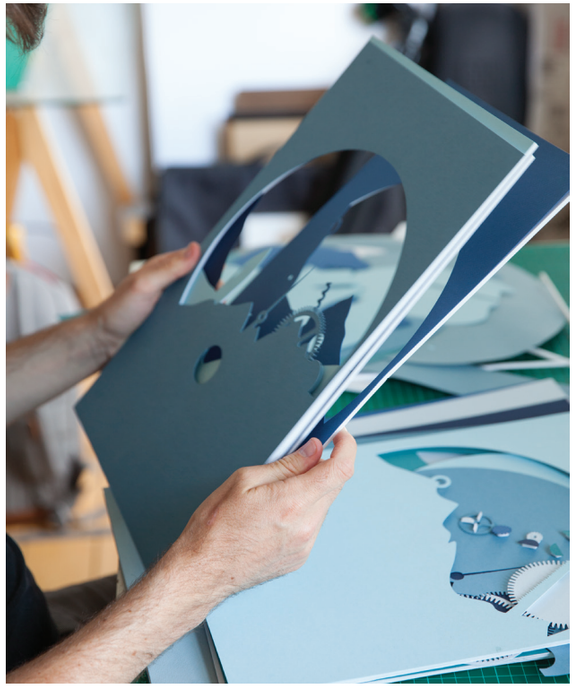
AUSGABE 02

VICTORINOX

THE MAKERS

IM SCHNITT BESSER
Schichten und Schattenspiele erzeugen bei Kyle Beans Papier-Diorama den Eindruck von Tiefe und Komplexität. Die haptischen Eigenschaften des Papiers verleihen den Arbeiten Wärme und Farbigkeit. Auf Seite 26 finden Sie eine Anleitung für Ihre eigene Papierskulptur.



HANDWERKSKUNST, DIE VON HERZEN KOMMT

von Mark Hooper

Der Kern von Victorinox ist die Handwerkskunst – unsere uneingeschränkte Hingabe an jahrhundertealte handwerkliche Fähigkeiten und Fertigkeiten hat das Unternehmen dorthin gebracht, wo es heute steht.

Angesichts unseres zunehmend temporeichen und komplexen Lebens sehnen wir uns nach Authentizität und Handwerkskunst – die Greifbarkeit handgefertigter Produkte scheint uns ein Gegenmittel zur schnelllebigen digitalen Welt und zu dem ständigen Druck der Erreichbarkeit zu sein.

„Zwischen Produkt – d. h. Herstellungsweise und Materialien – und Verbraucher ist eine Kluft entstanden“, findet der Künstler und Illustrator Kyle Bean, einer der vorgestellten „Makers“, die mit Victorinox zusammenarbeiten. „Die Leute sehnen sich nach Produkten, die von echten Menschen angefertigt werden, am besten in Handarbeit. Es ist einfach schön zu sehen, wie Menschen ihre Ideen durch ihre kreative Arbeit ausdrücken.“

Für Bean ist die Verwendung von Werkzeugen und greifbaren Materialien für seine Arbeiten eine wunderbar haptische Erfahrung. „Ich werde oft gefragt, warum ich meine Entwürfe nicht am Computer erstelle“, erzählt er. „Ganz ehrlich: Ich wüsste nicht einmal, wie das geht. Ausserdem ist meine Arbeit erst dadurch befriedigend, dass ich Dinge in Handarbeit herstelle.“

Mit dieser Einstellung ist Bean nicht alleine. Weltweit ist eine Rückkehr zum Handwerk und zum Do it yourself zu beobachten, bei der Handwerkskunst, Authentizität, Ursprünglichkeit und Rechtschaffenheit eine wichtige Rolle spielen und Selbermachen als Tugend gilt. Ein gutes Beispiel hierfür ist die stetig wachsende „Maker-Bewegung“. Dass dies mehr als nur ein interessantes Nischenphänomen ist, lässt sich daran festmachen, dass sich Verbraucher zunehmend für Herkunft und Fertigungsweise von Produkten interessieren.

Für Victorinox stehen diese Grundsätze seit jeher im Vordergrund: Jedes einzelne Schweizer Taschenmesser wird von Hand geprüft und fertiggestellt. Und natürlich ist das Endprodukt ein ultimatives Universalwerkzeug, das seit Generationen von Do-it-yourself-Begeisterten geschätzt wird.

Gerade dieser tief verwurzelte Anspruch ist für die moderne, anspruchsvolle Zielgruppe interessant. Darin steckt für sie der wahre Wert eines Produktes. „Die Objekte, mit denen wir uns umgeben, stehen für unsere Werte“, erläutert Möbeldesigner Stephen Kenn, der ebenfalls eine Zusammenarbeit mit Victorinox eingegangen ist. „Für mich ist es sehr inspirierend, mit wahrer Leidenschaft gefertigte Arbeiten zu sehen.“

In anderen Worten: Es geht um Sorgfalt und Genauigkeit – der wahre Wert liegt in hochwertigen und langlebigen Produkten. Genau das verstehen wir bei Victorinox unter Handwerkskunst.

ARBEITEN MIT GESCHICHTE
In seinem Studio in Los Angeles entwirft und fertigt Stephen Kenn funktionale Möbel, die eine Geschichte erzählen – so auch diese exklusiv für Victorinox angefertigten Stücke (gegenüberliegende Seite).

STEPHEN KENN

Pluspunkt Vintage: Der kanadische Kreative reduziert seine multifunktionalen, minimalistischen Möbelstücke auf das Wesentliche.

Text: Kevin Braddock
Fotos: Trent McMinn

Stephen Kenn ist vieles: Kanadier, Whiskey-Geniesser, Ästhet, Wahl-„Los Angeleno“, Jeans-Fetischist – aber in erster Linie ist er Objekt-Designer.

Kenn ist vor allem für seine Sofas und Sessel bekannt, die aus einer Stahlstruktur mit robusten Webriemen und Kissen aus gebrauchten Militärtextilien bestehen. Vor kurzem hat der Designer drei Stücke für Victorinox entworfen, die durch ihr einzigartiges, multifunktionales Design begeistern. Sein Kaffeetisch kann in einen Zeichentisch für Künstler und Handwerker verwandelt werden. Der wunderschöne Stuhl aus Stahl und gegerbtem Leder lässt sich zu einer praktischen Trittleiter zusammenfalten. Seine dritte und faszinierendste Arbeit ist ein vielseitiges Aufbewahrungsobjekt, das aus vier unabhängig voneinander bewegbaren Würfeln mit Walnussholz-Schubladen, Regalbrettern und einem Ganzkörperspiegel besteht – ein Möbelstück für unzählige Verwendungszwecke. Die drei Arbeiten stehen für den zweckmässigen, kraftvollen und auserlesenen Stil Kenns und können ab 1. September direkt beim Designer gekauft werden.

