

# *Storybook*

2010 – 2020

**SPOTWERBUNG.**

SPOT Werbung

# Storybook

2010 – 2020

# ROCK'N'ROLL *Cuisine*

MIT DEM «W HOTEL» HAT VERBIER MODERNEN LUXUS UND NEW YORKER EXTRAVAGANZ IN DIE SCHWEIZER ALPEN GEBRACHT. EIN GUTER MIX. WIE AUCH DIE IBERO-ALPINE PICA-PICA-KÜCHE DES KATALANISCHEN STARKOCHS SERGI AROLA. AUF EINEN STIL WILL ER SICH NICHT FESTLEGEN. WIR HABEN SEINE KÜCHE PROBIERT UND SAGEN: WILD AT HEART.



Mich erinnert Sergi Arola irgendwie an Ruben Block von Triggerfinger. Mit seinen Tattoos, dem Lederarmband, dem rebellischen Look und seiner Rock'n'Roll-Attitüde. Unser Gespräch beginnt dann auch mit Abschweifungen ins Barcelona der 1980er Jahre, zu Drogen, Clubs, Gangs und Hafenkneipen. Zu Punk und New Wave, Liebe, Leidenschaft und dem wahren Leben. Später stellt sich heraus, dass Sergi tatsächlich auch Musiker ist – in den Achtzigern sang und spielte er bei den Los Canguros, einer respektierten spanischen Indie Band. Noch heute übt er täglich auf einer seiner zwölf Gitarren. Die Leidenschaft für Musik führte ihn auf Umwegen zur Kocherei. Nicht, dass ihn das gross interessiert hätte. Koch war damals kein angesehener Beruf. Aber Ferran Adrià bot dem Jungspund einen Job an, der ihm genug Freiraum liess, weiter seinen Musikerambitionen nachzuhängen. Später folgte er Adrià ins legendäre «El Bulli» bevor er nach Paris und zu Pierre Gagnaire wechselte. Ein Schlüsselerlebnis war die Einsicht, dass man auch als Koch Grosses erreichen, quasi Rockstar werden konnte. Auf sein Gitarrenspiel habe er sich nie gross etwas eingebildet, wenn er dies so gut erlernt hätte wie später das Kochen, wäre er aber wohl eine Art spanischer Eric Clapton geworden.

Heute gilt Sergi Arola als einer der kreativsten Köpfe der spanischen Haute Cuisine, Starkoch mit zwei Michelin-Sternen, moderiert er TV-Sendungen und leitet Restaurants in Madrid, Barcelona, Istanbul, Mumbai, Santiago de Chile, Paris, London... und seit kurzem auch in Verbier. Das passt! Das «W Verbier» ist das erste alpine Ski-Resort der global aufgestellten Designhotelkette. Jung, chic, aufgeweckt trifft das kosmopolitische Lebensgefühl der Weltmetropole New York auf alpine Geradlinigkeit im Herzen der Walliser Berge. Als kulinarischer Pate bringt Arola die katalanische Kochkunst ein, mischt sein zeitgemässes Pica-Pica-Konzept mit dem Reichtum der alpinen Gerichte und Produkte. Nicht ohne vorher viel Zeit in der Gegend verbracht zu haben. Zusammen mit dem schwedischen Küchenchef Torsten Sällström, der bereits für Arolas Restaurant in Madrid zuständig war, haben sie lokale Produzenten besucht und sich von der Vielfalt des Terroirs und der Qualität der Alpenprodukte inspirieren lassen. Dies alles finden wir nun auf dem Teller wieder.

Also: Game on! Es ist Spätherbst – Wildzeit!

#### ERSTER GANG:

Jakobsmuscheln mit Blutwurst, Kürbischips und grünem Kardamom.

«Sergi, du hast bei Ferran Adrià und Pierre Gagnaire, zwei der bedeutendsten Chefs der Gegenwart, gelernt. Was hat dich am meisten geprägt?» – «Das Wichtigste sind nicht etwa die Rezepte oder Techniken. Rezepte sind Bullshit, man kann sie einfach in einem Buch nachlesen, im Fernsehen oder auf YouTube anschauen. Das Wichtigste ist der Masterchef als Persönlichkeit. Mich haben immer der Instinkt eines Ferran Adrià und die Passion von Pierre Gagnaire fasziniert. Die Kombination von beidem finde ich perfekt. Wahrscheinlich kann ich meinen Meistern in den beiden Disziplinen nicht das Wasser reichen, aber ich habe immer versucht, diese beiden Aspekte in Balance zu bringen. Das finde ich übrigens auch im Leben wichtig.»

#### ZWEITER GANG:

Tataki vom Reh mit Rüben, Steinpilzen und Wacholder an Humagne-Rouge-Fonds.

«Nein. Ich denke nicht, dass ich besonders kreativ bin. Wenn man über Kreativität spricht, verfällt man gerne in das tiefe Loch der Rezepte. Kreativ sein heisst nicht unbedingt gut sein. Auf die Musik bezogen war Mozart sehr kreativ, aber gleichzeitig auch sehr klassisch. Oder die Rolling Stones! Früher die absolut wildeste Band, wurde sie zum Mainstream. Wenn Kreativität zum Establishment wird, die wilde Küche der letzten Jahre zur Nomenklatur, was ist dann der Sinn der Kreativität? Was macht Punk für einen Sinn, wenn man die Nietenjackete und Doc Martens in den Galeries Lafayette kaufen kann? Man muss zurück zu den Wurzeln. Für mich ist es die Geisteshaltung. The attitude! Diese gilt im Leben wie im Business und im Umgang mit dem eigenen Staff.»

#### DRITTER GANG:

Gebratene Entenbrust auf Kohl und karamellisiertem Endiviensalat mit roten Beeren und Hibiskusblüten.

«Mir fällt es schwer, meinen eigenen Stil zu definieren. Ich wollte nie so sein wie meine Meister. Bin wohl auch nicht so talentiert. Will mich nicht in eine Schublade stecken lassen. Es bereitet mir einfach grosse Genugtuung, meine Gäste glücklich zu sehen, ihnen eine gute Zeit zu schenken. Vielleicht ist es einfach Contemporary Cuisine. Manchmal bezeichne ich meinen Stil als «Complicity with my guests» ... dann sind alle zufrieden.»

#### VIERTER GANG:

Gams-Entrecôte im Gewürzmantel, Rotkohl und Kastanien.

«Ich bin fasziniert von den Alpen. Allein die Aussicht! Wir verwenden allein aus Respekt alpine Produkte. Eigentlich verwende ich in all unseren Restaurants lokale Produkte. Was der Alpenraum hervorbringt, ist einfach unglaublich. Im Umkreis von vielleicht fünfzehn Kilometern finden wir hier die wohl einzigartigsten Weinbauern der Welt, grossartige Käse- und Fleischproduzenten, biologisch gewachsene Früchte und Gemüse ... paradiesisch, ein einziges Schlaraffenland.»

#### DESSERT:

Tartelette mit Birnen (im Vorfeld zusammen mit Sergi Arola zubereitet).

Als ich nach den Zukunftsplänen fragte, kam es wie aus der Pistole geschossen: «Survive! In Spanien ist dies ein sehr verbreiteter Sport. Ein Extremsport – extremer etwa als Paragliding oder sich mit dem Wingsuit von einem Felsen zu stürzen. Der spanische Philosoph Gregorio Maraón sagte einmal treffend: «Wir sind, wer wir sind, und dann sind da noch die äusseren Umstände.» Die Krise in Spanien war und ist eine grosse Herausforderung: geschäftlich wie persönlich. Mit meinem Leben bin ich aber sehr zufrieden. Nie hätte ich erwartet, dass nur 98 Prozent der Ereignisse eintreten, die ich tagtäglich lebe. Ich habe Freunde, lerne interessante Leute kennen. Dafür bin ich sehr dankbar. Ich versuche, alles so gut wie möglich zu machen und meinen Werten treu zu bleiben. Ich werde nie ein Genie sein, will nicht berühmt sein, nur ich selbst. Das ist schon ein sehr grosses Privileg. Wenn ich denke, wo ich herkomme, und sehe, wie viele meiner alten Freunde leben, dann muss ich schon sagen: «Fuck, ich habe sehr viel Glück gehabt!» ☺

**INTERVIEW** MIT DEM SPANISCHEN STARKOCH SERGI AROLA  
BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (NOVEMBER 2014)

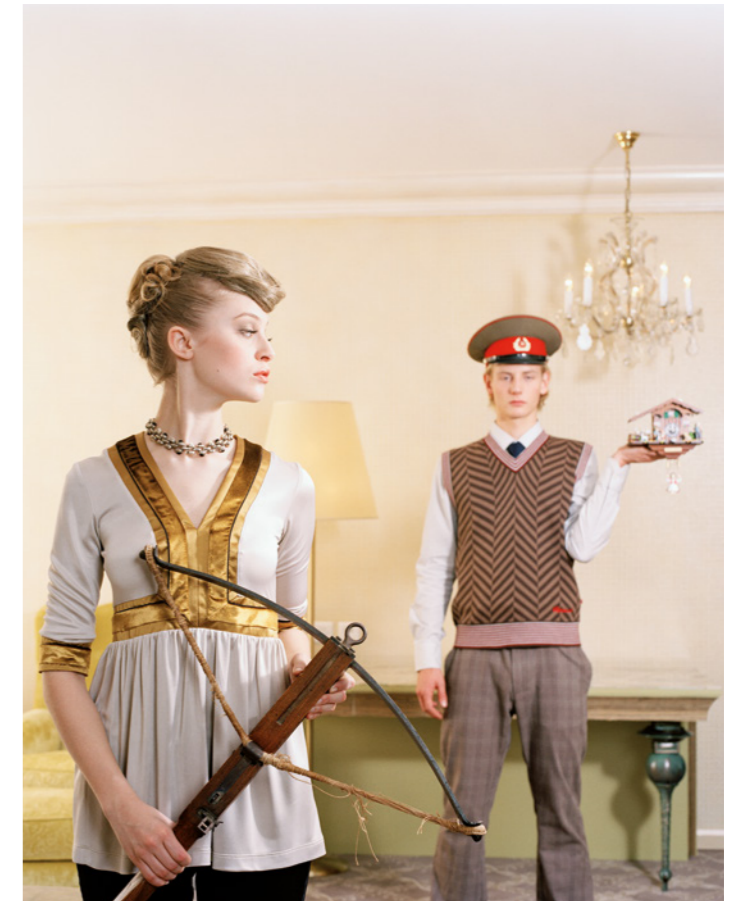
**TEXT** DARIO CANTONI **FOTOS** W HOTEL, VERBIER

**WEITERE ARBEITEN** ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION  
UND GESTALTUNG DES MAGAZINS  
[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)

# Russischer Winter

Junge Russen lieben die Schweiz. Dass sie bei der Auswahl ihres Ferienortes ein ausgeprägtes «Markenbewusstsein» zeigen, zeugt nicht gerade von schlechtem Geschmack. So liegen die Schweizer Topdestinationen St. Moritz und Zermatt zuoberst auf der Liste. Drei Viertel der russischen Gäste übernachten übrigens in Fünf- und Viersternehotels. Während ihres Besuches wissen sie kostenintensiv zu feiern und gut zu leben. Das ist nicht neu. Auch nicht das Boutique-Hotel mit dem Doppeladler im Emblem, das Carlton Hotel in St. Moritz, wo BIANCO die erste Fotostrecke nach dem umfassenden Umbau realisieren durfte.





**FOTOSTORY** FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2008)

**FOTOS** FRANZISKA FRUTIGER **PRODUKTION** FRANZISKA FRUTIGER, DARIO CANTONI

**WEITERE ARBEITEN** ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)

# Gringobeat, RATOCASTER, JAZZABILITY, *Las Vegas* Super De Luxe

DIE GENIALEN GITARREN VON  
CLAUDIA UND CLAUDIO PAGELLI



Ich habe Claudio Pagelli in den tiefen 90ern kennengelernt. Er war Gitarrist und Mastermind der schrillen Combo «Este Rito Le Sugerimos». Sie spielte trocken, schnell, kompromisslos. Knochenhart vorbei am Schunkelrock anderer Schweizer Bands und exakt auf den Punkt gebracht. Seine Gitarre war bunt wie ein Lollipop und steckte an einem kitschig dekorierten Verstärker mit flimmernder Plastikgondel. Was mich neben der Musik und den energiegeladenen Songs faszinierte, war die geniale Mischung zwischen Anarchie, Witz und Spiel Freude.

Claudio beherrscht auch die leisen Töne. Im bündnerischen Scharans, fast schon verborgen und abseits der geschäftigen Metropolen, aber auch weg von Zürich oder Chur, wirkt er als ein grosses Talent des internationalen Gitarrenbaus. Claudio Pagelli gilt in Fachkreisen als einer der Grossen seiner Zunft. Seine Gitarren besitzen Kultstatus, werden von internationalen Stars gespielt und regelmässig in Fachmagazinen hochgejubelt.

