

bona LIFESTYLE

2. JAHRGANG
AUSGABE 3
NOVEMBER
2015

DAS MAGAZIN FÜR FORTGESCHRITTENE

REISEN
**Leica hält Zeitgeschichte
fest**

KARTE ODER CASH?
**SPAREN
BEIM ZAHLEN**

REISEBÜRO
Im Aufwind

BREITLING
WELTENBUMMLER
*Massgeschneidert
wohnen*

SPANNUNG
CHAMPAGNER
für James Bond

Traumziel Malediven
DRESDEN | *Trendhotels* | *Fliegen ab Bern*



WETTBEWERB
LONDON
Flüge ab
Bern zu
gewinnen



Bügelzeit?

Wir reinigen auch Ihre Fenster. Wir putzen Ihr Auto, bringen Sie zum Arzt oder sind einfach für Sie da. Rund um die Uhr. Auch im Notfall.

editorial

Simone Leitner
Chefredaktorin

Liebe **Leserinnen**, Liebe **Leser**

Reisen ist ein Privileg. Nicht nur ein finanzielles, auch ein politisches Privileg. Wir Schweizerinnen und Schweizer reisen mehr oder weniger überall problemlos ein und aus und erfahren rund um die Welt Respekt. In dieser Ausgabe beschäftigen wir uns mit dem Thema Reisen. Nicht ausschliesslich mit tollen Eindrücken, schönen Destinationen oder aussergewöhnlichen Hotels: Auch mit Geschichten, die auf Reisen eine Rolle spielen.

Zum Beispiel die Fotografie (Seite 8). Einige Bilder haben Zeitgeschichte geschrieben, wie das Foto des küssenden Paares auf dem Times Square, datiert am 14. August 1945, dem Tag der Kapitulation Japans und dem Ende des Zweiten Weltkrieges. Ein Bild, das mehr als Worte und politische Erklärungen liefert. Diese und andere Bildikonen wurden mit der Leica fotografiert. Mit einer der legendärsten Kameras, die schon viele Profi- und Amateurfotografen auf Reisen inspiriert hat. Daher haben wir die Kooperation mit Leica Camera für diese Ausgabe sehr geschätzt. Vielen Dank an Leica Camera in Nidau und Wetzlar.

Wenn wir im Ausland die Kreditkarte zücken, werden wir oft gefragt: «In welcher Währung möchten Sie bezahlen?». Eines sei hier schon verraten: Bezahlen Sie im Ausland in der Lokalwährung (Seite 16). Und wussten Sie, dass Sprachkenntnisse nicht immer matchentscheidend sind, sondern vielmehr der kulturelle Kontext einer Sprache? Missver-



ständnisse lauern überall und können einen Businessdeal auf internationalem Parkett ernsthaft gefährden (Seite 28). Gefahren lauern auch auf Reisen. Lesen Sie, warum das Buchen im Reisebüro wieder Aufwind hat (Seite 32). Apropos Sicherheit: Während der Ferien Haus und Wohnung überwachen zu können, ist mit moderner Haustechnologie leicht möglich (Seite 36). In bonacasa-Wohnungen werden solche und weitere Sicherheitsmassnahmen zum Standard. Aber nicht nur die Technik ist in den eigenen vier Wänden ausschlaggebend, sondern auch die smarte Einrichtung – Profis geben ab Seite 46 Einrichtungstipps.

Und natürlich wollen wir Sie zum Reisen und Geniessen animieren: Auch im Paradies ist die Lage entscheidend: Das Park Hyatt Maldives Hadahaa liegt auf einem der tiefsten, natürlichen Atolle der Welt. Wie das Resort Umweltschutz umsetzt und soziale Verantwortung wahrnimmt, erfahren Sie ab Seite 72.

Etwas näher gelegen ist Dresden und ideal für eine Reise zur Adventszeit. Wer eine Tour abseits der Touristenpfade machen möchte, findet ab Seite 64 tolle Anregungen vom Insider. Und an Weihnachten stossen wir dann alle mit unseren Familien an. Mit welchen Champagnern? Tipps auf Seite 54.

Wir danken Ihnen herzlich für die vielen schönen E-Mails und die kreativen Karten, die Sie uns senden! Auch in dieser Ausgabe verlosen wir wieder tolle Preise: Flüge nach London, Parfüms, CDs und natürlich Hotelübernachtungen. Viel Glück beim Mitmachen und Inspiration beim Lesen.

AUF EINEN BLICK



REISEN MIT DER LEICA
Zeitgeschichte fotografieren Seite 8

Unser Titelbild zeigt eine antike Leica I aus dem Jahr 1930-1931 mit auswechselbarem Objektiv und standardisierter Schraubfassung.



FREMDSPRACHEN
MEHR ALS ENGLISCH
lernen in York
Seite 28

INTERVIEW KUONI
REISEBÜRO
Im Notfall sicher
Seite 32

DRESDEN Stadtverführung
auf den Spuren der Pioniere
Seite 64

EINRICHTEN VOM HAUS IN
DIE WOHNUNG *Die Tipps vom Profi* Seite 46

GESUNDHEIT FERIEN
ohne Überraschung Seite 42

TRENDDHOTELS **RUHE, LUXUS**
und Sport ab Seite 58

SKYWORK Seite 6

ZAHLEN AUF REISEN Seite 16

IVO BRACHER Seite 23

HAUSTECHNOLOGIE Seite 36

NEU KURZ BÜNDIG Seite 40

WOHNEN Seite 52

CHAMPAGNER Seite 54

IMPRESSUM Seite 82

MALEDIVEN IM GRÜNEN PARADIES
ist Umweltschutz auch Luxus
Seite 72



BREITLING
UHREN
für Weltenbummler
Seite 24



Gewinnen Sie Flüge nach London



I LOVE LONDON – AB BERN!

London ist zu jeder Jahreszeit und für jeden Anlass eine Reise wert. Für Shopping-Queens, Businessleute, Gourmets, Trendsetter, Kulturliebhaber und Traditionsbewusste – London zeigt sich immer von der besten Seite. Und wer direkt in die City fliegt, zeigt Stil. Wie die Berner Fluggesellschaft SkyWork Airlines. Sie fliegt zweimal täglich ab Bern (via Basel) den London-City Airport an und bringt so ihre Passagiere direkt ins Geschehen der britischen Metropole. Und das Beste: SkyWork Airlines fliegt ab Bern. Kein Schweizer Flughafen ist mit diesem smarten Betrieb zu vergleichen.

Kürzeste Check-in Zeiten – bis zu 20 Minuten vor Abflug können die Passagiere einchecken – kurze Wartezeiten beim Security-Prozedere, kurze Wege und last but not least:

Parkplätze zu unschlagbar günstigen Preisen (ab 46 Franken pro Woche). Wer ab Bern fliegt, erlebt Luxus pur, geniesst gar einen Hauch Privatjet-Ambiente.

Und wer in London-City gelandet ist, fährt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln schnell und bequem mitten in die Stadt. Auch für Vielreisende: London steckt voller Überraschungen und bietet immer wieder neue Trends, neue Restaurants, neue Ausstellungen und neue Kunstgalerien. Ein typisch englischer Brauch feiert derzeit bei uns ein Revival: der Afternoon Tea. London als Mekka dieser Tradition bietet die unterschiedlichsten Angebote an. Zeitungen wie The Telegraph oder The Huffington Post lassen es sich nicht nehmen und publizieren Rankings rund um Afternoon-Tea-

Locations. Auf der Website von www.afternoon-tea.co.uk werden viele Möglichkeiten aufgelistet. Eines der hippen Lokale, die Afternoon Tea zelebrieren, ist die BB Bakery Covent Garden. Legendär sind natürlich die grossen Hotels wie das Claridge's, The Ritz London, The Dorchester oder auch das Mandarin Oriental Hyde Park, sie alle sind für ihre hervorragenden Nachmittags-Delikatessen und Tees berühmt.

Hier empfiehlt es sich, bei der Reservation auch nach dem Dress Code zu fragen. Denn London hält nach wie vor Traditionen hoch. Buchen Sie Ihre Reise in die britische Hauptstadt und lassen Sie sich von den Afternoon-Tea-Locations verwöhnen. Oder buchen Sie einen Kochkurs, um die Leckereien auch selber backen zu können.



flyskywork.com

flughafenbern.ch

Afternoon Tea in London:

claridges.co.uk

theritzlondon.com

dorchestercollection.com

bbbakery.co.uk

cookerschool.co.uk

Haben Sie Lust auf London und Afternoon Tea bekommen? Bei Kuoni Bern am Bärenplatz können Sie Ihren Trip mit Hotel buchen.

KUONI

Bern Bärenplatz

Bärenplatz 6-8 | CH-3000 Bern
Telefon +41 58 702 62 72
brn-baerenplatz.k@kuoni.ch

WETTBEWERB

Gewinnen Sie zwei Flüge mit der SkyWork Airline nach London! Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

Welchen Flughafen fliegt SkyWork Airline in London an?

Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Januar 2016 an:

bonaLifestyle
Buchenweg 32
4571 Lüterkofen

oder per Mail:
bonaLifestyle@gmail.com

«EINSCHNEIDENDE MOMENTE DER ZEITGESCHICHTE»

Stefan Daniel, Director of Product Management Photo bei Leica, erklärt, warum Leica seit der Vorstellung der ersten erfolgreichen Kleinbildkamera das fotografische Sehen des 20. Jahrhunderts und damit den Blick auf die Welt verändert und massgeblich geprägt hat.

INTERVIEW SIMONE LEITNER



Leica-Bilder, die zu Ikonen wurden:
Rechts: Das küssende Paar am Time Square
von Alfred Eisenstaedt.



Bilder HO | Aus der Ausstellung «36 aus 100»

bonaLifestyle Stefan Daniel, geringere Stückzahlen, dafür beste Qualität. Das war schon immer das Credo von Leica. Wird damit auch in Zukunft die Strahlkraft dieser Kamera sichergestellt?

Stefan Daniel Leica ist und bleibt ein Premihersteller, der für kompromisslose Qualität, hochpräzise Fertigung und feinste Handwerkskunst „Made in Germany“ steht. Zentral ist dabei für uns die Leitlinie der Konzentration auf das Wesentliche, wobei wir stets die richtungsweisenden Innovationen des Marktes im Blick behalten, wie etwa bei der Digitalisierung unserer Produkte. Die Geschäftsentwicklung der letzten Jahre bestätigt unsere Strategie: Unsere Umsätze steigen entgegen den allgemeinen Markttrends und wir setzen auch im laufenden Geschäftsjahr weiter auf Wachstum und Expansion.

Das heisst, Leica wird eine Kamera für eine kleine Zielgruppe bleiben?

Leica ist und bleibt ein «Nischenanbieter», der bewusst nicht auf die breite Masse abzielt. Wir erlauben uns auch Produkte zu entwickeln, die jenseits des Mainstreams angesiedelt sind, wie etwa unsere M Monochrom für die Schwarzweiss-Fotografie oder analoge Kameramodelle. Bei Leica steht seit jeher das Bild im Vordergrund und unser Antrieb ist es, das perfekte «Werkzeug» dafür zu entwickeln. Obwohl wir als mittelständisches Unternehmen und im Vergleich zu Massenherstellern über limitierte Fertigungskapazitäten verfügen, setzen wir den Wachstumskurs der letzten Jahre fort, indem wir mit Bedacht neue weltweite Absatzmärkte erschliessen. Dies geschieht zum einen durch eine Erweiterung des Sortiments sowie der Vertriebskanäle, zum anderen durch internationale Expansion.

Leica Reisereportagen und Bilder, die jenseits der üblichen hochglänzenden Postkartenmo-

tive fotografiert wurden, sind legendär und verkörpern für ganze Generationen grosse Emotionen. Können Sie die Magie von Leica in Worte fassen?

Leica hat seit der Vorstellung der ersten erfolgreichen Kleinbildkamera das fotografische Sehen des 20. Jahrhunderts und damit den Blick auf die Welt verändert und massgeblich geprägt. Durch das zentrale Unternehmensversprechen, ein besseres Bild durch den Blick auf das Wesentliche zu ermöglichen, sind viele Werke ent-



Stefan Daniel, Director of Product Management Photo bei Leica. Rechts: Foto von Franz Hubmann, «Café Hawelka Wien», 1954.

standen, die mittlerweile zu Ikonen geworden sind. Bilder wie der fallende Soldat von Robert Capa, das küssende Paar am Time Square von Alfred Eisenstaedt oder die vor Napalm flüchtenden Vietnamesen von Nick Út stehen für einschneidende Momente der Zeitgeschichte, die sich tief in das kollektive Gedächtnis eingegraben haben. All diese Bilder wurden mit Lei-

ca Kameras fotografiert. Erst ihre Kompaktheit und die technische Neuerung dieser Kameras haben ermöglicht, dass Fotografen die Welt zeigen können, wie sie wirklich ist, anstatt sie zu inszenieren. Für dieses Versprechen steht Leica auch heute noch.

Früher gab es für einen Profifotografen nur eine Kamera: die Leica. Ist Ihr S- und M-System noch heute vor allem für Profis konzipiert?

Das S-System ist die erste Wahl für jeden Profifotografen, der Wert auf allerhöchste Bildqualität, kombiniert mit Geschwindigkeit und Handling legt. Die Kameras sind zuverlässig, robust und flexibel einsetzbar und gerade die neue Leica S setzt mit ihrem Leistungsumfang für beste Ergebnisse bei Foto- und Videoaufnahmen neue Maßstäbe in der Mittelformat-Fotografie. Das Leica M-System steht für eine andere Art der Fotografie – bewusst, diskret, näher am Geschehen. Die Messsucherkameras sind extrem leise und sehr kompakt – ideal für Reisefotografen und Fotojournalisten. Die Leica M ist mit intuitiven Bedienelementen ausgestattet und sehr anwenderfreundlich. Alles in allem gibt das M-System dem Fotografen die Möglichkeit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren – seine Aufnahmen.

Der Hype rund um Smartphone-Bilder hat die junge Generation für Fotografie sensibilisiert. Fokussieren Sie auch auf diese Zielgruppe?

Im Zuge der umfassenden Digitalisierung des Fotomarktes haben Smartphones das Thema «Bild» wieder stärker in den allgemeinen Fokus gerückt, was wir sehr begrüßen. Grundsätzlich möchten wir natürlich auch junge Nachwuchs- und Hobby-Fotografen an Leica heranführen und ermöglichen ihnen beispielsweise mit unseren Kompaktkameras den Einstieg in die Leica Produktwelt. Ausserdem haben wir zur Förderung von jungen Fotografen unter ande-



REISEN

LEICA

rem seit 2009 den „Newcomer Award“ bei der jährlichen Vergabe des Leica Oskar Barnack Preises eingeführt. Er wird ausschliesslich an Fotografen unter 25 Jahren vergeben.

Zielt die Leica T im günstigeren Preissegment auf ein unkompliziertes Publikum, auf Hobbyfotografen?

Die Leica T ist in puncto Design und Bedienkonzept reduziert auf die essenziellen Funktionen für kreative Fotografie. Sie verfügt mit der Touchscreen-Bedienung über ein besonders intuitives und nutzerfreundliches Bedienkonzept. Daher fühlen sich sicherlich auch Amateurfotografen von diesem Modell angesprochen. Grundsätzlich wurde diese Kamera für alle entworfen, die sich für modernes innovatives Design und Fotografie interessieren.

Leica M-Kameras sind legendär: Das M steht für Messsucher. Wird das manuelle Messsucherprinzip heute noch geschätzt und beherrscht?

Nach wie vor hat das Messsuchersystem seine klare technische Berechtigung. Dieses System hat den Vorteil, dass die Objektive kleiner und kompakter gebaut werden können, weil sie als Manuell-Fokus Objektive keine Antriebe und Elektronik für Autofokus brauchen. Alle, die mit diesem System umgehen können, wissen es zu schätzen und entscheiden sich aktiv für dieses „bewusste“ und konzentrierte Fotografieren.

Nun haben Sie vor wenigen Wochen mit der Leica S das Mittelformat neu definiert. Die neuen Features sind eindrücklich. Neben GPS ist auch WLAN an Bord. Wer kauft dieses Topmodell?

Leica hat das Konzept der neuen Leica S zusammen mit professionellen Fotografen, Fotoassistenten und Kreativen aus dem Bereich

Post-Production entwickelt. An diese Zielgruppe richtet sich das Modell und es wird von ihr sehr geschätzt und gut angenommen.

Das S-Modell ist im Gegensatz zu den M-Kameras recht schwer und gross. Für diskrete Reportagen ungeeignet?

Im Gegenteil. Die Leica S ist auf maximale Praxistauglichkeit ausgelegt und im Vergleich zu anderen Mittelformatkameras ihrer Klasse sehr viel kompakter. Damit ist sie das ideale Werkzeug, um sowohl im Studio als auch on Location selbst unter widrigen Bedingungen zuverlässig die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.



Mit der Leica S (Typ 007) stellt Leica das neue Topmodell vor und definiert das Mittelformat neu. Rechts: Foto von Marc Riboud, «The Painter of the Eiffel Tower», Paris, 1953.

Die Leica-Community ist weltweit stark und besonders vor einer Neulancierung aktiv. Wie wichtig sind soziale Medien heute für Leica?

Soziale Medien, wie der Leica Camera Blog, Facebook oder Twitter sind heutzutage wichtige Kanäle für unsere Community, um mit uns in

Kontakt zu kommen. Für uns ist es dabei wichtig, unseren Kunden, Fans und interessierten Fotoenthusiasten ein authentisches Erlebnis unserer Marke, aber auch einen aktiven Dialog zu ermöglichen.

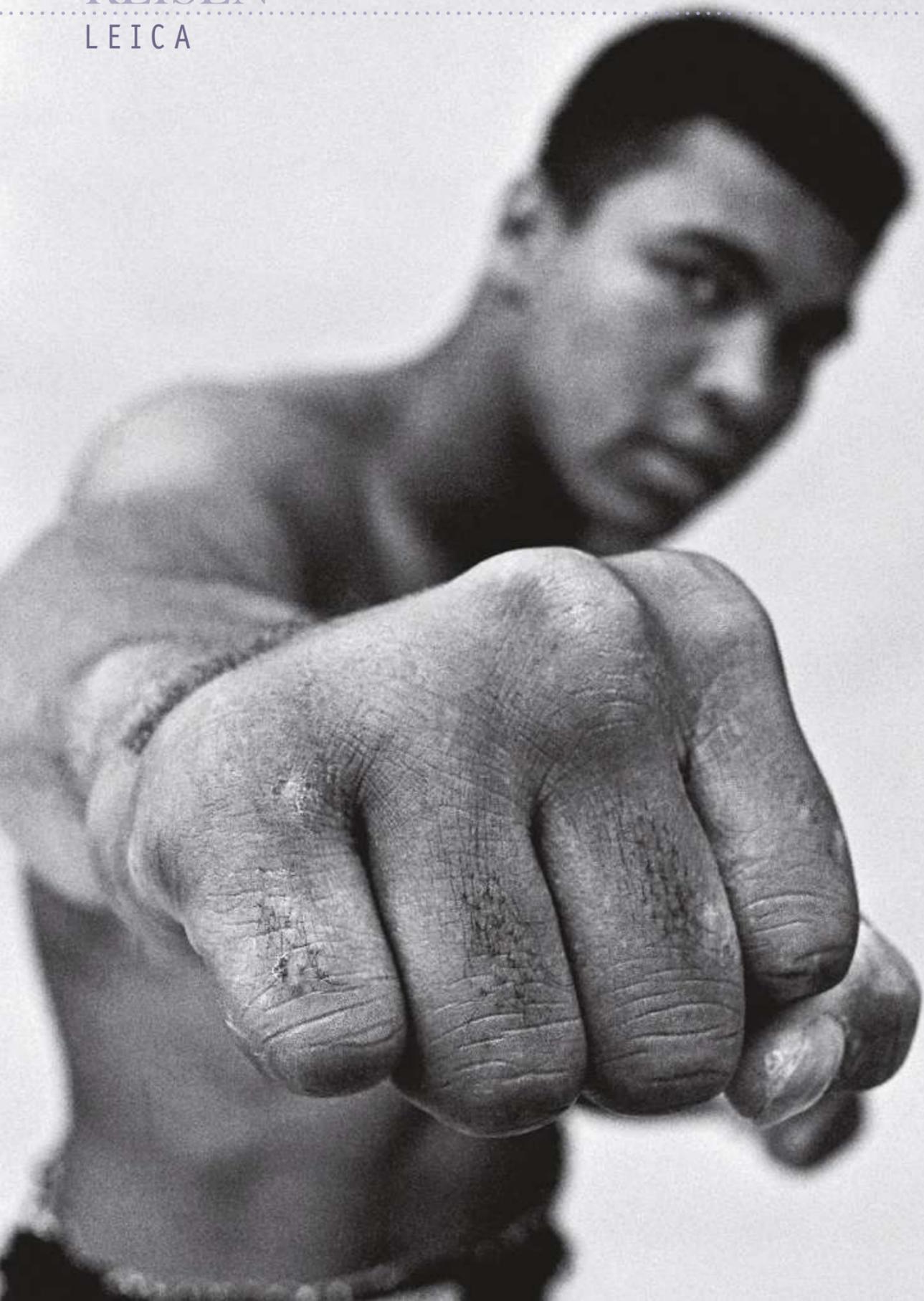
Sie setzen auf grosse Kooperationen. Die Leica Camera AG hat in Zusammenarbeit mit dem Musiker, Schauspieler und Designer Lenny Kravitz eine Kamera-Sonderedition realisiert: das Leica M-P Set «Correspondent» by Lenny Kravitz für Kravitz Design. Werden diese limitierten Kameras für die Vitrine gebaut oder fotografieren Kunden damit?