„Die Zusammenarbeit mit Victorinox war von Inspiration, Herzlichkeit und gegenseitiger Unterstützung geprägt“, erinnert sich Kenn. „Bei den Entwürfen haben wir drei Anläufe gebraucht, und ich musste auch durchaus Kritik einstecken. Aber genau das zeigte mir, welchen Wert das Unternehmen dem Projekt beimass. Ich habe einiges gelernt, was mich für den Rest meines Lebens begleiten wird.“

Man könnte Stephen Kenn auch als Authentiker bezeichnen: Zusammen mit seiner Frau Beks Opperman lebt und arbeitet er im Arts District von Los Angeles. Dort zeigt sich Kenns Liebe zu alten Büchern, seltenen Single-Malt-Whiskys und zu seinen Oldtimer-Motorrädern, auf denen das Paar sich gerne auf die Suche nach Abenteuern begibt. Aus diesem Streben nach Authentizität speist sich auch Kenns Leidenschaft für Materialien.

„Militärtextilien wurden bereits für etwas verwendet, das Spuren in der Welt hinterlassen hat“, erläutert der Designer. „Wenn man diese Materialien wegwirft, wirft man einen Teil der Geschichte weg. Ich schenke ihnen ein zweites Leben und rette sie somit vor dem Vergessen.“

Hinter Kenns Absichten steckt jedoch mehr als nur die Wiederbelebung der Vergangenheit. In seiner Kollektion für Victorinox zeigt der Designer die Bedeutung von Objekten auf, die – genau wie das Schweizer Taschenmesser – mehrere Zwecke gleichzeitig erfüllen. Die Basis bildet seine Begeisterung für die Small House-Idee, in der Objekte ihre Funktion auf kleinstmöglichem Raum erfüllen.

Für den kanadischen Kreativen gehen Dekonstruktion und Konstruktion miteinander einher: Bevor er sich dem Möbeldesign zuwandte, hatte er ein Denim-Start-up, das alte Jeans auseinandernahm, sie verarbeitete und wieder zusammensetzte. Dasselbe machte er später mit Ledertaschen. Und jetzt sind es Möbelstücke: Kenn erschafft Objekte, die eine faszinierende Ästhetik besitzen und eine eigene Geschichte erzählen.

„Ich wollte die Herstellungsweise eines Sofas hinterfragen. Also zerlegte ich eines in seine drei Bestandteile: den Holzrahmen, die Metallfedern und die Polsterung. Mein Ziel war es, ein transparentes Sofa zu bauen. Deshalb bat ich einen befreundeten Schweisser, einen von mir entworfenen Rahmen zu konstruieren. Wir befestigten ein paar Riemen daran, legten die Polster darauf und kamen dann auf die Idee, ein Projekt daraus zu machen, d. h. Objekte zu schaffen, die eine Geschichte erzählen.“ Kenns Design-Abenteuer ist eine Geschichte, die sicherlich noch lange nicht zu Ende erzählt ist.

Unter victorinox.com/themakers können Sie den Film zu Stephen Kenns Zusammenarbeit mit Victorinox ansehen. Sämtliche Möbelstücke werden ab dem 1. September exklusiv unter stephenkenn.com verkauft.

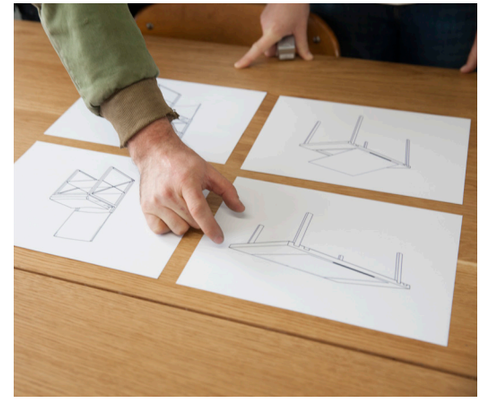
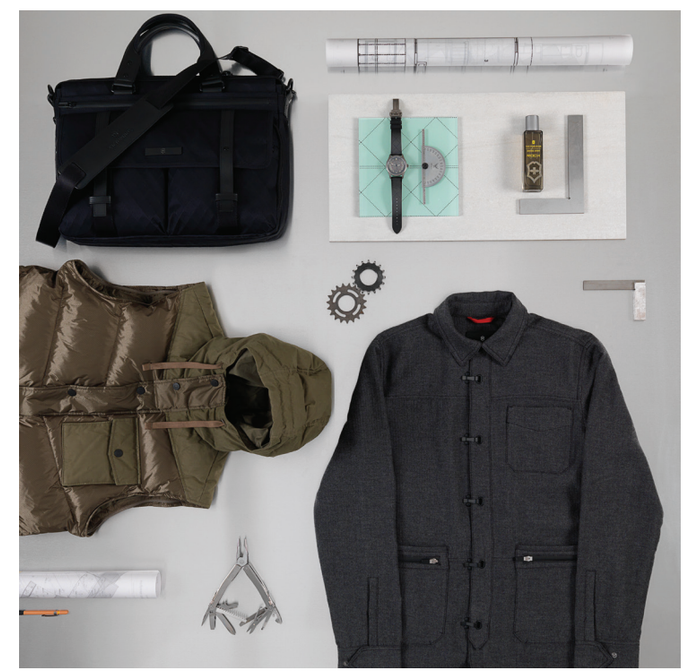


Foto: Amy Bartlam

STEPHEN KENNS PRODUKTAUSWAHL
Unten, von links oben: Special Edition Architecture Urban Brunswick Tasche, Limited Edition Airboss Titanium Uhr, Swiss Army Rock Eau de Toilette, Machinist Mehrzweck-Shirt, Swisstool Spirit X, Mill Daunen-Parka.



QUENTIN BISCH

Halb Chemiker, halb Philosoph – der Kopf hinter Swiss Army Rock und Victorinox Ella ist geübt darin, erfolgreiche Düfte der Zukunft zu erschnuppern.

Text: Caroline Pieracci
Zeichnungen: James Dawe

Düfte können uns an unsere Kindheit erinnern, an unsere erste Liebe, an gute und weniger gute Zeiten. Sie haben die Kraft, eine Stimmung zu schaffen und in kürzester Zeit die Atmosphäre zu verändern. Aber warum besitzen sie so viel Macht?

