-Universum. Die Kollektion umfasst Ringe, Ohringe sowie Anhänger und spiegelt den Rhythmus des Meeres wider –

verkörpert durch tropfenförmige Diamanten, gefasst in 18-karätigem Gold. Jeder „Ocean Drop“ wird in höchster Sorgfalt von Hand gefertigt. Seine skulpturale Oberfläche ist von organischen, wellenartigen Formen geprägt, inspiriert von den feinen Spuren, die das Wasser im Sand hinterlässt. Von zeitloser Anmut verkörpert jedes Schmuckstück die mühelose Schönheit des Meeres.



GEMEINSCHAFT ALS TRIEBKRAFT

ZEITREISE DURCH DIE ERLEBNISWELT TOGGENBURG

Wenn in der ERLEBNISWELT TOGGENBURG die Züge losfahren, schauen alle wie gebannt zu. *Die technisch ausgeklügelte Miniaturwelt auf 500 Quadratmetern fasziniert Jung und Alt.* Ein Blick hinter die Kulissen der über 80-JÄHRIGEN MODELLEISENBAHN, die mit viel Herzblut erhalten und betrieben wird.

Text CAROLINE ZOLLINGER
Fotos ERLEBNISWELT TOGGENBURG

Pünktlich um 14.05 Uhr setzt sich der rote Zug im Bahnhof Wattwil in Bewegung. Bald schon verschwindet er in einem kurzen Tunnel, bevor er sich in weiten Kurven den Berg hochschlängelt. Im offiziellen Fahrplan sucht man ihn vergeblich. Es handelt sich um ein Miniaturformat, das exakt 45-mal kleiner ist als ein realer Zug und auf Geleisen fährt, die gerade mal 32 Millimeter breit sind. Die Zugskomposition ist Teil der 500 Quadratmeter grossen Modelleisenbahnanlage der «Erlebniswelt Toggenburg», die in einer umgenutzten Fabrikhalle am Rande des beschaulichen Städtchens Lichtensteig ausgestellt ist. Leise schnurrend ziehen insgesamt 30 verschiedene Personen- und Güterzüge auf 1300 Metern Schienen munter ihre Kreise, halten zwischendurch an und gleiten wie von Geisterhand gelenkt aneinander vorbei.

Es ist still geworden bei den Zuschauenden, die der Choreografie der Züge gespannt folgen. An diesem Mittwochnachmittag begleitet August «Güsch» Schönenberger, pensionierter Maschinenbauer, die Vorführung. Er steht hinter einem Pult mit Dutzenden von Schaltern und Leuchtknöpfen. Daneben ist eine grosse Metalltrommel zu sehen, das eigentliche Herzstück der Anlage. Sie steuert automatisch Weichen und Signale, bestimmt den Start der Züge und sorgt dafür, dass die vielen Lämpchen und Signale entlang der Strecke korrekt leuchten. August ist seit vielen

**«Es ist immer ein
schönes Gefühl,
wenn man
gemeinsam alles
wieder zum
Laufen bringt.»**

AUGUST «GÜSCHT»
SCHÖNENBERGER



Jahren aktives Mitglied des «Model Train Club Toggenburg», der eigens für den Erhalt und Betrieb der historischen und bis heute analog betriebenen Modelleisenbahn gegründet wurde. Er schätzt den direkten Austausch mit dem Publikum. In lebendiger Erinnerung ist ihm der Besuch einer Gruppe «echter» Lokführer geblieben, mit denen er fachsimpeln konnte. Eingreifen müsse er während einer Vorführung nur dann, wenn es eine Panne gebe, doch das komme selten vor. «Tritt einmal unerwartet ein Defekt auf, tüftle ich gemeinsam mit einem Bähnlerkollegen so lange, bis die Ursache gefunden und behoben ist. Es ist immer ein schönes Gefühl, wenn man gemeinsam alles wieder zum Laufen bringt», sagt der Maschinenbauer.