Die Nachfrage nach unseren limitierten Sondereditionen ist traditionell gross und diese Angebote werden von unserer Community sehr geschätzt. Natürlich bleibt jedem Käufer selbst überlassen, wie er seine Kamera einsetzt. Die einen betrachten Sondereditionen als Sammlerstücke, andere wiederum nutzen sie regelmässig und legen Wert darauf, ihre Kamera stets bei sich zu tragen.

Normalerweise arbeitet Apple-Design-Guru Jonathan Ive exklusiv für die kalifornische Kultmarke. Für einen guten Zweck jedoch schuf er ein Leica-Unikat. Das Stück kam 2013 bei der Aktion «Red» von U2-Sänger Bono bei Sotheby's unter den Hammer. Planen Sie weitere solche Kooperationen?

Wir haben den grossen Vorteil, dass viele grosse Fotografen oder richtungsweisende Designer, die genau wie wir höchste Ansprüche an Gestaltung und Qualität haben, mit Leica Kameras fotografieren. Oft kommen sie deswegen mit ihren Ideen für solche Projekte auf uns zu. Für Leica ergeben sich dabei oft interessante und sinnvolle Möglichkeiten zur Zusammenarbeit. Wenn wir die Gelegenheit haben, dabei auch noch einen guten Zweck zu unterstützen, werden wir uns sicherlich auch in Zukunft an solchen spannenden Kooperationen beteiligen.





MEHR ALS EIN BILD: WELTGESCHICHTE

Reisen und Fotografie gehören seit jeher zusammen. Oft sind es nur Momente, die eine Reise unvergesslich machen. Und genau diesen Moment möchten Fotografen auf einem Bild festhalten. Wenn dieser eine Augenblick die offensichtliche und vor allem auch die Geschichte hinter dem Bild erzählt, dann können Bilder zu Ikonen werden. Stefan Daniel, Leiter Produktmanagement Photo der Leica Camera AG, hält fest: «Leica hat seit der Vorstellung der ersten erfolgreichen Kleinbildkamera das fotografische Sehen des 20. Jahrhunderts und damit den Blick auf die Welt verändert und massgeblich geprägt».

In der mittelhessischen Stadt Wetzlar wird immer noch die wohl berühmteste Kameramarke der Welt produziert – die Leica. Das Unternehmen erlebte wirtschaftlich Höhen und Tiefen und ist nun auf Erfolgskurs. Es steht für beste Ingenieurskunst und eine besondere Kultur des Sehens. Das Unternehmen hat sich auf das Thema Wahrnehmung spezialisiert und innovative Instrumente entwickelt, die ein besonderes Seherlebnis ermöglichen. Daraus resultieren hochwertige Kameras und Objektive sowie Sportoptikprodukte, lichtstarke Fernglä-

ser, Spektive und Laser-Entfernungsmesser. 2014 feierte Leica Geburtstag. 100 Jahre Leica, 100 Jahre Zeitgeschichte: Hindenburg eroberte den Luftraum, die Russen Berlin und James Dean die Herzen der Frauen. In den entschei-



henden Momenten immer dabei: Fotografen, die den Blick für das Wesentliche hatten – und eine Leica Kamera in Händen hielten. Diese Bilder haben Weltgeschichte geschrieben.

Die Leica Camera AG unterhält auch ein internationales Netzwerk an Galerien. Neben den 13 bereits bestehenden kulturellen Einrichtungen rund um die Faszination der Leica Fotografie, feierte im August 2015 die Leica Gallery in São Paulo, Brasilien, ihre Eröffnung. Und immer wieder entstehen grosse Bilder auf Reisen. Als erste Ausstellung ist «Del Mondo» von Andy Summers, ehemaliger Gitarrist der Band The Police und langjähriger Leica Fotograf, in São Paulo zu sehen. Das Fotoprojekt bietet ein abwechslungsreiches Portfolio mit spannenden und emotionalen Reportage-Aufnahmen, die der Künstler zwischen 1978 und 2014 auf seinen Reisen rund um die Welt aufgenommen hat.

FOTOINSTALLATION 36 AUS 100

Die Leica Camera AG feierte im letzten Jahr «100 Jahre Leica Fotografie». Anlässlich des runden Jubiläums zeigt das Unternehmen am neuen Firmensitz im Leitz-Park Wetzlar eine einzigartige Fotoinstallation mit dem Titel «36 aus 100». Das Fotoprojekt umfasst insgesamt 36 ikonische Leica-Fotografien (vier davon illustrieren diesen Artikel) aus den vergangenen 100 Jahren. Ausgewählt wurden Motive, die Fotografiegeschichte geschrieben und den Mythos der Marke Leica mitbegründet haben. Alle Aufnahmen sind mit einer Leica Kamera entstanden und veranschaulichen die spezifische Ästhetik des Kleinbildes. Gezeigt werden Bilder namhafter Fotografen, die im Werk des jeweiligen Künstlers einen besonderen Stellenwert einnehmen. Formal-ästhetisch überzeugend, klar aufgebaut oder komplex gestaltet, überraschend und erstaunlich – kurz Bilder, die die Bedeutung der Leica für unser visuelles Gedächtnis unterstreichen.

Seite 14: Thomas Hoepker, Muhammad Ali, Chicago, 1966.

LEICA SCHWEIZ

In der Schweiz befindet sich die Leica Camera AG in Nidau, sie ist Importeur und Alleinvertreter der berühmten Fotomärke. Leica-Produkte geniessen auch in der Schweiz Kultstatus: Sie sind einerseits zu Ende gedachte Konstruktionen, die mit unerreichter feinmechanischer und optischer Präzision gefertigt werden. Andererseits geht von ihnen aber auch eine besondere Ausstrahlung aus, die Gefühle und Emotionen wecken kann. bonaLifestyle dankt Leica Schweiz für die grosszügige Kooperation.

www.leica-camera.com | leica-camera.ch

REISEN

ZAHLUNGSMITTEL

DIE RICHTIGE REISEWÄHRUNG SUCHEN

Auf Reisen
empfiehlt es sich,
in Lokalwährung
und nicht
in Schweizer
Franken zu
bezahlen.

Wer auf Reisen im Ausland das falsche Zahlungsmittel einsetzt, kann böse Überraschungen erleben. Je nach Land und Art der Transaktion drängt sich mal die Kreditkarte, ein anderes Mal eine Debitkarte wie Maestro, PostFinance Card oder V PAY auf. Eine Alternative ist zudem die Travel Cash Karte. Das beste Zahlungsmittel gibt es nicht. Selbst Bargeld ist nicht immer und überall geeignet.

ANDRÉ MICHEL | BILD TIM X. FISCHER (LEICA)

REISEN

ZAHLUNGSMITTEL

Reisen in exotische Länder sind reizvoll. Doch sie sollten gut vorbereitet werden. Dazu gehört auch, sich rechtzeitig damit zu befassen, welche Zahlungsmittel geeignet sind. Aber selbst wer bloss einen Städtetrip nach Berlin macht oder Badeferien in Spanien verbringt, ist nicht gefeit vor unliebsamen Überraschungen. So kann der Bezug von 500 Euro am Bankschalter in Barcelona plötzlich gegen 600 Franken kosten – statt den erwarteten 550 Franken. Ein anderes Mal muss der Shopping-Bummel in Rom jäh abgebrochen werden, weil der Bancomat kein Geld mehr ausspucken will. Oder der geplante Schweizer Automobilist sieht sich an der Maut-Stelle in Frankreich einem wilden Hupkonzert ausgesetzt, da der Automat partout die Kreditkarte nicht akzeptieren will und sich eine immer längere Kolonne bildet, während der Beifahrer nervös Kleingeld zusammenkratzt. Zunehmend könnte aber auch das Umgekehrte passieren: dass Bargeld nicht mehr willkommen ist. So plant Dänemark die Abschaffung des Bargeldes – ein Schritt, der Schule machen könnte. Noch empfiehlt es sich aber, neben geeigneten Karten, zumindest einen kleinen Grundstock an Bargeld in der Landeswährung des Ziellandes aus der Schweiz mitzunehmen.

Bargeld in der Schweiz

Kein Problem ist es, in der Schweiz Euros zu beziehen. Das ist praktisch an jedem Bancomaten möglich. Am einfachsten geht dies mit einer Debitkarte, wie Maestro, PostFinance Card oder V Pay, dem im Januar 2014 von Visa auf den Markt gebrachten Konkurrenzprodukt zu Maestro. Andere Hauptwährungen wie US-Dollar oder britische Pfund können am Bankschalter bezogen werden. Dabei sollte wenn möglich die Hausbank gewählt werden, weil so in der Regel keine Bearbeitungsgebühren anfallen. Exotische Währungen sind bei den meisten Bankfilialen – Ausnahme sind etwa die Geschäftsstellen der Grossbanken an den Flughä-

fen – nicht sofort verfügbar. Nebenwährungen müssen einige Tage im Voraus bestellt werden. Die Hausbank kann in der Regel weiterhelfen. Viele Banken greifen dafür auf den Versandservice von Swiss Bankers zurück, welche dann zum Beispiel die gewünschten Ägyptischen Pfund liefert.

Alternativen dazu sind PostFinance oder die SBB, die beide ein breites Angebot an Fremdwährungen haben und diese gegen eine Gebühr von fünf bzw. drei Franken auch verschicken. Die SBB haben allerdings den Ruf, ungünstige Wechselkurse anzuwenden, wie die Online-Plattform Moneyland festhält. Gerade bei exotischen Währungen lohnt es sich meistens, grössere Beträge nicht in der Schweiz, sondern erst im Zielland zu wechseln, weil die Kurse dort in der Regel besser sind. Zudem ist es für gewisse Regionen sinnvoll, nicht Franken, sondern Euro oder Dollar mitzunehmen, um dann diese in die entsprechende Landeswährung umzutauschen. Wertvolle Hinweise zu solchen Fragen sind auf www.swissbankers.ch zu finden.

Für Bargeldbezüge Debitkarte nutzen

Wer im Ausland Bargeld beziehen möchte, sollte dies mit einer Debitkarte tun. Die Kreditkarte ist dafür nicht geeignet, da die anfallenden Gebühren wesentlich höher sind als bei einer Debitkarte (vgl. Grafik). Dies stellt selbst Nadine Geissbühler, Media Relations Manager der

Aduno-Gruppe fest, welche über die Tochtergesellschaft Visa Card Services als Herausgeberin von Kreditkarten tätig ist.

Dabei sollte das Bargeld nicht am Schalter, sondern wenn möglich am Bancomaten bezogen werden. Anders als beim Bargeldbezug in der Schweiz, wo der für die Währungsumrechnung teurere Notenkurs zur Anwendung kommt, werden Bezüge im Ausland zum günstigeren Devisenkurs abgerechnet. Allerdings fallen für Bargeldbezüge im Ausland Kommissionen an. Diese sind je nach Bank, über welche die Karte abgerechnet wird, unterschiedlich hoch. Der Bezug von Euro mit einer Maestro Card kostet also bei der Raiffeisenbank nicht gleich viel wie bei der UBS oder der

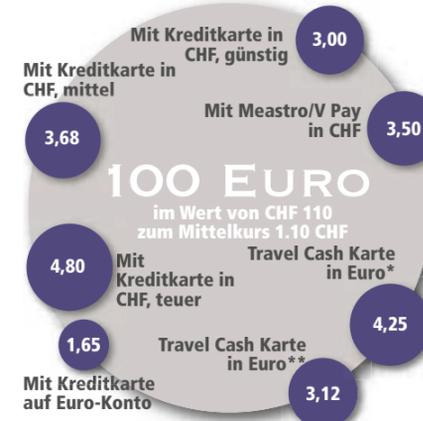
Credit Suisse. In der Regel belasten die Banken eine fixe Gebühr von 3 bis 5 Franken – unabhängig davon, ob 100 oder 1000 Franken bezogen werden (vgl. Grafik). Besonders günstig ist der Bargeldbezug für jene Inhaber einer PostFinance Card, die über ein «Privatkonto Plus» verfügen. Diesen Kunden belastet PostFinance keine Kommissionen. Umgekehrt gibt es Banken, die nebst der fixen Gebühr noch einen variablen Zuschlag auf den Devisenkurs belasten. Zu beachten ist zudem, dass die ausländischen Betreiber von Bancomaten zusätzliche Gebühren erheben können. Darauf macht unter anderem PostFinance ausdrücklich aufmerksam. Abzurufen ist deshalb insbesondere von Bancomaten des Anbieters Travelex, wie Benjamin Manz, Gründer und CEO des Online-Finanz-

KOSTEN BARGELDBEZUG



* ohne Ladegebühr ** inkl. Ladegebühr

KOSTEN KARTENZAHLUNGEN



* ohne Ladegebühr ** inkl. Ladegebühr | Postfinance Card: nicht möglich

vergleichsdienstes Moneyland festhält.

Es gibt aber noch andere Fallstricke beim Einsatz von Debitkarten. So ist normalerweise eine Tages- und/oder eine Monatslimite für den maximal möglichen Bezug festgelegt. Bei vielen Banken ist diese Limite nicht für alle Regionen gleich hoch und beträgt zum Beispiel für Europa 2000, für alle anderen Länder 1000 Franken pro Tag. Die Bezugslimite wird von der Bank festgelegt, wobei der Kunde zum Teil Wahlmöglichkeiten hat. Es empfiehlt sich, frühzeitig die detaillierten Bestimmungen betreffend Kosten, Limiten und Geoblocking zu lesen.

Fallstrick Geoblocking

Geoblocking wird vor allem – aber nicht ausschliesslich – bei der Maestro Card eingesetzt, um die Sicherheit zu erhöhen und Betrugsgefahren zu reduzieren, wie sie vom sogenannten Skimming (vgl. Box) ausgehen. Damit wird die Nutzungsmöglichkeit der Karte regional eingeschränkt. Sie kann dann zum Beispiel nur in der Schweiz und in den als relativ sicher geltenden europäischen Ländern genutzt werden. Viele Banken nehmen solche Beschränkungen standardmässig vor, sodass der Kunde die Karte für andere Regionen zunächst freischalten lassen muss. Dies setzt allerdings voraus, dass dieser Kenntnis vom Geoblocking hat. Deshalb haben Institute wie PostFinance oder die UBS den umgekehrten Weg gewählt: Geoblocking wird dort nur auf Verlangen des Kunden aktiviert. Der Entscheid, in welchen Regionen die Karte eingesetzt werden kann, liegt aber in jedem Fall beim Kunden.

Kaum anfällig für Skimming ist die V Pay-Karte. Diese verarbeitet Transaktionen

über einen Chip statt über den Magnetstreifen. Nachteil dieser Beschränkung auf den Chip (Maestro und PostFinance Card haben beides): Die Karte eignet sich nur für den Einsatz in der Schweiz und in Europa. Die PostFinance Card dagegen hat den Nachteil, dass mit ihr im Ausland nur Bargeld bezogen werden kann, während sich Maestro und V PAY auch zum Zahlen eignen, etwa in Hotels, Restaurants und Läden.

Kreditkarten für's Zahlen

Sobald es ums Zahlen geht, kommen die Kreditkarten ins Spiel. Ob es im Einzelfall sinnvoller ist, die Debit- oder die Kreditkarte zu zücken, lässt sich nicht pauschal beantworten, wie Manz festhält. Dies hängt von den genauen Gebührenstrukturen der jeweiligen Karte ab, welche vom Herausgeber bzw. der Bank festgelegt werden. Zudem sind auch die Auf- und Abschläge für die Devisenumrechnung (vgl. Box) unterschiedlich hoch. Laut Manz betragen diese aktuell zwischen 1,7 und 2,8 Prozent. Faustregel: Für Beträge bis zu 100 Franken ist die Kreditkarte im Vorteil. Bei Kreditkarten mit einem Bonus-Programm oder mit sehr günstigen Gebührenstrukturen verschiebt sich diese Grenze nach oben.

Karte Euro oder Dollar

Wer viel im Euro-Raum oder in den USA unterwegs ist, sollte sich überlegen, ein Bankkonto in Euro oder in Dollar zu führen und eine Kreditkarte in der entsprechenden Währung zu erwerben. So fallen im Ausland keine – oder nur vernachlässigbare – Kosten für das Zah-

len mit der Kreditkarte an, weil der Kaufbetrag direkt über das Euro- oder das Dollar-Konto abgerechnet wird. Aber Achtung: Der Transfer von Geld vom eigenen Konto in Franken auf das Konto in Euro oder US-Dollar ist ein Devisengeschäft, bei dem auch Kosten entstehen. Allerdings kommen dabei oftmals bessere Devisenkurse zur Anwendung als bei der Umrechnung von Fremdwährungsbezügen mit einer auf Franken lautenden Kredit- oder Debitkarte.

KOSTENBERECHNUNG

Für die Berechnung der Kosten (in CHF) wurden Durchschnittswerte angenommen. Allfällige Drittgebühren und die jährliche Kartengebühr sind nicht berücksichtigt. **Bargeldbezüge:** a) Aufschlag auf dem Devisenkurs; b) Kommission für Bargeldbezug, mit Debitkarte: Meist CHF 3.– bis 5.– pro Bezug (plus variable Kommission von 0,25 bis 0,8 %), mit Travel Cash: Fix CHF 5.– (bzw. EUR oder USD 5.–) pro Bezug, mit Kreditkarte: 3 bis 4 % des Betrages, mindestens CHF 10.–. c) Nur bei Kreditkarten: Bearbeitungsgebühr für Fremdwährungen.

Kartenzahlungen: a) Aufschlag auf dem Devisenkurs; b) Kommission, mit Debitkarte: Meist Fix CHF 1.– bis 2.– pro Zahlung oder variabel 1 bis 1,5 % des Betrages, mit Travel Cash: Fix CHF 1.– (bzw. EUR oder USD 1.–) pro Zahlung, mit Kreditkarte: Bearbeitungsgebühr für Fremdwährungen: 0,9 bis 2,5 %. Diese entfällt, wenn Rechnungs- und Kartenwährung identisch sind. (Achtung: Bei den Karten Coop Superplus und Migros Cumulus fällt die Gebühr immer an). Detaillierte Infos:

Sobald es ums Zahlen geht, kommen die Kreditkarten ins Spiel.

FOTOLIA

In Lokalwährung statt in Franken bezahlen

Zunehmend verbreitet ist die Dynamic Currency Conversion (DCC). Noch ist es üblich, dass Einkäufe, die im Ausland getätigt werden, in der jeweiligen Lokalwährung abgerechnet werden. Wer also im Ausland für 100 Euro einkauft, bezahlt mit seiner Kreditkarte in Euro. Die Umrechnung in Franken erfolgt dann in der Schweiz durch das kontoführende Finanzinstitut. Beim DCC dagegen wird direkt im Laden im Ausland in Franken bezahlt. Die Umrechnung erfolgt also vor Ort. Der Vorteil: Der Kunde sieht auf dem Terminal sofort, wie viel ihn sein Einkauf in Franken kostet. Doch aufgepasst: Währungsumrechnung und Kommissionen sind meist teurer als in der Schweiz. Dies stellen sowohl Nadine Geissbühler als auch Benjamin Manz fest. Als Faustregel gilt: Im Zweifelsfall in Fremdwährung und nicht in Franken zahlen. Wichtig zu wissen: Die Wahl liegt beim Käufer und nicht beim Händler.

Travel Cash Karte und Prepaid Karten

Eine Alternative ist die Travel Cash Karte von Swiss Bankers. Diese kann wie eine Kreditkarte von Mastercard eingesetzt werden, wie Thomas Beck, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Swiss Bankers Prepaid Services – einer gemeinsamen Tochtergesellschaft zahlreicher Schweizer Banken – festhält. Die Travel Cash Karte, welche es in den drei Währungen Franken, Euro und US-Dollar gibt, ist zwar je nach Nutzungsintensität nicht die preisgünstigste Alternative. Sie bietet aber einen erhöhten Schutz, weil sie nicht mit einem Bankkonto verbunden ist und nur belastet werden kann, wenn sie mit einem Guthaben geladen ist. Dasselbe gilt übrigens auch für Prepaid-Kreditkarten. Anders als diese wird aber eine Travel Cash Karte bei Ver-

lust weltweit kostenlos ersetzt – inklusive Guthaben, wie Beck erklärt. Die Travel Cash Karte ist ein Nachfolgeprodukt des Traveller Cheques. Im Gegensatz zu einer Kredit- oder Debitkarte – die allerdings mittlerweile von etlichen Banken kostenlos abgegeben wird – kennt die Travel Cash Karte keine fixe Grundgebühr. Dafür fallen sogenannte Ladegebühren an. Diese betragen 1 Prozent. Wer also ein Guthaben von 1000 Franken auf seine Karte lädt, bezahlt dafür eine Kommission von 10 Franken.