Unser Geruchssinn ist direkt mit unserem limbischen System verbunden, d. h. dem Teil des Gehirns, in dem wir unsere Emotionen verarbeiten. Während die anderen Sinne zunächst das kognitive System passieren, lösen Düfte unmittelbare Emotionen aus.

Parfum nutzt genau diese biologische Konstellation: Wenn wir Düfte kreieren, schaffen wir Emotionen. Dies ist wohl der Grund, warum Menschen seit jeher Düfte lieben. Aber wie entsteht diese mystische Substanz eigentlich?

„DÜFTE KÖNNEN UNS AN GUTE UND WENIGER GUTE ZEITEN ERINNERN. SIE HABEN DIE KRAFT, EINE STIMMUNG ZU SCHAFFEN UND IN KÜRZESTER ZEIT DIE ATMOSPHÄRE ZU VERÄNDERN.“

ZUTAT 1: DIE VISION

Jeder Duft beginnt mit einer Vision. Im Fall von Swiss Army Rock sollte ein Parfum entwickelt werden, das dem Träger ein Gefühl seiner eigenen Kraft vermittelt und ihn mit Gedanken an Berge, freie Natur und Abenteuer beflügelt.

Dieses Konzept wurde danach mit einer Reihe von Parfumeur weltweit geteilt. Düfte sind eine sehr persönliche Angelegenheit, daher wussten wir bereits im Voraus, dass jeder Parfumeur eine eigene Interpretation abliefern würde.

Als wir einige Wochen später die Kreationen erhielten, war sofort klar: Quentin Bischs Duft war genau das, was wir uns vorgestellt hatten.

ZUTAT 2: DIE DÜFTE

Einem Parfumeur stehen etwa 3000 Duftnoten zur Auswahl. Aus diesem olfaktorischen Angebot entschied sich Quentin Bisch für neun Hauptbestandteile, um Swiss Army Rock zu erschaffen.

Für die Kopfnote, die zuerst wahrgenommen wird, wollte Bisch etwas Frisches, das an die Freiheit der Berge erinnert. Deshalb verwendete er Artemisia Extrakt und ergänzte ihn mit Lavendel, der einen maskulinen Touch verlieh.

Zedernholz und Weihrauch bereichern den Duft mit einer holzigen Note. Das Ensemble inspiriert sich gegenseitig und schafft eine Aura, die für Kraft und Abenteuerlust steht.

ZUTAT 3: DIE NASE

Die menschliche Nase ist ein beeindruckendes Werkzeug. Beim Riechen eines Duftes atmet man eine Molekülmischung ein. In der Nasenhöhle werden die Moleküle von den Geruchsrezeptorneuronen erkannt.
Diese Neuronen senden dann Impulse an das Gehirn, die es uns ermöglichen, den Geruch zu erkennen.

Ein Parfumeur arbeitet ständig daran, diese Fähigkeit weiterzuentwickeln. An der berühmten Parfumeurschule Givaudan besteht die erste Herausforderung darin, die 500 Rohdüfte zu unterscheiden, aus denen ein Duft besteht – mit verbundenen Augen!

Nach der Ausbildung hat ein Parfumeur 1000 verschiedene Düfte gespeichert und kann diese wie eine Farbpalette nutzen.

ZUTAT 4: DAS TALENT

Quentin Bisch ist der kreative Kopf hinter Swiss Army Rock, und unserem Damenduft Victorinox Ella. Seit 2011 arbeitet er in Paris für Givaudan, einem führenden Parfumhersteller.

Bischs Werdegang ist recht ungewöhnlich: Bevor er bei Givaudan anfing, leitete er sein eigenes Theater. Als er jedoch seiner Leidenschaft für Düfte nachgehen wollte, verliess er die Theaterwelt und begann seine Ausbildung an der weltweit renommierten Givaudan Parfumerieschule in Paris.

Swiss Army Rock und Victorinox Ella befinden sich in illustrer Gesellschaft: Bisch kreierte bereits mehrere international erfolgreiche Parfums, darunter Angel Muse für Thierry Mugler und Missonis gleichnamigen neuen Damenduft.

Sie möchten mehr über die Parfumherstellung erfahren? Wir haben Quentin Bisch bei der Entwicklung von Swiss Army Rock begleitet. Die gesamte Geschichte erfahren Sie unter victorinox.com/themakers.

„MIT SWISS ARMY ROCK HATTEN WIR EINEN DUFT IM SINN, MIT DEM SICH DER TRÄGER STARK UND ABENTEUERLUSTIG FÜHLEN SOLLTE.“

Swiss Army Rock
Eine würzige Note bildet zusammen mit mineralischen Akzenten einen aussergewöhnlichen und dennoch edlen Duft.

Victorinox Ella
Eine romantische Mixtur aus Früchten, Blumen und Gewürzen für die moderne Frau.

DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN

Inspiration für die Herbst/Winter-Kollektion 2016 war die Kreativität der Handwerkskunst – die perfekte Kombination aus Stil und Funktionalität.

In der neuen Kollektion von Victorinox steht die Verbindung von Moderne und Tradition im Mittelpunkt, die das Wesen des Schweizer Unternehmens ausmacht. Allgemein gesehen ist diese Verbindung charakteristisch für Design und Kultur dieses Landes.

Inspiration für die Herbst/Winter-Kollektion 2016 mit dem Titel „Modern Craft“ waren die weltweite Rückbesinnung auf das Handwerk und die Do-it-yourself-Bewegung – die Kollektion ist eine Hommage an diese kreativen „Makers“. In Zusammenarbeit mit einigen dieser modernen Handwerker startete Victorinox die Kampagne „The Makers“. Grundlegend für die Philosophie der modernen „Makers“ ist die Idee, dass Produkte funktional sind, die Handwerkskunst würdigen und das Alte neu angehen.

Das Victorinox Modular Liner System setzt diese Einstellung von Schlichtheit und Funktionalität um. Das System besteht aus Innen- und Aussenjacken mit unserem charakteristischen Schweizer Rautensteppmuster. Sie können alleine getragen oder mit Druckknöpfen aneinander befestig werden und sind damit besonders vielseitig. Somit kann der Träger

seine Jacke von Saison zu Saison erneuern, indem er diese einfach mit einer Innenjacke kombiniert – ein jahrelanger Begleiter, mit dem Victorinox ein Zeichen für Nachhaltigkeit setzt und Kleidung schafft, die sich perfekt anpasst.

