

PRESTIGE

VOLUME 17

LIMITED EDITION WINTER 2010



EXTRAORDINARY
TECHNOLOGY
ESPECIALLY
LUXURY

prestigemagazin.com - CHF 9.90



Editorial 15

DOWN TOWN

Madrid 16
Die lebendige Hauptstadt Spaniens

Singapur 24
Zwischen Wirtschaft und Kultur

DISCOVERY

Auf in den Himmel 30
Der Traum vom Fliegen

CULTURE CLUB

Elliott Erwitt 36
Im Alltäglichen das Verschmitzte finden

Stars auf dem grünen Teppich 46
Zurich Film Festival

DJ 50
Vom Plattenaufleger zum Musikproduzenten

Look for ...
Faszination Schwanensee 52
Palazzo Colombino - Viva la Vida 54
Art on Ice - Winterzauber auf dem Eis 56
Springreiter hautnah erleben - CSI-Basel 58
Pferderennen auf Schnee 60
Berenberg Snow Polo 61
St. Moritz Polo World Cup on Snow 62
White Turf 63

BUSINESS

Lebt Ihr noch oder twittert Ihr schon? 66
Interview mit Karin Frick

Personaler unter Handlungsdruck 72
Interview mit Charles Donkor

SWEET & SOUR

Teezeremonie 76
Die Ruhe des Geistes liegt in einer Schale Tee

Whiskey 80
Eat it, drink it!

De Fät Moonk 84
Reto Mathis' neues Lounge Restaurant

Internationale Spitzenköche 86
St. Moritzer Gourmet Festival

FACE TO FACE

Samuel L. Jackson 92
The King of Cool

ARCHITECTURE

Bestellt, Geliefert, Fertig! 100
Schlüsselertiges Eigenheim

Shigeru Ban – 104
Der Papierarchitekt



24



36



76



80



92



100





110



120



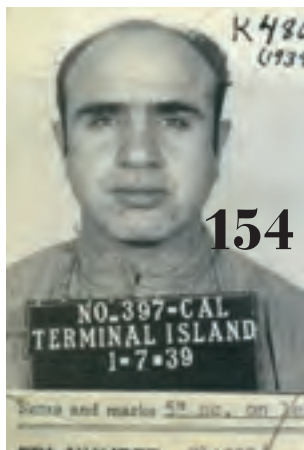
130



132



146



154



172



154

DESIGN

Kohlenstoff
Gadgets

Eigener Herd ist Goldes wert ...
Küchendesign



108

110

ART OF FASHION

Philipp Plein
Mr. Bling Bling

120

TECHNOLOGY

Die Giulietta
Heisser Flirt mit Cabanas

130

Wintermärchen
Der Porsche Panamera

132

Zurück auf der Erfolgsspur
Aston Martin

134

Sonnenenergie
Einmal um den Globus



140

PHENOMENON

4. Dimension
Das Universum hört ein «Hu»

146

Wahrsagen
Der Blick in die Kristallkugel

150

LEGENDS OF CRIME

Al Capone
Wenn man als junger Mann ein
Verbrecher werden will ...

154

YESTERDAY

John Lennon
Dem Frieden eine Chance



160

Luis Trenker
Gipfelstürmer

168

DREAMLANDS

China
Zwischen Moderne und Tradition

172

Luxusresorts
Lifestyle vom Feinsten

180

Skigebiete ...
... mit VIP-Dichte

182

BEAUTY

Traumhaare
Die neusten Frisurentrends und Pflegeprodukte

188

Eine klare Sache
Pflegetipps für das Gesicht

194

Hot-Spots
Lieblingsprodukt der Redaktion
NEW Winter-Look 2010



198

200

HEALTH & SPORT

Die anderen und neuen Dimensionen ...
... in der Sportmedizin 204

Tennis
Der weisse Sport 206

Heilfasten
Mehr als schlank, gesund und schön 210

Durch Sport zu einem
friedlichen Miteinander
Laureus Stiftung Schweiz 214

SHORTCUTS

Vom Mann bis zu Moses 90
Vom Kino bis zu Geistern 144

NEWS

Kunstwelten 44
Stilvoll geniessen 88
Wohnen 114
Uhren&Schmuck 116
Fashion 128
Technik-Trends 142
Düfte 197
Beauty 202