Doch das scheint ihn wenig zu interessieren. Über all die Jahre ist er sich treu geblieben, hat seinen subversiven Schalk bewahrt und wie nebenbei sein handwerkliches Können auf die Spitze getrieben. «Wiederholung langweilt mich», sagt Claudio Pagelli. «Es würde mir keine Mühe bereiten, ein Instrument zu bauen,



das jedem gefällt. Aber das interessiert mich nicht. Oft genug können wir nicht so weit gehen, wie wir es selber gerne möchten.» Claudio Pagelli ist ein leidenschaftlicher Perfektionist, ein Getriebener. Und so entsteht aus jedem Neuentwurf in stundenlanger, minutiöser Arbeit eine einzigartige Gitarre und ein grossartiges neues Instrument. In den knapp 30 Jahren seiner Tätigkeit ist eine grandiose Werkschau von vielleicht 200 Gitarren und Bässen zusammengekommen – akustische wie elektrische.

*«Die schönste Gitarre, die ich in meinem Leben je gesehen habe. Gebaut vom kreativsten Gitarrenbauer, den ich je kennengelernt habe!»*

*Der berühmte Jazzgitarrenbauer Bob Benedetto nach eingehender Begutachtung einer Pagelli-Gitarre*

Pagelli ist bekannt für seine unkonventionellen Lösungen. Er ist ein Querdenker und schert sich als Desperado des Gitarrenbaus nicht um die Gesetze der Branche. Dort, wo jeder andere Gitarrenbauer das Handtuch wirft, kommt Pagelli erst richtig in Fahrt. Viele betrachten seine Gitarren als Kunstwerke, was sie zweifellos sind. Doch Pagelli sieht sich lieber als Handwerker. «Eine Gitarre ist ein Instrument, es muss in allererster Linie spielbar sein und gut klingen. Ich suche immer nach der perfekten Einheit zwischen Klang, Spielbarkeit, Design und Innovation. Ich mache Instrumente für Musiker, es sind keine Schmuckstücke für an die Wand.»

Praktisch alle Pagelli-Instrumente sind «custom made», wundervolle Einzelstücke und ganz auf den jeweiligen Kunden zugeschnitten. Dies müssen keine Stars sein, auch ganz normale Musiker, die etwas Spezielles suchen, sind in der Werkstatt willkommen. Daneben entwerfen Claudio und seine Frau auch Prototypen, die von namhaften Gitarrenproduzenten in Lizenz hergestellt werden – unter dem Markenzeichen «designed by Pagelli».

«Wir nähern uns jedem neuen Auftrag sehr behutsam an», sagt Claudia Pagelli, die massgeblich für das Design verantwortlich ist. «Man muss sich mit der Musikerpersönlichkeit auseinandersetzen. Ich will wissen, was sie denkt, was sie isst, wie sie lebt ... der ganze Shape der Gitarre kommt dann direkt aus dem Bauch.» Die Pagellis besitzen ein riesiges Lager an Hölzern. Teilweise schon vor Jahren eingekauft und kaum mehr zu bekommen, manches «zwischengelagert» in Möbeln, die bei Bedarf zersägt werden. «Das Holz ist wichtig für den Klang. Jeder Stamm, jedes Stück ist anders. Verbaut wird nur das Beste, und in Graubünden wachsen vorzügliche Fichten direkt vor der Haustür.» Neben den Hölzern lagern eine Eieruhr und die Regler eines alten Herdes. «Manchmal kaufe ich nutzlose, alte Apparate, nur um die Regler abzumontieren. Die kann ich dann als Potenziometer in meinen Gitarren verbauen.» ❁

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2009)

TEXT DARIO CANTONI FOTOS JUDITH STADLER & ANDRÉ USTER

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)



# DIABOLIK

## DER FINSTERE HELD MIT DEM JAGUAR E-TYPE

Diabolik hat in der italienischen Populärkultur seit den frühen sechziger Jahren einen festen Platz und kann sich in puncto Bekanntheit durchaus mit Mickey Mouse oder Lucky Luke messen. Der Gentleman-Gangster lebt von Juwelenraub im grossen Stil, die er mit seiner sexy Gefährtin Eva Kant plant und ausführt. Anders als sein italienischer Antipode Dylan Dog oder die amerikanischen Superhelden erweist sich Diabolik, wie es bereits im Namen anklingt, damit als Vertreter des Bösen und der kriminellen Unterwelt, hält allerdings bei seinen Taten immer einen gewissen Ehrenkodex ein.

Als Erfinder von hautenganliegenden Gesichtsmasken kann er seine Identität beliebig wechseln und kommt damit ein ums andere Mal seinem Gegenspieler Inspektor Ginko. Ausserdem verfügt Diabolik über phantastische Gerätschaften wie seine wurfgeschossartigen Betäubungsspritzen und einen Jaguar E-Type aus den frühen sechziger Jahren mit allen erdenklichen Sonderausstattungen. Diabolik und Eva Kant rauben grundsätzlich nur reiche, nicht selten selbst kriminelle Personen der High Society aus, so dass ihr mitleidloses, kühles Auftreten gegenüber ihren Opfern den Anschein von ausgleichender Gerechtigkeit erweckt. Im Gegensatz zu anderen modernen Robin-Hood-Figuren wird das erbeutete Diebesgut allerdings nicht an Bedürftige weiterverteilt. Vielmehr ähnelt der skrupellos-geniale Edelgangster im schwarzen Trikot hier dem französischen Schurken Fantômas, der in den Verfilmungen mit Louis de Funès und Jean Marais in den 1960er- und 70er-Jahren Popularität erlangte.

Seit seinem Erscheinen im Jahr 1962 verkörpert der charmante Dieb einen Gegenmythos zur gängigen, amerikanisch geprägten Comic-Heldenmoral. Mit Diabolik triumphiert nicht nur das Böse – die saubere Welt der Supermänner wird zudem als schwächlich und wenig intelligent belächelt.

Die 1962 von den beiden Schwestern Angela und Luciana Giussani ins Leben gerufene Comicfigur, steht am Anfang der italienischen Fumetti-Neri-Tradition, die weitere beliebte Anti-Helden wie Kriminal und Satanik hervorbringen sollte.

Noch heute erscheinen die schwarz- Weiss gezeichneten Diabolik-Hefte aus dem milaneser Astorina Verlag in hoher Auflage und sind in Italien an jedem Kiosk erhältlich. 1968 wurde der Comic vom italienischen Regisseur Mario Bava auch verfilmt; die Filmmusik komponierte Ennio Morricone. ❁

ARTIKEL FÜR BCCM BOOKLET (MAI 2015)

TEXT DARIO CANTONI ILLUSTRATIONEN BCCM

WEITERE ARBEITEN GESAMTKOMMUNIKATION, REDAKTION UND GESTALTUNG BOOKLET, WEBSEITE

[www.bccm.ch](http://www.bccm.ch)





# RADICAL CUSTOM

## Hinter den sieben Bergen

Die radikalsten Harleys kommen nicht aus Kalifornien, sondern aus dem Alpenraum. Eine angefressene Bikerfamilie aus dem bündnerischen Landquart hat sich ganz dem Umbau der ur-amerikanischen Legende verschrieben. Auf Basis serienmässiger Harleys entstehen technisch perfekte Vollblut-Customs mit einem grimmigen Steinbock als Markenzeichen.

Motorräder. Das grosse Gefühl der Freiheit. Outlaw. Rebell mit Stiefeln und Lederjacke, der die Passstrasse hochjagt. Steve McQueen und Marlon Brando. Born to be wild. Die Easy Rider Peter Fonda und Dennis Hopper. Das tiefe Bullern der Motoren. Serge Gainsbourg: Harley David Son of a Bitch. Und dann Brigitte Bardot, die ab den Vibrationen der Maschine in Wallung gerät. Bilder, die Generationen geprägt haben.

Sprechen wir also über Motorräder. Ich meine richtige Motorräder. Nicht irgendwelche Zweiräder, die bloss so tun, als wären sie Motorräder. Jeder echte Biker weiss, was ich meine. Und eigentlich geht es hier nicht bloss um Motorräder, sondern um eine ganze Lebenshaltung. Nur. Da sich seit einiger Zeit die ganzen Frühpensionäre aus der Flower-Power-Generation nach Büroschluss auf eine Harley Davidson schwingen (Born to be wild 2 – saumässig unterwegs mit John Travolta), kann es diese nicht mehr sein. Also Umbau. Auf neudeutsch «Custom»! Doch Custom ist nicht gleich Custom. Da muss es schon etwas Besonderes sein. Radical Custom. Und so landen wir wieder beim Doppel-B. So herausragend und sexy die Bardot (BB) in den 50ern war, sind es heute die Vollblut-Motorräder von Bündnerbike aus dem herrschaftlichen Niemandsland bei Landquart – eine geniale Kombination aus handwerklichem Können, Eigensinn, Show-off und Strassentauglichkeit.

Bündnerbike. Das ist zuerst eine total angefressene Bikerfamilie. Das sind Jürg Ludwig senior, der Visionär und Stratege, Jürg Ludwig junior, der Schrauber und Tüftler, sowie Mutter Heidi und Tochter Natalie, die auf charmante Art für ein Quantum an Bodenhaftung sorgen. Da sind aber auch noch fünf bis sechs weitere leidenschaftlich gute Spengler, Mechaniker und Lackierer (schwer zu finden) und der familieneigene Karosseriebetrieb, der die nötige Infrastruktur zur Verfügung stellt. Nach monatelanger Arbeit, nach minutiöser Planung, Entwicklung, dem Design, nach nächtelangem Schrauben, Blechbiegen und Lackieren rollt ein perfektes High-end-Bike aus der Werkstatt. Die Ludwigs haben es geschafft: ihre radikalen Customs gehören mittlerweile zum Besten, was es gibt – weltweit.

Trotz allem bleibt Jürg Ludwig auf dem Boden. «Vieles, was sich Custom nennt, wird die Strasse nie sehen und ist eigentlich völlig unbrauchbar. Nicht so die Bündnerbikes: Ich will doch mit meinem Töff rumfahren. Und zwar nicht nur geradeaus auf dem Highway. Nein, hier, den Berg hoch, im Gelände mit all den Kurven. Bei uns ist jeder Töff komplett vorgeführt und 100% verkehrstauglich.» Die Bündner Customs basieren in der Regel auf einer serienmässigen Harley Davidson Softtail. Rahmen und Triebwerk sind original Harley. Doch da hört es bereits auf. Die Gabel ist eine Eigenkonstruktion und vom strengen Schweizer Dynamic Test Center in Biel zertifiziert (eigentlich eine Auszeichnung). Genauso die

Sechs-Kolben-Bremsanlage sowie die Bündnerbike-Lenker. Viele weitere Teile wurden von Grund auf selbst entwickelt. Es ist absolut erstaunlich, wie auf Basis einer eher schwerfälligen Softtail derart niedrige und lang gestreckte Chopper entstehen können. Typisch für Bündnerbike sind die geschwungenen Übergänge, fließenden Kanten und die millimetergenaue Passform der eigens gebogenen Bleche. Und natürlich der absolut fette 300er- oder 330er-Hinterreifen (man soll gleich sehen, dass dies nicht ein hundskommenner Töff ist). Sonst gleicht kein Bike dem andern. Beim einen findet man ein Schweizer Offiziersbajonett als Teil des Schaltgestänges wieder, beim anderen ein winziges, im Lenker integriertes LED-Display, das dem Fahrer die wichtigsten Informationen anzeigt. Jedes Bike wird massgerecht für den jeweiligen Kunden hergestellt, samt perfekter Passform des Sitzes.

Der erste Umbau von Jürg Ludwig geht auf das Jahr 2000 zurück. Mithilfe des Sohnes (damals noch in der Lehre) in der Freizeit zusammenschraubt, wurde er an der Swiss Performance «Best of Show» – das hiess ein Ticket zur Daytona Bikeshow, wo der Newcomer auf Anhieb den vierten Rang erreichte. Das zweite Bike, die goldfarbene Hot Flames, war dermassen aufsehenerregend, dass sie gestohlen wurde. Richtig los ging es, als der Junior 2005, nach abgeschlossener Lehre als Automechaniker und einer Zusatzausbildung als Spengler, voll in die Bikeproduktion einstieg. Sechs Personen bauen inzwischen 20 Customs pro Jahr, Preis ab 40'000 Franken. Für Schweizer Verhältnisse schon eine Grossaufgabe.

Die neuste Entwicklung sind die Radikal Bikes, absolut phänomenale Motorräder, die ausgereifte Technik und Cutting Edge Design auf den Punkt bringen. Diese exklusiven Einzelanfertigungen kosten ab 100'000 Franken. Bei diesen Zahlen wird klar: Bündnerbike baut keine Töffs für die Masse, sondern richtige Motorräder für wahre Asphalthelden. Da gibt es für Jürg Ludwig keine Kompromisse. «Wir haben unseren eigenen Stil und verkaufen nicht um jeden Preis. Auch die persönliche Ebene muss stimmen. Produziert wird erst nach Bestellung und exklusiv für die Schweiz. Für mich ist Geiz nicht geil. Qualität ist geil!» Der Erfolg gibt ihm recht: Die Auftragsbücher sind voll. ☺

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2010)

TEXT DARIO CANTONI FOTOS GAUDENZ DANUSER

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)



# Blatt- SCHUSS

Eine etwas tierische Fashionstory, die mitten ins Herz trifft.