Eine weitere Initiative von „Modern Craft“ ist eine Serie aus limitierten Stücken, die von der Kunst der „Maker“ inspiriert sind. Mit Namen wie dem Mantel „Masonry“, dem Pullover „Craftsman“, dem Mehrzweck-Shirt „Machinist“ und der Weste „Sculptors“ liefert die aus sechs Modellen bestehende Serie eine moderne Interpretation der traditionellen zweckmässigen Handwerkskleidung. Die verwendeten Materialien sind im Vintage-Look gehalten – Moleskin und Webkanten-Denim, Fischgrätmuster und melierte Wolle – die Kollektion zeichnet sich jedoch durch einen modernen Stil aus. Geschweisste Taschen mit wasserabweisenden Reissverschlüssen, Bungee-Kordelzüge als Knopflöcher und lasergeschnittene Ösen stehen für modernen Komfort. Ergebnis ist eine aussergewöhnliche Mischung aus Modernität und Tradition, die in Sachen Qualität, Handwerkskunst und Innovation Höchstleistungen erbringt.

Bei dem Modular Liner System können Innen- und Aussenjacken alleine getragen oder mit Druckknöpfen aneinander befestigt werden.

Vorherige Seite: Bernhold Jacke mit Druckknöpfen, Acier T-Shirt, Grafik Modular Liner, G-Code Regenmantel, Industriast Cordhose, Luxe Mütze.

Gegenüberliegende Seite: Airboss Titanium Uhr.

Diese Seite: G-Code Regenmantel, Architect Hose, Special Edition New Brunswick Tasche.

Diese Seite: Special Edition
New Brunswick Tasche.

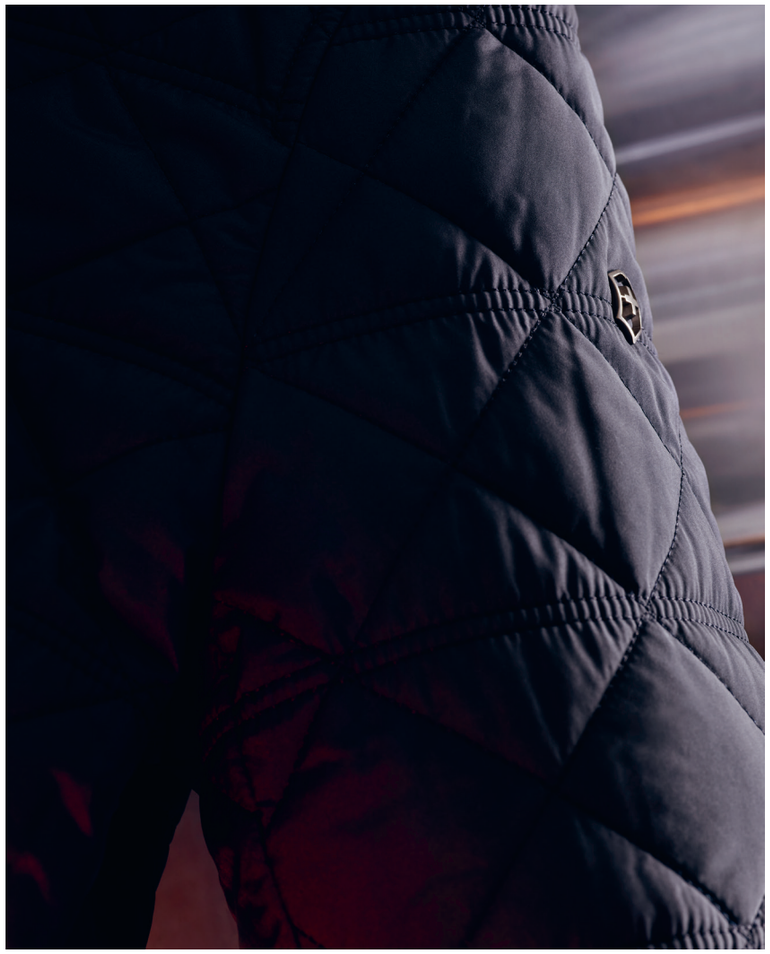
Gegenüberliegende Seite:
Machinist Mehrzweck-Shirt,
Maestro Pullover, Mercantile
Jeans aus Selvage-Denim.

Gegenüberliegende Seite:
Damast Limited Edition
Schweizer Taschenmesser.

Diese Seite: Sculptors Weste,
Ombre Pullover.

Diese Seite: Grafik Modular Liner.

Gegenüberliegende Seite: G-Code Regenmantel, Matterhorn Weste, Fusee Pullover, 96 Shirt meliert.



KREATIVE HAUPTSTÄDTE

Eine Handwerks-Revolution ist im Gange – und diese vier wegweisenden Viertel in vier verschiedenen Städten auf der ganzen Welt führen die Bewegung an.

Text: Chris Madigan
Illustrationen: Owen Gatley

PEARL DISTRICT, PORTLAND

Als Künstler die verlassenen Rangierbahnhöfe und Lagerhallen am Ufer des Willamette River im Nordwesten von Portland (Oregon) in Besitz nahmen, bezeichnete der Galerist Thomas Augustine deren Loft-Studios als „Pearls“ in den krustigen Austernschalen der Industriegebäude. Seitdem hat sich dieses Viertel in ein wahres „Makers“-Mekka verwandelt.

Die zwei Kunst- und Designschulen im Pearl District – das Pacific Northwest College of Art und The Art Institute of Portland – leisten einen wertvollen Beitrag zu der lebhaften Kreativszene. In den Geschäften neben den Schulen und Galerien werden lokal produzierte Möbel, Haushaltswaren und Kleidung verkauft. Eine der Boutiquen, das Rachelle M Rustic House of Fashion, stellt ihre Waren auf handgefertigten Möbelstücken und Schaufensterpuppen aus, während MadeHere PDX verschiedenste in der Umgebung hergestellte Produkte verkauft – von Schmuck über Speisen und Getränke bis hin zu Werkzeugen für den echten Naturburschen, so unter anderem Äxte.

Der Pearl District ist vielleicht nicht das Zentrum der Food-Truck-Szene von Portland, das Khao San auf der NW Flanders Street ist jedoch eines der besten thailändischen Restaurants der Stadt. (Und ja, der Schöpfer der *The Simpsons* Matt Groening hat sich bei der Namensgebung seiner Figuren von seiner Heimatstadt inspirieren lassen).

Eines ist sicher: Portlands Craft-Beer-Phänomen hat im Pearl District seinen Ursprung. BridgePort stellt seit den 1980er Jahren in einem ausgedienten Seil-Lagerhaus IPAs mit hohem Hopfengehalt her, während die Deschutes Brewery aus Bend (Oregon) auf der NW 11th Avenue experimentellere Biere braut und die Rogue Distillery nicht nur Bier, sondern auch Whiskey, Rum, Gin und Wodka produziert.