Die Travel Cash Karte kann bei den meisten Banken bezogen werden. Die Konditionen sind bei allen Anbietern identisch – mit einer wichtigen Ausnahme: Die Devisenkurse sind unterschiedlich. Sehr transparent zeigt sich PostFinance, welche die Wechselkurse für die Travel Cash Karte online publiziert. Das kann sie sich auch leisten, sind diese doch vergleichsweise attraktiv. Die Travel Cash Karte eignet sich vor allem für Personen, die über keine Kreditkarte verfügen oder die einen erhöhten Schutz suchen, zum Beispiel, weil sie in weniger sichere Länder reisen.

Nicht nur die Kosten vergleichen

Wichtig ist, nicht bloss die Kosten zu vergleichen. Wesentlich ist auch die Verfügbarkeit der Karte. Wo ist diese einsetzbar, wie viel Geld kann ich damit beziehen bzw. ausgeben? Zudem bieten die Kreditkartenanbieter zahlreiche Zusatzleistungen an. Diese reichen von der Reiseversicherung über den freien Zugang zu Lounges an Flughäfen bis hin zu Vergünstigungen bei Partnerunternehmen wie zum Beispiel Autovermietern. Ob solche Zusatzleistungen gewünscht und ihr Geld wert sind, muss jeder Kunde individuell beurteilen. Vieles ist unter Umständen bereits durch eine bestehende Versicherung oder durch eine Mitgliedschaft bei einem Automobil-Club abgedeckt. ■

DEVISEN- UND NOTENKURSE

Wenn von einem Euro-Kurs von 1,10 die Rede ist, handelt es sich normalerweise um den Devisen-Mittelkurs. Im Devisenhandel für Privatpersonen gibt es Auf- und Abschläge. So liegen An- und Verkaufskurs zum Beispiel bei 1,0835 bzw. 1,1165*: Noch grösser wird die Differenz im Notenhandel. Dafür liegen An- und Verkaufskurs bei 1,0700 und 1,1300. Wer 100 Euro kauft, bezahlt dafür 113 Franken statt 110.

* Die Kurse wurden am 11. September 2015 dem Online-Währungsrechner einer Grossbank entnommen und dienen nur Erklärungszwecken.

WEITERE TIPPS

Eine gute Kreditkarten-Übersicht bietet: www.moneyland.ch/de/kreditkarten-vergleich. Informieren Sie sich über Bezugs- und Ausgabegrenzen, welche Ihre Bank festgelegt hat. Wichtig sind auch die regionalen Nutzungsmöglichkeiten, zum Beispiel Einschränkungen durch Geoblocking oder technische Hindernisse, aufgrund derer eine Karte nicht eingesetzt werden kann (USA). Informieren Sie sich über das Zielland. Welche Zahlungsmittel sind geeignet? Wie viel Bargeld darf ich ein- oder ausführen? Gute Informationen bietet www.swissbankers.ch (> travel cash > Länderinformationen).

SKIMMING

Beim Skimming wird an manipulierten Geräten die Magnetspur der Karte ausgelesen und die eingegebene PIN ausgespäht. Mit diesen Daten können die Betrüger anschliessend missbräuchliche Bezüge im Ausland tätigen. (Quelle: PostFinance) AMI

Einen Job als Astronaut ...

**können wir Ihnen leider nicht bieten.
Aber wir haben auch spannende Jobs
mit guten Perspektiven.**



Informieren Sie sich auf unserer Website
über das aktuelle Stellenangebot.
www.aek.ch/jobs



Kommentar

*Reisen inspirieren mich
für neue Projekte*



IVO BRACHER
Präsident des Verwaltungsrats
und Vorsitzender der
Geschäftsleitung bonainvest
Holding AG

«Die beste Bildung findet ein gescheiter Mensch auf Reisen», pflegte der vielgereiste Johann Wolfgang von Goethe zu sagen. Und in der Tat: Sei es in jungen Jahren unkompliziert oder heute mit mehr Komfort verbunden, immer haben mich Reisen inspiriert und werden mich auch künftig zu Gedanken und lebenslangem Lernen anregen.

Als meine damaligen Mitstreiter und ich beschlossen haben, künftig schwellenfrei zu bauen und mit einer Service-Organisation anzureichern, damit jüngere Menschen vom Komfort profitieren und ältere Bewohnerinnen und Bewohner möglichst lange in den eigenen vier Wänden wohnen können, habe ich mir Liegenschaften in verschiedenen Ländern angeschaut und mich besonders von den Servicekonzepten der Hotels inspirieren lassen. Noch heute verbinde ich Reisen wenn immer möglich mit Eindrücken, welche die Überbauungen der bonainvest Holding AG noch smarter und die Dienstleistungen der bonacasa AG noch profilierter machen können.

Da wir bei bonainvest und bonacasa auch einen Fokus auf das Alterssegment 60+ legen, ist das Reisen mit Seniorinnen und Senioren sehr erhellend. Plötzlich erkennt man Handlungsbereiche, an die man als junger

Mensch nie denken und die man daher auch nicht für Bauprojekte oder Serviceorganisationen berücksichtigen würde.

Sehr intensiv habe ich Reisen, Inspiration und Lernen verbunden, als das Projekt «Wasserstadt Solothurn» in der konzeptionellen Phase war. Ich habe insgesamt zehn Wasserstädte im Ausland besucht, weitere 20 haben wir auf dem Papier analysiert. Diese Reisen haben das Pflichtenheft für die Architekten von Herzog & De Meuron geprägt. Ich hoffe sehr, dass die zuständigen politischen Gremien die Weichen stellen, damit eines der weltweit besten Projekte am Wasser die komplette Sanierung des Solothurner Stadtmistes mehr als nur finanziert und zudem schönsten, einzigartigen erschwinglichen und hochwertigen Wohnraum schafft – inspiriert unter anderem von Reisen.

Wie erwähnt, bin ich als Unternehmer auch auf Reisen stets mit meiner Arbeit verbunden. Und die Auslandsaufenthalte unserer Töchter und deren internationale Kolleginnen und Kollegen motivieren mich immer wieder, andere Länder und Kulturen kennen und verstehen zu lernen. Die damit gewonnenen Eindrücke und Erfahrungen bereichern persönlich ausserordentlich. Ich freue mich daher jetzt schon auf unsere nächsten Reisen.

FÜR ECHTE ENTDECKER DER WELT

Breitling steht für Innovation, für Präzision und Exklusivität. Mit der jüngst lancierten Galactic Unitime wurde eine Uhr für echte Weltenbummler kreiert. Jean-Paul Girardin, Vice President von Breitling, erklärt die Reiseaffinität des Unternehmens.

Die Galactic Unitime überzeugt mit nützlichen Funktionen, Qualität, Ästhetik und der Innovationskraft von Breitling.

SIMONE LEITNER



Jean-Paul Girardin, als Vice President von Breitling sind Sie sehr viel unterwegs. Was bedeutet für Sie Reisen?

Reisen bedeutet für mich entdecken, erfinden und nicht zuletzt auch neue Produkte testen. Das Reisen ermöglicht mir, stets dazuzulernen und die Vision zu erweitern. Man entwickelt zusätzliche Dynamik und erreicht neue Dimensionen. Beispielsweise habe ich bei einer Trekking Expedition unsere Emergency getestet. Oder auf Geschäftsreisen begleitet mich häufig eine Uhr mit Universalzeit-Anzeige oder eine GMT – ein Modell mit einer zweiten Zeitzone.

Breitling ist eines der letzten unabhängigen Familienunternehmen in der Schweizer Uhrenindustrie. Als Global Player tragen Sie Schweizer Werte mit Ihren Uhren in die ganze Welt. Glauben Sie, dass eine Uhr wie Breitling das Image der Schweiz im Ausland stärken kann?

Eine Breitling Uhr kann sicher dazu beitragen, das Image der Schweiz im Ausland zu stärken. Denn die Schweizer Uhrenindustrie nimmt weltweit eine starke Position ein. Eine unabhängige Marke wie Breitling repräsentiert den Schweizer Geist zudem besonders. Man muss nicht zwingend der Grösste sein, um gleichzeitig der Stärkste zu sein. Das Land Schweiz und die Schweizer Uhrenindustrie, insbesondere Breitling, verzeichnen viele Gemeinsamkeiten wie: Unabhängigkeit, Innovationskapazität und Qualität.

Ist die Schweiz als Herstellerland für Uhren immer noch magisch?

Ja, definitiv. Die Schweiz nimmt nach wie vor eine starke Position als Uhrenhersteller wahr. Eigentlich eine ziemlich atypische Position. Denn kaum eine andere Industrie verzeichnet

über so wenig ausländische Konkurrenz. Diese Position gilt es zu stärken, in dem man die Qualität und hohe Innovationskraft beibehält. Breitling ist immer bestrebt, innovativ zu sein, hält aber stets an der Tradition fest und bleibt der Marke treu.

Oder ist es heute so, dass die grossen Uhrenbrands wie Breitling für die Schweiz magisch geworden sind?

Eigentlich trifft beides zu. Das eine verhilft dem anderen und umgekehrt. Denn gerade dank der Schweizer Qualitäten konnten die Schweizer Uhrenmarken entstehen und grosse Erfolge verzeichnen.

Die Neuheit von Breitling, die Galactic Unitime, ist eine Uhr für echte Weltenbummler, Vielreisende und Uhrenliebhaber. Wie wurde dieses neue Modell angenommen?

Die Reaktionen waren durchaus positiv. Vor allem repräsentiert dieses Modell unsere Kompetenzen im Sinne der Produktion eigener Manufakturwerke. Die Galactic Unitime zeigt unsere Innovationskraft. Breitling entwickelt Uhren, die nützlich und einfach zu bedienen sind. Die Galactic Unitime überzeugt einerseits mit nützlichen Funktionen, andererseits mit Qualität – Breitling ist weltweit eine der wenigen grossen Uhrenmarken, die alle ihre Modelle mit offiziell Chronometer-zertifizierten Werken anbieten (COSC) – dem höchsten Gütesiegel hinsichtlich Präzision. Abschliessend zeichnet das Modell eine starke Ästhetik aus. Dementsprechend waren die Reaktionen einmal mehr positiv überrascht und beeindruckt vom neuen Breitling-Produkt. Zudem ist das Zifferblatt einfach toll.

Wer kauft diese Weltzeituhr?

Diese Weltzeituhr wird vor allem von Uhrenliebhabern getragen, welche viel unterwegs sind.

REISEN BREITLING

BREITLING

Jean-Paul Girardin,
Vice President von
Breitling.



Als Spezialist für technische Zeitmesser spielte Breitling eine Hauptrolle bei der Entwicklung des Armbandchronografen und gehört zu den Leadern dieser Komplikation. Dank ihrer zuverlässigen, robusten und leistungsstarken Instrumente nahm die Firma an sämtlichen Highlights bei der Eroberung der Lüfte aktiv teil. Breitling ist weltweit eine der wenigen grossen Uhrenmarken, die alle ihre Modelle mit offiziell Chronometer-zertifizierten Werken anbieten – dem höchsten Gütesiegel hinsichtlich Präzision. Breitling ist auch einer der seltenen Hersteller, die ihr eigenes mechanisches Chronografenwerk vollständig in ihren Ateliers konzipieren und fertigen. Zudem ist das Familienunternehmen eine der letzten noch verbliebenen unabhängigen Schweizer Uhrenmarken.

Sie haben ein Herren- und ein Damenmodell. Wer ist der grössere Fan? Der Mann oder die Frau?

Die Galactic Unitime hat einen Durchmesser von 44 mm und kann deshalb durchaus von Mann und Frau getragen werden. Die Galactic Familie wurde dieses Jahr jedoch auch durch das Modell Galactic 36 Sleek T ergänzt, welches ausschliesslich für Frauen vorgesehen ist.

Das neue, hauseigene Manufakturkaliber B35 wird als Sensation von vielen Medien beschrieben. Was macht das Werk so einzigartig?

Die Uhr stellt im Allgemeinen eine doppelte Revolution von Breitling dar. Einerseits durch eine neue, ultrasensitive Lünette aus Wolframcarbid. Andererseits durch das neue, beispiellose funktionierende Weltzeit-Manufakturkaliber B35. Dieses automatische Weltzeit-Werk (das allererste Breitling Manufakturkaliber ohne Chronografenfunktion) zeichnet sich durch seinen revolutionären Bedienungskomfort aus. So

reicht es, die Krone herauszuziehen und sie im Studentakt vor- oder rückwärts zu drehen, um mit einer einzigen Handhabung sämtliche Anzeigen auf dem Zifferblatt zu korrigieren. Dabei springt der Kalender automatisch vor oder zurück auf das Lokalzeitdatum der entsprechenden Zeitzone.

Sie haben für dieses Werk zwei patentierte Erfindungen entwickelt. Wie lange dauert so ein Prozess?

Im Allgemeinen dauert ein solcher Prozess drei Jahre. Dieser unterteilt sich in ein Jahr Entwicklung, ein Jahr Typenprüfung und schliesslich

ein Jahr Industrialisierung. Während diesem Prozess nimmt die Patentierung selbst zirka zwei Jahre in Anspruch – inklusive der Arbeit des Patentamts.

Die technische Innovation ist Ihre erste Botschaft. Und als zweite Revolution steht bei der Galactic Unitime SleekT die Ästhetik. Auch hier bieten Sie eine Weltneuheit. Wird diese enorme Komplexität von jedem neuen Breitling-Produkt erwartet?

Dies ist von Produkt zu Produkt sehr unterschiedlich. Die «Emergency» ist beispielsweise sehr komplex und weltweit die erste Arm-

Wird vor allem von Uhrenliebhabern getragen, die viel unterwegs sind: die Weltzeituhr Galactic Unitime.



banduhr mit Zweifrequenz-Notfunkbake für Personen. Diesbezüglich bestätigte Breitling erneut seinen Pionierstatus in den Bereichen technische Uhren und «Instruments for Professionals». Dann gibt es aber auch Varianten, die etwas einfacher sind. Beispielsweise die Ableitung eines Frauenmodells aus einem Männermodell. Alle unsere Uhren überzeugen jedoch kompromisslos durch Performance, Funktionalität und Zuverlässigkeit – eine konsequente Umsetzung der «aeronautischen» Philosophie der Marke.

ENGLISCH OHNE MISSVERSTÄNDNISSE



Natürlich sprechen wir englisch und französisch, schreiben unseren internationalen Geschäftspartnern Emails und versuchen auch bei Verhandlungen in einer Fremdsprache souverän zu sein. Doch nicht immer finden wir die richtige Redewendung oder Kommunikationstechnik.

BILDER HO

SIMONE LEITNER



Lernen in historischer und eleganter Umgebung: In der nordenglischen Stadt York werden Sprachaufenthalte zu kulturellen Erlebnissen. Oben: Das Treppenhaus der Sprachschule York Associates.

Um den guten Ton auch auf internationalem Geschäftsparkett zu treffen, braucht es viel Training. Wer sich für den beruflichen Alltag in einer Fremdsprache fit halten möchte, ist in der «Business Class» von Boa Lingua richtig. «Boa Lingua Business Class» ist mehrfach ausgezeichnet, internationaler Spezialist für Business-Sprachtrainings im Ausland. Die Sprachkurse finden an ausgewählten Schulen in England, den USA, Australien, Kanada, Irland, Malta, Frankreich, Belgien, Italien, Spanien, Mexiko, Deutschland, Russland und China statt. Business-Intensivkurse, massgeschneiderte Individuallösungen sowie Cultural Trainings gehören zum Portfolio von Boa Lingua Business Class. «Wer eine Sprache schnell und effizient lernen möchte, kommt um einen Sprachaufenthalt im Ausland nicht herum. Die Erfolgsfaktoren sind der ständige Sprachkontakt und die Repetition des Gelernten – die bei einem Sprachkurs in der Schweiz weit weniger gegeben sind», hält Max Wey, Geschäftsführer von «Boa Lingua Business Class», fest.

Ein ganz besonderer Ort für eine Sprachreise ist York in Nordengland. Dort fin-

det man eines der schönsten und charmantesten Gässchen von ganz England – «The Shambles». Diese pittoreske Einkaufsstrasse fasziniert Touristen und Sprachreisende aus aller Welt. Auch das beeindruckende Münster von York ist Teil der Stadtgeschichte und die grösste gotische Kathedrale in Nordeuropa. Kurz: York bietet die perfekte Kulisse, um Neues zu lernen und einen Sprachkurs an der «York Associates» zu buchen. Diese Schule mit über 30 Jahren Erfahrung ist in einem unter Denkmalschutz stehenden Gebäude aus dem 17. Jahrhundert untergebracht – natürlich in bester Lage in der Altstadt von York. Die Räumlichkeiten strahlen Wärme und Gelassenheit aus. Neben Business-Kursen, Einzelunterricht und Kombinationskursen werden auch spezielle Unterrichtsprogramme für Anwälte, Finanz- und Versicherungsspezialisten sowie Personalfachleute und Pädagogen angeboten. Ziel der Kurse ist der Aufbau englischer Sprachkenntnisse sowie der Erwerb von Kommunikationstechniken für den Berufsalltag. «In globalen Unternehmen wird die korrekte Kommunikation immer wichtiger. Und gute Kommunikation hat nicht nur mit den Sprachkenntnissen zu tun, vielmehr können kulturelle Gepflogenheiten über eine gelungene Verhandlung entscheiden», sagt Fiona Mee, Direktorin der York Associates. Gut ausgebildete, sympathische und äusserst erfahrene Coaches – auch als Kommunikationsberater in der Wirtschaft tätig – begleiten die Kursteilnehmenden. Jeder solle sich weiterentwickeln, Schwächen erkennen und Neues lernen. «York Associates» ist auch für das selbst produzierte Unterrichtsmaterial bekannt. «Uns ist der einzelne Student sehr wichtig und wir ermitteln gemeinsam die fehlenden Puzzleteile, die er für den Berufsalltag braucht», betont die Schuldirektorin Fiona Mee.

In der Tat: In den verschiedenen Unterrichtszimmern sind verschiedene Szenarien anzutreffen: Eine Gruppe Lehrerinnen und

Lehrer analysiert und erkundet die Möglichkeiten von Lernsoftware. Engagiert und konzentriert diskutieren sie über die Entwicklung eines pädagogischen Online-Spiels. Natürlich in Englisch. Eine andere Gruppe vertieft die interkulturellen Fähigkeiten für den Unterricht. Diese komplexe Thematik löst anspruchsvolle Gruppen-Diskussionen aus, die wertvolle Inputs liefern. Alle Coaches der «York Associates» sind Teil des Geschehens und leiten auf respektvolle und smarte Weise die einzelnen Gruppen oder Führungspersönlichkeiten.

Eindrücklich ist auch die Stippvisite bei zwei Damen, die an diesem Morgen an ihrer Unternehmenspräsentation arbeiten. Die junge Frau aus Katar ist für eine NGO in führender Position tätig und erzählt sehr überzeugend, wie wichtig diese Hilfsorganisation sei. Und auch eine Französin klärt über ihr spannendes Wirkungsfeld auf. Es werden nicht ausschliesslich Vokabular und Grammatik geschult, vielmehr werden auch Überzeugungskraft und Rhetorik optimiert. Ein Stock tiefer sitzt ein Banker, der eine neue Stelle antreten wird. Als Geschäftsleitungsmitglied wird er künftig nicht nur in einem anderen Unternehmen tätig sein, sondern sich auch in eine neue Firmenkultur einfügen müssen. Als Global Player verhandelt der Finanzfachmann in Englisch. Meistens mit Entscheidungsträgern, für die Englisch auch eine Fremdsprache ist. «Gerade in dieser Konstellation ist viel Fingerspitzengefühl und kulturelles Wissen gefragt», betont der Coach. Witze oder frei übersetzte Sprichwörter aus der Muttersprache sind oft fehl am Platz, führen zu peinlichen Situationen und sollten tunlichst vermieden werden. Mit anderen Worten: Gute Kommunikation ist weit mehr als das Beherrschen einer Fremdsprache. Gute Kommunikation ist ein interkultureller Austausch, der auf Sprache, Respekt und Rhetorik aufgebaut ist.

Und wer in die Welt der Fremdsprache eintauchen will, lebt während des Ausland-



aufenthalts vorzugsweise bei einer Gastfamilie. Die Schulen von Boa Lígua vermitteln ausgezeichnete Gastgeber. «Ich habe früher selber Studenten beherbergt und suche nur gute Familien aus», sagt Janine Dunford, zuständig für die Vermittlung der Gastfamilien.

Max Wey, Geschäftsführer von Business Class Boa Língua, betont, wie wichtig Fremdsprachen heute im Geschäftsleben sind.



Die Sprachschule York Associates ist in einem eleganten Haus mitten in York untergebracht.

bonalifestyle Max Wey, mit der Globalisierung sind Fremdsprachen im Geschäftsleben essenziell geworden. Welche Entwicklung haben Sie in den letzten Jahren beobachtet?

Max Wey Einerseits ist es tatsächlich so, dass gute Fremdsprachenkenntnisse unabdingbar geworden sind. Gleichzeitig stellen wir fest, dass die Leute ihre Fremdsprachenkenntnisse effizient verbessern und in kurzer Zeit grosse Fortschritte erzielen möchten. Dafür sind unsere Business-Sprachtrainings im Ausland ideal. Der Einstieg in sämtlichen Niveaustufen ist jede Woche möglich.

Boomt das Geschäft mit den Sprachreisen?

Der starke Franken bringt Freude und Leid: Wir sind sehr transparent und publizieren die Preise in der Originalwährung. Das heisst, die Sprachaufenthalte sind günstiger geworden.