206



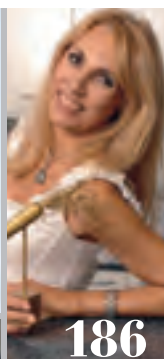
210



214



64



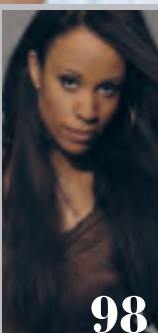
186



42



126



98



34



70

KOLUMNEN

Guido Tognoni
Unwissen ist Macht 34

Wilhelm J. Grusdat
Kunst und Kultur 42

Marco Rima
Neue Dimensionen 64

Rolf Hess
Hedge Fonds -
Das Krebsgeschwür der freien Marktwirtschaft 70

Nubya
Die andere Dimension 98

Luisa Rossi
Wieder en Vogue? 126

Vera Dillier
Dreidimensional 186



EINE *klare* SACHE

Jetzt beginnt wieder die strapaziöseste Zeit für unsere Haut. Kälte, trockene Heizungsluft und unterschätzte UV-Strahlung können uns nun ganz schön alt aussehen lassen. Was oft unterschätzt wird, ist, dass hier die Gesichtereinigung eine Hauptrolle spielt. Denn wer sich nicht morgens und abends gründlich von Make-up und Umweltverschmutzungen befreit, kann sich auch jede andere Pflege sparen.

von Valeska Jansen

Auch wenn man die «Porenverstopfer» nicht sieht; Talg, Schweiß, abgestorbene Hornzellen, Staub und Schmutzpartikel sind da. Und sie müssen morgens und abends entfernt werden, genauso wie Make-up, Lidschatten, Lippenstift und Wimperntusche. Wasser und Seife reichen da nicht aus, denn vor allem normale Seife schadet der empfindlichen Gesichtshaut. Sie entfernt nicht nur Schmutz, sondern auch wichtige Fette und Feuchthaltefaktoren. Das Ergebnis kennt jeder, der es mal ausprobiert hat: Die Haut ist trocken, sie spannt und juckt.

Für jeden Geschmack und jede Vorliebe gibt es unzählige Möglichkeiten, seine Haut perfekt zu reinigen und somit für eine anschließende Pflege vorzubereiten.

«BITTE NUR SPEZIELLE GESICHTSREINIGUNGSSEIFEN BENUTZEN!»

Einfach und praktisch ist Seife: Finger weg von herkömmlicher Seife! Die hat im Gesicht nichts verloren. Sie entfernt nicht nur vorhandenen Schmutz, sondern auch einen Teil des natürlichen Fettfilms der Haut. Dies kann, besonders bei zu häufigem Waschen, zu rissiger, rauer Haut führen.

Es gibt allerdings auch sehr hautverträgliche Seifen, die bestens für die Gesichtereinigung geeignet sind, zum Beispiel «VitaChlorella» von Estée Lauder.



Spezielle Gesichtereinigungsseifen sind meist mit verschiedenen Nährstoffen, Vitaminen, Mineralstoffen und essentiellen Fettsäuren angereichert, so dass die Schutzbarriere der empfindlichen Gesichtshaut nicht angegriffen wird.

«PRAKTISCH UND ANGENEHM SIND FLÜSSIGE SEIFEN.»

Angenehm-flüssige Gesichtereinigungsseife:

Sie eignet sich besonders gut für unreine und fettige Haut. Sie ist normalerweise besonders mild und hilft, verstopfte Poren wieder zu öffnen, zum Beispiel «Power Wash» von Lab Series For Men oder «Facial Soap» von Clinique.

Auch ein Reinigungsschaum eignet sich perfekt zur sanften Entfernung von Make-up und Verschmutzungen, zum Beispiel «Mousse Nettoyante» von RoC.



«BESONDERS GUT FÜR DIE REIFERE HAUT GEEIGNET IST REINIGUNGSMILCH.»

Gleichzeitig pflegend, Reinigungsmilch:

Sie ist besonders gut für empfindliche Haut geeignet. Durch ihre cremige Konsistenz ist sie besonders angenehm aufzutragen und entzieht der Haut weniger Fett als Seife. Auch dringt sie tiefer in die Haut ein und so werden gleich bei der Reinigung Pflegestoffe in die Haut eingeschleust.