Die rivalisierende Stadt Seattle im Pazifischen Nordwesten wird von vielen als der Ausgangspunkt der Kaffeerevolution bezeichnet, für viele ist jedoch Portland deren Ursprungsort. Das erste Barista-Lokal wurde im Pearl District eröffnet, und das Sisters aus der gleichnamigen Stadt in Zentral-Oregon wählte das Viertel als ersten Standort in Portland. In Portland kommt jedoch auch der Tee nicht zu kurz: In der Tea Zone gibt es eine gute Tee-Auswahl und Live-Musik.

Wer Inspiration für das nächste kreative Projekt braucht, sollte Powell’s City of Books besuchen, die einen ganzen Häuserblock umfasst und rund eine Million Bücher lagert.

> „IN DEN GESCHÄFTEN NEBEN DEN SCHULEN UND GALERIEN WERDEN LOKAL PRODUZIERTE MÖBEL VERKAUFT.“

VESTERBRO, KOPENHAGEN

Während des enormen Wachstums der Stadt Kopenhagen im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert lieferte der Bereich über der Westbrücke (Vesterbro) den Grossteil der Speisen und Getränke für die Stadtbevölkerung. In dieser Zeit wurde die Carlsberg-Brauerei hier gegründet, und das Schlachthofviertel entstand.

Als Rotlichtviertel stillte Vesterbro zudem auch die die fleischlichen Begierden der Bewohner. In den letzten Jahrzehnten werden jedoch Prostitution und Drogenhandel von der Polizei bekämpft, was neben den Entwicklungszuschüssen und der Gentrifizierung zu einem erheblichen Wandel des Viertels beigetragen hat.

Heute findet man in den breiten Kopfsteinpflasterstrassen Werkstätten und Studios von zahlreichen Künstlern und Designern. Sie sind von einem dichten Netz an Galerien umgeben, darunter die bahnbrechende Galleri Bo Bjerggaard und die V1 Gallery im Schlachthofviertel sowie einige experimentelle gemeinsam genutzte Räumlichkeiten wie das Officin, das New Shelter Plan und das OK Corral im ehemaligen Carlsberg-Viertel.

> „DIE JUNGE ALTERNATIVE KÜCHE IST IN VESTERBRO BESONDERS LEBHAFT.“

An Orten wie zum Beispiel dem Designer Zoo können Produkt-, Schmuck- und Accessoire-Designer nicht nur Arbeiten, sondern auch gleich Ausstellen und Verkaufen. Der Designer Zoo verkauft die Werke der Handwerker, die in den Werkstätten vor Ort arbeiten, sowie von Künstlern und Kunsthandwerkern aus ganz Dänemark.

Auf dem Gebiet Bühne und Technik sind die Medley Studios zu nennen, die bereits internationale Künstler von Prince über Radiohead bis hin zu Mary J Blige und dänische Bands wie D-A-D und Carpark North zu ihren Gästen zählten.

Kopenhagen ist einerseits der Sitz von Weltklasse-Restaurants wie dem Noma und dem Geranium, andererseits gibt es eine lebhafte Szene für die alternative handwerkliche Küche. Während man in Vesterbro auf Streetfood und internationale kulinarische Erlebnisse setzt, erhält man im Madklubben und im umweltfreundlichen BioMio preisgünstige skandinavische Gerichte. Lokal hergestelltes Bier, Brot und andere handgemachte Speisen sind im Kihoskh erhältlich.

HACKNEY WICK, LONDON

Wie viele andere Stadtviertel mit einer lebendigen kreativen Szene hat auch Hackney Wick eine industrielle Vergangenheit, angefangen bei der riesigen Seidenfabrik aus dem späten 18. Jahrhundert, deren Gründung das damalige Dorf von Grund auf veränderte. Im Laufe des darauffolgenden Jahrhunderts siedelten sich in Hackney Wick die Carless Erdölraffinerie, die Matchbox-Fabrik und der Süsswarenhersteller Clarnico an.

Der Niedergang der Industrie im 20. Jahrhundert führte schliesslich zu Not und Armut. Ehemalige Industriegebäude eignen sich jedoch hervorragend für die „Makers“ des 21. Jahrhunderts, und der Bau des Olympiaparks für die Spiele 2012 wurde von Zuschüssen für die lokal ansässige Gemeinde begleitet.

Hier ist die Kunst der sichtbarste Stifter – Hunderte Künstlerateliers drängen sich auf kleinstem Raum. Das White Building stellt preisgünstige Arbeits- und Ausstellungsflächen sowie ein Entwicklungsprogramm für Kunst und Technologie bereit. In Fish Island über der Hertford-Union-Canal-Fahrradbrücke sind ebenfalls zahlreiche Künstler und Designer ansässig. Und der Stour Space ist ein weiterer Raum für Kunst und Galerien, mit Schwerpunkt auf der Förderung des kreativen Unternehmergeistes.

Daneben ist in Hackney Wick die Mode sehr präsent. Hier treten zahlreiche frischgebackene Designer in die Fussstapfen von Christopher Raeburn, einem der erfolgreichsten Designer Grossbritanniens, der häufig mit Victorinox zusammenarbeitet und sich auf die Neuinterpretation von Vintage-Materialien spezialisiert hat.

Die Londoner Craft-Beer-Revolution hat auch vor Hackney Wick nicht Halt gemacht. Das White Building beherbergt die Bar und Pizzeria Crate, deren Brauerei in einem nahe gelegenen Industriekomplex liegt, und die Howling Hops Bar befindet sich genau nebenan. H Forman & Son räuchert und pökelt hier Fisch seit über 100 Jahren – nach der Verdrängung durch den Bau des Olympiastadiums hat das Unternehmen nun eine Räucherkammer und ein Restaurant auf Fish Island.

Die Fahrradleidenschaft in East London wird von Kennedy City Bicycles angefeuert, die in Clapton individuelle Fahrräder fertigt, sowie vom Bamboo Bicycle Club, einer Werkstatt, in der man sein eigenes Fahrrad zusammenbauen kann.

> „EHEMALIGE INDUSTRIEGEBÄUDE SIND IDEAL FÜR DIE „MAKERS“ DES 21. JAHRHUNDERTS.“

> „DIESES URBANE GLOBALE DORF IST EINE VERSCHMELZUNG AUS JAPANISCHER TRADITION UND INTERNATIONALEM STIL.“

SHIMOKITAZAWA, TOKIO

Shimokitazawa bedeutet übersetzt „unterer Nordstrom“. Dieser ländliche Name deutet auf die Geschichte des Viertels als verschachteltes ländliches Dörfchen hin, das von der wachsenden Grossstadt verschlungen wurde. Das Labyrinth der engen Gassen ist das berühmte Markenzeichen von Shimokita und schützt das Viertel gleichzeitig vor Investoren. Es ist zwar genau wie Harajuku von jungen Hipstern besiedelt, die engen, schwer zugänglichen Gassen machen es den grossen Ladenketten, die sich gerne hier ansiedeln würden, jedoch schwer.