Die Modelleisenbahn mit Zügen, die teils weit über 60 Jahre alt sind, weckt bei vielen Besuchenden Erinnerungen und Emotionen. Da ist die ältere Dame aus Zürich, die von ihrer Schulreise mit dem «Roten Pfeil», dem legendären Triebwagen der SBB erzählt, oder der Junge aus Deutschland, der nach seinem Besuch ins Gästebuch schreibt: «Danke, dass wir hier sein durften.»

VOM KINDERZIMMER IN DIE FABRIKHALLE

Was heute eine ganze Halle füllt, beginnt 1942 im Wohnzimmer der Fabrikantenfamilie Weibel im Toggenburg. Unter dem Weihnachtsbaum



liegt eine einfache Modelleisenbahn, die aus einem Schienenkreis mit Lok und einigen Wagen besteht. Es ist ein Geschenk von Vater Paul an seinen neunjährigen Sohn Ludwig. Damals ahnen die beiden nicht, dass die Spielzeugbahn einst so weite Kreise ziehen wird. Die Anlage wächst stetig, ihr Ausbau begeistert Vater und Sohn gleichermaßen. «Wenn man grosse Ziele hat, gibt es immer Wege, sie umzusetzen», sagt Ludwig Weibel, heute 93 Jahre alt, rückblickend. «Wir hatten grosse Freude am gemeinsamen Gestalten und investierten beide einen Grossteil unserer Freizeit in den Bau der Modelleisenbahn.» Immer mehr Schienen, Weichen, Signale, Züge und Landschaftselemente wie Bäume und Grasmatten kamen hinzu. Es folgten erste Ausstellungen in der Schweiz, später auch in Deutschland.

Nachdem Ludwig Weibel anlässlich einer Vorführung in St.Gallen an der Olma acht Stunden ohne Unterbruch am Schaltpult gestanden und die Fahrten der Züge manuell koordiniert hatte, überlegte er sich, wie sich die Anlage automatisieren liesse. Es war die Geburtsstunde der Schalttrommel, die bis heute alle Prozesse steuert.

Längst war die Weibel'sche Modelleisenbahn zu gross geworden für das elterliche Haus und hatte im über 30 Meter langen Estrich der väterlichen Damenkleiderfabrik in Gossau Platz gefunden. 1990, nach der Schliessung der Fabrik, lagerten die Elemente der Modelleisenbahn schliesslich jahrelang ungenutzt in Kisten. Sie wären der Entsorgung geweiht gewesen, hätte nicht eine Gruppe Enthusiasten 2002 die Erlebniswelt

«Ich bin sehr froh und stolz, dass die Modelleisenbahn ein zweites Leben bekommen hat.»

LUDWIG WEIBEL



Toggenburg ins Leben gerufen. Ludwig Weibel stand beim Aufbau mit Rat und Tat zur Seite. Er sagt: «Ich bin sehr froh und stolz, dass die Modelleisenbahn ein zweites Leben bekommen hat.» Nicht alles ist noch originalgetreu vorhanden: Jahre zuvor hatte Weibel bereits begonnen, einen grossen Teil des Landschaftszubehörs zu entsorgen. Die heutigen Betreiber stört dies aber nicht, denn ihnen geht es vor allem darum, die Technik zu zeigen, ganz ohne «Schnickschnack». So bleibt die Anlage für Unterhalts- und Reparaturarbeiten jederzeit gut zugänglich. In den ver-

gangenen Jahren entwickelte sie sich kontinuierlich weiter. Auch modernes Rollmaterial wie etwa der «Flirt» der Südbahn hat Einzug gehalten.

GEMEINSCHAFTSWERK

Modelleisenbahnen haben bis heute nichts von ihrer Faszination eingebüsst und sind nach wie vor in vielen Kinderzimmern präsent – heutzutage allerdings meist digital gesteuert. Es ist gerade der nach wie vor analoge Betrieb, der die Modelleisenbahn in Lichtensteig so besonders macht. Der Verein will Historisches bewusst bewahren und zeigen, dass die Technik von einst auch nach so langer Zeit noch funktioniert.