Die Firmen jedoch sind wegen des erhöhten Margendrucks eher zurückhaltend mit nicht-

zwingenden Ausgaben. Dennoch sind wir dank unseres schweizweit einmaligen Angebots gut auf Kurs.

Und wie wurde das Angebot angepasst?

Wir stellen einen leichten Trend fest, dass die Leute im Schnitt weniger lange Sprachtrainings buchen, dafür häufiger. Mit unseren sehr intensiven, massgeschneiderten Sprachtrainings im Ausland sind wir sehr gut aufgestellt.

Sprechen die jungen Geschäftsleute heute besser Englisch oder Französisch als noch vor 20 Jahren?

Beim Englisch ist das klar der Fall, beim Französisch leider nicht. Das Bewusstsein für Fremdsprachen ist in der globalisierten Geschäftswelt stark gestiegen. Wer keine sattelfesten Fremdsprachen-Kenntnisse hat, ist definitiv benachteiligt.

Bieten Sprachreisen heute mehr als nur eine Sprache zu erlernen?

Stimmt, bei einem Sprachaufenthalt geht es um mehr, als um eine Sprache zu lernen. Es schwebt auch immer ein Hauch Sabbatical-Feeling mit. Man entflieht dem Alltag, taucht in eine neue Kultur ein und lernt Land und Leute kennen.

Welchen Stellenwert hat die Zielgruppe 50plus?

Zahlenmässig ist 50plus nicht der grösste Markt. Doch stehen bei uns an erster Stelle nicht das Alter unserer Kunden, sondern ihre Bedürfnisse. Wir legen Wert auf eine persönliche Beratung, was altersunabhängig der Schlüssel ist für ein erfolgreiches Sprachtraining. Natürlich stellen wir sicher, dass sich unsere Kunden in einem für sie passenden Umfeld wiederfinden. Wir kennen unsere Schulen persönlich und wissen, wer für welche Zielgruppe am geeignetsten ist.

Ist Englisch die beliebteste und wichtigste Fremdsprache?

Englisch ist die klare Nummer 1 mit rund zwei Dritteln aller Buchungen. Doch ist gerade in der Verwaltung und verwaltungsnahen Betrieben auch Französisch sehr gefragt.

«Business Class» ist ein Produkt von Boa Língua, das sehr erfolgreich ist. Dabei steht nicht nur die Sprache im Mittelpunkt, sondern auch die Person. Wie kommunizieren Sie dieses komplexe Angebot?

Mit Interviews wie diesem (lacht). Die Grundidee, dass man seine Fremdsprachen-Kenntnisse mit einem Sprachtraining im Ausland innert kürzester Zeit verbessern kann, ist sehr schnell vermittelt. Komplex ist es, den Kunden die verschiedenen Möglichkeiten aufzuzeigen. Wir bieten viel mehr als einen normalen Sprachaufenthalt. Und es muss übrigens gar nicht teuer sein. Doch genau dafür kann man sich persönlich und kostenlos beraten lassen.

Wie sehen Sie die Sprachentwicklung weltweit?

Ungebremst positiv. Sprachen sind und bleiben wichtig und es führen viele Wege zur Sprache. Der schnellste ist definitiv ein Sprachaufenthalt im Ausland.

TIPPS YORK

The Judges Lodging in York ist ein luxuriöses Hotel für verwöhnte Individualisten, die eine tolle Küche schätzen. Wer etwas mehr Ruhe und Luxus möchte, sollte sich ein Zimmer im historischen Hauptgebäude reservieren.
www.judgeslodgingyork.co.uk

The Grand Hotel & Spa ist Yorks klassisches 5-Sterne-Hotel mit jeglichem Komfort. Die Lage gleich beim Bahnhof ist zentral. In York lässt sich alles zu Fuss erreichen.
www.thegrandyork.co.uk

Wunderschön englisch, direkt an der Stadtmauer liegt das Hotel und Restaurant Grays Court. Das elegante Gebäude befindet sich neben dem York Minster und war einst die Heimat von König James I. Das Restaurant ist hervorragend, hat viel Stil und einen wunderschönen Garten.
www.grayscourtyork.com

The Star Inn – The City ist bereits eine Gastronomie-Legende, die ausserhalb von York Furore machte. Nun ist The Star Inn mit einem exklusiven Restaurant in die Stadt gekommen und hat sich gleich eine der schönsten Locations ausgesucht: Direkt am Fluss in einem alten Kraftwerk.
www.starinthecity.co.uk

STADT, STRAND UND TRÄUME – ALL INKLUSIVE

Seit über 20 Jahren verkauft Corinne Sigrist, Filialleiterin von Reisebüro Kuoni Bern am Bärenplatz, Badeferien, Städte-
trips, Reisen und Träume. Ein spannendes Gespräch über Kunden, Internet und das Revival des Reisebüros.

INTERVIEW SIMONE LEITER
BILDER TIM X. FISCHER (LEICA M 240)

bonaLifestyle Corinne Sigrist, der Buchungstrend geht seit letztem Jahr wieder in Richtung Reisebüro. Was glauben Sie, ist der Grund dafür?

Corinne Sigrist Ich denke, in den Ferien sind Sicherheit, Flexibilität und im Notfall eine zuverlässige Kontaktadresse wichtige Faktoren.

Sind diese Bedürfnisse nicht abgedeckt, wenn man im Internet bucht?

Doch, bestimmt sind auch Kontaktnummern und dergleichen vorhanden. Aber oft bucht man den Flug, den Transfer und das Hotel bei unterschiedlichen Anbietern. Wenn dann irgendetwas nicht klappt, ist es viel komplizierter herauszufinden, welche Notfallnummer für welchen Reisebereich gilt. Wer im Reisebüro bucht, hat eine Nummer für alles. Und wenn wirklich mal was passiert, dann kontaktieren wir unsere Kunden proaktiv. Wir verfügen auch über sehr gute Kontakte zu den Reisedestinationen und Hotels.

Ist es vor allem die Sicherheit, mit der das Reisebüro punktet?

Nicht nur. Wir haben für jede Reiseregion auf der Welt einen Spezialisten und daher ist es uns möglich, viele Fragen zu beantworten. Obwohl Tripadvisor sicherlich auch viele Informationen über Hotels, Destinationen oder Restaurants gibt. Wir sitzen aber dem Kunden

direkt gegenüber und können auch spontan Unsicherheiten erkennen oder Fragen beantworten.

Kann eine Internetbuchung eher mal zu einer Enttäuschung führen?

Wenn es eine einfache Buchung ist, dann denke ich, nicht. Wird es aber komplexer, dann hören wir ab und zu von Kunden, dass sie tatsächlich enttäuscht wurden. Das hat aber weniger mit dem Online-Angebot zu tun, als viel mehr mit Missverständnissen. Wer nicht viel reist, für den ist eine Beratung Gold wert und spart schlussendlich auch Geld. Wir versuchen zu ergründen, welche Reiseträume der Kunde hat und eruieren im Gespräch, ob die Idee auch wirklich mit der Realität einer Destination oder eines Hotels übereinstimmt.

Heute können Reisen und Ferien auch von Katastrophen überschattet werden. Wie handeln Sie bei einem Attentat, wie jüngst in Tunesien?

Einerseits kontaktieren wir unverzüglich unsere Kunden, die sich im Krisengebiet aufhalten. Wir informieren, wir helfen, wir suchen die nächsten Flüge, um allenfalls das Land zu verlassen – wir sind einfach in allen Belangen für unsere Feriengäste da. Wenn es dann um Stornierungen von Reisen geht, gibt es jeweils von Kuoni Schweiz eine Weisung, die wir un-

«Wir informieren, wir helfen, wir suchen neue Flüge - auch im Notfall sind wir für unsere Kunden da.»

CORINNE SIGRIST
FILIALLEITERIN
KUONI BERN AM BÄRENPLATZ

Corinne Sigrist liebt das Reisen:
Hier in einem Flugzeug der
Sky Work Airline am Flughafen Bern.

seren Kunden weitergeben. Ich finde, Kuoni ist kulant.

Wie war es im Fall von Tunesien, wurden viele Reisen storniert?

Wir haben mit den Betroffenen neue Destinationen gesucht. Schliesslich sollen Ferien nicht mit einem beklemmenden Gefühl beginnen. Auch hier war der direkte Kontakt mit den Kunden wichtig – für beide Seiten.

Wie reagieren die Menschen auf Katastrophen? Bleibt Ihr Reisebüro mehr oder weniger leer nach einem Attentat oder nach einem Naturereignis?

Die Leute gewöhnen sich recht schnell an die neue Situation. Wir sprechen mit den Kunden über die Geschehnisse und zeigen Alternativen auf. Grundsätzlich ist es so, dass in den letzten Jahren die Intensität der Reaktionen auf Vorfälle etwas abgeklungen ist.

Werden heute wieder Reisen nach Tunesien verkauft?

Kaum, in diesem Markt verhält es sich anders.

Das heisst, die Flugzeuge fliegen ohne Passagiere nach Tunesien?

Nein. Es bedeutet, dass es gar nicht mehr viele Flugverbindungen nach Tunesien gibt. Wenn die Nachfrage nicht mehr da ist, wird auch die Anzahl der Flüge nach unten korrigiert oder gar gestrichen.

Was gibt es für Alternativen, die Sie Ihren Kunden guten Gewissens anbieten können?

In erster Linie halten wir uns an die Empfehlungen des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten EDA. Aufgrund dieser Reisehinweise, den Wünschen der Kunden und unserer Erfahrung suchen wir alternative Ferienzele aus. Das funktioniert sehr gut und wird auch geschätzt.

«Ich bin überzeugt,
dass Fernweh und Reisen
zu den grössten Sehnsüchten gehören.»

CORINNE SIGRIST
FILIALLEITERIN
KUONI BERN AM BÄRENPLATZ

Und welche Destinationen empfehlen Sie konkret, wenn die Tage kälter werden und man nicht zu lange fliegen möchte?

Die Kanarischen Inseln und der Mittlere Osten sind sehr beliebt und gut erreichbar.

Sprechen wir über den Preis. Ist das für Sie ein unliebsames Thema?

Nein, ganz im Gegenteil. Kuoni ist sehr flexibel und wir suchen für unsere Kunden immer den besten Preis. Natürlich können und wollen wir mit Billig-Angeboten nicht konkurrenzieren – dieses Segment ist nicht unser Wirkungsfeld. Wenn es aber um einen günstigen Flug oder um ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis geht, sind wir absolut kompetitiv.

Gibt's im Reisebüro noch spezielle Flugtarife?

Nein, diese Zeiten sind längst vorbei. Wir arbeiten mit dynamischen Preisen, wie alle ande-

ren auch. Dennoch haben wir den Vorteil, dass wir Tarifklassen und Verfügbarkeiten erkennen und direkt reagieren können. Zudem haben wir gute Kontakte zu den Airlines und können so Sitzplatzreservierungen oder Upgrades durch Vielfliegerprogramme gut veranlassen.

Das sind grosse Vorteile. Wer weiss von diesen Vorzügen?

Wir haben Geschäftsleute und private Kunden, die seit vielen Jahren ihre Reisen bei uns buchen und die ihre Vorteile bei uns bestens kennen und schätzen. Und dann gibt es aber auch junge Leute, die einfach mal zu uns in die Filiale am Bärenplatz kommen und sich freuen, wie einfach und gut alles klappt.

Und wenn nun easyJet die beste Verbindung für den Kunden bietet, was dann?

Ganz einfach: Wir buchen easyJet. Es geht um unseren Kunden und nicht um einzelne Brands.

Mit anderen Worten: Das klassische Reisebüro sieht immer noch gleich aus, hat sich aber elementar verändert.

Auf jeden Fall. Unsere Arbeit ist anders, viel komplexer und entsprechend zeitintensiver. Heute gilt auch für uns: Preise und Qualität vergleichen und das beste Angebot für den Kunden buchen. Zudem hat der Kunde bei uns alle Leistungen aus einer Hand, hat Reisedokumente und last but not least einen vorgedruckten Kofferanhänger.

Ernsthaft, schätzen die Kunden den Kuoni-Kofferanhänger?

Und wie! Wir haben täglich Leute, die in unsere Filiale kommen und nach den Kuoni-Adressanhängern fragen. Der Brand steht nach wie vor für Exklusivität und Qualität.

Ist Reisen zum Statussymbol geworden?

Ich glaube eine Reise und Ferien hatten schon immer einen grossen Stellenwert in unserer Gesellschaft. Nur die Destinationen sind andere geworden und haben sich dem Zeitgeist angepasst. Natürlich haben auch politische Veränderungen das Reiseverhalten beeinflusst.

Europas Reisemarkt gilt als ausgeschöpft und die Pauschalreise als etwas verstaubt. Wo liegen noch Perspektiven und Potenzial für die Tourismusindustrie?

Heute wird mehr und öfters gereist. Mal ist es eine Städtereise, mal sind es Badeferien, die pauschal gebucht werden und mal ist es eine grosse Reise durch Asien. Das Potenzial liegt im Angebot und der Vielfalt. Interessante Destinationen und innovative Hotels positionieren sich über ein Thema für eine bestimmte Zielgruppe, die sie ansprechen wollen. Dieses verstärkte Mar-

keting gilt für Städtereise gleichermassen wie für Badedestinationen.

Dann glauben Sie an den Wachstum der Reiseindustrie?

Ich bin überzeugt, dass Fernweh und Reisen immer noch zu den grössten Sehnsüchten in unserem Kulturkreis gehören. Ich sehe ja täglich die leuchtenden Augen, wenn Kunden zu uns in die Filiale kommen und ihre Wünsche äussern.

Dann wird das Internet das klassische Reisebüro definitiv nicht verdrängen?

Nein. Kuoni verkauft auch Ferien im Internet, beide Märkte gehören heute zusammen und können Synergien nutzen. Das Reisebüro ist wieder en vogue, hat sich gewandelt und betreffend der Preisgestaltung vieles einfallen lassen. ■

Sicher und angenehm:
Mit neuen Haus-
technologien können
Lichter, Storen oder
Heizung während den
Ferien aus der Ferne
geregelt werden.

BILD FOTOLIA.DE

FERNGESTEUERT WOHNEN

In den Ferien die
Lichter, Raumtempe-
ratur, Storen oder
Heizung zu Hause
steuern oder der Putz-
frau die Türe fernge-
steuert öffnen, das
alles funktioniert
heute einwandfrei.
AEK Energie vernetzt
mit neuen Technolo-
gien das Zuhause.

HANS FISCHER

Was früher dem technikverliebten Visionär vorbehalten war, ist heute im breiten Markt angekommen. Via Smartphone oder Tablet können Lichter, Storen, Lüftung oder Heizung in den Ferien geregelt werden. Unnötiger Luxus oder wertvolle Lösung auf einer Reise? Während der Ferien die Heizung zu optimieren und einen Tag vor der Heimkehr die Raumtemperatur zu erhöhen, ist äusserst angenehm und vor allem ökologisch sinnvoll. Auch das Licht mal ein- und auszuschalten oder eine Jalousie zu bewegen, kann durchaus abschreckend auf Einbrecher wirken. Natürlich können sogenannte Abwesenheitsszenarien mit entsprechenden Haustechnologie-Installationen auch fix programmiert und abgespielt werden. Die Möglichkeiten sind heute gross und können auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt werden.

Haustechnologie entwickelt sich immer mehr zu integrierten Lösungen für intelligentes Wohnen und demokratisiert sich. Die Zahl der Anbieter ist stark gestiegen, die Möglichkeiten haben sich vervielfacht und die Kosten sind massiv gesunken. Die Solothurner ProBus Espace AG, eine Tochtergesellschaft der AEK Energie AG, ist spezialisiert auf

Gebäudeautomationslösungen. Geschäftsleiter Lukas Weber ist überzeugt, dass sich der aktuelle Trend noch verstärken wird: «Der Anteil an Haustechnologielösungen für Privatpersonen wird immer grösser. Gleichzeitig werden die Angebote immer smarter und preiswerter. Es gibt wenige Gründe, die gegen den Einsatz von zielgerichteten Domotik-Anwendungen sprechen.»

Vor allem die Kooperation, welche die ProBus Espace AG mit dem Living-Service-Spezialisten bonacasa AG eingegangen ist, bedingt einfache Lösungen. «In bonacasa-Wohnungen leben jüngere und ältere Menschen. Vor allem für die Bewohner im fortgeschrittenen Alter ist es wichtig, dass die Technologie praktisch, nachvollziehbar und eindeutig ist», erklärt Weber.

Sehr praktisch, insbesondere während Abwesenheiten, sind auch integrierte Videoschliessanlagen: Das Handy reagiert im fernen Asien, wenn beispielsweise die Reinigungskraft an der Haustüre zu Hause klingelt. Man kann sie sehen, man kann mit ihr sprechen und aus der Ferne die Türe öffnen. Vorbei sind also die Zeiten von unsicheren Schlüsseldepots im Milchkasten und dergleichen.

AM PULS DER ZEIT

Die AEK Energie AG wurde 1894 als «Gesellschaft des Aare- und Emmenkanals» gegründet und 1994, anlässlich ihres 100. Geburtstages, in AEK Energie AG umgetauft. Der Hauptsitz befindet sich in Solothurn.

Eine der grossen Herausforderungen für die Energiewirtschaft ist, die Energieversorgung auch in Zukunft vollumfänglich zu gewährleisten – preiswert, sicher und umweltschonend. Das ist eine Chance. Das Unternehmen positioniert sich klar als regional agierendes Energieunternehmen mit Strom und Netz, individueller Energieberatung, massgeschneidertem Contracting, schweizweit grösster und qualitativ hochstehender Pelletproduktion, Elektroinstallationen und vor allem: mit engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Partnerinnen und Partnern aus der Region. AEK macht also, was andere Energieunternehmen auch machen. Und doch macht sie es anders. Eine Belohnung für ihr Anderssein ist etwa das Zertifikat für Klimaschutz, mit dem der Bund AEK als erste Schweizer Energieversorgerin ausgezeichnet hat.

Die Solothurner ProBus Espace AG ist eine Tochtergesellschaft der AEK Energie AG.



Die zeitgeistige Haustechnologie erlaubt aber noch weitere Sicherheitsmassnahmen. Von Überwachungs- und Alarmsystemen bis hin zu Sensoren und Aktoren, die insbesondere im Einsatz für Seniorinnen und Senioren automatisch eine Verbindung zu Bezugspersonen oder Notrufzentralen herstellen können. Selbstverständlich können auch Strom, Wasser und Klima geregelt und gemessen werden.

Für Neubauten und Komplettanlagen setzt das Tochterunternehmen der AEK auf den weltweit etablierten KNX-Standard, den es seit über 25 Jahren gibt und der entsprechend viele Geräte und Gewerke von verschiedenen Herstellern nachhaltig vernetzen kann. Der Standard KNX hat sich vorwiegend auf der fest verkabelten Installation etabliert, obschon es auch Funk- und stromnetzbasierende Kommunikationskomponenten gibt. Proprietäre Anbieter wie zum Beispiel digitalSTROM oder eSMART arbeiten ausschliesslich auf stromnetzbasierter Kommunikation mit Bausteinen,

die hinter bestehenden Schaltern angebracht werden und so Lichter, Storen oder Heizungen steuern können. Bei Nachrüstungen verbaut die AEK-Elektroinstallationsabteilung solcherlei Systeme deshalb gerne, da das Wegfallen vom Verlegen von Leitungskabeln entsprechende Kostenvorteile hat.

Laut Lukas Weber haben alle Systeme Vor- und Nachteile. «Wer neu baut, ist mit einer KNX-Anlage sehr gut beraten, da sie meines Erachtens das nachhaltigste, bewährteste und mit unzähligen Geräteherstellern kompatibelste System ist. Bei Nachrüstungen ohne Renovationsarbeiten im Elektrobereich sind stromkreisbasierte oder Funksysteme wie digitalSTROM, eSMART oder enOcean eine mögliche Wahl», hält der Fachmann fest. Dies könne natürlich auch im Ferienhaus oder in der Ferienwohnung eine passende und hilfreiche Variante sein. Schliesslich ist die Sicherheit überall das grosse Thema – und im Ausland, viele Kilometer von Zuhause entfernt, erst recht. ■

wohnenamwasser.ch



Wir helfen Ihnen, Wohnen am Wasser und Wohnen mit Dienstleistungen zu verwirklichen. Bestellen Sie unseren Newsletter. Wir holen Sie frühzeitig über neue Projekte und Objekte ins Boot.

NEU KURZBÜNDIG

Living Lalique

Ein gewagtes Parfüm, das den modernen und aktiven Lebensstil der Frau ausdrückt und in dem sich die Quintessenz der Lebenskunst von Lalique entfaltet. Die edelste Zutat aus der Duftpalette eines jeden Parfümeurs bildet die Herznote von «Living Lalique»: die majestätische, pudrige Iris. In der Basisnote wirken Vetiver und die sinnliche Wärme von Sandel- und Kaschmirholz. Abgerundet wird «Living Lalique» in der Kopfnote mit Bergamotte und der Würze von schwarzem Pfeffer und Muskatnuss.