Nachdem sie mit kreisenden Bewegungen auf Gesicht, Hals und Dekolleté aufgetragen wird, entfernt man sie entweder mit einem Wattepad oder mit reichlich lauwarmem Wasser, zum Beispiel «Gala-téis Douceur» von Lancôme oder «Lait Confort» von Chanel.



«UNVERZICHTBAR FÜR ALLE HAUTTYPEN SOLLTE EIN ERFRISCHENDES GESICHTSTONIC SEIN.»

Immer erfrischend, Tonic: Die belebende Erfrischung für alle Hauttypen sollte man sich immer nach der Gesichtereinigung gönnen. Wichtig ist nur, dass man ein zum Hauttyp passendes Produkt verwendet.

Das Tonic entfernt die letzten Reste der Reinigungsprodukte, befeuchtet und beruhigt die Haut und pflegt sie zusätzlich. Bei empfindlicher Haut sollte man darauf achten, dass kein Alkohol enthalten ist. In der Zwischenzeit gibt es Toner auch praktisch zum Sprühen, zum Beispiel «Face Cleansing Toner zum Sprühen» von SBT. ►



«MINDESTENS EINMAL IN DER WOCHE EIN TIEFENREINIGENDES PEELING MACHEN.»

Regelmässig, Peeling: Mindestens einmal in der Woche sollte man zusätzlich ein Peelingprodukt verwenden. Es hilft, die abgestorbenen Hautzellen zu entfernen und die Poren zu verfeinern. Die Haut wird belebt und erhält eine frische Ausstrahlung. Gleichzeitig wird die Durchblutung angeregt und nachfolgende Pflegeprodukte können nun von der Haut besonders gut aufgenommen werden, zum Beispiel «**Doux Gommage Express**» von Dior.



Immer öfter wird bei Kosmetikprodukten nicht mehr der Begriff Peeling verwendet, sondern Exfoliator, was allerdings das gleiche bedeutet. Wichtig ist es, sich in einer Parfümerie oder von seiner Kosmetikerin beraten zu lassen, denn beim Kauf eines Peelingprodukts sollte man unbedingt seinen Hauttyp genau kennen.

«IMMER EINE KLEINE AUSZEIT WERT SIND PFLEGENDE REINIGUNGSMASKEN.»



Unterstützend, Reinigungsmasken: Einmal in der Woche verwendet, helfen sie ebenfalls, abgestorbene Hautschüppchen sanft zu entfernen und die Poren zu klären. Oft sind darin pudrige Substanzen enthalten, die überschüssiges Hautfett absorbieren. Reinigungsmasken enthalten zusätzlich viele Pflegewirkstoffe, abgestimmt auf den jeweiligen Hauttyp, zum Beispiel für die normale Haut «**Clear Improvement Mask**» von Origins.

«DIE OPTIMALE LÖSUNG FÜR TROCKENE HAUT SIND REINIGUNGSÖLE.»

Bei trockener Haut, Reinigungsöl:

Dieses ist besonders gut bei trockener Haut geeignet. Durch seine ölige Textur hat es eine stark rückfettende Wirkung und entfernt sehr gut Make-up-Reste, Schmutz und abgestorbene Hautzellen. Mit einem Wattebausch mit kreisenden Bewegungen auf Gesicht, Hals und Dekolleté aufgetragen und mit einem frischen Wattebausch entfernt, hat es eine sehr tiefenreinigende Wirkung. Manche Reinigungsöle werden auch mit Wasser entfernt und entwickeln in dieser Verbindung eine cremige Konsistenz, wie zum Beispiel «**Cleansing Oil**» von Sensai oder «**HY-ÖL®**» von Babor.



«DAS BRAUCHT EINFACH JEDER; EINEN GUTEN AUGEN-MAKE-UP-ENTFERNER!»

Unverzichtbar für alle Hauttypen, Augen-Make-up-Entferner:

Hier gibt es unzählige Produkte für jedes Bedürfnis. Benutzen Sie wasserfeste Wimperntusche? Dann sind ölhaltige Augen-Make-up-Entferner besonders gut geeignet. Für empfindliche Augen gibt es spezielle Entferner, zum Beispiel «**Soothing Make-up Remover with Cornflower Water**» von Klorane oder «**Démaquillant Sensation Yeux et Levres**» von Payot.