Dies führte dazu, das Shimokitazawa zu einem Zentrum für unabhängige Händler und Handwerker im Bereich Mode und Schmuck wurde. Einige Designer recyceln Secondhandkleidung in kleinen Werkstätten hinter Geschäften und Marktständen. Die Kleidungsstücke werden umgeschneidert oder mit Stickereien verziert – in den zu trendigen Jacken umgearbeiteten Kimonos trifft Moderne auf Tradition. Während der Massanfertigung von Schmuck und Lederwaren können Kunden in einer der zahlreichen unabhängigen Bars und Restaurants warten.

In diesem urbanen globalen Dorf trifft Tradition auf internationalen Style: Man findet erfahrene Teemeister im Shimokita Chaen Ooyama ebenso wie Kaffeeröstereien im New-York-Stil in Katsu Tanakas Bear Pond Espresso, während im Ikkyu Donut sowohl Sojasahne als auch das klassische amerikanische Fett- und Zuckergebäck serviert wird.

Das „zakka“-Designphänomen ist in Shimokita sehr präsent: eine Kombination aus Handwerk, Kitsch und Retro-Stil für Accessoires und Haushaltswaren, die ebenso hübsch und anheimelnd wie cool wirken. Aber auch die traditionelle ländliche Handwerkskunst kommt hier nicht zu kurz: Während die meisten Töne aus den Gebäuden in Shimokita aus kleinen Livemusik-Lokalen dringen, hört man gelegentlich auch den Klang der Werkzeuge von Möbelrestauratoren und anderen Handwerkern, so z. B. Shimochari, einem Hersteller von Fahrrädern, Rollern und Skateboard-Fahrrad-Hybriden.

LOKALE ÜBERLIEFERUNG
Mlinarevic kocht ausschliesslich mit Schweizer Zutaten. Auf den Märkten und Feldern findet er alles, was er braucht.

„ICH KANN GAR NICHT ANDERS. ICH FOLGE EINFACH MEINEM HERZEN.“

NENAD MLINAREVIC

Einer der Top-Köche der Schweiz erklärt die Prinzipien eines Küchenhandwerkers. Ein Tipp vorweg: Es geht weniger um Magie als um Disziplin, Kunstfertigkeit, Talent und Teamwork.

Text: Caroline Pieracci
Fotos: Trent McMinn

„Vor einem Jahr wagte ich den Sprung“, erinnert sich der preisgekrönte Schweizer Koch Nenad Mlinarevic. „Wir haben die gesamte Küche ausgeräumt. Alles, was nicht in der Schweiz gezüchtet oder angebaut wurde, musste gehen. Das bedeutet: kein Pfeffer, kein Olivenöl, kein Lachs.“

Mlinarevic kocht seit März letzten Jahres ausschliesslich mit Schweizer Zutaten. Obwohl er stets in engem Kontakt mit lokalen Lieferanten stand, brauchte es ein wenig Zeit, bis der Koch den Mut aufbrachte, diese Haltung zu seinem persönlichen Merkmal zu machen – von nun an musste Sellerie aus Luzern und Mangalica-Schwein aus Zürich gegen norwegischen Lachs aus der Nordsee und Steinbutt aus der Bretagne antreten. Doch sein Erfolg war das Risiko wert: Die Küche in Mlinarevics Restaurant Focus in Vitznau wurde mit zwei Michelin-Sternen und 18 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet.

Mlinarevic ist ein „Maker“, ein echter Handwerker: Seine Gerichte bezeugen dies. Er kocht seine Speisen noch immer selbst und steht an fünf Tagen in der Woche fast zehn Stunden am Herd. „Das ist nicht ganz richtig“, wendet Mlinarevic ein. „Unsere regionale Küche treibt uns nun häufiger aus der Küche heraus, auf den Markt, zu unseren Produzenten oder raus ins Feld zum Suchen und Sammeln von Zutaten. Normalerweise kommt das ganze Küchenteam mit. Das ist effizienter“, erläutert der Koch. „Und macht mehr Spass“, ergänzt Pascal Steffen, Mlinarevics Souschef. „Wir haben schon die unglaublichsten Entdeckungen gemacht. In unserem Dorf wohnt ein Mexikaner, der seine Heimat so sehr vermisste, dass er damit begann, Chilipfeffer anzubauen“, erzählt Mlinarevic.

NENADS VIER LEITPRINZIPIEN

1. LOKALE PRODUKTE

Mlinarevic verwendet ausschliesslich lokale Produkte und Zutaten. Zunächst fühlte er sich unsicher: Würde er seine Ansprüche feinster Küche kontinuierlich erfüllen können? Jeden Tag? Er konnte! Mlinarevics Konzentration auf regionale Produkte feuerte seine Kreativität nur noch mehr an – und so wurde er Koch des Jahres 2016.

2. HANDWERKSKUNST

Mlinarevics lernte seine Arbeit von Grund auf. Tagelang hackte er Lauch, nahm Fisch aus und schmeckte Saucen ab. Aber diese harte Schule war notwendig: „Das ist der einzige Weg, um die richtigen Techniken zu erlernen und eine fundierte Bibliothek aus Aromen aufzubauen.“ In anderen Worten: Wenn man Poesie schaffen möchte, muss man zuerst richtig schreiben lernen.

SANTOKUMESSER

„Alles begann mit Victorinox“, grinst der Sterne-Koch. „An meinem ersten Arbeitstag schickte mich der Lehrmeister zur Schmiede. Dort erwartete mich ein Set aus Victorinox-Messern.“ Und er ist uns treu geblieben: Mlinarevics wichtigstes und liebstes Werkzeug ist das Santokumesser von Victorinox.

3. NEUGIER

Mlinarevic und sein Team kochen jeden Tag nach den höchsten kulinarischen Standards. Das Prinzip hinter dieser hohen Qualität und Mlinarevics Ausdauer ist pure Neugier. „Jeden Morgen freue ich mich auf die neuen Abenteuer, die mich in der Küche erwarten“, führt der junge Koch aus. Daher taucht kein Gericht ein zweites Mal auf der Karte auf. Denn: Es gibt ja noch so viel auszuprobieren.