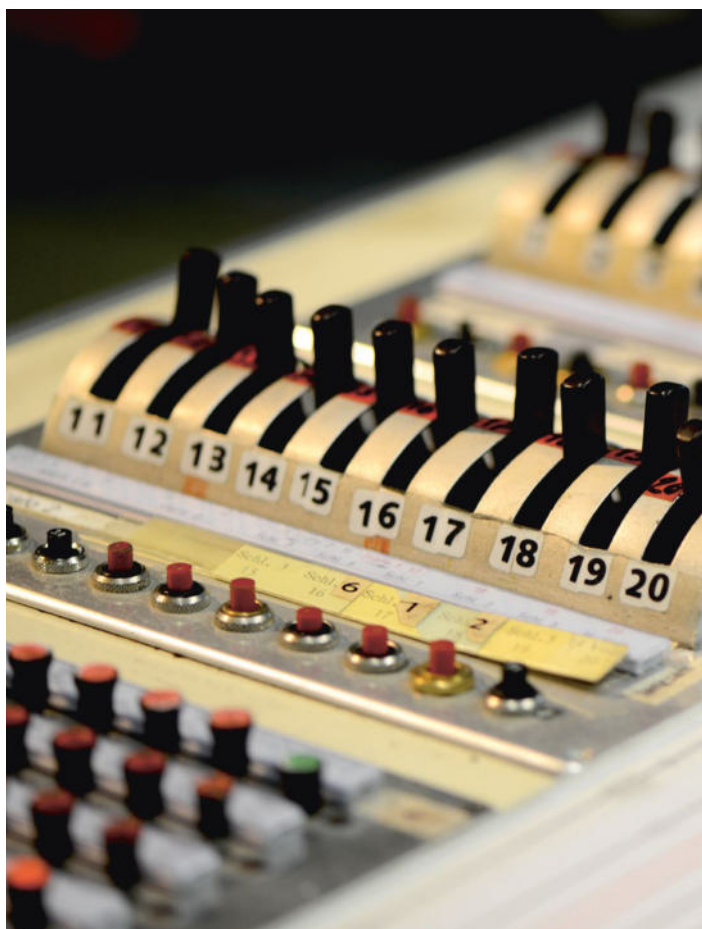
Möglich macht dies der leidenschaftliche Einsatz der aktiven Vereinsmitglieder. Die «Montags-Chrampfer», wie sie intern heissen, sind jede Woche in der hauseigenen Werkstatt am Reparieren, Schmieren, Löten und Tüfteln. Es ist eine bunt zusammengewürfelte Truppe aus vorwiegend pensionierten Männern, die viel technisches Know-how

vereint. Jeder leistet seinen Beitrag, ist ein wichtiges Puzzleteil des funktionierenden Bahnbetriebs. Sie alle sind ehrenamtlich für die Miniaturwelt tätig. Dabei braucht es nicht nur die eingefleischten Bähnler, sondern auch engagierte Menschen für das Marketing, Reinigen der Fabrikhalle oder das Betreiben des kleinen Bistros.

Zusammenhalt und Leidenschaft, Bescheidenheit und die Freude an der Sache sind die Triebkräfte, welche die Modelleisenbahn seit vielen Jahren am Laufen halten. «Unser Lohn ist die Freude in den Augen der Besucherinnen und Besucher», bringt es Toni Hässig, Leiter der Erlebniswelt Toggenburg und ehemaliger Journalist, auf den Punkt. Mit zunehmendem Alter der Bahn und einer Technologie, die heute nicht mehr Standard ist, gibt es immer neue Herausforderungen, mit denen sie sich auseinandersetzen müssen, etwa gewisse Zubehörteile, die nicht mehr erhältlich sind. Es gilt, kreativ zu sein und im Team Lösungen zu entwickeln, damit die kleinen Züge mit möglichst wenig Rollwiderstand in die Zukunft fahren können.