Wir verlosen je ein Eau de Parfum «Living Lalique» für Damen, 100ml, im Wert von CHF 175.– und ein «Encre Noire à L'Extrême» für Herren, 100 ml, im Wert von CHF 139.–. E-Mail bis 12.12.2015 an: bonalifestyle@gmail.com



«Encre Noire à L'Extrême»

Ein facettenreicher und geheimnisvoller Duft! «Encre Noire à L'Extrême» ist eine Komposition aus Vetiver, rauchigen, holzbetonten Elementen sowie Iris, Weihrauch, Patschuli und Sandelholz. «Encre Noire à L'Extrême» lotet mit kraftvollen, verführerischen Akkorden und dem Spiel mit Kontrasten alle Facetten der Männlichkeit aus. Das neue Parfum basiert auf zwei herausragenden Vetiver-Qualitäten aus Haiti und Java.

Design

Schwarz & Cool: Die neue «Hydrosonic Black Is White»-Schallzahnbürste von Curaprox macht das Zähneputzen endgültig zum Lifestyle-Erlebnis. In Kombination mit der bewährten «Black Is White»-Zahnpasta sorgt das stilvolle Design-Objekt für Wow-Effekte in Mund und Badezimmer. Curaprox ist die Mundgesundheitsmarke der Curaden AG mit Sitz in der Schweiz.



www.curaprox.com

Radical: Perfection Fluid



Das neue Perfection Fluid von RADICAL Skincare versorgt die Haut Tag und Nacht mit allem, was sie braucht. Zudem hat es eine ausgleichende Wirkung, die den Teint feinporiger und ebenmäßiger erscheinen lässt. Schatten, Rötungen, Fältchen und die Spuren des Alltags scheinen wie weggewischt. Die leichte, schnell absorbierende Textur und seine Fähigkeit, die T-Zone zu mattieren, machen dieses Produkt zur idealen Pflege für Frauen mit Misch- und öliger Haut. Die Haut erstrahlt in neuer, sichtbarer Perfektion.

Preis: CHF 85.– | 30 ml



Skin-Absolute Day

Das französische Kosmetikunternehmen Filorga ist ab Mitte Oktober in der Schweiz präsent – alle Produkte sind exklusiv bei Marionnaud oder in ausgewählten Apotheken erhältlich. In Lichtgeschwindigkeit jünger werden mit Skin-Absolute Day – lautet der Claim von Filorga. Das neueste Produkt des französischen Anti Aging Unternehmens verspricht eine Reparatur und Regeneration der Hautzellen-DNA.

Preis: CHF 135.– | 50 ml

Supra Sérum Lift-Remodelant

Das Serum verfügt über eine zugleich flüssige und kompakte Konsistenz, die mit der Haut verschmilzt, sofort aufgenommen wird und ein zartes, frisches Gefühl hinterlässt. Sie umhüllt die Haut mit einem samtigen Finish, das das Gesicht zugleich auf angenehme Weise remodelliert. Wenige Tropfen von Supra Sérum Lift-Remodelant Multi-Intensif genügen, um die Harmonie der Gesichtszüge zu bewahren. Die Formel wird morgens und/oder abends unter der gewohnten Creme aufgetragen.

Preis: CHF 168.– | 30 ml



Klassisch anders



Swing- und tangoliebhabenden Ohren ist Don & Giovanni vielschichtiger Mix aus Klassik, Latino und Modern Worldmusik längst bekannt. Nun geht ihre Musik, die an Sonnenuntergänge am Meer und Abende in verträumten Bars denken lässt, in die nächste Runde: Im Herbst 2015 erscheint das mit Spannung erwartete zweite Album «Fatto In Casa» von Don & Giovanni.

Wir verlosen beide Alben. Senden Sie uns bis 12.12.2015 eine E-Mail an bonalifestyle@gmail.com und gewinnen Sie diese beiden Musik-Highlights.



Demi-sec, brut, rosé

Stilvoll, ohne Alkohol, mit Schweizer Äpfeln und Trauben bester Qualität und sehr erfolgreich: Der Tröpfel ist die edle alkoholfreie Variante zum Schaumwein. Ob als demi-sec, brut oder rosé – den Tröpfel gibt es in allen Varianten. Diese Schaumwein-Kreationen eignen sich sehr gut zum Apéro oder auch zu einem leichten Essen. Alle drei Tröpfel-Sorten sind auch in der Magnum-Flasche erhältlich.

www.troepfel.ch

Wer reist, sorgt besser vor

Durchfall, ein entzündeter Insektenstich, ein Sturz: Kleine Übel, die in einem fremden Land zur grossen Herausforderung werden können. Die richtige Vorbereitung, eine gute Reiseapotheke und ein Notvorrat an Medikamenten lassen entspannter reisen.

CHRISTINE KÜNZLER

Wer eine Fernreise unternimmt, tut gut daran, sich rechtzeitig zu erkundigen, welche Gesundheitsprävention für die ausgewählte Feriendestination sinnvoll ist. Die Homepage des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten www.eda.admin.ch informiert aktuell über Gesundheitsrisiken in den verschiedenen Ländern. Hilfreiche Tipps gibt auch die Seite des Zentrums für Reisemedizin an der Uni Zürich www.ebpi.uzh.ch. Gut und persönlich beraten ist man in den meisten Apotheken: Die haben Zugriff auf ein

BILD FOTOLIA



spezialisiertes Online-Reise-Programm und informieren Kunden ausführlich über die Risiken und Präventionsmassnahmen für die einzelnen Destinationen. «Wir können unseren Kunden dann auch gleich mitteilen, wie hoch das Risiko ist, sich im Ferienland mit den dort aktuellen Krankheiten anzustecken», sagt Petra Gerdesmeyer, Apothekerin und Leiterin der Bollwerkapotheke in Bern. «Wir besprechen mit unseren Kunden zudem mögliche Impfungen, Alternativen zur Impfung und Präventionsmassnahmen.» Der Kunde erhält einen Ausdruck mit allen auf ihn zugeschnittenen Informationen.

Erste Hilfe – mit einer guten Reiseapotheke

Eine Reiseapotheke leistet unterwegs gute Dienste. Sie kann sowohl mit schul- als auch mit komplementärmedizinischen Medikamenten bestückt werden. Einzige Ausnahmen: Malariaphylaxe und Antibiotika, die der Arzt verschreibt für den Fall von stärkeren Infektionen in Gegenden mit schlechter medizinischer Betreuung – hier sind auf Reisen schulmedizinische Mittel erforderlich. Auf www.bonalifestyle.ch finden Sie die Vorschläge der Bollwerkapotheke für eine schulmedizinische und eine komplementärmedizinische Reiseapotheke.

Je nach Ferienziel gilt es, die Reiseapotheke mit spezifischen Medikamenten zu ergänzen. Wer beispielsweise Höhenluft schnupern will, braucht in seinem Gepäck vorsorglich Mittel, welche den Kreislauf in Schwung halten. Für Asien- und Dritte-Welt-Reisende sind Magen-Darm-Medikamente und eventuell ein Produkt zur Wasseraufbereitung notwendig. Wer in einem solchen Land an Durchfall leidet und eine Busfahrt vor sich hat, soll auf den schulmedizinischen Wirkstoff Loperamid zugreifen können, rät Petra Gerdesmeyer. «Zwar ist ein solches Medikament, das den Durchfall

TIM X. FISCHER



Das Notfallset in den Ferien.

stoppt, kontraproduktiv, denn der Körper will sich mit der Darmentleerung von schädlichen Stoffen reinigen. In Notfallsituationen oder bei länger andauernder Erkrankung sind solche Mittel jedoch angebracht.»

Um sich vor lästigen oder gefährlichen Mücken zu schützen, leistet das homöopathische Mittel Staphisagria D12, täglich einmal eingenommen, gute Dienste. Ätherische Citrusöle mit Mandelöl verdünnt und dann eingerieben, halten die Plagegeister ebenfalls auf Distanz. Allerdings eignen sich die Öle weniger für tropische Länder, die starke Hitze bekommt ihnen nicht.

Prävention beginnt vor der Reise

Grundsätzlich gilt für Fernreiseziele, sich gut mit Medikamenten einzudecken, weil in gewissen Ländern die Versorgung, etwa mit Antibiotika, oft mangelhaft ist. Doch Vorsicht: Vor der Reise abklären, welche Medikamente in welche Länder eingeführt werden dürfen.

Für starke Allergiker ist es unerlässlich, die eigenen, vom Arzt verschriebenen Gegenmittel einzupacken. «Für sie ist es wichtig, vor und während der Reise den Darm zu pflegen, sonst ist die Gefahr, eine Allergie zu erleiden, noch grösser», so Petra Gerdesmeyer. Praktisch zum Mitnehmen ist das kleine

Allergiker-Notfallset (siehe Bild), welches Erste-Hilfe-Medikamente enthält. Auch Patienten, die blutverdünnende Mittel einnehmen, sollen daran denken, ein Gegenmittel einzupacken.

Die Prävention beginnt schon vor den Ferien. Reisenden, die von Flugangst geplagt sind, kann eine Bachblütenmischung Linderung verschaffen. Der Jet-Lag lässt sich mit Schüssler Salz Nr. 4 abschwächen. Die Apothekerin rät, nach einem Langstreckenflug nicht in den Tag zu schlafen, «sondern den Tag zu nehmen, wie er kommt». Damit passt man sich dem neuen



Bild HO

Petra Gerdesmeyer, Apothekerin und Leiterin der Bollwerkapotheke in Bern.

Rhythmus schneller an. Thrombosengefährdete lassen sich vor dem Flug am besten eine Heparin-Spritze bei ihrem Hausarzt geben. Reisenden nach Nepal und Indien rät die Apothekerin, vorbeugend und während der Reise Fortakehl Tabletten einzunehmen, «ein Mittel, das die Gefahr, an Durchfall zu erkranken, mindert.»

Grundsätzlich gilt: Wer vor der Reise kränkelt, tut gut daran, rechtzeitig sein Immunsystem zu stärken, etwa mit Echinacea oder Schüssler-Salzen.

WILLKOMMEN AN BORD





Bettina Mark und
Beat Cahenzli

«Wir überraschen
unsere Kunden»

Sie haben keinen klassischen Verkaufsladen. Aber ein profundes Wissen in Sachen Einrichten. Andere Quellen, eine andere Arbeitsweise. Und den Kopf voller Ideen: Bettina Mark und Beat Cahenzli von der Berner Beratungsfirma FormaLuce zeigen ihren Kunden, wie sie eine Wohnung oder Firmenräume optimal einrichten und beleuchten könnten. Hier am Beispiel eines älteren Paares, das vom eigenen Haus in eine Wohnung von Bonacasa zieht.

TEXT ELSBETH HOBMEIER | BILDER TIM X. FISCHER | SKIZZEN FORMALUCE

Am Anfang einer Beratung stehen viele Fragen: Wie sind die Essgewohnheiten? Hat man oft Besuch, liest man gerne vor dem Einschlafen, wie verbringt man die Freizeit, von welchen Möbelstücken würde man sich nie trennen? Von was träumt man? «Es ist wichtig für uns, dass wir die Persönlichkeit des Kunden spüren und seine Bedürfnisse kennen», sagt Bettina Mark. «Dann können wir ihm eine möglichst optimale Lösung präsentieren – und ihn manchmal auch mit Vorschlägen überraschen, die er sich nie vorgestellt hätte», lacht sie verschmitzt. Heikler sei die gar nicht so seltene Situation, wenn ein Paar in völlig verschiedene Richtungen denke, er sich zum Beispiel in einem dunklen Zimmer wohl fühle, sie dagegen viel Licht brauche.

«Diese Wünsche müssen wir so unter einen Hut bringen, dass es für alle Beteiligten passt». Dies gelte auch bei grossen Firmen oder öffentlichen Bauten, wenn viele verschiedene Personen involviert sind – «da wirken wir oft als eine Art Katalysator, wir kommen von aussen und sind dadurch unbelastet von jeder Betriebsblindheit», ergänzt Beat Cahenzli. Die

heutigen Kunden von FormaLuce, der Beratungsfirma von Cahenzli und Mark, setzen sich rund zur Hälfte aus Privatpersonen und Firmen zusammen.

Eine Wohn- und Lichtberatung läuft meistens nach folgendem Muster ab: einer der beiden Wohnberater, Bettina Mark oder Beat Cahenzli, kommt vor Ort, setzt sich mit den Kunden zusammen, fragt, notiert, fotografiert einzelne Möbel, die wieder einen Platz finden sollen. Falls es sich um einen Umzug in neue Räumlichkeiten handelt – wie in unserem hier beschriebenen «Musterfall» eines Paares, das vom grossen Haus in eine kleinere Alterswohnung wechseln will – wird zunächst der neue Grundriss besorgt. Nach einigen Wochen werden die Vorschläge präsentiert: Mit Skizzen, Fotos, Stoffmustern, Möbel- und Leuchtenmodellen. «Das geht nicht ruckzuck, man kann also nicht am Tag nach unserem Treffen schon «ladele gehen», betont Bettina Mark. Im Fall von Hans und Heidi Muster platziert sie deren Lieblingsstücke in den neuen Räumen und ergänzt mit Vorschlägen für einige Neuanschaffungen.

«Manchmal müssen wir die Leute bremsen, wenn sie denken, gleich alles auswechseln zu müssen – das wäre schade, denn einzelne Teile bedeuten auch ein Stück Lebensgeschichte und kommen im neuen Umfeld wieder ganz anders zur Geltung», sagt Bettina Mark. Dies könne etwa ein alter Esstisch sein, dem man neue und bequemere Stühle zugeselle, was einen völlig neuen Look bringe.

Besonders schwierig ist es für einige Kunden, sich die passende und atmosphärisch stimmende Beleuchtung vorzustellen. «Wenn der Kunde es wünscht, rücken wir mit Leuchten und Kabelrollen an und machen für ihn eine Lightshow. Das vereinfacht die Entscheidung», lacht sie. Die Möbel dagegen können die FormaLuce-Leute nicht so locker unter den Arm klemmen. Sind Neuanschaffungen erwünscht, skizzieren sie die passenden Modelle, bringen Fotos mit – und begleiten ihre Kunden auch bei einem Rundgang durch die Geschäfte. «Wir trennen Beratung und Verkauf ganz bewusst», sagt Beat Cahenzli, «verkaufen aber sehr gerne Möbel, Leuchten und Textilien». Dank ihrer pro-

WOHN- UND LICHTBERATUNG

«Unser Kunde entscheidet, was er von uns möchte und wieviel an Beratung er braucht», sagt Bettina Mark von der Firma FormaLuce in Liebefeld-Bern. Ihr Geschäftspartner Beat Cahenzli ist gelernter Elektriker mit Meisterprüfung, er gründete zuerst den Design-Secondhand-Laden Quadrat und legte dann 1997 den Grundstein für FormaLuce. Bettina Mark kam bereits 21-jährig zum Einrichtungshaus Teo Jakob in Bern, bildete sich dort zur Wohnberaterin weiter und spezialisierte sich dann aufs Thema Licht. Wohnen und Licht sind ihre Leidenschaft geblieben, seit 15 Jahren arbeitet sie für FormaLuce. Auch Jacqueline Brunner gehört seit 15 Jahren zum Team. Sie beraten Unternehmen wie Banken, Kliniken, Restaurants mit individuellen Einrichtungs- und Beleuchtungskonzepten, aber genauso gern private Kunden. Dies kann eine junge Familie mit beschränktem Budget sein, welche einzelne Tipps braucht, um das Richtige zu wählen. Oder aber – wie in unserem Beispiel – ein älteres Paar, das seine Wohnsituation dem neuen Lebensabschnitt anpassen will. Das Honorar wird zu einem fixen Stundenansatz berechnet, für das Konzept wird rund ein Arbeitstag veranschlagt, für die Präsentation samt Skizzen und Vorschlägen ein weiterer halber Tag. Es können auch Pauschalen vereinbart werden. Nach Wunsch verkaufen Bettina Mark und Beat Cahenzli ihren Kunden auch die empfohlenen Möbel und Leuchten.

FormaLuce AG, Bern-Liebefeld

www **formaluce.ch**



Bettina Mark arbeitet seit 15 Jahren für FormaLuce.

funden Kenntnis des Designmöbel-Markts kennen Mark und Cahenzli die Bezugsquellen und kümmern sich nach Wunsch auch um Bestellung und Lieferung.

Handelt es sich beim neuen Domizil oder Geschäftshaus um einen erst zu erstellenden Bau, dann lohne es sich, FormaLuce frühzeitig hinzuzuziehen, betont Bettina Mark. So können sie bereits beim Rohbau ein Lichtkonzept mitsamt einem genauen Plan für den Elektriker ausarbeiten, was schliesslich Umtriebe und Kosten spare. Aus diesem Grund werden sie auch des Öfteren bereits in der Pla-

nungsphase von Architekten zum Thema Licht beigezogen.

«Bei allen unseren Beratungen stellen wir den Menschen in den Mittelpunkt», betonen Bettina Mark und Beat Cahenzli. Wie dies ablaufen könnte, zeigen wir hier am Beispiel von Hans und Heidi Muster, die sich in ihrer Bonacasa-Wohnung wohnlich einrichten und ein unbeschwertes Alter geniessen wollen.

Ein Ehepaar, eine neue Lebensform

Nehmen wir mal an, sie heissen Hans und Heidi Muster. Sie wohnen seit Jahren in einem grossen Haus mit Garten. Nun sind die Kinder aus dem Haus. Die Musters brauchen weniger Platz, aber wünschen sich eine zentrale Wohnlage mit Einkaufsmöglichkeiten in Fussdistanz. Sie möchten ihre Zeit nicht mehr wie bisher Haus und Garten widmen, sondern mehr Musse für Hobbys, Enkel und Freunde haben. Das heisst für sie: Weniger Wohnfläche, Trennung von einigen Möbeln – aber auch Lust auf Neues und Veränderung.

Für Heidi Muster wichtig: Das Planen von Ausflügen und Reisen, sie liest gern

und kocht leidenschaftlich – und freut sich, wenn die Enkel oft zu Besuch kommen. Auch Hans Muster steht gern am Herd, liebt die Gartenarbeit und ist ein Sammler – seine alten Filmplakate bedeuten ihm viel.

Hans und Heidi Muster haben in einer Überbauung von Bonacasa ihre Traumwohnung gefunden: Dreieinhalb Zimmer, mit grossem Balkon, modern und komfortabel. Und beauftragen jetzt die Firma FormaLuce mit der Aufgabe, ihnen einen Einrichtungsvorschlag – mit teilweise neuen Möbeln, aber auch einigen mitgebrachten Stücken – auszuarbeiten. Hier ist das Ergebnis.

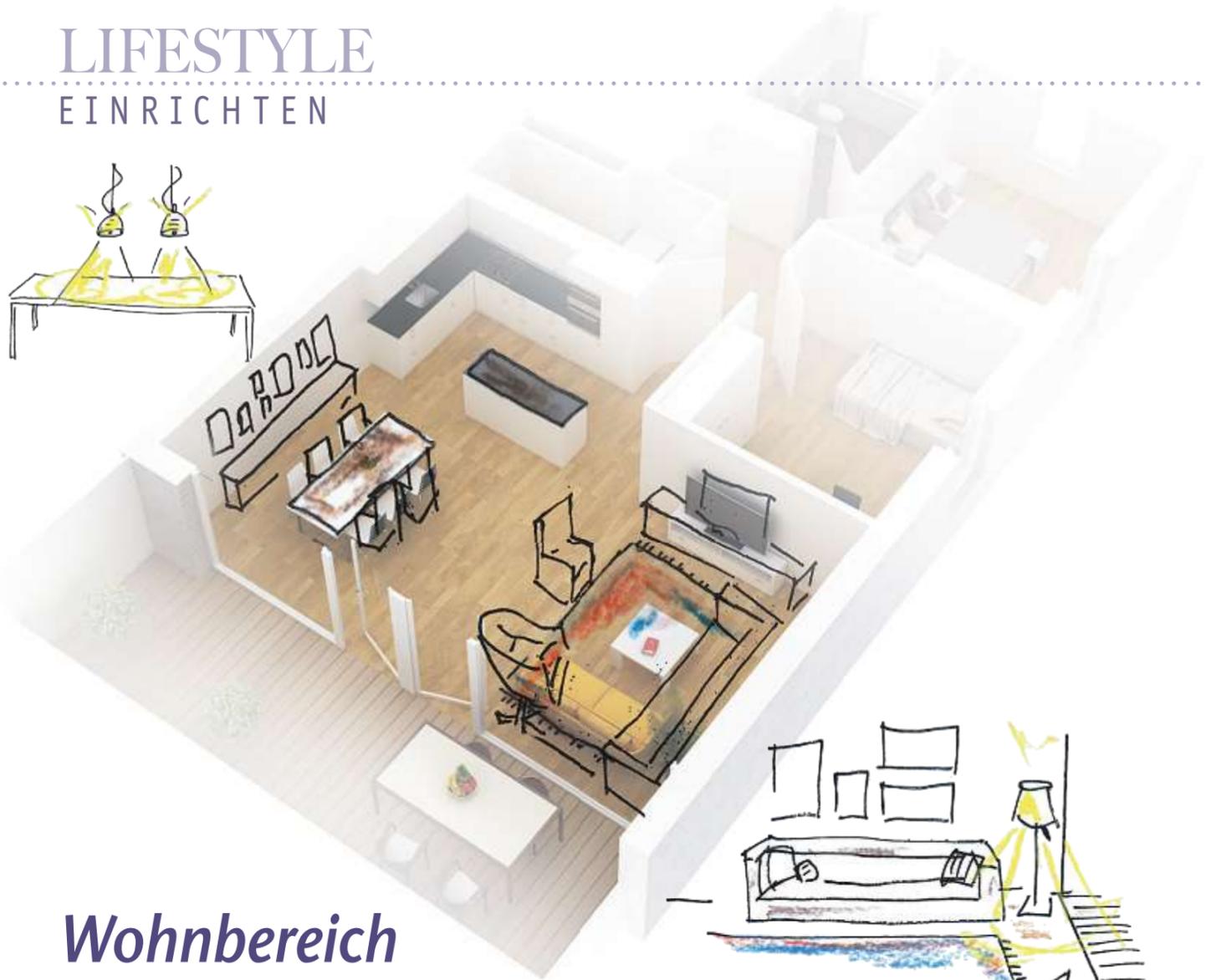


Balkonbereich

FormaLuce rät: Eine «piccola terrazza» mit einem Pflanzentrog und variablen Möbeln ersetzt den Garten.