**FASHIONSTORY**  
FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2010)

**KONZEPT / PRODUKTION** DARIO CANTONI / FRANZISKA FRUTIGER **FOTOS** FRANZISKA FRUTIGER

**WEITERE ARBEITEN** ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)



# Kochen

## WIE FRANK ZAPPA

Seit einem Jahr kocht Mauro Buffo im Restaurant 1500 auf dem Vigiljoch. Nach Stationen in Barcelona und New York zapft er die Quellen seiner unterschiedlichen Lebensstationen an und giesst sie in eine kulinarisch intelligente Form, die nicht nur durch den Bauch, sondern auch durch den Kopf geht.

«Was bringt einen erfolgreichen New Yorker Küchenchef dazu, in die totale Abgeschiedenheit des vigilius mountain resort zu wechseln?» Mauro Buffo schmunzelt. «Ich liebe Kontraste! New York liegt auf Meereshöhe, hier kochen wir auf 1500 m ü. M., in New York leben 12 Millionen Menschen, Lana im Tal unten hat gerade mal 12'000 Einwohner, in New York fuhr ich mit der Subway zur Arbeit, hier nehme ich die Gondelbahn.» Dass der gebürtige Veroneser auf Kontraste steht, werden wir noch später erfahren, wenn er seine kulinarischen Kompositionen aufischt. «Eigentlich verdanke ich es einer Verkettung von Zufällen, dass ich hier gelandet bin.» Mauro Buffo hat in jungen Jahren eine ganze Reihe aussergewöhnlicher Stationen durchlaufen, arbeitete in bekannten Dreisternerrestaurants wie etwa dem Le Calandre von Massimo Alajmo oder in Barcelona bei Ferran Adria im El Bulli.

Nach vielfältigen Erfahrungen in Europa wagte er den Sprung über den grossen Teich, liess sich von den kulinarischen Tendenzen in New York inspirieren und entwickelte als Chef-zuletzt im Falai-Restaurant in Manhattans Lower East Side – seinen eigenen Stil. «Während ich in Europa zuerst das Handwerk erlernte und mir ein solides Fundament als Koch erarbeitete, öffnete mir New York den Geist für Neues. Die Metropole ist voller Emotionen und Leidenschaft, Kulturen treffen aufeinander und befruchten sich, alles ist offen, die Leute sind wissbegierig,

und das Leben dort liefert einen unerschöpflichen Pool an Ideen und Inspirationen. Du lernst aber auch, dich durchzusetzen. Du musst es selber packen. Ich habe mich in der Zeit in New York wohl weniger als Koch, denn als Persönlichkeit entwickelt, lernte interessante Leute kennen, wurde vielseitiger und dadurch reif für meine eigene Handschrift als Küchenchef.»

Die Denk- und Arbeitsweise von Mauro Buffo, seine Art zu kochen, zeugt von einer differenzierten Perspektive. Er folgt einem ganzheitlichen gastronomischen Konzept, bekennt sich zur zeitgemässen Küche. Es entstehen Gerichte, die voller Heiterkeit, Herzlichkeit, Farbenpracht, Witz und tiefgründiger Komplexität stecken, ohne jemals die Bodenhaftung zu verlieren. Den kulinarischen Reichtum der Region erweitert Buffo mit fremden Zubereitungsarten und Zitaten seiner Lehrmeister sowie der kulinarischen Fantasie eines international erfahrenen Küchenchefs. Vielleicht hat in dem Jahr auf Vigiljoch eine avantgardistische Weiterentwicklung der klassischen Südtiroler Küche stattgefunden. «Ich will niemanden beeindrucken oder Preise gewinnen», sagt Buffo. «Ich sehe mich als Suchenden, experimentiere gerne mit Geschmacksnoten, möchte mit meiner Küche Gefühle vermitteln oder auch provozieren. Ausgangspunkt ist der wahre Geschmack, die Qualität der Produkte und die klassische Küche. Minimalismus gefällt mir. Das passt auch zum Vigilius. Less is more. Einfachheit kann aber auch komplex sein.»

Das erinnert irgendwie an Frank Zappa. Kochen wie Frank Zappa: tiefsinnig, eigenständig, meisterhaft. Das gefällt mir. Auch die lockere Art, der verspielte Umgang in allem, der Schalk in seinen Augen. Das gesamte Küchenteam mit Carlo, Vincenzo und seiner israelischen Frau Gal ist ihm von New York gefolgt. Auch das will etwas heissen. Er fühlt sich wohl hier. Ulrich Ladurner, Besitzer, Unternehmer und Pionier in der Produktion von glutenfreien Nahrungsmitteln, ist ein Guter. Seine Ansichten sind fundiert, er weiss, wo er hin will und lässt den nötigen Spielraum. «Die Saisonalität und das Terroir sind wichtig», sagt er. «Wenn alles immer verfügbar ist, wird es langweilig, auch wenn immer nur das Erwartete eintrifft.» Das zeugt von Geist. Mit der Kochkunst von Mauro Buffo ist es ihm gelungen, den Esprit des vigilius mountain resort, die Authentizität des besonderen Ortes in inspirierender und abwechslungsreicher Weise zu bereichern.

Es wird zu Tisch gebeten. Kulinarische Reise «Vom Vigiljoch in die Lagunenstadt», begleitet von ausgesuchten Weinen aus der Region. Das Menü beginnt auf 2300 Metern mit einer Latschenkiefergranita, schwimmt dann als marinierte Bachforelle mit Granny Smith, Rotkohl und Espuma von der Gurke den Bergbach runter und kommt als Kartoffelgnocchi mit Bärlauch, Wildragout und Ferrarisauce im Talgrund an. Zehn Punkte für die Gnocchi. Buffos Heimatort Verona ehrt das zur Hochform auflaufende Küchenteam mit Kalbsfilet und Spargel, Morcheln (eigenhändig gesammelt) an Marsala und Ziegenkäsekrokette mit Kamille. Das Dessert ist eine Referenz an die alte Handelsstadt Venedig: Bonbon von Trockenfürchten und leicht gesalzener Toffee Coffee. Süsssalziger Kontrast. Mauros Küche spricht nicht nur den Gaumen, sondern auch den Geist an. Man könnte fast von einer kulinarisch intelligenten Form des Genusses sprechen.

Ein weiterer Beweis lässt nicht lange auf sich warten. Am nächsten Abend kosten wir «Mauro's Favorites». Mille Feuille mit Austern und Avocado. Für einmal nicht die süsse Pampe. Tiefgrüner Petersilienrisotto mit Bourguignonneschnecken, Lammcôtelette umhüllt von Lardo und Schwarze-Oliven-Pâte, Selleriepüree und Honig-Lavendel-Sauce. Bravo! Dann Zwischengang und Offenbarung: Mauro Buffos Ingwer-Margarita – bevor die Komposition aus süssen Früchten und Gemüse mit Holderblüteneis und Rote-Beete-Baiser zur Diskussion führt, ob die Tomate nun eigentlich ein Gemüse oder eine Frucht ist. «Der Liebesapfel ist ein Nachtschattengewächs», lassen wir uns belehren, «und damit eng mit der Kartoffel und der Tollkirsche verwandt.» Die Früchte dieses Gemüses sind demnach Beeren. Oder wie Frank Zappa schon sagte: «Ohne Abweichung von der Norm ist Fortschritt nicht möglich.»



ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2011)

TEXT DARIO CANTONI FOTOS FILIP ZUAN

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)



SNOWBOARD THE STREETS

# ASPHALT *Heroes*

Ein hoher alternierender Ton, einem Jodel nicht unähnlich, verkündet, dass die Bahn frei ist. Drei, vier, fünf Freeborder rauschen vorbei, ziehen in scheinbar halsbrecherischen Manövern ihre Schleifen in den Asphalt, driften in die Kurve und verschwinden mit einem Three-sixty hinter der nächsten Felskuppe.

Freeborden ist Snowboarden auf der Strasse. Auf einem speziellen Brett entdeckt eine kleine Gruppe den Alpenraum als riesigen Freeride-Park.



Mit über sieben Stunden blattgefedertem Jeep Wrangler in den Knochen kommen wir in Theys an. Das liegt in der Haut – Dauphiné bei Grenoble. Arnaud und Nils warten bereits. Arnaud, der Smarte, 25 Jahre, ist einer der ersten Importeure von Freebords in Europa und betreibt einen kleinen Shop. Rund um diesen hat sich eine eingeschlossene Szene von Freebordern gebildet. Fünfzehn Mitglieder zählt der harte Kern von CHoE, den «Crazy Hills of Europe». Jede freie Minute sind sie zusammen unterwegs – immer auf der Suche nach dem perfekten Ride. Auch Nils, 23, der Bodenständige, teilt diese Leidenschaft. Er ist Schneekanonen-Mechaniker. Für ihn ein Traumjob. Oft ist er die ganze Woche in den Bergen, mitten in der Natur.

Wir haben uns zum Abendessen verabredet. In der Auberge les Palatières tischt uns Gastgeberin Claire Eymin Biofleisch vom eigenen Hof auf, dazu Bohnen und einen typischen Teigauflauf. Im Internet haben wir einige Clips gesehen. Absolut crazy! Wir wollen mehr wissen vom Freeborden. «Eigentlich ist es wie Snowboarden auf der Strasse. Der Flow, die Moves, das Sliden, Driften und Stoppen sind gleich. Der Unterschied: die Unterlage ist Asphalt. Wir wollten das gleiche Gefühl wie beim Snowboarden auch im Sommer erleben, oder wenn es zu wenig Schnee hat.» Der Alpenraum mit all seinen Pässen,

Kurven und Steigungen ist für den Freeborder ein gigantischer Playground. Interessant wird es, sobald es Gefälle zeigt und asphaltiert ist. «Plötzlich bekommt man eine ganz andere Sichtweise auf die Alpen. Oft brüten wir stundenlang über Landkarten. Suchen neue Strecken, geeignete Ziele für die Ausflüge.»

Die ersten Freebords wurden 1996 von Steen Strand in Palo Alto, Kalifornien entwickelt. Während seines Masters in Produktdesign an der Stanford University suchte der Student nach einem Weg, das Snowboard-Feeling auf die Strasse zu bringen, und entwickelte Prototypen von Skateboards mit denen man rutschen, driften und stoppen konnte wie auf Schnee. Dies gelang ihm mittels zweier zusätzlicher, flexibler Rollen (Center Wheels) in der Mitte des Brettes. Steen liess das Design patentieren und begann in einer Garage die ersten Freebords zu verkaufen. Schnell entwickelten sie sich, wurden kürzer, wendiger, leichter und bekamen eine einfache Bindung, um die Füße des Riders beim Carven und Sliden etwas zu fixieren. Heute findet die Sportart vor allem in San Francisco, wo sich auch der Hauptsitz der Firma befindet, in Kalifornien allgemein und in Colorado ihre Anhänger. In Europa gibt es bisher erst kleine Splittergruppen. Neben Frankreich auch in Österreich. In der Schweiz beginnt es erst. Das

Freeborden befindet sich noch in der Pionierphase. Es ist recht schwierig abzuschätzen, wie stark und in welche Richtung (Freeride, Freestyle, Speedodereine Kombination davon) es sich entwickeln wird. «Asphalt ist alles! Je nach Beschaffenheit fühlt er sich an wie frischer Pulverschnee, Sulz, Harsch oder nasser Neuschnee. Wir lieben die Schweizer Strassen, dort ist der Asphalt viel feiner als in Frankreich, fühlt sich an wie reinstes Powder. Oder San Francisco, Lombard Street und die steilen Häuserschluchten – das ist wie durch ein offenes Tannenwäldchen Carven, nur dass alle Bäume sich bewegen. Etwas vom Genialsten ist das Fahren bei Regen: das Freebord dreht viel leichter, und man kann meterweit sliden. Vielleicht tönt das jetzt komisch, aber die Radfahrer sind unsere besten Freunde! Natürlich, was den Asphalt betrifft. In ihren Führern beschreiben sie jede Strasse im Detail mit Beschaffenheit und Zustand des Belages, Gefälle, Verkehrsaufkommen – für uns die beste Vorbereitung und eine wahre Fundgrube.» Ich zücke die letzte Ausgabe des Alpenstrassenführers von Denzel. Darin sind über 700 Pässe in Wort und Bild beschrieben. Ein entzückter Aufschrei: «Mais c'est du Freebord Porn!» Am nächsten Morgen weckt uns das gewaltige Panorama. Direkt gegenüber der Auberge taucht die Morgensonne die senkrechten Felswände der Chartreuse in farbiges Morgenlicht. Unten im breiten Tal der Isère liegt dichter Restnebel, aus dem üppige Baumkronen ragen. Der perfekte Tag, um die umliegenden Pässe zu erkunden. Punkt halb acht prescht das Freebord-Mobil vor: ein dunkler, abgewrackter Peugeot 806. Voller Sticker. «Freebord – Snowboard the Streets», steht da etwa zu lesen. Heute ist auch Ben mit von der Partie. Ben, 29 und Elektriker. Vor drei Jahren aus Paris in die Gegend gezogen. «Bezüglich Lebensqualität ein tolles Upgrade.» Gemeinsam gehts hinauf auf verschiedene Anhöhen, und die Jungs zeigen uns Freebord unplugged. Wegen der beiden Center Wheels kann man das Skate kippen, der Rider hat so viel mehr Kontrolle über das Board als bei einem reinen Skate- oder Longboard. Die Geschwindigkeit lässt sich besser kontrollieren, man kann abbremsen und anhalten. Das reizt natürlich auch zu schnellerem Fahren. «Geht es eigentlich um Geschwindigkeit?» «Nein. Vielmehr ist es das Erlebnis in der Gruppe, das Gemeinschaftsgefühl, zusammen den Pass runterbrettern, die Tricks, der ganze Lifestyle. Wir gehen jedes Wochenende auf Tour, meistens drehen wir dann auch einen Clip und stellen ihn auf Vimeo. Für uns die einzige Möglichkeit, den Sport bekannt zu machen.»