**«Unser Lohn ist
die Freude
in den Augen der
Besucherinnen und
Besucher.»**

TONI HÄSSIG



DIE ERLEBNISWELT TOGGENBURG

Für Unterhalt, Betrieb und Weiterentwicklung zeichnet der «Model Train Club Toggenburg» verantwortlich. 2008 wurden die Anlage samt Rollmaterial in die Kulturstiftung Toggenburg eingebracht. Nebst der ausgestellten Modelleisenbahn «Spur 0» – der grössten Hobby-Eisenbahnanlage Europas – gibt es in der Fabrikhalle in Lichtensteig auch ausgesuchte Einzelstücke anderer Spurbreiten zu entdecken, teils Unikate, die von Vereinsmitgliedern eigens gebaut wurden. In einem separaten Sektor können die Besuchenden selbst aktiv werden. Es sind fünf kleine Anlagen mit verschiedenen Spuren aufgebaut, die sich selbstständig bedienen lassen.

*Hinzu kommen viele
weitere Attraktionen:*

HISTORISCHE PUPPENSAMMLUNG VON ELSA WALZ: (1913–2014), mit vielen einzigartigen Raritäten aus drei Jahrhunderten in Holz, Keramik und Pappmaché

OLDTIMER-MOTORRÄDER, LANDMASCHINEN UND ARBEITS-GERÄTE: gesammelt und sorgfältig restauriert vom 86-jährigen Sepp Schlumpf, den Motoren und Maschinen seit jeher faszinieren. Das älteste ausgestellte Motorrad ist eine BMW, Jahrgang 1928

JÄHRLICH WECHSELNDE AUSSTELLUNGEN: noch bis 17. Januar 2027 diverse Legokreationen sowie eine grosse Playmobil-Westernstadt mit vielen originellen und detailliert umgesetzten Szenen

Der Turm *aus dem Drucker*

TOR ALVA IN MULEGNS ALS INNOVATIVES BAUPROJEKT



*In Zusammenarbeit mit der ETH Zürich hat das
Origen Festival Cultural im Bündner Dorf Mulegns ein technisch
wegweisendes Projekt verwirklicht: einen fast 30 Meter hohen Turm,
DER IM 3D-DRUCKER ENTSTANDEN IST.*

Text CHRISTIAN RUCH

Fotos BENJAMIN HOFER, STEFAN KAISER, ANDREI JIPA,
BIRDDVIEWPICTURE, © MW-ARCHITEKTURFOTOGRAFIE

W

er sich auf der Julierstrasse Richtung Engadin begibt, passiert das kleine Dorf Mulegns. Im 19. Jahrhundert war Mühlen, so bis 1943 der offizielle deutschsprachige Name, eine wichtige Station für den Postkutschenverkehr. Hier wurden die Pferde gewechselt und im Hotel Löwe logierten unzählige Reisende. Doch das alles änderte sich mit dem Jahr 1903, als die Albulabahn ihren Betrieb aufnahm, deren Linienführung die Talschaft des Oberhalbsteins mied und Mulegns so seine wichtige Funktion für den Verkehr über den Julierpass verlor. Das Dorf versank im Dornröschenschlaf, viele Bewohner zogen fort, und so wirkt auch heute noch manches Haus verlassen oder steht zum Verkauf. Selbst das einst so bedeutende Hotel Löwe machte einen kläglichen Eindruck. Zählte man im Jahr 1900 noch 146 Einwohner, waren es vor zwei Jahren gerade noch ein Zehntel, was Mulegns zum kleinsten Dorf Graubündens macht.

AUFSEHENERREGENDE BAUPROJEKTE

Doch mittlerweile tut sich was – und wie! Zu verdanken ist das Giovanni Netzer, dem ebenso kreativen wie visionären Kopf sowie Gründer und Leiter des Origen Festival Cultural, einer Institution, die aus dem kulturellen Leben Graubündens nicht mehr wegzudenken ist. Immer wieder machen Netzer und Origen durch spektakuläre Inszenierungen, mehr aber noch durch aufsehenerregende Bauprojekte von sich reden. Bisheriger Höhepunkt war der Rote Turm, den Netzer 2017 auf dem Julierpass errichten liess und der als Spielstätte für Tanz und Theater diente. Von Anfang an war allerdings klar, dass der Turm wieder verschwinden würde, und so geschah es im Herbst 2023 denn auch.