4. TEAMWORK

Mlinarevic ist zwar das Gesicht des Restaurants, er spricht jedoch stets von „uns“ und „wir“. Er und sein Team haben das Schweizer-Küche-Projekt zusammen entwickelt und arbeiten weiterhin gemeinsam daran. „Wir servieren Exzellenz in einem unglaublichen Tempo. Daher müssen nicht nur die Zutaten stimmen, sondern auch das Teamwork muss einwandfrei klappen.“

GESCHMACKSKÜNSTLER
Mlinarevic und sein leidenschaftliches Team in der Küche seines Sterne-Restaurants Focus in Vitznau (Schweiz).

Was unterscheidet die Gerichte des jungen Kochs von denen seiner Wettbewerber? „Ich möchte der Essenz meiner Zutaten auf den Grund gehen“, erklärt er. „Beispielsweise besteht eines unserer Gerichte aus 26 Gemüsesorten, von denen jede so zubereitet ist, dass ihr Aroma bestmöglich zur Geltung kommt.“

Eine wichtige Rolle spielt ausserdem die Harmonie der Aromen. Mlinarevic kombiniert Kürbis mit Holunderbeeren, kocht grüne Linsen in Fischfond und fügt Ente mit Äpfeln zusammen, um die Mischung anschliessend zu kleinen Würsten zu formen und diese als eine Art Hot Dog zu servieren. Was so spielerisch klingt, ist harte Arbeit, die jeden Tag neu beginnt. „Ich kann gar nicht anders. Ich folge einfach meinem Herzen“, schliesst er ab, und krempelt die Ärmel hoch. Seine Gäste warten schon.

Unter victorinox.com/themakers erfahren Sie mehr über Mlinarevics Küche.

KYLE BEAN

Lernen Sie den Schöpfer des wunderschönen Dioramas auf unserer Titelseite kennen – der Künstler, Designer und Illustrator vereint die Techniken aus der Vergangenheit mit der Technologie von morgen.

Text: Chris Madigan
Fotos: Trent McMinn

Es ist schwer, einen echten „Maker“ in eine Schublade zu stecken, und Kyle Bean ist da keine Ausnahme. Bean entwickelte zusammen mit Victorinox ein Diorama der Schweizer Landschaft. Dieses besteht aus mehreren ineinandergesteckten Lagen Papier und repräsentiert das Schweizer Taschenmesser und die Funktionsweise eines Schweizer Uhrwerks. Das Diorama ist auf dem Titelblatt dieser Ausgabe zu sehen. Kyle Bean lehnt die Bezeichnung „Handwerker“ für sich selbst jedoch ab: „Für mich ist das jemand, der sich auf ein bestimmtes Material oder eine Arbeitsweise spezialisiert hat.“ Als kreativer Unternehmer, der für Modehäuser, grosse Marken und globale Veröffentlichungen arbeitet, möchte er jedoch auch nicht als „Künstler“ bezeichnet werden. Er zieht vielmehr den Begriff „haptischer Illustrator“ vor.

„Schon in meiner Kindheit liebte ich das Basteln und Werken“, erläutert Bean. „An der Uni langweilte mich das Zeichnen und Malen. Viele der Illustrationen wurden vollständig digital erschaffen, aber mich interessierte mehr das Greifbare.“ Was für den Studenten zunächst nur notwendiges Arbeitsmaterial war, wurde bald zum Material seiner Wahl: „Papier ist so befreiend vielfältig und in unendlich vielen Farben erhältlich. Da es sehr leicht zu beschaffen ist, kann man hervorragend damit experimentieren.“ Beans Arbeiten setzen die uralte Geschichte der Papierkunst fort, die vom chinesischen Scherenschnitt über indonesisches Schattentheater, den aufwendig verschlungenen Schweizer Scherenschnitt und viktorianische Papiersilhouetten bis zur heutigen Papierkunst reicht. Der Illustrator ist jedoch kein konservativer Technikfeind: „Ich nutze die Technologien, die mir beim Umsetzen meiner Ideen helfen. Zum Schneiden verwende ich ein Skalpell – das Schneiden von Hand ist viel genauer –, aber ich setze auch den Adobe Illustrator zum Anfertigen von Designs und einen Schneideplotter zum Ausdrucken der Formen ein. Und momentan probiere ich gerade die Kombination von Papier und 3-D-Druckern aus.“

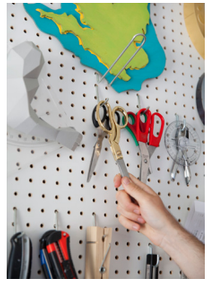
Bean hat sich zwar einen Namen mit seiner Papierkunst gemacht. Er liebt jedoch auch die Herausforderung, mit anderen Materialien zu experimentieren. Ausgehend von einem ersten Konzept sucht er das am besten geeignete Medium. „Für einen Zeitschriftenartikel über die Vogelgrippe entwarf ich eine Pilzwolke aus echten Federn, ein zartes Gebilde, das die Vergänglichkeit der Schönheit perfekt einfing.“ Auf seiner Suche nach Materialien treibt es Bean manchmal an ungewöhnliche Orte wie Schrottplätze oder Holzlager. „Ich unterhalte mich viel mit Leuten aus der Baubranche, wir teilen die Leidenschaft für Holzmaserung. Dabei zählen für die Bauexperten die praktischen Gründe, für mich die Ästhetik!“

Ein wichtiger Teil von Beans Methodik ist der Austausch mit Experten aus anderen Disziplinen. „Da ein grosser Teil meiner Arbeit aus Bildern besteht, kann mir beispielsweise ein Fotograf wertvolle Ratschläge geben – so unter anderem zum Verhältnis von Licht und haptischen Eigenschaften. Ich habe aber auch schon mit Experten im Bereich Grossbauten oder mit Designern von Animationsmodellen zusammengearbeitet. Mit meinem Netzwerk aus Fachleuten unterschiedlichster Bereiche werden meine Projekte um einiges besser als im Alleingang.“