«Und das Gesetz?» «Hier in Frankreich drücken die «Pouilles», wie die Gendarmen von der Szene neckisch genannt werden, meistens ein Auge zu. Das Freebord bewegt sich noch in einem rechtlosen Raum, ist noch nicht so richtig in den Gesetzbüchern angekommen. In der Schweiz ist es strenger, die Leute alarmieren sofort die Polizei. Wir waren kürzlich in Lausanne. Eine geniale Stadt voller anspruchsvoller Abfahrten und super ausgebautem öffentlichem Verkehr, der einen wieder ruck zuck

nach oben bringt. Aber du musst schnell sein. Verdammt schnell. Auch mit den Ami-Cops ist nicht zu spassen. Sowieso hat die Polizei aus Reflex die Mode, ihre Autos querzustellen, um uns aufzuhalten. Für uns der blanke Horror. So schnell kommen auch wir nicht zum Stillstand und nach zwei drei solcher Manöver kann man die Wheels wegwerfen. Obwohl die Cracks Vollprofis sind und ihre Bretter aus dem effeff beherrschen, kommt es manchmal zu brenzligen Situationen. «Wenn ein Auto auf dich zukommt, gibts nur eins, dich hauchdünn machen und seitlich vorbei ... oder gleich ab in die Büsche.» Tragisch war der Unfall eines australischen Profifahrers, er stürzte in einer Standardsituation so unglücklich, dass er auf der Stelle verstarb. «Das ist ganz schlecht für den Sport. Darum tragen wir immer Helme.»

Am Nachmittag gehts tiefer hinein ins Massif de Belledonne und hinauf auf den Col des Mouilles. «Einer unserer Lieblingsspots in der Umgebung. Mehr wegen der Landschaft. Du fährst durch all die kleinen Dörfer, und die Landschaft wechselt ständig.» Als letzter stösst Rémy zur Gruppe, 26 Jahre, der Tüftler und Draufgänger. Sein Brett hat er selbst geshaped und gebaut – aus Carbon, viel leichter. Freeborden hat sicher etwas Unvernünftiges, darum gibt es wohl auch keine Mädchen, die den Sport ernsthaft betreiben. Auf dem Niveau der Jungs von CHoE ist ihm aber die Faszination nicht abzusprechen. Es ist ein berauschender Mix aus Asphalt und Adrenalin, Geschwindigkeit, Geschicklichkeit und Abhängen mit Freunden. Arnaud, Nils, Ben und Rémy bringt man jedenfalls nicht mehr davon los. Das Virus hat sie befallen, es ist ihr Lifestyle, ihre Art, sich auszudrücken und sich zu verwirklichen. ☘

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2011)  
 TEXT DARIO CANTONI FOTOS FILIP ZUAN  
 WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION  
 UND GESTALTUNG DES MAGAZINS  
[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)

# JAGEN *statt Yoga*

Sie sind selbstbewusst, scharfzünftig und gut aussehend – die Jägerinnen aus den Nockbergen. Und sie sind nicht die einzigen! Statt älterer, grauer Männer gehen mittlerweile immer mehr junge Frauen auf die Pirsch. Die meisten davon sind zwischen 16 und 30 Jahre alt. In Deutschland und Österreich dürften sie bereits zehn Prozent ausmachen. Tendenz steigend.

Die Jagd gibt es, seit es Menschen gibt. Sie diente in der Altsteinzeit der Nahrungsversorgung und lieferte neben Fleisch wertvolle tierische Nebenprodukte wie Knochen für Werkzeuge, Felle als Bekleidung, für Schuhe, Decken und Taschen sowie Sehnen zum Nähen und für Bogen. Bis ins Mittelalter wurde das Jagen immer mehr zum Privileg des Adels und der kirchlichen Würdenträger. Es entwickelte sich ein jagdliches Brauchtum mit einer Fachsprache, traditionell grüner Bekleidung und auch eine typische Malerei. Wie nur wenige andere Berufsgruppen sind die Jäger in zahlreichen deutschen Märchen und Geschichten mystifiziert worden. Sie treten als edle Gestalten auf, die oft die Wende zum Guten herbeiführen (zum Beispiel Rettung vor dem bösen Wolf beim «Rotkäppchen»). Auch in den Heimatfilmen der 50er-Jahre tritt der Jäger als edler Kavalier auf und so gewissermaßen als Nachfolger der mittelalterlichen Rittergestalt.

Seit Anbeginn war die Jagd eine Männerdomäne. Wie passen also die neuen Jägerinnen in dieses tradierte Weltbild? Einigermassen erstaunlich dabei ist, dass bereits die Griechen mit Artemis und später die Römer mit ihrer Göttin Diana Frauen als «Jagdpatroninnen» verehrten. Dazu gesellt sich der Mythos der wehrhaften Amazonen. Erste Abbildungen von Jägerinnen lassen sich bereits im Mittelalter nachweisen. Damals hatte sich die Feudalordnung soweit entwickelt, dass an der Gesellschaftsspitze die Jagd als Vergnügen angesehen wurde – mit der entsprechenden gesellschaftlichen Repräsentation durch Frauen. In der Neuzeit sind die ursprünglichen Beweggründe der Jagd zugunsten des Aspektes Hege und Pflege in den Hintergrund getreten. In Kärnten, wo Petra und Elia Schneeweiss ihrer Passion nachgehen, ist die Jägerei streng reglementiert und liegt in den Händen des lokalen Jagdvereins. Dieser legt die Abschussraten fest, kontrolliert diese und erteilt die entsprechenden Patente. Zudem hat jede Wildart ihre festen Schonzeiten.





Wir treffen die beiden Jägerinnen im entlegenen St. Oswald, einem Abzweiger bei Bad Kleinkirchheim in den Nockbergen. Petra und Elia Schneeweiss stammen aus einer Familie mit grosser Jagdtradition. Alle waren in den elterlichen Stammbetrieb mit Landwirtschaft und auch in die Jagd als Bestandteil der Kultur und des ländlichen Alltages eingebunden und wuchsen ganz natürlich damit auf. «Wir sind fünf Schwestern, und alle sind entweder selbst Jägerinnen oder mit einem Jäger liiert», sagt Petra. Sie kommt aus der Hotellerie. Ihre zwanzig Jahre jüngere Tochter Elia studiert BWL und Medienmanagement. Beide sind sie Jägerinnen und seit einem knappen Jahr Herausgeberinnen eines Jagdmagazins für die Frau. «Die Idee zum Magazin haben wir schon länger mit uns herumgetragen. Vielleicht wünscht sich die Frau etwas weniger technische Information zu Ballistik und dafür mehr Lebensart und durchaus auch modische Aspekte. Dem wollten wir Rechnung tragen.» Vom schnellen Erfolg ihrer Zeitschrift waren sie dennoch überrascht. Die erste Ausgabe liess sich über Inserate finanzieren, noch bevor jemand die Zeitschrift gesehen hatte. Nach der dritten Ausgabe haben sie neben Österreich bereits Abonnentinnen aus Deutschland, dem Südtirol, Slowenien, der Slowakei und der Schweiz. Die Zeit war anscheinend reif. Die Anzahl Jägerinnen steigt, aber auch jene der Frauen, die einfach zum Thema mitreden wollen.

«Vielleicht haben wir Frauen einen etwas anderen Zugang zur Jagd», erklärt Petra Schneeweiss. «Gut, das Jagen an sich ist für alle gleich – ob Mann oder Frau. Aber ich denke, wir gehen es etwas ganzheitlicher an, mit mehr Gespür. Unsere Aufmerksamkeit gilt auch der Natur, manchmal komme ich mit Blumen nach Hause oder mit Gebirgskräutern. Ich bin immer mit allen Sinnen dabei, diese absolute Stille, dann ein Geräusch, der Duft des Waldbodens, ein spezieller Lichteinfall. Es ist eine Mischung von totalem Abschalten, höchster Konzentration und Naturerlebnis, die es ausmachen. Jeder Tag in den Bergen ist ein besonderes Erlebnis, auch ohne Abschuss. Wichtig ist der Respekt vor dem Tier, die Ehrfurcht vor der Natur. Es geht nicht um Trophäen.» Dann meint sie lachend: «Andere gehen zum Yoga, wir gehen jagen.» In ihrem Umfeld ist es mittlerweile völlig normal, dass Frauen jagen, und auch die Anerkennung und Unterstützung durch die männlichen Jagdkollegen ist ihnen sicher. Anders ist es vielleicht in der Stadt, wo der Bezug oft komplett fehlt. Da legen sich schwindsüchtige Veganer als blutverschmierte Hirsche auf die Strasse oder spammen auch mal ihre Facebookseite. Völlig unverständlich sei das. Und wie erleben die Kommilitonen die Passion von Elia Schneeweiss? «Die Reaktionen reichen von «voll irre» über «geht gar nicht» bis zu skurril oder komisch. Doch wenn sie den ganzen Background mitbekommen, ernte ich eher Anerkennung», meint die perfekt gestylte Mittzwanzigerin.

«Der Anteil der Frauen, die ein Jagdpatent besitzen, wird zunehmen», sind die beiden überzeugt. «Aus unterschiedlichen Gründen: Die einen wollen vielleicht einfach mitreden, weil ihr Partner Jäger ist. Die Jagd ist tief verwurzelt in unserer Tradition und im Brauchtum der Region. Viele Rituale ranken sich um die Jagd. Wenn es sie nicht mehr gibt, stirbt ein Teil unserer Kultur. Jagd hat es immer gegeben und wird es immer geben! Jagd hat mit Leidenschaft zu tun – auch bei uns Frauen. Wenn diese nicht voll und ganz gelebt wird, bringt das nichts. Jagd hat mit Verantwortung zu tun – gegenüber dir selbst, dem Tier, der Natur. Jagen aus Prestige oder aus gesellschaftlichen Aspekten wie es von der Wiener Schickeria gepflegt wird, ist nicht unser Ding.» Gejagt wird also ohne Handtäschchen, Schminkspiegel und Lipgloss. Die notwendigen Utensilien werden in die reichlich vorhandenen Taschen der Jagdweste verstaut, samt Flachmann versteht sich ... und dieser ist gefüllt mit hausgemachtem Nuss-Schnapps aus dem Rosental. Die beiden Frauen vermitteln einen gesunden Schuss Bodenständigkeit, Herz und Verstand. Geistreich, selbstbewusst und charmant die Mutter, gewitzt und eine echte Naturschönheit die Tochter. Was sind nun eigentlich die wahren Waffen einer Jägerin, wollen wir noch wissen. «Das flotte Mundwerk!», kommt es wie aus der Kanone geschossen. ☘

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2011)

TEXT DARIO CANTONI FOTOS FILIP ZUAN

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

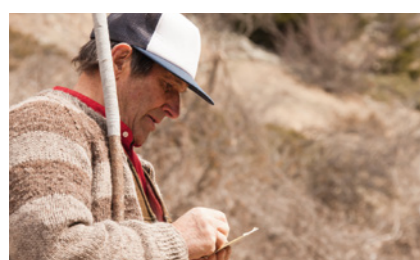
[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)

# Mazza

FREESTYLE ALPENGOLF



Im Unterengadiner Dorf Ramosch wird jeweils im Frühling eine Urform von Golf gespielt. Was zählt, sind weniger Prestige und Platzreife als das gesellige Beisammensein und ein ganz besonderer Sportsgeist. Ganz nebenbei erfahren wir die bewegte Geschichte des trockensten Schweizer Ortes und bekommen allerlei Anekdoten um Kirchenhüter, Gemeindepolitiker und sogar einen Bären aufgetischt.