Mittlerweile hat der Rote Turm aber einen würdigen Nachfolger – weiter unten im Tal. In Mulegns entstand nach dem roten ein weisser Turm, auf Rätoromanisch Tor Alva. Doch warum ausgerechnet hier? Und warum in Weiss? Das Bauwerk ist mit seiner Form und seiner Farbe, die an eine Sahnetorte erinnern, eine Reverenz an die Bündner Zuckerbäcker, die ihre Heimat verliessen und in ganz Europa, von Spanien bis Russland, Karriere machten. Aus Mulegns zog es Jean Jegher in die Fremde, er eröffnete mehrere Cafés in Bordeaux.





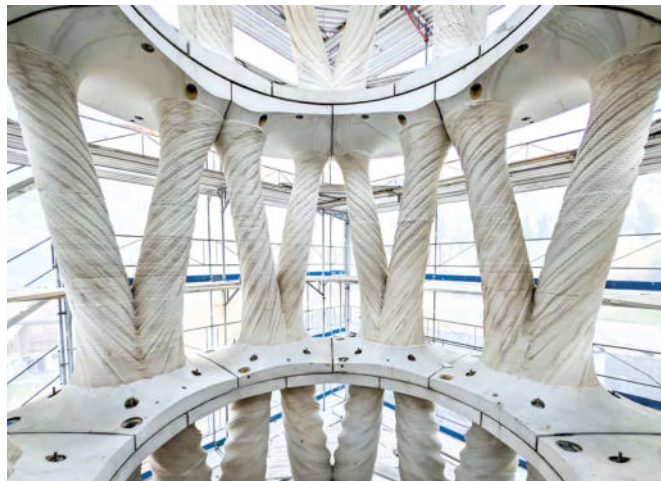
Mit Mitte fünfzig kehrte der reich gewordene Zuckerbäcker nach Mulegns zurück und liess sich dort die Weisse Villa errichten. Ein Bauwerk, das auf Initiative von Origen übrigens im August 2020 in einem gewaltigen technischen Kraftakt um acht Meter verschoben wurde, da es bis dahin zu nah an der Julierstrasse gestanden und den Verkehr behindert hatte. Auch dem verlotterten Hotel Löwe hauchte Origen neues Leben ein und liess ein wahres Schmuckstück entstehen.

BRÜCKE ZWISCHEN TRADITION UND INNOVATION

Doch zurück zum Weissen

Turm: Giovanni Netzer glaubt, dass Jean Jegher Freude an dem Bauwerk hätte. «Er brachte einen Architekten aus Bordeaux mit ins Tal, denn er legte Wert auf gute Architektur», sagt Netzer. Technisch ist der fast 30 Meter hohe Weisse Turm schon deshalb etwas Ausserordentliches, weil es sich um das weltweit höchste Gebäude handelt, das komplett in einem 3D-Drucker entstanden ist. Zu verdanken ist dies dem Architekten Michael Hansmeyer und Benjamin Dillenburger, Professor für digitale Bautechnologien an der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich. Eine wichtige Rolle spielte ausserdem Robert J. Flatt, ETH-Professor für Physikalische Chemie von Baustoffen, er entwickelte für das Projekt eine eigene Betonmischung.

Das Bauwerk, so die ETH, «demonstriert die bahnbrechenden Möglichkeiten der Forschung aus computergestütztem Design, digitaler Fabrikation, Tragwerk und Materialwissenschaften, die herkömmliche Gebäude in den kommenden Jahren grundlegend verändern und das Bauen in Zukunft nachhaltiger gestalten können». Durch ein von Robotern unterstütztes Verfahren könne «der Beton gezielt nur dort aufgetragen werden, wo er statisch benötigt wird, wodurch der Materialverbrauch massiv reduziert wird». Neue Massstäbe setze Tor Alva «durch den Einsatz von materialeffizientem, 3D-gedrucktem, bewährtem Beton, der eine einzigartige architektonische Form ermöglicht. Der Turm ist geprägt von 32 individuell gestalteten, 3D-gedruckten Säulen. Jede Säule ist durch eine aussergewöhnliche Formensprache und vielschichtige Ornamentik in unterschiedlichen Grössenordnungen gestaltet, was dem Bauwerk eine rätselhafte, fast schon unwirkliche Präsenz verleiht. Damit knüpft er an die Handwerkskunst der barocken Baumeister Graubündens an und schlägt eine Brücke zwischen den Traditionen der Vergangenheit und den Innovationen der Zukunft».