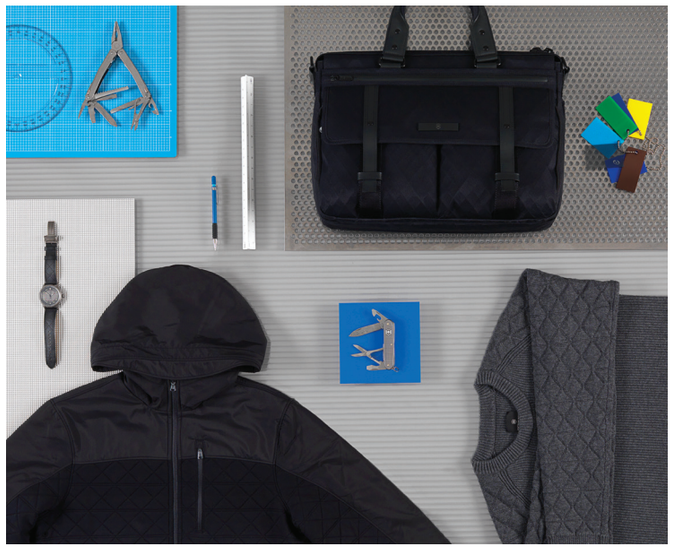
Beans Zusammenarbeit mit Victorinox ist so innovativ wie logisch. Für sein Modell des Victorinox-Fabrikgebäudes in Ibach setzte Bean die japanische Kirigami-Technik ein. Auf Seite 26 finden Sie eine Anleitung für eine einfache Papierskulptur mit dieser Technik. Der Illustrator leitet ausserdem den Scherenschnitt-Workshop auf dem Wilderness-Festival in Oxfordshire (Grossbritannien) in diesem Sommer, sodass die Festivalbesucher selbst zu „Makers“ werden können. *Unter victorinox.com/themakers können Sie Bean bei seiner Arbeit im Studio zuschauen.*

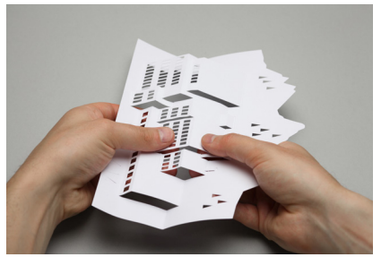
„ICH WOLLTE ETWAS GREIFBARES SCHAFFEN.“

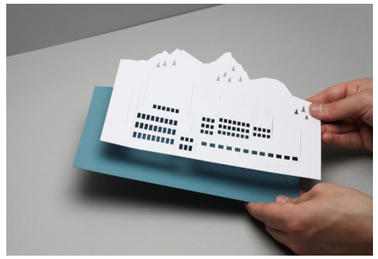
HANDARBEIT
Für die stilisierte Schweizer Landschaft auf der Titelseite verwendete Kyle Bean die japanische Schnitt- und Falt-Technik Kirigami.

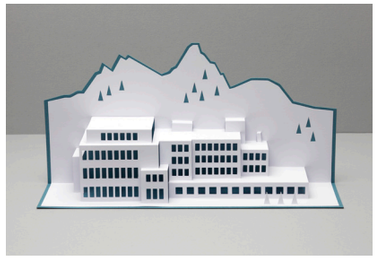


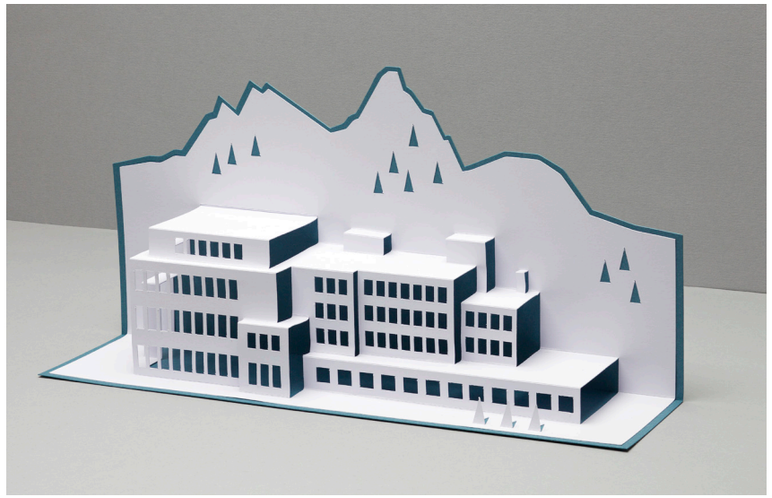
KYLE BEANS PRODUKTAUSWAHL
Im Uhrzeigersinn von links oben: Swisstool Spirit X, Special Edition Architecture Urban Brunswick Tasche, Fusee Pullover mit Rundhalsausschnitt, Pioneer X Damascus Limited Edition Schweizer Taschenmesser, Steppen Athleisure mit durchgehendem Reissverschluss, Limited Edition Airboss Titanium Uhr.











BASTELN SIE IHRE EIGENE KIRIGAMI-SKULPTUR

Schritt-für-Schritt-Anleitung für ein Papiermodell der Victorinox-Fabrik in der Schweiz.

Von Kyle Bean

SCHRITT 1

Trennen Sie die Pappbögen vorsichtig an der Perforation ab. Schneiden Sie die Berg-Form aus dem weissen und dem blauen Bogen aus und drücken Sie die vorgestanzten Fenster heraus.

SCHRITT 2

Falten Sie vorsichtig entlang der horizontalen Linien. Richten Sie sich dabei nach der Abbildung der fertigen Papierskulptur. Achten Sie darauf, keines der Fenster zu knicken, da dies die Stabilität der fertigen Arbeit beeinträchtigen würde.

SCHRITT 3

Falten Sie die obere Hälfte über die untere Hälfte, um eine besonders scharfe Faltung zu erzielen. Üben Sie mit Ihren Fingern Druck auf die gefalteten Linien aus, um diese stärker zu definieren.

SCHRITT 4

Öffnen Sie die Arbeit in einem 90-Grad-Winkel. Falzen Sie das Rückblatt an den angegebenen Stellen und falten Sie es in der Mitte, sodass ebenfalls ein 90-Grad-Winkel entsteht. Tragen Sie auf die schattierten Bereiche des blauen Bogens Klebstoff auf und platzieren Sie den weissen Bogen darüber. Ihr Kirigami-Modell der Victorinox-Fabrik ist fertig!

TRADITIONELLE MUSTER NEU VERWENDET

Das Design auf dieser Seite diente als Inspiration für die Herbst/Winter-Kollektion 2016 von Victorinox. Ursprung ist das legendäre Steppmuster der Schweizer Armee. Dieses Steppmuster ist im Herbst/Winter 2016 auf Kleidung, Uhren und Reisegepäck zu sehen.

ZÜRICH, GENF, KÖLN, LONDON, NEW YORK, TORONTO, TOKIO, HONGKONG

UNTER VICTORINOX.COM FINDEN SIE DAS NÄCHSTGELEGENE GESCHÄFT.
IN AUSGEWÄHLTEN LÄNDERN KÖNNEN SIE ONLINE SHOPPEN.

FACEBOOK.COM / VICTORINOX TWITTER.COM / VICTORINOX INSTAGRAM.COM / VICTORINOX

#THEMAKERS