Ostermontag. Es ist noch bitterkalt, als wir frühmorgens in Ramosch ankommen. Es ist die Zeit kurz vor dem Wiesenruf: das heisst, der Schnee ist bereits geschmolzen, das Gras auf den weiten Weiden hat aber noch nicht zu wachsen begonnen. Mario Oswald erwartet uns bereits. Wir wollen uns in die Geheimnisse des «Mazza» einweihen lassen, ein Spiel mit Schläger und Ball, das noch lange bevor das Golfspiel im Engadin Einzug hielt, in verschiedenen Bergtälern ausgeübt wurde. Im Unterengadiner 500-Seelen-Dorf Ramosch hat sich dieser Brauch erhalten. Mazza oder Kugelschlagen stellt quasi eine Urform des Golfspiels dar. Es wird, wie auch ähnliche Kugelspiele, den Kelten zugeschrieben. Im Spätmittelalter und der frühen Neuzeit war es im nördlichen Mitteleuropa verbreitet – aber auch in Frankreich. Hier

wird es Le Mail genannt und war unter Ludwig XIV. das Spiel der Adligen. Danach geriet es in Vergessenheit. Heute wird es nur noch in einzelnen Dörfern des Unterengadins, in Kärnten, im italienischen Aostatal und scheinbar auch in den Pyrenäen gespielt.

Mario Oswald ist pensionierter Dorfschullehrer, Wahrer des lokalen Kulturgutes, Dorfführer, Förderer der heimischen Blasmusik, wandelndes Lexikon zur Dorfgeschichte und anekdotenreicher Erzähler. Vor kurzem wurde er in Abwesenheit zum Verantwortlichen für Wanderwege gewählt: «Damit du uns im Alter nicht komisch wirst», verlautete es aus dem Gemeinderat, bestehend aus ehemaligen Schülern, lapidar.

Doch heute ist Mario ein Jauer. So werden im Unterengadin die Münstertaler genannt. Auf seinem Käppi ist dies in grossen, weissen Lettern zu lesen. Das ist beim Mazzaspiel wichtig. Früher haben oft die Nachbardsdörfer gegeneinander gespielt. Die Kugel von Gemeinde zu Gemeinde geschlagen. Noch heute tragen die Bewohner der einzelnen Engadiner Dörfer einen Übernamen. Mario ist Jauer und Bewahrer dieses typischen Brauchtums. Praktisch sein ganzes Leben hat er in Ramosch verbracht. Nur das Mazzaspiel habe er leider nicht mehr zur Perfektion bringen können, meint er bescheiden. Im Dorf wird dies von Kindesbeinen an geübt und gehört zum Schulturnen mit dazu.

Ramosch, 1236 m ü. M., gilt als einer der trockensten Orte der Schweiz und im Sommer als wärmster des Engadins. Das milde Klima und die guten Bodenverhältnisse machten die Gegend einst zur Kornkammer des Engadins – davon zeugen noch die weiten Terrassen an den Hängen, wo Roggen angebaut wurde. Die Burgruine Tschanüff und die mächtige Kirche untermauern die einstige Bedeutung des Dorfes am Eingang zum Engadin und am Übergang zwischen dem Val Sinestra und dem Val d'Uina in Richtung Südtirol.

Langsam treffen die Mazzaspieler ein und setzen sich in Pose. Das ganze Dorf rötet sich zusammen: Schüler, Jünglinge, stattliche Herrschaften, Frauen. Gespielt wird mit der Mazza. Diese besteht aus einem Stiel, an dem ein kantiger Klotz aus Hartholz befestigt ist. Früher wurde der Stiel aus den geraden Ästen des Wolligen Schneeballs geschnitten. Wegen seines faserigen Aufbaus ist der Strauch sehr elastisch und bruchfest. Daraus wurden und werden auch Pfeile für das Bogenschiessen gefertigt. Sogar die Pfeile, die bei der 5300 Jahre alten Gletschermumie Ötzi gefunden wurden, waren aus diesem Holz geschnitzt. Heute ist es nicht mehr so einfach, den Strauch und vor allem seine geraden Äste in der Umgebung zu finden. Man muss schon sehr genau wissen, wo suchen, denn jeder will ja die besta Mazza fertigen. Die Angefressenen montieren seit einigen Jahren den Keil auf eine Rute aus Karbon, ähnlich wie sie beim Hornussen verwendet wird. Mario hat eine Mazza mit langem für die weiten und eine mit kurzem Stiel für die nahen Schläge. Wurde früher noch auf grob geschnitzte Holzbälle geschlagen, tun es heute farbige Golfbälle. Diese werden in die Luft geworfen und müssen während des Fluges getroffen werden. Kein einfaches Unterfangen! Ein guter «Mazzlist» schafft mit einem kräftigen Schwung gut und gerne 200 Meter. Gemäss einer Anekdote habe man früher zum Üben auch gerne mal über das Kirchendach geschlagen, wobei manches Kirchenfenster in die Brüche gegangen sei ... darauf wurde das Spiel zwischenzeitlich von den Kirchenvätern verboten.

Der Parcours besteht aus einem Rundkurs mit sieben «Holes» wie der moderne Golfer sagen würde. Einige zeigen bloss einen Ritungswechsel an, bei den anderen muss man in ein Loch treffen. Der Rundkurs verläuft querfeldein, über Stock und Stein, durch Wiesen, über Böschungen und ins Unterholz. Wer am wenigsten Schläge braucht, gewinnt. Aber darum geht es eigentlich gar nicht. Während man gemeinsam in Gruppen die Strecke abläuft, bleibt genügend Zeit zum Fachsimpeln über den Schlägerbau, zum Diskutieren der verschiedenen Schlagtechniken und zum Scherzen. Mit Jachen, einem Gast aus dem nahen Scuol, haben wir neben Mario einen weiteren erfahrenen Mazza-spieler in der Gruppe.

Zwei kräftige Schwünge führen uns an einer Schafzucht vorbei. Das sei schon eine traurige Geschichte gewesen, beginnt Mario. Die arme Frau. Nachdem sie an einem tragischen Unfall ihren Lebenspartner verloren hatte, habe der Bär 27 Mutterschafe aus ihrer mühselig aufgebauten Zucht gerissen. Quasi ihr ganzes Lebenswerk zerstört. Damals habe auch er einmal eine Bärenspur entdeckt, unten am Fluss. Da sei es ihm ganz anders geworden, und er ist heute noch hundertprozentig davon überzeugt, dass der Bär ihn beobachtet habe. Das könne man sich in der Stadt kaum mehr vorstellen, wie unmittelbar man der Natur hier oben teilweise noch ausgeliefert sei.

Nach gut zwei Stunden ist der Rundkurs beendet. Jachen und Mario zählen ihre Punkte. Sie einigen sich demokratisch auf ein Unentschieden. So genau will man das nicht nehmen. Ist ja nur ein Spiel. Und jetzt gibt es Stärkung mit Wurst, Bier und Blasmusik. Das ganze Dorf ist in den Einstellhallen eines heimischen Bauunternehmens versammelt und feiert dieses faszinierende Brauchtum, das in seiner unverdorbenen Ursprünglichkeit irgendwie gar nicht mehr so richtig in unsere Zeit passen will. ☘

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2012)

TEXT DARIO CANTONI FOTOS DANIEL MARTINEK

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)

## DER KULINARISCHE

# Spitzbube

Klagende Wirte und muffige Mitarbeiter sind ihm ein Gräuel. René Schudel versteht die Gastronomie als Kunstform, betreibt sie mit viel Charme, Muskelkraft und Sinn für Abenteuer. Davon lebt auch seine TV-Sendung «Funky Kitchen Club».

Dass er Koch wurde, ist purer Zufall. Damals, zum Ende der Schulzeit, war es eher eine Art Notlösung, dass man René Schudel zur Lehre ins Grand Hotel Victoria-Jungfrau schickte. Zu Hause hiess es, DJ sei kein Beruf, er müsse etwas Richtiges lernen. Dabei wäre René so gerne Entertainer geworden. Erst Jahre später, nach verschiedenen Stationen in Gastrobetrieben, merkte er, dass er eigentlich genau das ist: ein gastronomischer Entertainer oder «Unterhaltungskünstler» eben. «Zum Glück habe ich gute Leute getroffen, die mir die Wertigkeit in der Gastronomie zeigten», erzählt René Schudel. «So sah ich das Kochen plötzlich in einem anderen Licht: Es ist nämlich eine Kunst, Gastgeber zu sein.» Wenn er etwas nicht verputzen kann, dann die Haltung mancher Wirte, die meinen, der Job wäre so schön ohne Mitarbeiter und Gäste. «Es braucht ein gutes Team, viel Spirit und Fröhlichkeit», sagt Schudel. «Nur so kann es funktionieren.»

René wendet sich wieder den dicken Côtes de Boeuf zu, die auf der Herdplatte brutzeln. Das Fleisch stammt von Metzger Lehmann aus dem Länggass-Quartier in Bern. Dani ist einer von René's Glücksfällen, oder besser gesagt einer, der Dinge produziert und verkauft, die René glücklich machen. Lehmann ist Metzger mit Haut und Haar. Wenn er von «seinen» Charolais-Rindern spricht, gerät er völlig aus dem Häuschen. Er weiss, welches Gras die Rinder fressen müssen, damit sie sich optimal entwickeln, er kennt die verschiedenen Hanglagen der Wiesen und Weiden, die je nach Jahreszeit passend sind. So einen Freak muss man erst finden, aber wenn – dann ist es eine Sache fürs Leben. Es ist René's grösster Antrieb, Menschen aufzuspüren, die mit Herzblut und Sorgfalt zur Sache gehen und Dinge produzieren, die schlicht umwerfend sind.

Solche Trouvailles sind das Rückgrat von René Schudels Küche und bieten zugleich viel spannenden Stoff für seine Kochsendung «Funky Kitchen Club» auf ProSieben Schweiz.

Das Restaurant benacus ist René's Homebase, der Dreh- und Angelpunkt für all seine Tätigkeiten. Das Lokal in den alten Stadtmauern verbindet Bergler-Charme und urbanen Chic zu einem spannenden Ambiente. Zwischen verschiedenen Polen bewegt sich auch die benacus-Küche, wobei René Schudels Kreationen stets ehrlich bleiben. Gutbürgerliches vermischt sich mit einer Prise Exotik, oberstes Gebot ist aber das Gespür fürs Unverfälschte. Dank dem Restaurant behält René stets den Bezug zum gastronomischen Alltag, auch wenn er oft tageweise Termine ausserhalb wahrnehmen muss. «Dieser praktische Hintergrund ist mir extrem wichtig, das erdet mich», sagt er und packt die fertig angebratenen Riesenfleischstücke in den Ofen. Die Restaurantküche ist seine Werkstatt. Hier kocht und tüfelt er. Gleichzeitig dient der Raum zwischen- durch auch als Studio für den «Funky Kitchen Club». Hier werden die Kochsequenzen der meisten Folgen aufgezeichnet.

Die Belper Knolle, die René jetzt über den fast gar gekochten Risotto raspelt, ist wie das Charolais-Fleisch so ein Fundstück einer kulinarischen Spritztour. Die Knolle ist eigentlich ein Missgeschick. Sie ist vor Jahren im Keller der Käserei Glauser in Belp vergessen gegangen. Als die Käser den nicht mehr frischen Frischkäse wieder fanden, staunten sie über das Ergebnis. Es war ein völlig neues, geschmacklich überaus interessantes Produkt entstanden. Unterdessen ist das Ding

unter Käse-Freunden sehr beliebt. Die Belper Knolle wird zuweilen verglichen mit ihrer berühmten Namensvetterin, der schwarzen Trüffelknolle. Auch damit hat René kürzlich nähere Bekanntschaft geschlossen und zwar in einem Wald bei Bern. «Ich liebe solche Geschichten», schwärmt René. Die Begegnungen mit einzigartigen Rohstoffen und den Menschen, die dahinterstehen, inspirieren ihn für seine Küche und seine TV-Show. Auf den Fahrten kreuz und quer durch die Gegend lässt sich ausserdem die Lust auf Neues prima stillen. Wenn sich dabei sogar noch die Gelegenheit gibt, in einen Sportwagen von Mercedes AMG zu steigen oder auf einem alten Traktor zu fahren, umso besser. Alles, was rattert, brummt oder auch richtig aufheult, lässt René's Herz höher schlagen.

Über 100 Sendungen mit René Schudel sind schon ausgestrahlt worden, und soeben ist das Buch zur Sendung erschienen, in dem viele von René's Abenteuer auf Papier festgehalten sind. Aus dem unmotivierten Bergbuben, der sich als Teenager am liebsten nach Ibiza abgesetzt hätte, ist also auf Umwegen ein Gastronom mit Herz und Seele geworden, eine Frohnatur der Gastrowelt, die viele Sympathien weckt. Dieser Popularität begegnet René mit einem einfachen Rezept: mit Bodenständigkeit. Er kehrt immer wieder zu seinen Wurzeln zurück. Die Natur der Bergwelt, das Wasser, aber auch der Dorfcharakter von Interlaken holen ihn auf den Boden zurück. «Dieses Gefühl von Heimat ist mir extrem wichtig», betont er. Und trotz aller ländlicher Idylle bieten sich auch hier interessante Gegensätze: «Durch die vielen Touristen sind wir bestens verlinkt mit der ganzen Welt. Das entspricht mir sehr und begeistert mich auch als Gastgeber und Koch.»