«DAS VERSCHWINDEN des Roten Turms auf dem Julierpass war für mich privat und für Origen EIN GROSSER VERLUST.»

GIOVANNI NETZER

Bis es so weit ist, dient Tor Alva, wie schon der Rote Turm, als Spielstätte für das kulturelle Programm von Origen. Das Publikum erreicht den Saal auf der obersten Etage über eine Wendeltreppe und durch eine Reihe von Kolonnaden. Da es nur 32 Sitzplätze gibt, entsteht eine sehr intime Atmosphäre, die den Aufführungen ein spezielles Ambiente verleiht. Mit den Besuchern des Kulturprogramms kommen nun Menschen nach Mulegns, die das Dorf allenfalls von der Fahrt ins Engadin kennen. Und das ist auch der Sinn des Projekts: Dem Dorf neues Leben zu schenken, dies im Interesse einer «nachhaltigen und kulturell lebendigen Entwicklung», wie die ETH schrieb.

Giovanni Netzer wäre allerdings nicht der kühne Visionär, als der er weit über die Grenzen Graubündens bekannt ist, wenn er sich mit dem Weissen Turm zufriedengeben würde und nicht schon ein neues Projekt im Auge hätte. «Das Verschwinden des Roten Turms auf dem Julierpass war für mich privat und für Origen ein grosser Verlust», gibt Netzer zu. Deshalb plant er an gleicher Stelle etwas Neues: Wieder geht es um einen Raum für Kultur in alpinem Ambiente, doch statt eines neuen Turms soll diesmal ein Gebäude entstehen, das an die Tradition der Hospize auf den Alpenpässen erinnert, in denen die Reisenden Unterkunft und Zuflucht fanden. Gedacht ist an ein Projekt, das wieder Tanz und Theater dient, diesmal jedoch dauerhaft bestehen soll. «Das ist allerdings sehr kompliziert», sagt Netzer mit Blick auf die langwierigen Genehmigungsverfahren, zumal noch nicht klar ist, ob es die planungsrechtlichen und finanziellen Möglichkeiten zulassen, dass das Gebäude tatsächlich gebaut werden kann. Doch Netzer ist optimistisch, das «Ospizio» in einigen Jahren verwirklichen zu können. Mit dem Weissen Turm in Mulegns hat er einmal mehr bewiesen, was alles realisierbar ist, wenn man nur daran glaubt.

INTIME ATMOSPHÄRE

Wie sein Vorgänger, der Rote Turm auf dem Julierpass, ist allerdings auch der 2025 eröffnete Weisse Turm zumindest an diesem Standort nur für eine bestimmte Zeit gedacht, geplant sind momentan fünf Jahre. Doch im Gegensatz zum hölzernen Roten Turm, der, als seine Zeit abgelaufen war, komplett zerstört wurde, ist die Bauart von Tor Alva nicht zwingend temporär. «Wir können ihn zurückbauen, aber auch versetzen oder ihn dort, wo er jetzt ist, stehen lassen, was aber eine Zonenplanänderung nötig machen würde», sagt Giovanni Netzer. «Am Schluss entscheidet das der Souverän.»

WELCOME TO HUBER.

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



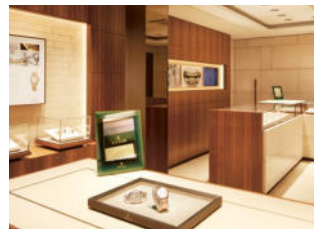
WEISSER WÜRFEL

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



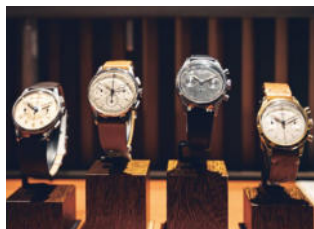
WORLD OF WATCHES

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

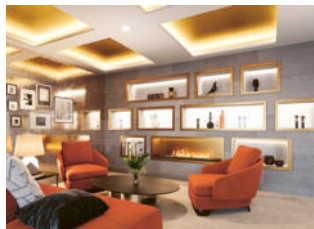
Städtle 7, LI-9490 Vaduz, T +423 237 14 32
welcome@huber.li, worldofbeauty.li