Eine Regel gilt allerdings immer: Niemals zerren und rubbeln. Die Haut in der Augenregion ist besonders dünn und empfindlich. Drücken Sie den mit dem Entferner getränkten Wattebausch sanft auf das geschlossene Auge und ziehen Sie ihn sanft von innen nach aussen. Bitte niemals von aussen nach innen das Augen-Make-up entfernen, das begünstigt die Faltenbildung. Auch sollte man unbedingt für jedes Auge einen extra Wattepad benutzen, da sich sonst unter Umständen Entzündungen vom einen Auge auf das andere übertragen. ■



DUFT

Noble Vetiver



Die Marke Chopard feiert dieses Jahr ihr 150-jähriges Bestehen und lanciert den Männerduft Noble Vetiver. Die Hauptzutat ist ein exquisites haitianisches Vetivergras, ein absolutes Must-have in der Haute Parfumerie. Es ist gleichzeitig frisch, derb und verleiht dem Duft einen intimen Charme sowie geballte Energie. Der Noble Vetiver-Mann liebt es, seine Leidenschaft für hohe Qualität und edle Gegenstände zu teilen und wird von seinem Umfeld wegen seines Selbstvertrauens und seines kühlen Esprits bewundert.

Gucci Guilty



Gucci präsentiert eine Heldin, die mit allen Konventionen bricht. Für diese modernste aller Rebellen steht Gucci für Sex und Macht. Gucci Guilty verkörpert absolute Freiheit, jenseits von Regeln und Grenzen. Er ist ein warmer und doch auffallender Duft: orientalisch, blumig, sinnlich und verlockend. Die Wirkung ist faszinierend und unwiderstehlich verführerisch zugleich.

Tom Ford Azure Lime

Der Duft fängt den lässigen Stil und den entspannten Glamour von Mustique, der zauberhaften Karibikinsel, ein, die so viele VIPs und auch Tom Ford als Hide-away lieben. Ein strahlender Tusch von Zitrus betört die Nase und beschwört Bilder von Mustiques Zitronenhainen herauf. Danach entwickelt sich Tom Ford Azure Lime zu einem lässig eleganten Duft.



Kristallflakon-Kollektion

Seit 1994 kreiert das Haus Lalique jedes Jahr ein ganz besonderes Flakon, ein wahres Meisterwerk der Kristallkunst, das Sammler in aller Welt begehren und hüten wie einen Schatz. Das limitierte und nummerierte Jahresflakon 2011 ist wie immer inspiriert von den Werken René Laliqes, umgesetzt mit dem einzigartigen Know-how der edlen Kunst der Kristallmanufaktur. Die Flakon Collection 2011 beinhaltet den kostbaren Duft Lalique de Lalique – ein blumiges Bouquet, durchzogen von zarten Moschusnoten, das 1992 kreiert wurde.



Lacoste Joy of Pink

Die Welt ist wieder Pink: Der neue temperamentvolle Damenduft Joy of Pink ist die perfekte Ergänzung der Lacoste Pink-Kollektion. Joy of Pink lädt dazu ein, das einzigartige Gefühl von Lebensfreude und Spass mit den besten Freundinnen zu genießen. Der Duft erinnert an einen erfrischend exotischen Cocktail aus Grapefruit und Blue Curaçao. Jungendlich spritzigen Zitrusnoten und dem verlockend zarten Duft von Pfingstrosen im Auftakt folgt die Herznote mit Blue Curaçao-Akkorden. Essenzen von edlem Zedernholz und moschusartige Aromen verleihen der Basisnote seine temperamentvolle Raffinesse.



La Vie en Rose

Die neue Borsalino-Duftlinie La Vie en Rose richtet sich an eine jüngere Zielgruppe, die einen einzigartigen Stil hat. Dieser Duft drückt den neuen Stil der Borsalino-Frau aus. Die neue Borsalino-Frau ist lebensfreudig und stylish. Sie liebt chice, trendige Fashion. Der neue Duft hat eine grossartige Persönlichkeit, genau wie die Marke Borsalino. Eine Frau mit ihrem eigenen, einzigartigen Style, elegant, dynamisch, modern und geheimnisvoll.