Wenig später rast René mit Einsatzauto und Blaulicht zu einem Grossbrand. Die gesamte Umgebung ist aufgeboten, das Feuer bei anhaltendem Wind unter Kontrolle zu bringen. Was mit dem Risotto und dem Fleisch passiert, ist jetzt nebensächlich. Wenn es um die Feuerwehr geht, kennt Feuerwehrmann Schudel kein Pardon. Mit Eifer und Disziplin leistet er seinen Beitrag zur Allgemeinheit. Den Dienstzeiten und Übungen sind alle anderen Termine untergeordnet. «Klar, mich fasziniert auch die Technik», wird René später sagen. «Und der impulsive Charakter der ganzen Geschichte. In einer Minute kann es losgehen, man weiss nie, was passiert. Das macht die Sache doch einfach spannend.» Wenn die Feuerwehr ruft, kann es also sein, dass er auch mal an einem Samstagabend in seinem Restaurant fehlt, was sonst kaum je vorkommt. «Seit 18 Jahren hatte ich noch nicht manchen freien Samstagabend und sicher keinen freien Silvesterabend», überlegt Schudel. «Aber das bedauere ich kein bisschen.» Ein solcher Einsatz gehört zum Leben des Entertainers, einem ohne Hawaii-Hemd und Synthesizer, dafür mit Messer und Schürze. ☘



ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2011)

TEXT ANNETTE MARTI FOTOS SARAH MICHEL

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)



## KOMPOST

# Good concepts work without a because ...

Zwei Animationsspezialisten aus den Bergen produzieren Musikvideos, erfinden putzige Werbewelten für Giganten wie McDonald's und leiten Hightech-Produktionen im Ausland. Die Resultate werden auf MTV gespielt und gewinnen internationale Auszeichnungen. Abgesehen davon ist das Team um Oliver Conrad und Gian Klainguti hierzulande noch wenig bekannt. Zu Unrecht.

Kompost. Das sind zuerst einmal Gian Klainguti und Oliver Conrad. Zwei Freunde, die sich mit 13 Jahren auf den Pisten des Engadins beim Snowboarden kennenlernen. Beide sind sie 1980 geboren und besuchen später das Lyceum Alpinum in Zuoz. Und beide haben sie keine Lust, nach der Matur an die HSG nach St. Gallen zu pilgern und dort Wirtschaft oder Jura zu studieren, wie die meisten ihrer Schulkollegen es tun. Oliver Conrad wollte schon früh im kreativen Bereich arbeiten, ohne genau zu wissen, was da alles möglich ist. Er besucht die Parson School of Design – zuerst in Paris, dann in New York. Gian Klainguti schnuppert etwas Wirtschaftsluft, beginnt dann Kommunikation und Publizistik zu studieren ... und macht schliesslich seinen Bachelor in Film.

Kompost entsteht 2005 als Künstlerkollektiv in New York. Oliver Conrad und Gian Klainguti realisieren als Studentenarbeit ein erstes Videoprojekt mit Hip-Hoppers aus Brooklyn. Kompost: eine Kombination aus Komposition und dem Gedanken, dass aus Abfall Neues entstehen kann. International verständlich. Es folgen weitere Videoprojekte. Alles Low Cost. Oliver und Gian wohnen unter der Treppe, teilen sich ein Bett, leihen sich das Equipment von der Schule oder von Freunden aus und arbeiten mit ersten unbezahlten Praktikanten.

Kompost ist heute ein kreatives Studio für Design und Animation mit neun Mitarbeitern im Bereich 2D/3D und einem grossen Netzwerk an internationalen Spezialisten, die nach Bedarf zugezogen

werden. Die Musikvideos von Kompost bekommen internationale Auszeichnungen. So wird Speedskater, ein Video für die Gruppe Airpushers (Musiker u. a. von Black Eyed Peas) 2008 in Barcelona am International Short Film Festival nominiert. Das Video «F@ck That» mit dem russischen Hip-Hopper Krussia wird 2009 gleich zweimal zum besten Musikvideo gekürt: am Independent Film Festival in Philadelphia und am San Francisco Frozen Film Festival. Für die Happy-Meal-Spots, die sie für den Giganten McDonald's erschaffen, werden sie mehrmals für einen Annie Award (Oscar der Animationsbranche) nominiert und räumen verschiedene EDIs (Schweizer Preis für Werbefilme) ab. Plötzlich stehen sie in Konkurrenz mit den Topshots der Branche.

Wir besuchen Oliver und Gian in ihrem grosszügigen Loftatelier im angesagten Zürcher Binzquartier. Mit offenen Armen und einem perfekten Cappuccino werden wir empfangen. Das Cappuccino-Know-how geht auf eine kürzlich realisierte Animation für die Grossbank UBS zurück und wurde im Atelier zur Perfektion getrieben – mit positivem Nebeneffekt auf die Kaffeekultur. Sonst überall vornehme Zurückhaltung, keine aufgepöppelten EDIs, kein geschäftiges Getue – eher das für Bergbewohner typische Understatement. Dies sei nicht immer von Vorteil gewesen. Bei Präsentationen etwa oder Videokonferenzen mit den USA wurde die noble Zurückhaltung auch schon als Anflug einer leisen Depression verstanden. «Seither motivieren wir uns gegenseitig wie vor einem Fussballmatch»,



meinen sie belustigt. Nun. Geklappt hat es trotzdem, obwohl die ersten fünf Jahre ein steiles Stück Weg waren. «Eigentlich ist es wie eine Obsession», erklärt Oliver, «es wird Teil deines Lebens, schon auch Selbstverwirklichung, wo der kreative Prozess und der künstlerische Anspruch im Zentrum stehen. Geld oder Profit waren nie unsere Antriebsfeder, das kommt ganz weit hinten. Wir haben sogar Geld in Projekte gesteckt, nur um sie realisieren zu können. Wir gehen immer die Extrameile, und dies aus Leidenschaft – das unterscheidet uns vielleicht von anderen.»

Und das Engadin, die Berge? «Künstlerisch hat das schon unseren Stil beeinflusst. Wir arbeiten gerne mit natürlichen Texturen, lassen auch das Raue, das Unperfekte zu, denken eher prozesshaft. Schlussendlich haben unsere Arbeiten eine ganz andere Ästhetik als jene, die wir in der Kunstschule gelernt haben – in den 90ern war alles sehr clean und vektororientiert.» Die ersten Animationen und auch der eigentliche Durchbruch mit Spaceman Stu, dem ersten Clip für McDonald's, sind im Engadin entstanden – genau gesagt in der guten Stube von Olis Grossmutter. Nach der New Yorker Zeit konnten sich die beiden so über Wasser halten, weil keine zusätzlichen Kosten für die Miete eines Studios anfielen. Drei Jahre ging das so. Zuletzt waren es fünf Arbeitsplätze im Wohnzimmer, Serverroom in

der Küche und die Grossmutter, die das Kreativteam den ganzen Tag mit ihren Kochkünsten verwöhnte. «Die Entstehung der «Kompost Family» geht eigentlich auf diese Zeit zurück. Das gemeinsame Arbeiten, das Zusammensitzen am Abend mit einer Flasche Wein ... dies wurde auch von den ausländischen Animationspezialisten ungemein geschätzt. So was findet man in der Grossstadt eigentlich gar nicht mehr. Auch heute noch ziehen wir uns gerne nach St. Moritz zurück, um Energie zu tanken oder im kleineren Team neue Projekte anzugehen.»

Mit der Zunahme der Kommunikation über Smart Phones und Social Media werden Animationen immer wichtiger. Sie erscheinen in crossmedialen Kampagnen, im Fernsehen, Internet und sind Bestandteile von Apps. Gleichzeitig sind die Animationsprogramme in den letzten Jahren massiv billiger geworden, was auch kleinen Agenturen dieses weite kreative Betätigungsfeld eröffnet hat. Die Happy-Meal-Kampagnen für das US-Fernsehen haben Kompost in die Topliga katapultiert. Die Spots liefen nicht nur landesweit und erhielten eine ganze Reihe von Auszeichnungen. Es entstand ein regelrechter Hype mit usergenerierten Facebook-Seiten, Posts auf YouTube, usw. Ganz nebenbei mutierte der Fast-Food-Konzern innert kürzester Zeit zum grössten Apfelabnehmer der USA. Jedenfalls pitchten Oliver



Conrad und Gian Klainguti heute nicht selten gegen die Grossen der Branche wie Psyop, The Mill oder Superfäd. Das macht sie schon stolz. Und auch, dass sie im Vorfeld der Olympiade in England eine crossmediale Kampagne mit David Beckham realisieren dürfen. «Was kommt als Nächstes?», fragen wir zum Schluss. «Wir wollen vermehrt eigene Projekte realisieren, eigenen Content schaffen und Stories erzählen. Vielleicht einmal ein eigener animierter Film? Aber das sind alles Wünsche, von denen wir vor noch nicht so langer Zeit nicht einmal zu träumen wagten.» ☺

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2012)

TEXT DARIO CANTONI FOTOS PATRIZIA HUMAN

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)

# VOM FISCHERSTEG IN DEN Yachthafen

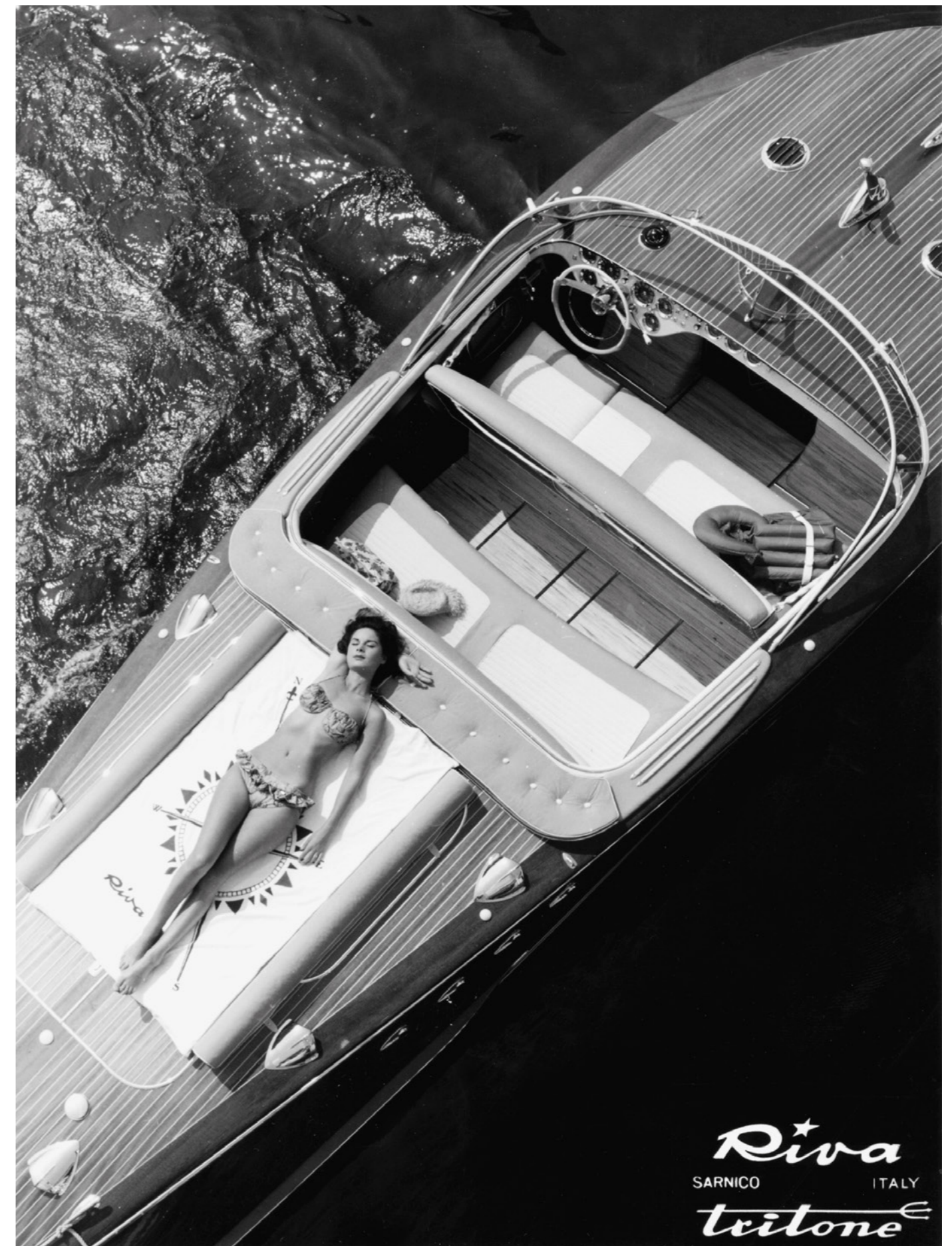
## EIN MYTHOS WIRD 170

Riva-Boote sind schwimmende Ikonen, ein unsterblicher Mythos aus den 50er- und 60er-Jahren, gelten als Rolls-Royce unter den Motorbooten. Dieses Jahr feiert das italienische Vorzeige-Label bereits sein 170-Jahre-Jubiläum. Was weniger bekannt ist: Alles begann am Fusse der Südalpen, am Comersee und am Lago d'Iseo.