Die Terrasse soll mit dem Wohnraum eine Einheit bilden, soll Grosszügigkeit vermitteln und die Transparenz wahren. Ein grosser Pflanzentrog wird multifunktional eingesetzt: Als Sitzbank, Kräuterecke, Grünbereich, aber auch als Sandkasten für die Enkel, solange sie klein sind. Der kleine runde Tisch ist ideal für ein Essen zu zweit, genügt aber auch für einen Apéro – zusätzliche Stühle holt man vom Esstisch. Eine schöne Leuchte bringt abends Atmosphäre, sei es draussen oder beim Blick aus dem Wohnraum. Pflanzen in Töpfen säumen das Gelände. Zugunsten einer Sonnen- und Leseliege wird auf den grossen Tisch verzichtet – eine grössere Runde isst innen im hellen, transparenten, lichtdurchfluteten Raum.

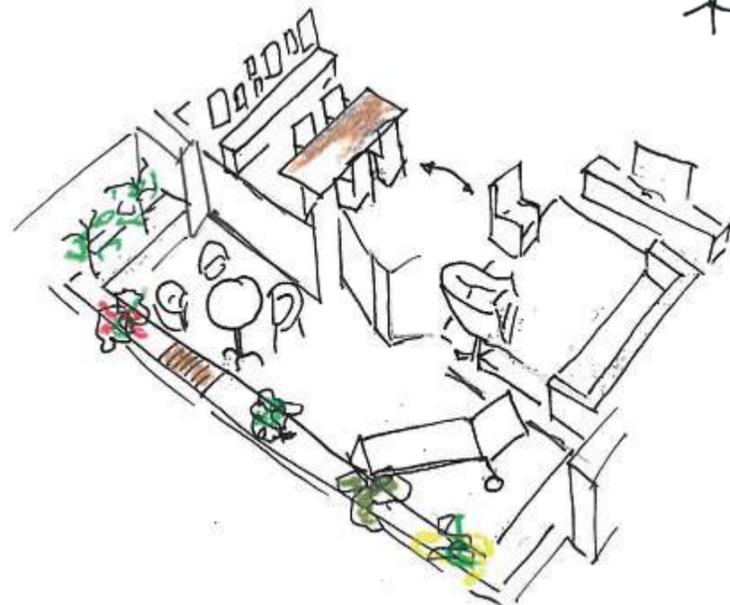




Wohnbereich

FormaLuce rät: Nicht mit zu vielen Möbeln verstellen, sondern den Raum als Einheit mit der Terrasse grosszügig wirken lassen.

Der grosse Tisch lädt ein zum Essen, zum Spielen, zum Arbeiten. Die bequemen, handlichen und leichten Stühle lassen sich bei Besuch auch mal hinüber zum Sofa oder hinaus auf die Terrasse rücken. Zwei dimmbare «Galileo»-Leuchten hängen über dem Essbereich. Ein Sofa und ein grosser Sessel laden zum Relaxen, Lesen und Fernsehen ein, eine Stehlampe gibt das nötige Licht. Der TV steht auf einem Sideboard oder hängt an der Wand, die übrigen Wände bieten Platz für die Filmplakate-Sammlung des Hausherrn. Die offene Küche mit einer Kochinsel ist ideal für dieses Paar, das gerne zusammen kocht.

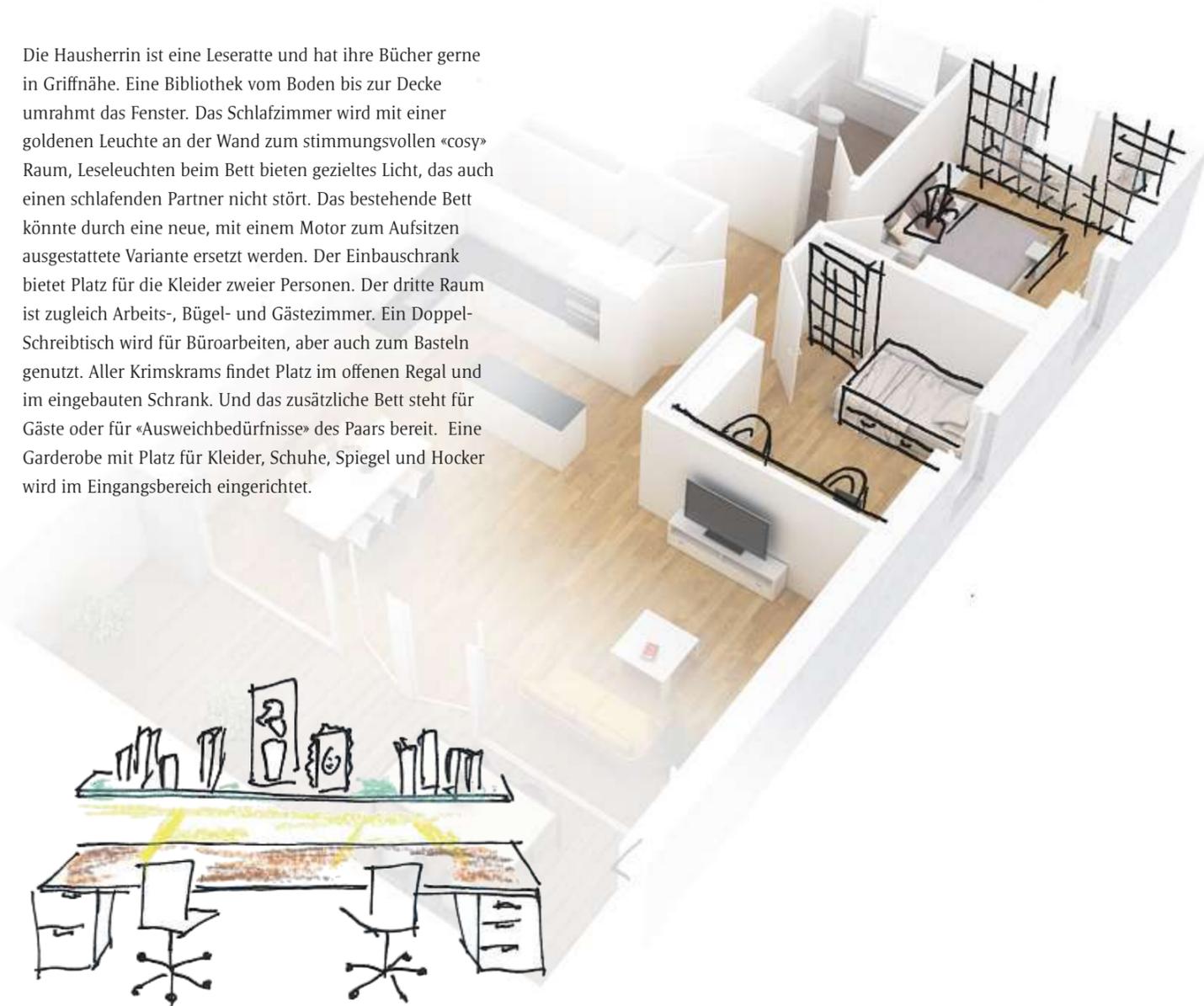


Schlafen, Lesen, Gäste

FormaLuce rät: Die Bibliothek im Schlafzimmer verlockt auch tagsüber zum Lesen. Und das dritte Zimmer wird clever für beide als Büro- und Gästezimmer genutzt.



Die Hausherrin ist eine Leserratte und hat ihre Bücher gerne in Griffnähe. Eine Bibliothek vom Boden bis zur Decke umrahmt das Fenster. Das Schlafzimmer wird mit einer goldenen Leuchte an der Wand zum stimmungsvollen «cosy» Raum, Leseleuchten beim Bett bieten gezieltes Licht, das auch einen schlafenden Partner nicht stört. Das bestehende Bett könnte durch eine neue, mit einem Motor zum Aufsitzen ausgestattete Variante ersetzt werden. Der Einbauschränk bietet Platz für die Kleider zweier Personen. Der dritte Raum ist zugleich Arbeits-, Bügel- und Gästezimmer. Ein Doppelschreibtisch wird für Büroarbeiten, aber auch zum Basteln genutzt. Aller Krimskrams findet Platz im offenen Regal und im eingebauten Schrank. Und das zusätzliche Bett steht für Gäste oder für «Ausweichbedürfnisse» des Paares bereit. Eine Garderobe mit Platz für Kleider, Schuhe, Spiegel und Hocker wird im Eingangsbereich eingerichtet.



Services für das schöne Leben

Mit dem Einzug in die passende, schwellenfreie Wohnung eröffnet sich für Heidi und Hans Muster eine facettenreiche Welt an individuell passenden Dienstleistungen. Das sorgenfreie Leben der Musters beginnt jetzt.

HANS FISCHER

Das Ehepaar Heidi und Hans Muster ist in ihre bonacasa-Wohnung in Oensingen eingezogen (lesen Sie auf Seite 46 bis 51). Sie haben das grosse Haus mit Garten verkauft und freuen sich nun am barrierefreien, grosszügigen Wohnraum, der von Bettina Mark und Beat Cahenzli von der Berner Beratungsfirma FormaLuce ideal für sie eingerichtet worden ist.

Kurz nach dem Einzug macht die für Oensingen zuständige bonaConciierge den ersten Besuch bei Musters. Sie nimmt die Personendaten auf, damit die 7x24h-Notrufzentrale von bonacasa, wenn nötig, auch effizient reagieren kann. Da die Tochter von Heidi und Hans Muster im Nachbardorf lebt, wird sie in die Notrufkette eingeschlossen: Bei leichten Vorkommnissen wird die Tochter alarmiert, in schwierigeren Situationen entscheiden die Fachleute der Alarmzentrale, ob die nächste Blaulichtorganisation aufgeboten werden muss. Musters freuen sich zu hören, dass neun von zehn Alarmfällen in den insgesamt 770 bonacasa-Wohnungen – zwischen Neuchâtel und dem Zürichsee gelegen – durch das Aufbieten von Verwandten oder Nachbarn deeskaliert werden können. Das spart Geld, ist diskret und verhindert blinkendes Sirenenlicht vor dem Haus. Falls die Sanität in dringenden Fällen tatsächlich gerufen werden muss, gelangt diese innert weniger, wichtiger Minuten in die betroffenen Wohnungen, da bonacasa ein ausgeklügeltes Schliess- und Schlüsselssystem entwickelt und im Einsatz hat. Musters ent-

scheiden selber, wie detailliert die Daten ins System aufgenommen werden. Je mehr Daten vorhanden sind, zum Beispiel über Krankheiten, Unverträglichkeiten oder Medikationen, desto gezielter kann die Alarmorganisation im Notfall agieren. Auch in anderen Lebenssituationen kann diese Dienstleistung und die Datensammlung helfen: Beispielsweise bei einem ohnehin schon ärgerlichen Diebstahl der Brieftasche, können die Bankkarten von der 7x24-Notrufzentrale sofort gesperrt werden, wenn die entsprechenden Angaben – freiwillig – gemacht worden sind.

Das erprobte Alarm- und Sicherheitsnetz ist ein wichtiger Punkt für das Ehepaar Muster und war mitentscheidend für die Wahl der Wohnung in Oensingen. Das Serviceangebot ist aber noch viel facettenreicher. Da beide ab und wann Rückenschmerzen plagen, bietet die bonaConciierge an, ihnen bei Bedarf die Bettwäsche zu wechseln. Da sie ohnehin jede Woche während zwei Stunden vor Ort ist, erledigt sie das ohne Kostenfolge für Musters. Auch die leeren PET-Flaschen nimmt sie gerne mit und bringt sie in die Recycling-Aannahmestelle. Auf die Anfrage von Heidi Muster nach Unterstützung bei der Wohnungsreinigung kann die bonaConciierge den firmeneigenen Reinigungsdienst anbieten. Für CHF 35.– pro Stunde stehen professionell ausgebildete Raumreinigerinnen samt Putzmittel zur Verfügung. Bei Bedarf können neben vielen weiteren Dienstleistungen auch Essen



Die bonacasa-Überbauung Roggenpark in Oensingen.

BILD TIM X FISCHER

bestellt, Hemden gebügelt, Feste ausgerichtet, Taxis organisiert oder Tickets für das Schauspiel bestellt werden. Im Grunde genommen, so erfahren Musters, können sie alle Bedürfnisse via zentrale Nummer oder wahlweise auch via kostenlose App für das Smartphone oder den Tablet-PC anmelden und bonacasa organisiert das Gewünschte. Auch während Abwesenheiten. Da Heidi und Hans Muster gerne reisen, schaut die bonaConciierge nach dem Rechten, lüftet und kauft vor der Heimkehr die von Musters gewünschten Lebensmittel ein.

Schnell lernen Musters in Oensingen Nachbarn kennen. Die Überbauung ist generationendurchmischt und bietet viele Anknüpfungspunkte für Gespräche, Treffen oder gemeinsame Aktivitäten. Regelmässig bietet

bonacasa selber organisierte Events an. Seien es kulturelle Anlässe, Grillnachmittage oder Informationsveranstaltungen zu verschiedenen Themen.

Der Wechsel vom Haus in die neue Wohnung ist für Heidi und Hans Muster ohne Ressentiments vonstatten gegangen. Sie können sich auf Tätigkeiten konzentrieren, die sie gerne machen und was sie nicht mehr selber erledigen wollen oder können, wird für sie erledigt. Und das zu Preisen und mit einer Infrastruktur, die ein langes, autonomes Leben in den eigenen vier Wänden ermöglicht – auch dann, wenn dereinst Gehhilfen benötigt werden sollten und ein selbständiges Wohnen in einem Haus mit Schwellen und Treppen längst nicht mehr möglich wäre.

BONACASA – WOHNEN MIT SERVICES

Wer nun Lust auf bonacasa-Wohnen mit Services bekommen hat, kann sich freien Wohnraum ansehen – ob als Miet- oder Kaufobjekt. Im Kanton Solothurn in **Zuchwil**, in **Feldbrunnen**, in **Oensingen** und in **Egerkingen**.

Wie alle anderen bonacasa-Wohnungen sind die Details der genannten Überbauungen auf den Webseiten von bonainvest und bonacasa zu finden. Wohnen am Wasser kann man sich in **Aarau** erfüllen. Die Überbauung **Aarenau** liegt an der Aare und unweit der historischen Altstadt. In den Zürcher Gemeinden **Kilchberg** und **Horgen** bieten bonacasa-Wohnungen eine wunderbare Sicht auf den Zürichsee.

Noch im Bau, aber für Interessenten bereits verfügbar, sind die Wohnungen im **Mauritiuspark in Bonstetten** (ZH) und in der **Zwiebacki in Malters** (LU). Der **Wydengarten in Breitenbach** (SO) steht kurz vor der Vollendung.

Drei neue, grosse Projekte sind in **Utzenstorf** (BE), in **Port** (BE) und **Hausen** (AG) im Bau.

Und neben der bekannten **Wasserstadt in Solothurn**, deren Realisierung von politischen Entscheidungen abhängt, sind aktuell grössere Überbauungen in **Münchenbuchsee** (BE), **Ecublens** (VD) und in **Kilchberg** (ZH) in fortgeschrittener Planung.

www.bonainvest.ch/de/immobilien
bonacasa.ch/de/bauen-wohnen

Von Lily, Charlie und James Bond

Grosse Persönlichkeiten prägten immer wieder die Geschichte des Champagners. Man denke nur an all die Witwen, welche ihre Marksteine setzten. Zwei dieser Vorbilder sind unvergessen, ihr Einfluss ist heute noch spürbar: Lily Bollinger und Charles Heidsieck.

Die wahren Schätze liegen im Keller – bei Champagne Bollinger reift der Wein noch in Eichenfässern.



BILDER HO

«Bei welcher Gelegenheit trinken Sie Ihren Champagner?», fragte 1961 in London ein Journalist des «Daily Mail» Madame Lily Bollinger, die Grande Dame der Champagne. Ihre Antwort war zugleich weise und witzig – die Worte gingen um die Welt und werden bis heute gerne zitiert. Sie sagte – auf englisch und hier frei übersetzt: «Ich trinke Champagner, wenn ich froh bin, und wenn ich traurig bin. Manchmal trinke ich davon, wenn ich alleine bin; und wenn ich Gesellschaft habe, dann darf er nicht fehlen. Wenn ich keinen Hunger habe, mache ich mir mit ihm Appetit, und wenn ich hungrig bin, lasse ich ihn mir schmecken. Sonst aber rühre ich ihn nicht an, außer wenn ich Durst habe.»

«Tante Lily», wie sie ihre Familie nannte oder «Madame Jacques», wie sie bei den Leuten von Aÿ respektvoll genannt wurde, übernahm 1941 beim Tod ihres Mannes Jac-

ques Bollinger das Zepter des Familienbetriebs. Couragiert und zielbewusst dirigierte sie das Champagnerhaus sicher durch die Jahre des Krieges und der Besetzung. In den 30 Jahren ihres Wirkens setzte sie Meilensteine, welche das Unternehmen heute noch hochhält: Sie lancierte mit dem R.D. als Erste eine Cuvée préstige und mit der Cuvée Vieilles Vignes Françaises einen raren Top-Champagner aus hundert Prozent Pinot Noir Grand cru aus Aÿ. Sowohl der R.D. wie auch die Vieilles Vignes sind nach wie vor die Spitzenreiter des Hauses, das ebenso unverbrüchlich als unabhängiges Familienunternehmen geführt wird – eines der letzten der Champagne.

Lily Bollinger war zu ihrer Zeit eine Stil-Ikone. Nie sah man sie ohne Perlenkette, die sie bei grossen Empfängen genauso trug wie auf ihren Radtouren durch die Rebberge. 1951 beschloss sie, Amerika für ihren Champa-

Die phänomenalen unterirdischen Kreidesteinbrüche im Untergrund der Stadt Reims wurden dieses Jahr als Unesco Weltkulturerbe ausgezeichnet. Die Crayère Nr. 9 von Charles Heidsieck zeigt die Form einer Flasche.

WEIN CHAMPAGNER

gner zu begeistern. Sie schiffte auf der «Liberté» in Richtung New York ein und startete eine zweimonatige Tour durch die USA, besuchte unter anderem Chicago, Los Angeles, Miami und sogar Havanna und wurde überall als «The First Lady of France» gefeiert – sehr zum Unmut von Madame Charles de Gaulle, der offiziellen Trägerin dieses Titels!

100 Jahre früher: Champagne Charlie eroberte Amerika

Als «Champagner-König» wurde bereits 100 Jahre früher Charles-Camille Heidsieck gefeiert. Er war gleichzeitig Dandy und Gentleman, eine weltmännische Persönlichkeit, ein begnadeter Unternehmer, ein sprachgewandter Reisender – seine erste Reise in die USA im Jahr

Das grosse Fässerrollen ist im Herbst angesagt, wenn die Ernte eingebracht wird. Charles Heidsieck (Porträt unten) war eine weltmännische Persönlichkeit.

1852 war ein grosses, gewagtes Abenteuer in einen für Europa noch nebulösen Kontinent. Der «Champagne Charlie» wurde in vielen Ländern der Welt schnell zum festen Begriff für ein festliches Getränk.

Und an den bedeutenden

Königshöfen genoss die Marke Charles Heidsieck ein unvergleichliches Renommee, die englischen, spanischen und schwedischen Königshäuser wurden regelmässig beliefert. Ein Höhepunkt war die «Royal Wedding Cuvée» zur Hochzeit von Prinz Charles und Lady Diana im Juli 1981. Vor einigen Jahren ging die Firma in den Besitz der Familie Descours über, welche ihren Champagner Charles Heidsieck nach längerer Pause wieder in der Schweiz etabliert hat.



Sowohl Champagne Bollinger wie Charles Heidsieck haben ihren festen Platz unter den besten Champagnern bis heute verteidigt. Jedes der beiden eingessenen Häuser hat seine Marke gesetzt, seine Wahrzeichen geschaffen

– bei aller Unterschiedlichkeit bauen beide auf Qualität. Ein Aushängeschild von Champagne Charles Heidsieck sind die phänomenalen unterirdischen Kreidesteinbrüche aus dem 2. Jahrhundert nach Christus, wo ihre Weine reifen. 47 Kellergewölbe sind es insgesamt, in 25 Metern Tiefe miteinander verbunden. Hier ruhen die Flaschen jahrelang, bis der Champagner reif für den Verkauf ist: Der Brut Réserve lagert fünf Jahre auf der Hefe, der Jahrgangschampagner acht Jahre. Und die noble Prestige-Cuvée namens Blanc des Millénaires, mit einer samtigen und sinnlichen Textur aus besten Chardonnay-Trauben, reift sogar 15 Jahre im Kreidekeller – zurzeit ist der Jahrgang 1995 auf dem Markt.