BAD RAGAZ

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





BREGENZ

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



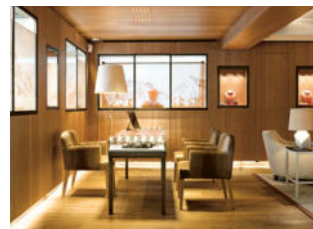
BREGENZ

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

Ruth Moosbrugger
Brand x Essenz

REDAKTION

Textimum GmbH

FOTO TITELSEITE

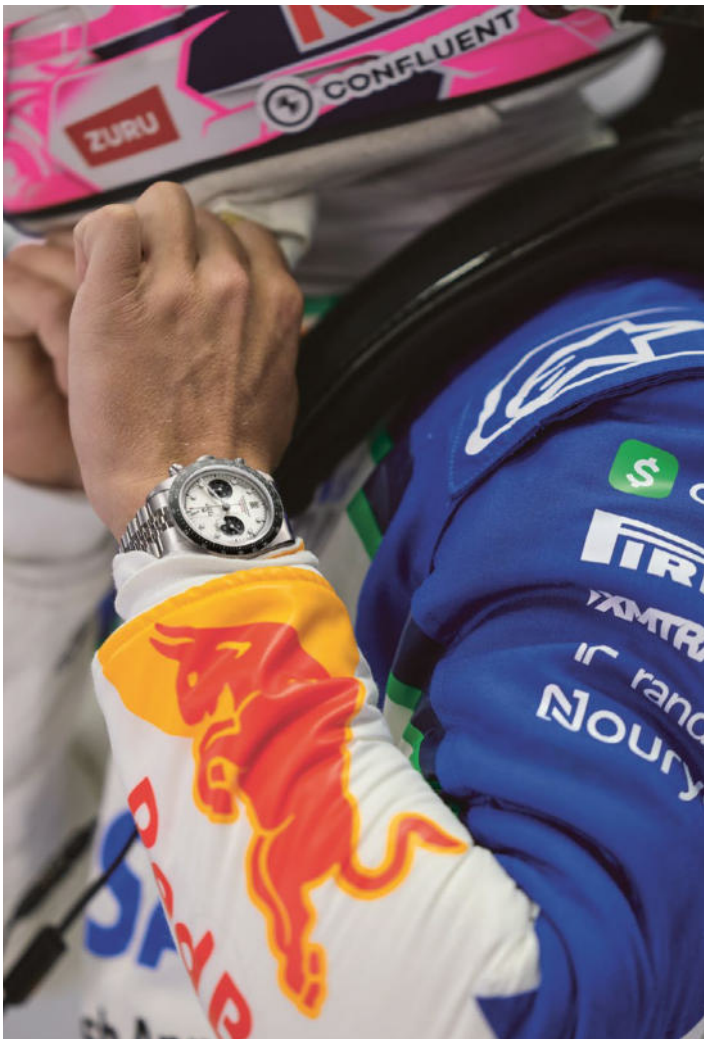
Archivio Zagato

FOTO EDITORIAL

Huber Fine Watches & Jewellery
Nils Vollmar

AUFLAGE

10 000
Für unsere Gäste und Freunde.





TUDOR



BLACK BAY CHRONO

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. Eine Kraft, die mit dieser Uhr in jedem Menschen lebendig ist. Es ist die treibende Kraft, die das **Visa Cash App Racing Bulls** Team jede Saison inspiriert. An ihren Handgelenken tragen sie die robusten und präzisen TUDOR Uhren, die mit Spitzentechnologie aufwarten und das Ergebnis jahrzehntelangen Engagements im Motorsport darstellen. Das Leben mancher Menschen wird von Kompromissen bestimmt. Andere sind bereit, ein Leben lang etwas zu wagen.

**BORN TO
DARE**



REACH FOR THE CROWN



DIE LAND-DWELLER



ROLEX