Der Mythos der eleganten Boote mit der tiefroten Mahagonibepunktung und den mächtig blubbernden Innenbordmotoren begann während der Jahre des Wirtschaftswunders. Italien wurde weltweit geschätzt wegen seines Designs und der Qualität seiner Exportprodukte. Der Italian Style war in der Hochblüte – in der Haute Couture wie im Möbeldesign, in Architektur und Automobilbau. Grosse Namen wie etwa Zanuso und Bellini, Krizia und Missoni, Ferrari und «Pinin» Farina tauchten auf dem Weltparkett auf und schrieben Designgeschichte. Im Bootsbau war es zu jener Zeit Carlo Riva, eine Persönlichkeit mit grosser Intuition, stilicherem Geschmack und herausragenden fachlichen und unternehmerischen Fähigkeiten, der eine unverkennbare Spur hinterliess. In jenem ausschweifenden Jahrzehnt voller Lebensfreude gelang es ihm, das Motorboot vom reinen Arbeits- und Transportmittel als Vergnügungs- und Luxusobjekt zu positionieren. Dabei verschmolz er Qualität, Seetüchtigkeit und eine einzigartige Formensprache. Die Liste der Besitzer von Riva-Booten liest sich denn auch wie ein Who's who des Jetsets der 50er- bis 70er-Jahre des letzten Jahrhunderts: Prinzessin Soraya von Persien, Sultan von Pahang (Malaysia), verschiedene italienische Prinzen, Blaublüter und Indus-trielle. Carlo Ponti, Peter Seller, Jean-Louis Trintignant, Roger Vadim, Sean Connery, Brigitte Bardot, Sophia Loren, Richard Burton, natürlich Gunter Sachs und so weiter ... Doch fangen wir ganz von vorne an: Carlo Riva war der Spross einer alten Fa-

milie von Bootsbauern aus Laglio am Comersee. Das Dorf war bekannt wegen seiner antiken Tradition im geschickten Umgang mit der Axt. Ein junger Mann namens Pietro Riva galt als besonders begabter Zimmermann und Kalafate. Und hier beginnt die Geschichte. Der damals zwanzigjährige Urgrossvater von Carlo Riva wurde 1842 von einem Fischer aus Sarnico am benachbarten Lago d'Iseo angefragt, ob er sich nicht selbstständig machen wolle, um die Fischer-boote bei ihnen zu reparieren und zu unterhalten. Eine grosse Verlockung für den Jüngling, der schon bald in eine Hütte an der Mündung des Flusses Oglio einzog und begann, die Boote für die Fischer am Lago d'Iseo flottzuhalten. Dies tat er so gut, dass man ihn bald beauftragte, eigene Boote zu bauen. Mit den Kenntnissen aus seinem Heimatdorf baute er ein erstes «Spazierschiff», wie es auf dem Comersee für die englischen Touristen gebaut wurde. So wurde in dieser einfachen Hütte am Ufer dieses Alpensees der Grundstein gelegt für ein Unternehmen, das später Weltruhm erlangen sollte.

Ernesto, der dritte Sohn von Pietro, trat einige Jahre später in die Fussstapfen seines Vaters. Nachdem er in Laglio, in der Werkstatt seines Onkels, die Lehrjahre absolviert hatte, unterstützte er seinen Vater und spezialisierte sich auf den Bau grosser Transportschiffe. Später kam das erste Dampfschiff dazu und gleich ein weiteres, mit dem er bis zu 80 Touristen auf dem Lago d'Iseo spazieren führte. Die Werft wurde ans andere Ufer



transferiert, vergrößert und für die mittlerweile zahlreichen Arbeiter eine Trattoria del Cantiere eingerichtet, wo Carolina Malighetti, die Frau von Ernesto, kochte. Die Geschäfte entwickelten sich blendend, bis Ernesto Riva im Jahre 1907 in der Werft von einem Schiff erdrückt wurde und starb. Dies war nicht der einzige Schicksalsschlag, den die Familie hinnehmen musste: Von den vier Söhnen des Ernesto starben zwei im Ersten Weltkrieg und einer wurde von der spanischen Grippe dahingerafft. blieb noch Serafino. Auch er, wie sein Vater, begeistert von Motoren und von jeder neuen technischen Errungenschaft. Als die ersten Motorboot-Wettkämpfe stattfanden, war Serafino mit dabei, sowohl als Konstrukteur als auch als Pilot. Von den Zwanzigerjahren bis zum Ausbruch des Zweiten Weltkrieges gehörten die Riva-Boote zu den schnellsten, die Werft in Sarnico wurde zum internationalen Treffpunkt der Motorboot-Sportler und zum Austragungsort von Geschwindigkeitsrennen auf Wasser. Mitten in diese pulsierende Szenerie wurde am 24. Februar 1922 Carlo geboren – genau ein Jahrhundert nach seinem Urgrossvater, dem Firmengründer Pietro Riva.

Seltsamer Zufall oder schicksalshafte Fügung? Im Nachhinein jedenfalls kann Carlo Riva als der zweite Gründer der Riva-Werft bezeichnet werden. Schon in seiner Jugendzeit interessierte er sich leidenschaftlich für alles, was Boote und deren Konstruktion betraf: die Technik, die Organisation der Arbeiten, das Design ... und brachte schon mit sechzehn Jahren Vorschläge für die Verbesserung der Stromlinienform der Boote. Ihn interessierten weniger die Rennboote als die luxuriösen Schiffe à la Chris Craft. Doch es war nicht die Zeit zum Träumen. Der Zweite Weltkrieg fegte alles hinweg: Träume, die sportlichen Erfolge und die Geschäftsmöglichkeiten. Nach Ende des Krieges galt es, die Ärmel hochzukrempeln und anzupacken. Der Pragmatismus des Sohnes traf hier auf den sportlichen Idealismus des Vaters und sorgte über Jahre für familiären Zwist. Doch Carlo Riva blieb seinen Überzeugungen treu. Und als er um 1950 die Werft übernahm und seine Ideen und Visionen in die Tat umsetzen konnte, stieg der Absatz der Boote bereits im ersten Jahr um mehr als das Dreifache auf 54 Einheiten. Carlo Riva ging an Messen, investierte in Werbung, war immer auf dem neusten Stand, was technische Innovation und Materialien betraf, verdoppelte die Preise bei den Rennbooten (denn: «Con la gloria non si mangia!») und führte schliesslich die Serienproduktion für Luxusboote ein. Die Verfeinerung am Design und immer wieder an den Motoren, in Zusammenarbeit mit verschiedenen Produzenten, führte zum typischen Riva-Boot mit der markanten Stromlinie, der Verplankung aus slowenischer Eiche mit Mahagoniüberzug und den kräftigen Motoren. Mit dem Corsaro wurde das schnellste Motorboot jener Epoche gebaut. «Spider del Mare» wurde es genannt und in den Verkaufskatalogen als «freccia dei motoscafi entro bordo» angepriesen: «Dinamico, snello, elegante, velocissimo!»

Ständige Entwicklung, Passion, Know-how und Handwerk auf höchstem Niveau brachte die legendären Modelle Ariston, Tritone und Aquarama hervor, gefolgt von Florida, Super Florida und Riva Junior. In den Sechzigern kletterten die Verkaufszahlen in die Höhe und der Kultfaktor ins Unermessliche. Die letzten Modelle Riva 220 und 320 oder Super Ariston erreichten eine Spitzengeschwindigkeit von über 80 km/h. Der Mythos war geboren. Gino Gervasoni, Schwiegersohn, Partner und später Nachfolger von Carlo Riva, erklärte einmal im «Corriere della sera»: «Wenn du am Morgen mit einer 25-Meter-Yacht in einen Hafen an der Côte d'Azur einläufst, fühlst du dich gross, weil alle anderen Schiffe daneben klein wirken. Aber am Nachmittag kommt eine 30-Meter-Yacht, und auch du bist wieder klein. Am nächsten Morgen liegt eine noch grössere Yacht vor Anker, nun zieht diese alle Blicke auf sich. Wenn du aber mit einer Aquarama in einen Hafen fährst, kannst du sicher sein, dass kein schöneres Boot dir die Schau stiehlt, denn die Aquarama ist einfach einmalig!»

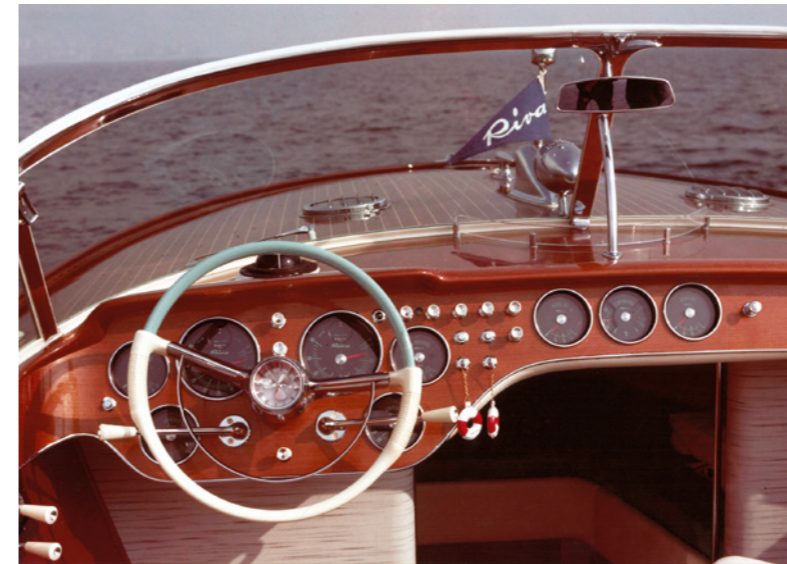
Heute gehört Riva zur renommierten Ferretti-Gruppe, einem weltweiten Leader im Bau exklusiver Luxusyachten in allen Grössen. Der ursprüngliche Standort in Sarnico, das eigentliche Herz des Unternehmens, besteht nach wie vor. Hier entstehen in Anlehnung an die glorreiche Vergangenheit weiterhin die kleineren Motorboote im typischen Riva-Design wie die Riva Iseo – benannt nach dem See, den die Alpengletscher nach dem Rückgang der Eiszeit zurückgelassen haben und wo diese sagenhafte Familiengeschichte ihren Anfang nahm. ☺

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2012)

TEXT DARIO CANTONI FOTOS ARCHIV RIVA

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION UND GESTALTUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)



# Geschüttelt, nicht gerührt

**DIE BAR-TRENDS 2019** von Dario Cantoni

## GESCHÜTTELT, NICHT GERÜHRT.

Dieser Spruch ist eines der berühmtesten Filmzitate aller Zeiten. James Bond-Schöpfer Ian Fleming liess seinen Spion erstmals in Casino Royale aus dem Jahr 1953 einen Dry Martini bestellen. Doch ist der Drink aus einem Teil trockenem Martini und wahlweise drei Teilen Gin oder Wodka heutzutage noch angesagt? Welches sind die Bar-Trends 2019? Was soll man an den hippen Hotelbars von St. Moritz bestellen? James Bond selbst greift in den 88 Tagen seines Lebens, die dem Publikum aus Büchern und Filmen bekannt sind, übrigens ganze 1150 mal zum Glas – je nach Gesellschaft gefüllt mit Champagner, Scotch, Bier und natürlich Dry Martini.



Sean Connery als erster James Bond in Goldfinger (1964)  
© Copyright by Metro-Goldwyn-Mayer, United Artists, a.o.

## DIE COCKTAIL-TRENDS 2019

### DRY MARTINI

Gleich vorweg: Der Dry Martini gehört immer noch zu den Top 10 in den Bars weltweit und wird wohl noch lange ein Klassiker bleiben. Während Bond auf seinem geschüttelten Martini beharrt, sind sich die Barkeeper dieser Welt einig: Klare Spirituosen sollten stets gerührt werden, damit sich der Drink nicht trübt. Die Erklärung, weshalb James Bond Martini geschüttelt lieber mag, liegt wohl daran, dass der vorsichtig abgeseigte erste Schluck aus dem Shaker am intensivsten schmeckt. Schliesslich hat der Agent immer nur sehr wenig Zeit und schafft es meistens nicht, mehr als einen Schluck zu kosten.



DRY MARTINI

### NEUE LIEBE ZUM WERMUT

Sowieso ist eine neue Liebe zum Wermut erwacht. Der aromatisierte Wein wird zum Beispiel einfach mit Tonic aufgefüllt. In den Startlöchern wartet auch schon der Sherry. In der Londoner In-Bar Sack wird er mit Umeshu (japanischer Likör aus der Ume-Aprikose), Lemon, Shiso (leicht minzige japanische Pflanze) und Tonic gemixt.