«Tante Lily» inspizierte ihre Rebberge gerne per Fahrrad. Ihre Perlenkette legte sie auch nie ab.

JAMES BOND

Zum neusten Bond-Film hat Champagne Bollinger wiederum eine Bollinger «Spectre Limited Edition» kreiert. Die Flasche Millesimé 2009 trägt eine schwarze Etikette und steckt in einer schwarzen Box mit dem Bond-Signet 007. Sie ist nur sehr beschränkt verfügbar und für ca. CHF 175.– im Fachhandel oder bei Globus erhältlich.



Auf der Etikette jeder Charles-Heidsieck-Flasche ist immer das Datum des Jahrgangs sowie des Dégorgements (Abfüllung) vermerkt, was eine Seltenheit darstellt. Der Durchgang zur Crayère Nummer 9 zeigt übrigens die Form einer Flasche, welche für die beiden Cuvées Brut Réserve und Brut Rosé übernommen wurde. Diese Crayères im Untergrund der Stadt Reims wurden – ein Höhepunkt des aktuellen Jahres! – im Juli 2015 von der Unesco als Weltkulturerbe in ihr Verzeichnis aufgenommen.

Champagne Bollinger ist im Winzerdorf Aÿ zuhause, welches als das Herz der Champagne gilt. Im Clos St. Jacques, einem umfriedeten Rebberg direkt neben dem prächtigen Firmensitz, wachsen die gut behüteten Rebstöcke, welche anfangs des 20. Jahrhunderts die in Europa wütende Reblaus (Phylloxera) überlebt haben und deren Abkömmlinge die Trauben für den Top-Champagner Vieilles Vignes Françaises liefern. Eines der Markenzeichen des Hauses sind die Hunderte von Eichenholzfässern, in denen der Wein reift, bevor er dann zur Cuvée vermählt wird – dieses Verfahren ist heute eine Rarität in der Champagne, die aus-

ser bei Bollinger nur noch bei Krug gepflegt wird. Ebenso aufwendig ist die Methode, die Vorratsweine in verkorkten Magnumflaschen bis zur späteren Verwendung aufzubewahren; diese Magnumflaschen säumen unendlich lange Kellergänge, und dies oft über Jahre hinweg. Eine Besonderheit ist auch der R.D.: Dieses Kürzel steht für «Récentment Dégorgé», das heisst, dass der Champagner acht Jahre lang auf der Hefe gereift ist und erst kurz vor dem Verkauf dégorgiert wurde (Entfernen der Hefe und endgültige Verkorkung). Madame Lily Bollinger erfand 1967 dieses Verfahren, das noch heute viel zum Ruhme des Hauses beiträgt. Treu geblieben ist Champagne Bollinger auch einem Filmhelden der Neuzeit: James Bond. Seit «Live and Let Die» ist Bond ein bekennender Bollinger-Fan, kaum ein Film, in dem er sich keine Flasche servieren lässt. Auch in «Spectre», der ab 5. November in den Kinos läuft, trinkt Bond-Darsteller Daniel Craig seinen Lieblings-Champagner.

www.champagne-bollinger.com
charlesheidsieck.com



LESERANGEBOT

Eine exklusive Geschenkpackung mit einer Flasche Charles Heidsieck Brut Réserve, die 60 Monate in den Unesco-geschützten Crayères gereift ist und mit einer leichten Biscuitnote sowie ihren fruchtigen Aromen begeistert, begleitet von zwei Champagnergläsern mit dem Monogramm von Charles «Charlie» Heidsieck.

bonaLifestyle-Sonderpreis CHF 65.–.

Bezugsquelle www.realwines.ch

(mit Stichwort «bonalifestyle»).

Auftanken in Crans-Montana

Das 3-Sterne-Superior Hotel Valaisia in Crans-Montana bietet alles, was der Gast für eine erholsame Auszeit braucht. Dafür sorgen mit viel Engagement die Gastgeber Monique und Nicolas Deslarzes.

CHRISTINE KÜNZLER



BILDER.HO

Erholen und geniessen zu jeder Jahreszeit im Hotel Valaisia.



WETTBEWERB

Mit der richtigen Antwort und etwas Glück gewinnen Sie zwei Übernachtungen für zwei Personen inkl. Halbpension und Eintritt in den Wellnessbereich im Ferien-Verein-Hotel Valaisia in Crans-Montana.

Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

Was befindet sich gleich neben dem Hotel Valaisia?

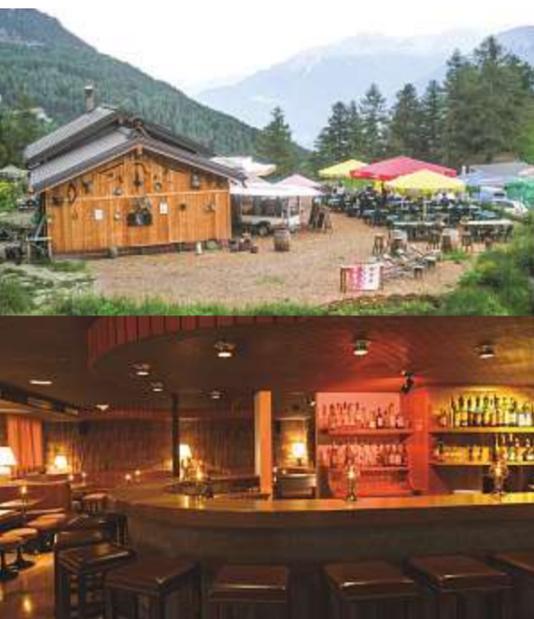
Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Januar 2016 an:

bonaLifestyle

Buchenweg 32,
4571 Lüterkofen

oder per Mail:

bonaLifestyle@gmail.com



Das 3-Sterne-Superior-Hotel Valaisia liegt leicht erhöht, wenige Minuten vom Dorfkern entfernt. Wer ein Südzimmer bucht, geniesst auf seinem Balkon eine herrliche Sicht auf das Bergpanorama. Der parkähnliche Hotelgarten mit seinem beheizten Pool lädt zum Schwimmen, zum Sonnenbaden oder einfach zum Sein ein. Bei kühlerem Wetter sorgt der hoteleigene Wellnessbereich mit dem grossen Solebad für Erholung. Ein Spielplatz, Billard, Tischfussball und -Tennis runden das Angebot ab. Das Walliser Hotelierpaar Monique und Nicolas Deslarzes gehört zu den berufenen Gastgebern, es umsorgt mit seinem Team die Gäste aufmerksam und verwöhnt sie mit einer herausragenden Küche.

Der Sommer und Herbst

In Crans-Montana lässt sich gut verweilen. Der 18-Loch-Golfplatz Severiano Ballesteros, wo jedes Jahr das renommierte «Omega European Masters of Golf» stattfindet, lockt Sportliche, die Pierre-Arnaud-Stiftung Kunstinteressierte. Die Läden und Boutiquen in den beiden Orten ermöglichen urbanes Shoppingvergnügen, die Umgebung lädt zu erholsamen Wanderungen im Sommer und zum Skifahren im Winter. Im Sommer locken kürzere Spaziergänge zu kleinen Seen, längere und anspruchsvollere Wanderungen führen durch Reben oder entlang der Suonen, den historischen Walliser Bewässerungskanälen. Sehr empfehlenswert ist der Besuch der urchigen Alphütte «Cave du Sex» in

einer atemberaubenden Bergkulisse. Die Rösti schmeckt dort besonders gut! Nicht weit davon entfernt kann ein Maiensäss von innen angesehen werden: Im Ökomuseum Colombire. Hier wird gezeigt, wie unsere Vorfahren gelebt haben. Während der Hochsaison findet täglich eine Führung statt.

Wer mag, kann sich auf den Sattel eines Bikes schwingen und die Umgebung auf Rädern erkunden. Denn Crans-Montana, offizieller Etappenort des Amateur-Radrennes «Hauteroute Dolomites», gilt als Biking-Hochburg.

Ausflüge wie ins Thermalbad Leukerbad runden das Ferienvergnügen ab. Ein Highlight für einen warmen Abend ist ein Abendessen – etwa ein Raclette mit fünf verschiedenen Käsesorten – im romantischen Park des Château de Villa in Sierre.

Der Winter

Im Winter stehen Skifahren und Snowboarden im Fokus. Das familienfreundliche Skigebiet erstreckt sich von 1500 m ü.M. bis hinauf

zum Plaine-Morte-Gletscher auf 3000 m über Meer. Die Talstation der Gondelbahn Grand Signal befindet sich gleich neben dem Hotel Valaisia. Die 17 blauen (55 km), 20 roten (70 km) und 4 schwarzen (15 km) Pisten sind breit, so dass sich Skifahrer und Snowboarder nicht ins Gehege kommen.

27 Aufstiegsanlagen – Schwebbahnen, Gondelbahnen, Sessellifte, Skilifte und Rollteppiche – bringen die Sportler bequem zum gewünschten Gipfel.

Auf dem Hochplateau kommen auch Langläufer zu ihrem Vergnügen. Sie können auf der überzuckerten Green (Golfloipe, 7 km) dahingleiten oder die vielen Seen der Gegend umrunden (Lac de la Moubra, Etang-Long). Insgesamt gibt es 17,5 km «klassische» Loipen und «Skating»-Loipen. ■

Für Körper und Seele

Hoch über dem Luganersee liegt das Resort Collina d'Oro auf dem gleichnamigen Hügel in Agra. Das Hotel ist der originalgetreue Nachbau eines historischen Hauses.



BILDER: HO

Es ist eine aussergewöhnliche Tessiner Landschaft, in die sich das Resort Collina d'Oro in Agra, südlich von Lugano, einbettet. Umgeben von üppiger Natur mit traumhaftem Blick auf den See und von der Sonne verwöhnt, erstreckt es sich über eine Fläche von 25 Hektar auf 500 Metern Höhe. An diesem magischen Ort liessen sich bereits namhafte Künstler und Schrift-

steller wie Bertolt Brecht oder Erich Kästner inspirieren.

Silvio Tarchini, Gründer und Betreiber des Outlet-Centers Fox Town in Mendrisio, hat das Potenzial des goldenen Standortes erkannt und das Grundstück in Agra erworben. Da die alte Bausubstanz nicht mehr zu retten war, liess er das einstige «Deutsche Haus» 2009 abreißen und realisierte unter Berücksichtigung der alten Baustruktur das Luxusresort Collina d'Oro. Für den umfassenden Neubau war kein geringerer als der italienische Architekt Ettore Mocchetti, Chefredakteur der renommierten Zeitschrift Architectural Digest, verantwortlich. Bereits beim Betreten der Lobby empfängt den Gast ein angenehmes und einladendes Ambiente. Die edlen Polstermöbel in rot, schwarz und grau laden zum Verweilen ein und garantieren höchsten Wohngenuss.

Die Gäste schätzen die Ruhe sowie den herzlichen und zuvorkommenden Service durch Gastgeber Marcello Marcoli und sein Team. Seit 2013 stehen den Gästen 16 Doppel-

zimmer und 28 Suiten in den Kategorien Junior, Superior und Deluxe sowie eine Kameliensuite und eine Magnolien-Suite zur Auswahl. Weiter umfasst das Resort 43 Luxusapartments, die für kurze und lange Aufenthalte gemietet oder auch gekauft werden können. Ideal für Geschäftsleute, die eine private Atmosphäre schätzen, nicht aber auf den Service eines Hotels verzichten möchten.

Das Resort Collina d'Oro gehört zu den Healing Hotels of the World (HHOW).



Hoch über dem Luganersee: das Tessiner Resort Collina d'Oro. Ökologische Aspekte sind hier von grosser Bedeutung.

HHOW ist eine der führenden Marken, wenn es um luxuriöse, ganzheitliche und gesundheitliche Ziele geht. Weltweit haben es sich 105 Hotels zur Aufgabe gemacht, das Leben ihrer Gäste nachhaltig zu beeinflussen. Die Anwendungsbereiche sind vielfältig.

Das Konzept basiert unter anderem auf ausgewogener Ernährung, Bewegung und Stressmanagement, um Körper und Seele in Einklang zu bringen. Das einladende Hotelrestaurant serviert die vielseitigen Genüsse, die der Küchenchef Gabriele Migliorati täglich auf den Tisch zaubert. Die Gäste werden mit gesunden mediterranen Gerichten verwöhnt, die mit Produkten aus dem hoteleigenen Biogarten angereichert werden.

Ökologische Aspekte sind im Resort Collina d'Oro von grosser Bedeutung. So wird die ganze Anlage über thermische Erdsonden beheizt. Unter dem Schwimmbad wurde zudem ein grosses Regenwasserreservoir angelegt, um damit den Garten zu bewässern. Ein Resort, das alle Sinne nachhaltig berührt. ■

WETTBEWERB

Mit der richtigen Antwort und etwas Glück gewinnen Sie zwei Übernachtungen in einem Doppelzimmer für zwei Personen, inklusive Halbpension und Zugang zu Spa und Fitnesscenter.

Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

Wann wurde das Resort Collina d'Oro eröffnet?

Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Januar 2016 an:

bonaLifestyle

Buchenweg 32,

4571 Lüterkofen

oder per Mail:

bonaLifestyle@gmail.com

NAH FERN FERNOST

INTERALPEN-HOTEL TYROL



Luxus in den Bergen

Inmitten malerischer Bergkulisse auf dem Seefelder Hochplateau schreibt ein Luxushotel Erfolgsgeschichte: Das InterAlpen-Hotel Tyrol.

SIMONE LEITNER

62 63 bona LIFESTYLE

Als Hans Liebherr, Gründer des gleichnamigen, internationalen Bauunternehmens, vor 30 Jahren das InterAlpen-Hotel Tyrol baute, war sein Anspruch hoch: Er wollte an einem herausragenden Ort nichts weniger als das schönste Hotel Tirols errichten. 1985 begrüßte das Hotel am Seefelder Hochplateau die ersten Gäste – mit Zimmern zwischen 45 und 78 Quadratmetern und grosszügigen Suiten, Panoramablick auf die umliegende Bergwelt inklusive. Und mit der alpinen Innenarchitektur vereint das Fünf-Sterne-Superior-Hotel regionale Traditionen und moderne Internationalität.

Damals wie heute wirkt das Hotel imposant, traditionell und dennoch modern. Vor allem der charakteristische Grundriss des

Hauses, der luxuriöse und einzigartige Check-in für Autos, die grosszügigen Zimmer und Suiten, das wunderschöne Spa und die hochstehende Kulinarik, beeindrucken die Gäste aus aller Welt. Für die Inneneinrichtung wurde ein alpiner Stil gewählt und mit modernen Elementen kombiniert. Dabei wurde in der 30-jährigen Geschichte des Hotels, trotz grossen Traditionsbewusstseins, stets Wert darauf gelegt, das Haus zeitgemäss zu halten: So wurden unter anderem im Jahr 2002 der Wellness- und 2011 der Poolbereich komplett renoviert, 2004 der Restaurant- und Küchenbereich erweitert und von 2007 bis 2009 sämtliche Zimmer und Suiten vollständig modernisiert. Jüngster Neuzugang sind das Café Wien – ein typisches Wiener



Kaffeehaus, die Smokers' Lounge im britischen Stil mit gut gelagerten Zigarren, sowie die 2014 eröffnete, trendige Eventlocation «Hofburg».

Und wer morgens im 50 Meter langen Indoor-Pool ausgiebig geschwommen ist, kann gleich im Bademantel in der Wellness-Zone des InterAlpen-Hotel Tyrol frühstücken. Ein wunderbares Gefühl, welches den ganzen Tag anhält. Gut so, denn die Region rund um das Hotel lädt zu den unterschiedlichsten Touren ein. Hier werden alle sportlichen Vorlieben bestens bedient – zu jeder Jahreszeit. Und wer einfach nur Lust auf Shopping hat, fährt nach Innsbruck oder in die Swarovski-Kristallwelten. Urban und doch von hohen Bergen umgeben, bleiben auch diese Stadtausflüge in bester Erinnerung.

Entspannt und sehr kultiviert, wird abends in den verschiedenen Stuben des InterAlpen-Hotel Tyrol das Dinner serviert. Zum wiederholten Male haben die Tester des renommierten Restaurantführers Guide Michelin Österreich das Genusshotel bei Seefeld mit einer Auszeichnung geehrt. Im Jahr 2015 erlangte das ambitionierte Küchenteam 16 Punkte und zwei Hauben.

Das InterAlpen-Hotel Tyrol ist ab Zürich in etwas über 3 Stunden erreichbar – ein perfekter Ausflug auch für ein entspanntes Wochenende.

www.interalpen.com
kristallwelten.swarovski.com



Mit der alpinen Innenarchitektur vereint das Fünf-Sterne-Superior-Hotel regionale Traditionen und moderne Internationalität.



BILDER HO



Dresden bei Nacht: Imposant und wunderschön. Der Investor Arturo Prisco (rechts) hat den Aufbau von Dresden mitgeprägt.

Eine private Stadt-Verführung

Dresden kann alles: beeindrucken, erfrischen, überraschen und inspirieren. Als Investor, Unternehmer und Kommunikator ist Arturo Prisco von der sächsischen Hauptstadt seit über 20 Jahren fasziniert. Er hat den Aufbau Dresdens mitgeprägt und hält die Aktienmehrheit des QF Hotels. Sein Blick auf Dresden ist anders. Liebevoll, vielseitig und visionär. SIMONE LEITNER | BILDER TIM X. FISCHER (LEICA M 240)

Arturo Prisco zu beschreiben, ist schwierig. Auf den ersten Blick ist er ein wohlhabender, sympathischer Unternehmer und Investor, der Dresden vor über 20 Jahren ins Herz geschlossen hat. Auch auf den zweiten Blick stimmt dieses Bild immer noch, nur kommen noch viele weitere Facetten dazu. Und werfen auch gleich die nächsten Fragen auf: Ist er nun millionenschwerer Stoffhändler? Ist er Münchner mit italienischen Wurzeln oder ist er Italiener, der vor über 40 Jahren sein Herz an eine Münchnerin und an München verloren hat und in Bayerns Hauptstadt lebt und arbeitet? Arturo Priscos Kurzfassung: «Ich bin Europäer, Kommunikator und Motivator». In seinem Leben habe er immer wichtige Menschen an einen Tisch gebracht und so erfolgreich Geschäfte abgewickelt. Egal, um welches Produkt oder Projekt es sich handelt, Arturo Prisco trifft die richtigen Leute und den richtigen Ton. Ob-



wohl er immer noch mit einem italienischen Akzent spricht – oder wie er es nennt: «mein makkaronisches Deutsch» – lässt er keine Zweifel offen, welche Visionen er verfolgt. Autorität oder Sturheit gehören nicht zu seinen Waffen. Im Gegenteil: Arroganz und Aufschneiderei mag Arturo Prisco nicht. Vielmehr sind es seine Leidenschaft und Überzeugungskraft, die Anwesende in seinen Bann ziehen. Und seine Frau Helga, die an seiner Seite mehr als nur gut aussieht, ist Geschäftspartnerin und trägt wichtige Entscheide mit. Ihre Liebe zu Dresden haben sie 1996 mit dem Kauf einer prächtigen Villa besiegelt.

Dresden heute: Eine wunderschöne Stadt mit einer faszinierenden Altstadt, lebendigen Szenevierteln, unzähligen Kulturangeboten, hervorragenden Restaurants und stadtnahen Erholungsgebieten. Dresden lockt seine Gäste – es sind sieben Millionen im Jahr – mit

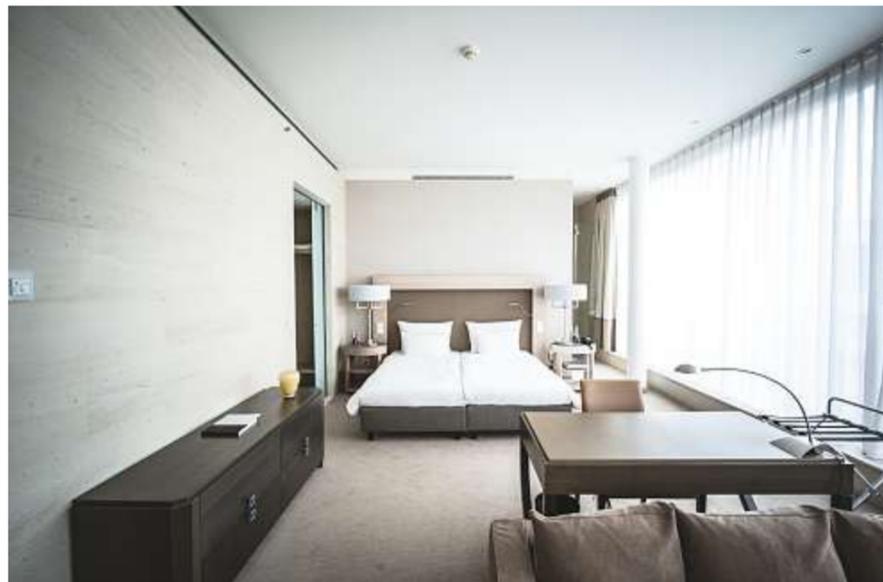
NAH FERN FERNOST

DRESDEN

einer beeindruckenden Vielfalt an Sehenswürdigkeiten, an Events und besonderen Locations. Für diese aussergewöhnliche Stadt braucht es auch aussergewöhnliche Hotels. Wie das QF Hotel, designt vom italienischen Stararchitekten Lorenzo Bellini, im gleichnamigen Quartier direkt am Neumarkt in der historischen Altstadt. Das moderne, prickelnd-kosmopolitische Haus, fernab von langweiligen Konventionen, welches auf Stil, Exklusivität und Design setzt, hält sich mit lauten Tönen zurück. Hier liegt der Luxus im Detail. Der Eingang des Hotels – direkt neben der Frauenkirche – macht zunächst einen dezent eleganten Eindruck. Nur die Hotellimousinen – ein Maserati Quattroporte oder andere Luxusautos – die vor der Tür stehen, verraten etwas von der Exklusivität und dem Style dieses Hotels. Investor und Mehrheitsaktionär ist die Familie Prisco. «Helga und ich sind sehr glücklich, dass wir dieses Hotel realisieren konnten», sagt Arturo Prisco. Auch das Hotelteam begrüsst die Inhaber familiär und freundlich. Dorit Schaper, die Hoteldirektorin des «QF», ist sich mit dem Besizerhepaar einig: «Wir haben ein wunderschönes



Das QF Hotel mitten in Dresdens Altstadt verbindet unkonventionellen, italienischen Lifestyle mit exklusivem, internationalem Flair. Der eigene Hausbäcker bereitet jeden Morgen frisches Brot und feine Kuchen für das Frühstücksbuffet vor (unten links).