Eau du Soir

Sisley bringt zum ersten Mal für sein legendäres Eau du Soir ein Flakon-Duo in markantem Farbkontrast auf den Markt: Black and White. Zwei Etais in glitzerndem und pailletiertem Schwarz und Weiss. Diese neuen, überraschenden Auflagen von Eau du Soir 2010 feiern voller Glanz und Brillanz den überwältigenden Erfolg des berühmten blumigen Chypre-Dufts. Die zwei kostbaren neuen Flakons werden gemeinsam oder einzeln angeboten. Sie sind nur zu den Festtagen in einer weltweit limitierten Auflage von zweimal 5'000 Exemplaren erhältlich.



Vanity and Beauty

Vanitas aus dem Hause Versace ist Ausdruck von Weiblichkeit pur. Es ist eine Komposition aus völlig reinen Elementen, kombiniert in einzigartiger Harmonie. Limone und Freesie umweben den unvergleichlich sinnlich-opulenten Duft der Tiaré-Blüten, den weitere, sehr sinnliche Impressionen von Zedernholz und Tonkabohne umfassen. Die femininste Facette des Egos: Vanitas.





LIEBLINGSPRODUKT DER REDAKTION

TEUFLISCH

Sexy

Der Name, ein Omen: Fan di Fendi. Opulent, sinnlich und verführerisch, der Duft. Nichts ist unmöglich, das Motto. Ein Duft für leidenschaftliche Frauen, für Frauen, die Luxus leben und lieben.

von Valeska Jansen

O pulente blumige Noten von der exklusiven Damaszener Rose, gelbem Jasmin und indischer Tuberose entfachen ein Feuerwerk sinnlicher Leidenschaft. Patschuli und kokette Ledernoten sorgen für den Suchtfaktor. Frische Leichtigkeit verleihen kalabrische Mandarine, Birne und schwarze Johannisbeere, untermalt von spritzigem rosa Pfeffer.

Eine explosive Mischung, die auffällt und neugierig macht. Pure Eleganz und prickelndes Verlangen verschmelzen miteinander. Modern und unwiderstehlich präsentiert sich auch der luxuriöse Flakon. Er mutet beinahe architektonisch an und sein goldenes Logo des doppelten F – Forever Fendi – erinnert sofort an den berühmten Klassiker aus dem Hause Fendi, die Baguette Handtasche. Genau wie der schwarz lackierte Verschluss des Flakons, der Parallelen zur Fendi-Ikone, der Peekaboo Handtasche anmuten lässt.

Der rechteckige Glasflakon mit seinen scharf akzentuierten Kanten symbolisiert Kraft und kompromisslose Geometrie.



Fan di Fendi wurde für die starke Frau kreiert. Sie macht keine Kompromisse, sie weiss genau, was sie will. Sie zeigt sich solidarisch anderen Frauen gegenüber und lebt ihre Weiblichkeit in vollen Zügen aus. Ihre Anziehungskraft ist magnetisch und elektrisierend, einfach unwiderstehlich. ■

SHORT CUT

Die Geschichte des Hauses

Fendi ist ein römisches Imperium. Es geht um Luxus, um viel Geld und es geht vor allem um Italien. Die Geschichte des Hauses Fendi begann 1925 mit einem Pelz- und Lederwarengeschäft in Rom. Gegründet von Adele und Edoardo Fendi. Heute leitet ihre Enkelin Silvia die Accessoire-Abteilung. Ihr gelang der grösste Coup seit Geschäftsgründung, als sie die weltberühmte Baguette Tasche entwarf, die sich bis heute über eine Millionen Mal verkauft hat. Seit über 40 Jahren arbeitet Karl Lagerfeld als Chefdesigner für die Modelnien der Marke. Vor allem Pelze machten Fendi weltweit berühmt. Karl Lagerfeld entwickelte hier neuste Verarbeitungstechniken mit und sorgte mit seinen innovativen Kreationen immer wieder für Furore. Seit 1999 gehört das Unternehmen zur Luxusgütergruppe LVMH, Louis Vuitton Moët Hennessy.