### CLASSIC COCKTAILS

Ein aktueller Trend geht Richtung Minimalismus: weg von künstlichen Zusätzen, von billiger Qualität, von Deko mit bunten Sonnenschirmen – hin zum reinen Geschmack. Dies führt uns direkt zu den bewährten Bar-Klassikern wie dem Manhattan, dem Old Fashioned, zu Sours oder dem zählbaren Daiquiri. Allesamt in den Top 5 der beliebtesten Drinks zur Stunde. Seit einigen Jahren wieder auf Platz 1 der Negroni: 1/3 Gin, 1/3 Campari, 1/3 roter Wermut, Eis und Orangen-ziste. Der wichtigste Cocktail auf Campari-Basis feiert übrigens just dieses Jahr Jubiläum. 1919 kreierte der Graf und weit gereiste Dandy Camillo Negroni den nach ihm benannten Cocktail in Florenz.



NEGRONI



### GIN 'N TONIC, IMMER NOCH

Beim Überflieger der letzten Jahre ist immer noch keine Müdigkeit zu spüren. Immer neue Kombinationen kommen auf den Markt und die Auswahl an Tonics (auch mit wenig Zucker) ist praktisch unüberschaubar.

### PURER RUM

Früher eine reine Mixspirituose, erlebt der Rum ein Revival als purer Drink und wird zum neuen «Single Malt». Gefragt sind die klassischen Rum-Blends ebenso wie inseltypische Rums kleiner Destillieren oder die selten anzutreffenden Single-Cask Rums.

### DRINKS AUS AGAVE UND ANANAS

Drinks auf Basis der Agave wie Tequila und der etwas seltenere Mezkal sind nach wie vor beliebt. Nun kommt das mexikanische Getränk Tepache dazu. Dieses entsteht durch die Fermentation von Ananas. Wichtig sind in jedem Fall unbehandelte Ananas-Schale und aromatischer Zucker.

### COLD BREW, SHOTTAILS & MOCKTAILS

Zum Schluss noch drei weitere Trends zum Merken. Cold Brew – also kalt gebrühter Kaffee als Muntermacher und Bestandteil von fancy Cocktails (anstatt der künstlichen Energydrinks). Shottails sind Mixgetränke, die im Shotglas serviert werden – statt «Ex und weg» nippt man am kleinen Glas und geniesst die aussergewöhnlichen Geschmacksreaktionen. Auch Cocktails ohne Alkohol, die sogenannten Mocktails, stehen unter dem Motto «gesundes Geniessen» ganz oben auf der Trendliste 2019. Besonders spannend: Aloe-Vera-Wasser (gesund für die Haut) löst gerade das Kokoswasser von 2018 ab. Oder wie wäre es mit einem Rhabarber-Grape-fruit-Sirup mit Thymian? Hier gilt nun definitiv gerührt, nicht geschüttelt! ☺

ARTIKEL FÜR BRITISH CLASSIC CAR MEETING ST. MORITZ (2019)

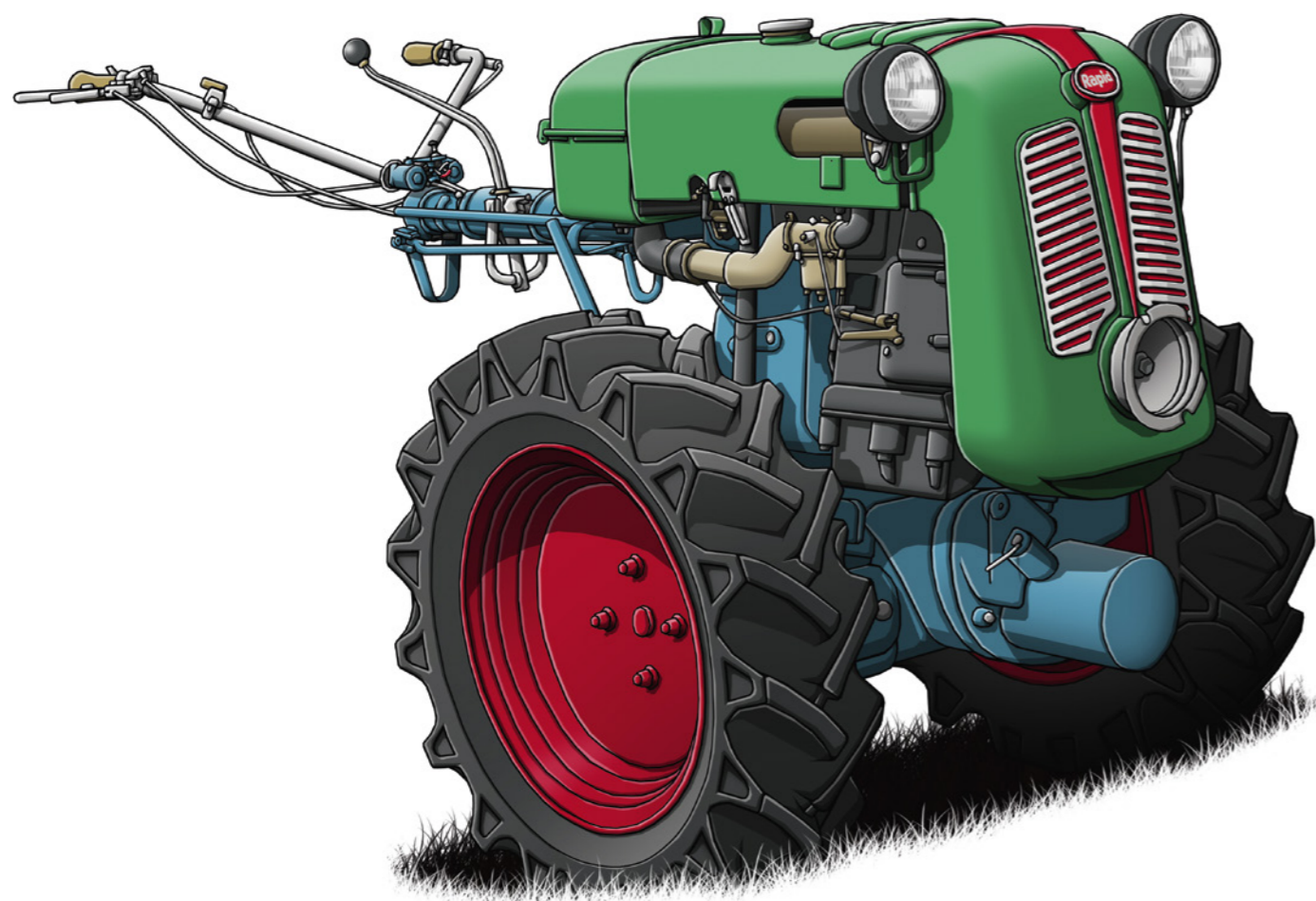
TEXT DARIO CANTONI

WEITERE ARBEITEN ENTWICKLUNG, GESAMTREDAKTION  
UND GESTALTUNG BUCHES

[www.spotwerbung.ch](http://www.spotwerbung.ch)



# VOM GRASSCHNEIDER ZUM ALLESKÖNNER



Dieses Gefährt ist Kult. Der Rapid ist zwar nicht schnell, dafür umso vielseitiger. Mit seinen Qualitäten hat der kurlige Einachser nach dem Zweiten Weltkrieg massgeblich zur Entwicklung der Schweizer Berglandwirtschaft beigetragen.

Rapid ist heute Synonym für den Einachsmäher. Der Rapid Typ S war zum Zeitpunkt seiner Einführung die am universellsten einsetzbare Landmaschine, die je gebaut wurde. Das «S» steht je nach Typ für Super oder Spezial. Der Rapid ist zwar nicht schnell, aber durch seine geniale Einfachheit hat er nach den 1950er Jahren entscheidend zur Mechanisierung der schweizerischen Berglandwirtschaft beigetragen. Es gibt wohl keinen Schuppen im Schweizer Berggebiet, wo nicht einer dieser grün-roten Vehikel steht. Auf YouTube kursieren Dutzende Videos mit Ausfahrten auf dem Rapid, in ländlichen Gegenden finden regelmässig Rapid-Treffen statt, Ersatzteile und Zusatzmaschinen werden rege gehandelt.

Der höchst erfolgreiche S-Typ wird durch einen Gegenkolbenmotor mit vier Vorwärts- und zwei Rückwärtsgängen angetrieben – mit Geschwindigkeiten zwischen 3,1 und 16,5 km/h. Trotzdem: Die Konstruktion vermag auch noch den heutigen Maschineningenieur zu faszinieren. Mit dem entsprechenden Zusatzgerät können der S-Super und der S-Spezial mähen, eingrasen, transportieren, hacken, zetzen, ziehen, über einen Riemen andere Geräte antreiben, häufeln, graben, pflügen, spritzen, eggen und rechnen. Ausgerüstet mit dem Treibachsanhänger, wird jeder S-Typ zum idealen 4WD-Transportfahrzeug mit herausragenden Offroad-Qualitäten. In Versuchsfahrten wurden bis zu 88 Prozent Steigung überwunden. Zum Vergleich: Die steilste Standseilbahn der Schweiz, die Stossbahn im Kanton Schwyz, hat eine Steigung von 78 Prozent. Erstmals war es nun möglich in den Berggebieten, alles Futter dort abzuholen, wo es gewachsen war und ins Tal zu fahren. Genial ist auch die Achskonstruktion. Die Radspur kann durch einfaches Wenden der Räder von 52 auf 60 oder sogar 68 cm verbreitert werden. Auch die Bodenfreiheit lässt sich durch das Verstellen der Radachsen schnell und leicht variieren, auch einzeln, was das Fahren und Mähen in steilem Gelände quer zum Hang erlaubt.

Der Vorgänger des Rapid S war der Rex. Speziell für den Einsatz in den Berggebieten entwickelt, wurde er zwischen 1953 und 1981 an eine Vielzahl von Klein- und Bergbauernbetrieben geliefert. Dank seinem tiefen Schwerpunkt war er ein richtiger Bergkletterer und wurde bis nach Mexiko exportiert. «Der schweizerische Motormäher für den Schweizer Bauern – einfach in Bedienung und Unterhalt, robust und leistungsfähig!», hiess es in einschlägigen Werbeanzeigen. Auch die roten Nachfolgemodelle Rapid 303 und 306 erwiesen sich als perfekte, weil relativ leichte Bergmäher und -heuer. Sie waren wendig, hatten eine Differentialsperre und schafften im dritten Gang 12,5 km/h. Die Nachfrage war so gross, dass sie bis ins Jahr 2000 produziert wurden.

Das erfolgreichste Modell und der eigentliche Inbegriff von Rapid bleibt bis heute der Type S. Im Jahr 1949 lanciert, wurde er von 1950 bis 1978 gebaut und konnte mit den unterschiedlichsten Zusatzgeräten kombiniert und erweitert werden. Aus Anlass der Auslieferung des hunderttausendsten Rapid S im Jahre 1957 brachte es der Thurgauer Bauer Jakob Krüsi, selbst stolzer Besitzer eines S-Spezial, mit folgenden Zeilen auf den Punkt: «Wenn ich de Spezial nütze het, ich wörs bedure. I glaub, i hörti uf mit Buure.»

Die Geschichte des Rapid ist eng mit jener des Motormähers verknüpft. Das Mähen von Hand war eine der mühevollsten und zeitintensivsten Arbeiten der Landwirtschaft. Im Roman «Uli der Knecht» beschreibt Jeremias Gotthelf die Vorbereitung des Werkzeugs, das Dängeln, bevor dann grössere Grasflächen mühevoll mit der Sense geschnitten wurden. Um 1900 setzten grössere Betriebe der Graswirtschaft von Pferden gezogene Mähmaschinen mit einem seitlich angeordneten Mähbalken ein. 1926 entwickelte Rapid den ersten Motormäher. Damit ersetzte der Bauer zwei Pferde und erlangte die gewünschte Unabhängigkeit, da er nicht mehr auf die Unterstützung von Nachbarn oder dem Knecht angewiesen war. Mit der Vergrösserung der landwirtschaftlichen Betriebe nach dem Weltkrieg wurden die Einachstraktoren im flachen oder hügeligen Mittelland durch grössere Traktoren mit zwei Achsen abgelöst. Dies gab Rapid den entscheidenden Anstoss, speziell an die Berglandwirtschaft angepasste Geräte und Maschinen zu entwickeln.

Rapid setzt noch heute auf das gleiche Erfolgsrezept: Die Herstellung von technologisch und qualitativ führenden, einfach zu bedienenden, multifunktional einsetzbaren Einachsgeräteträgern mit Anbaugeräten und ist damit zum europäischen Marktführer avanciert.

Aktuell liess sich der Rapid Super als effizienter Entwicklungshelfer für die Modernisierung der Landwirtschaft in Dritt-Welt-Staaten einsetzen. 🌱

ARTIKEL FÜR BIANCO ALPINE LIFESTYLE MAGAZINE (2015)

TEXT DARIO CANTONI ILLUSTRATION HELGE JEPSEN

WEITERE ARBEITEN

GESTALTUNG UND UMSETZUNG DES MAGAZINS

[www.biancomag.ch](http://www.biancomag.ch)