Bronzeskulptur der Künstlerin Malgorzata Chodakowska.

NAH FERN FERNOST

DRESDEN

Der preisgekrönte Sommelier Jens Pietzonka macht macht der «QF»-Hoteldirektorin Dorit Schaper eine grosse Freude mit einer Spezialität aus seiner «Weinzentrale».



Produkt an bester Lage mitten in der Altstadt von Dresden». Dorit Schaper weiss, von was sie spricht, die Hotelfachfrau hat einen internationalen Background mit vielen Jahren Erfahrung in der Luxushotellerie. «Ich freue mich sehr, hier viel bewirken zu können und dieses Hotel noch stärker im Markt zu positionieren», betont die leidenschaftliche Gastgeberin. Sie ist mit den Gästen und dem Team herzlich und professionell, denn «nur wenn die Atmosphäre im Hotel gut ist, sind auch die Gäste glücklich».

Das QF Hotel verbindet unkonventionellen, italienischen Lifestyle mit exklusivem, internationalem Flair. Ob für den privaten Städtetrip oder den Businessevent – das «QF» ist idealer Ausgangsort für alle Gelegenheiten. Die Lage ist unschlagbar, alle bekannten Sehenswürdigkeiten wie die Semper Oper, die Frauenkirche und der Dresdner Zwinger sind quasi um die Ecke. Zu Fuss oder sehr ideal auch mit dem Velo sind diese Bauten in wenigen Minuten erreichbar. «Dresden überrascht immer wieder, jeden Tag freue ich mich an den vielen schönen Ecken», sagt Historiker Rainer Müller, begehrter Stadtführer und Entertainer. Wer Fragen rund um Ausflüge hat, ist beim Re-

Tolle Restaurants: Die Villa Marie (oben) am «Blauen Wunder» und das Restaurant Charlotte k an der Peripherie Dresdens.

zeptionsteam des QF Hotels richtig: es vermittelt, hilft, organisiert und informiert.

Nicht immer war die Stadt so prachtvoll, schön und glänzend wie heute. Erst in den frühen 90er-Jahren, einige Jahre nach der Wende, kamen Investoren nach Dresden und besannen sich der barocken Schönheit und den wirtschaftlichen Möglichkeiten dieser

Stadt. Viele von ihnen waren schnell wieder vom Investorenparkett verschwunden. Einer der blieb, ist Arturo Prisco. Der erfolgreiche Münchner Tuchhändler kaufte 1996 eine prächtige Villa und verwandelte sie mit viel Gefühl und Respekt gegenüber der alten Bausubstanz in ein Prunkstück. Er war von den Gebäuden, der Geschichte und der Perspektive



Hier macht Gerd Kastenmeier Furore: In seinem Restaurant im Kurländer Palais verwöhnt er nicht nur mit einer coolen Ambiente, sondern auch mit raffinierter Küche.

dieser Stadt ganz angetan und engagierte sich in vielen Bereichen. «Dresden ist für uns auf jeden Fall ein Stück Heimat geworden», sagt der Unternehmer. Und so wie er in München gemeinsam mit seiner Frau Helga ein Imperium aufgebaut hatte, wirkte er auch beim Wiederaufbau von Dresden mit. So erfolgreich, dass ihm die Gestaltung eines ganzen Teils der Alt-

stadt, dem QF Quartier, überlassen wurde.

Arturo Prisco hat seine Visionen nie aus den Augen verloren und wurde in Dresden nicht nur sehr erfolgreich, sondern zu einer geachteten Persönlichkeit. Nach ihm wurde eine Passage benannt, er besitzt mehrere Modengeschäfte und investiert viel in Projekte und in menschliche Beziehungen. Wenn er seinen

Lieblingsgastronomen oder das befreundete Winzerehepaar anruft, haben alle ganz spontan Zeit und Lust, ihn und seine Frau Helga zu treffen. Alle diese Akteure vereint eine lange, spannende Geschichte. Es sind ganz besondere Menschen, die als Pioniere seit gut 20 Jahren die Dynamik der Stadt Dresden beeinflusst haben.

NAH FERN FERNO DRESDEN

Überall wo Arturo und Helga Prisco auftauchen, werden sie herzlich begrüßt. Jeder ihrer Freunde und Weggefährten in Dresden sind einen Besuch wert und gut erreichbar. Zum Beispiel das Weingut Klaus Zimmerling: Es liegt einmalig schön in einer unvergesslichen Kulisse und verbindet Kunst und Wein ganz einzigartig. Zwei Berufe, zwei Leidenschaften: Der Weinbauer Klaus Zimmerling und die Künstlerin Malgorzata Chodakowska leben seit 1992 auf dem Weingut. Er macht hervorragenden Wein, sie wunderschöne Skulpturen. Der Spitzenwein von Zimmerling ist übrigens im «Weinhaus Caduff» in der Schweiz erhältlich. Das Dresdner Weingut ist vier Hektar gross, es gedeihen auf verwittertem Granit Riesling, Grauburgunder, Weissburgunder, Kerner, Gewürztraminer und Traminer. Klaus Zimmerling arbeitet ohne Herbizide und Pestizide. Die extremen Bedingungen im sächsischen Anbaugebiet sind Herausforderung und Chance zugleich. «Bei konsequentem Verzicht auf Menge, durch Risikobereitschaft und Geduld beim Ausbau ist es möglich, charaktervolle und unverwechselbare Weine von hoher Qualität zu erhalten», erklärt Klaus Zimmerling.

Und auch kulinarisch hat Dresden viel zu bieten: Die «Villa Marie» ist eine grossartige Institution. Unpräntiös steht sie da, die toskanische Villa am Fusse des «Blauen Wunders», Dresdens berühmtester Brücke, und verströmt aussen wie innen viel Charisma und Geschichte. Gastgeber und leidenschaftlicher Küchenchef Klaus Karsten Heidsiek, kennt die Spitzengastronomie bestens, war zehn Jahre Koch in einem 3-Sterne-Restaurant in Mailand und pachtete 1994 die «Villa Marie». Er hat viel erlebt, den Wandel der Stadt Dresden beobachtet und war immer auch Teil davon. Heute betreibt er zusätzlich ein Restaurant im Stadtkern. Bei Klaus Karsten Heidsiek trifft sich tout Dresden, Insider, Politiker und Wirtschaftskapitäne. Der Gastgeber hält seine italienische Küche



Diese Passage wurde nach dem Investor und Unternehmer Arturo Prisco benannt.

aber bewusst schlicht, ohne Schnickschnack, dafür mit viel Klasse und Stil. Ganz besonders gut schmeckt der lauwarmer Pulpo-Salat und sollte bei der Vorspeisenwahl unbedingt berücksichtigt werden. «Mir war es immer wichtig, dass sich eine bunte Gästeschar hier in der «Villa Marie» wohlfühlt», betont Heidsiek. Die lange Geschichte des Hauses wird weitergelebt, schreibt mit Gastronom Heidsiek neue Kapitel und verzaubert Menschen aus aller Welt.

Mitten im Zentrum, nur einige Schritte vom QF Hotel entfernt, hat der bekannte und erfolgreiche Gastronom Gerd Kastenmeier ein imposantes Restaurant eröffnet – «Kastenmeiers im Kurländer Palais». Beim Chef

geht es um den Moment. «Den Moment, in dem man genussvoll die Augen schliesst.» Auch Kastenmeier ist schon viele Jahre in Dresden, ist zu einem festen und kreativen Wert in der Gastrozene geworden, hat eine eigene Kochsendung im Radio, ist Buchautor, liebt Fisch und gibt Dresden einen gestylten international-wilden Touch. Der gebürtige Niederbayer fühlt sich sehr wohl in Sachsen und hat schon einiges bewegt. Sein jüngster Streich: das Restaurant im Kurländer Palais. Rund 65 Jahre nach seiner Zerstörung zeigt sich das Kurländer Palais heute in neuem Glanz. Das elegante Rokoko-Gebäude blickt auf eine bewegte Geschichte zurück: Schon August der Starke widmete sich



Dresden bietet alles: Von modernen Starcoiffeur «Brockmann und Knoedler» (links) bis zur historischen Pfunds Molkerei.

hier kulinarischen Gaumenfreuden und auch die sächsische Königsfamilie lud regelmässig zum geselligen Tafeln in das schönste Palais der Stadt.

Etwas ausserhalb des Stadtkerns, an Dresdens Peripherie, verwöhnt Ines Kuka ihre Gäste mit herrlichen Überraschungen. Der kulinarische Anspruch des Restaurants Charlotte K. ist schnell erklärt: «Vom Einfachen das Beste». Auf den Tisch kommen regionale Gerichte mit mediterranen Einflüssen, die nach Möglichkeit mit Zutaten einheimischer Erzeuger hergestellt werden. Das Restaurant Charlotte K. ist im internationalen Gourmet-Journal «Der Feinschmecker 2015» und im Guide Michelin vertreten und zählt damit zu den 800 besten Restaurants in Deutschland. Die Fahrt zum Restaurant Charlotte K. lohnt sich unbedingt und ermöglicht Reisenden auch einen schönen Blick auf die Villenhänge Dresdens.

Und liebe Shopping-Queens und -Kings, Dresden hat niemanden vergessen. Alleine im QF Quartier findet sich von Meissner Porzellan über hochwertige Mode bis hin zu einem unvergleichlich guten Coiffeur alles. «Brockmann und Knoedler» heissen die Beau-

ty-Spezialisten direkt im Quartier an der Frauenkirche. Ob «Organic Haircut», eine wohltuende Massage oder eine Gesichtsbildung, auf drei Ebenen wird Wohlfühlen gross geschrieben. Die Schnitttechnik ist einzigartig. Das Ehepaar Brockmann und Knoedler hat aber nicht ausschliesslich eine eigene Schnitttechnik, sondern auch Haarpflegemittel entwickelt. Die beiden Unternehmer sind so erfolgreich, dass sie in der Prisco-Passage eine Akademie betreiben und international bekannt sind.

Wer vom QF Quartier über die Brücke in die Neustadt geht, findet eine kreative Shop-, Galerien- und Restaurant-Szene vor. Zwischen breiten Alleen und schmalen Gassen treffen unterschiedliche Welten aufeinander. Vegane Restaurants neben historischen Geschäften, wie die Dresdner Pfunds Molkerei, die als «schönster Milchladen der Welt» beschrieben wird und wirklich wunderschön ist. Ein Stadtteil der lebt und sich ständig verändert. Neueröffnungen, wie der Weinausschank auf offener Strasse in der «Weinzentrale» des preisgekrönten Sommeliers Jens Pietzonka sind die Highlights, die diese Stadt zu dem machen was sie ist: Lebenswert

ADRESSEN

Exklusives Hotel mit Stil & Design

www.qf-hotel.de

Restaurants mit Klasse & Geschmack

www.villa-marie.de, www.kastenmeiers.de

www.charlotte-radebeul.de

www.lilasosse.de

Wein www.weingut-zimmerling.de, erhältlich

in der Schweiz bei www.weinhaus-caduff.ch

Beste Wein in statusfreier Umgebung

www.weinzentrale.com

Kunst www.skulptur-chodakowska.de

Coiffure, vor dem Dresdenbesuch reservieren:

www.brockmannundknoedler.de

Shopping, Schuhe & Accessoires

www.prisco.de

Milchprodukte www.pfunds.de

Entscheidend ist die Lage – auch im Paradies

Die Malediven sind das luxuriöse Traumreiseziel schlechthin. Doch auch im Paradies ist die Lage entscheidend. Das Park Hyatt Maldives Hadahaa liegt auf einer der tiefsten, natürlichen Atolle der Welt. Umweltschutz und soziale Verantwortung gehören zur Philosophie des Resorts.

Das Park Hyatt Maldives Hadahaa liegt im Nord Huvadhu (Gaafu Alifu) Atoll, einem der grössten und tiefsten natürlichen Atolle der Welt, 400 Kilometer südlich von Malé und 56 Kilometer nördlich des Äquators. Diese traumhafte Beschreibung wird von der Realität sogar noch übertroffen. In einer türkisblauen Lagune, umgeben von weissen Sandstränden und mehr als 150 natürlichen Inseln, von denen nur zehn bewohnt sind, bietet das Resort eine Bilderbuch-Idylle im Indischen Ozean. Aber nicht genug: Das Nord Huvadhu Atoll zeichnet sich durch seine Ursprünglichkeit sowie die Bewahrung der Korallenriffe und der darin lebenden Meeresbewohner aus. Nur wenige andere

Korallenriffe haben eine Unterwasser-Flora und -Fauna, die so intakt ist wie das 360-Grad-Hausriff um die Heimatinsel des Park Hyatt Maldives Hadahaa.

Umweltverträglichkeit sowie die soziale Verantwortung gegenüber dem sozialen Umfeld sind in der Philosophie des Park Hyatt Maldives Hadahaa fest verankert. So wurde der Bau des Resorts nicht nur nach ökologischen Gesichtspunkten und unter besonderem Schutz des Korallenriffs durchgeführt. Auch heute noch achtet das Hotel besonders auf das ökologische Gleichgewicht und den Erhalt des Hausriffs. Dafür zeichnet die studierte Meeresbiologin und EarthCheck-Koordinatorin Amy

NAH FERN FERNOST

MALEDIVEN



Sing Wong verantwortlich. Sie leitet das PADI Tauchcenter im Resort und bietet Kurse zum Entdecken des Korallenriffs, der Unterwasser-Flora und -Fauna und über deren Schutz und Erhalt für Gäste, Mitarbeiter und lokale Inselbewohner an. Gästen steht sie jederzeit für Fragen zur Verfügung und begleitet auch Schnorchel- und Tauchausflüge sowie Delfinbeobachtungs-Touren. «In meiner täglichen Arbeit habe ich die unterschiedlichen Fischbestände, die Stranderosionen und auch die Gesundheit des Hausriffs fest im Blick, um deren Erhalt zu garantieren», sagt Amy Sing Wong. Sie erklärt den Gästen aber auch, dass Haie recht

harmlose Tiere seien: «Das ist mir wichtig!» Das Hotel achtet zudem auf den Schutz der Umwelt durch Energiespartetechniken, Abfalltrennung sowie Minimierung der Papiernutzung und nimmt regelmässig an der von World Wide Fund for Nature (WWF) ausgerufenen Earth Hour zum Klimaschutz teil.

Als erstes Resort der Malediven folgt es den EarthCheck-Zertifizierungsstandards für Planung und Design unter Umweltgesichtspunkten. Dafür erhielt es 2012 und 2013 die Silver EarthCheck Certification. 2012 ging der Green Good Design Award an das Hotel für sein fortwährendes Engagement für nachhaltiges

Design und es führt den vom Maldives Travel Awards vergebenen Titel als führendes Tauchresort der Malediven (Leading Dive Resort in the Maldives). 2014 folgten die Auszeichnungen World Travel Award 2014 in der Kategorie Maldives Leading Green Resort und «International Considerate Hotel of the Year 2014». Die Auszeichnung World Travel Award 2015 wurde in der Kategorie Maldives Leading Green Resort 2015 bestätigt. Soziales Engagement zeigt das Management unter anderem durch Gemeinschaftsinitiativen und interkulturellem Austausch in Schulen von nahegelegenen Inseln sowie spezielle Bildungsprogramme für junge

Die Kulinarik wird im Park Hyatt Maldives Hadahaa gross geschrieben und bietet den Gästen mit tollen Restaurants, Bars und den Private Dining Experiences ein vielfältiges Angebot.



NAH FERN FERNOST

MALEDIVEN

Einheimische, um die Hotellerie als zukünftiges Berufsfeld kennenzulernen.

Im Park Hyatt Maldives Hadahaa finden Erholungssuchende ein Boutiqueresort in minimalistischem Design, das sich sanft in die unberührte Insel- und Wasserwelt integriert. Das im September 2009 als «Alila Villas Hadahaa» erbaute Refugium ist der ideale Ort, um sich auf einer der ursprünglichsten Inseln der Malediven zu erholen. Nach neun Monaten Renovierung betreibt Park Hyatt Hotels das Fünf-Sterne-Haus seit April 2011. Es ist das erste der Gruppe im Indischen Ozean. Das Anwesen erstreckt sich auf 86 Hektar und beherbergt 50 Wasser- und Parkvillen, zwei Restaurants, eine Bar, einen Lounge- und Empfangsbereich. Architekt Chan Soo Khian aus Singapur entschied sich für einen puristisch-modernen Stil. Die verwendeten Hölzer und Natursteine unterstreichen das reduzierte und zugleich behagliche Interieur.

Die Park Villen und Park Pool Villen liegen inmitten des üppigen Inselgrüns mit Jahrhunderte altem Palmenbestand. Von den privaten Terrassen mit Tagesbetten und Sonnenliegen sind es über einen privaten Zugang nur wenige Schritte zum Strand. Auch wer noch nie meditiert hat, an diesem Fleckchen

Erde findet man schneller zu sich selbst, als anderswo. Auch die Park Water Villen sind ganz besonders konzipiert. Auf Stelzen inmitten der Lagune gebaut, sind sie durch einen Steg mit der Insel verbunden und bieten echte Privatsphäre. Beim Bau legte man auf den Schutz des Korallenriffs grossen Wert. Die einzelnen Villen wurden mit Vorsicht auf die Unterwasserwelt errichtet, so dass Gäste über die eigene Terrasse in das intakte, korallenreiche Hausriff eintauchen.

Zur Entspannung gehört auch der Genuss. Die Kulinarik wird im Park Hyatt Maldives Hadahaa gross geschrieben und bietet den Gästen mit tollen Restaurants, Bars und den Private Dining Experiences ein Angebot an individuellen Erlebnissen. Es ist die Handschrift von Küchenchef Pankay Bisht, die beeindruckt. Der im Boutiquehotel seit August 2014 tätige Executive Chef zeichnet für die zwei Restaurants The Dining Room und The Island Grill verantwortlich. Seine Leidenschaft zum Kochen hat der gebürtige Inder von seinem Onkel im Familienrestaurant in Melbourne in die Wiege gelegt bekommen. Doch statt in dessen Fusstapfen zu treten und den indischen Gastronomiebetrieb zu übernehmen, kam der 1981 geborene Küchenchef im Intercontinental

in New Delhi mit der europäischen Küche in Kontakt und war begeistert. Drei Jahre später wurde Chefkoch Alfonso de la Dehesa im Restaurant El Bulli in Spanien zu einem der einflussreichsten Personen in seiner kulinarischen Ausbildung. Bei ihm erlernte er die Fertigkeiten und Feinheiten der westlichen Küche, die seine Kochkünste heute ausmachen. Europäische Kulinarik gepaart mit den besten saisonalen Produkten und einem Hauch von immer wieder neuer Kreativität. Sein Motto ist «thoughtfully sourced and carefully served» (nachhaltig bezogen und sorgfältig zubereitet). Zu dieser aussergewöhnlichen Küche gehört natürlich auch ein entsprechender Weinkeller. Der Sommelier berät die Gäste gekonnt und empfiehlt auch mal eine Überraschung.

Grossen Genuss erleben die Gäste auch im Spa. The Vidhun Spa liegt inmitten der Insel umgeben vom üppigen Grün des Gartens. Ein gewundener Pfad führt zum Spabereich, in dem verschiedene Gartenpavillons zum Verweilen einladen. Vidhun bedeutet gesunde und positive Ausstrahlung. Diese möchten die Mitarbeiter um Spamanager Pravesh Deoja mit Behandlungen aus lokalen Kräutern, Pflanzen und Früchten fördern. So verwenden sie Produkte, die bereits seit Jahrhunderten auf den

Die Park Water Villen sind nur über einen Holzsteg erreichbar und bieten Meer satt.

NAH FERN FERNOST

MALEDIVEN

Die Insel Hadahaa liegt in einem der grössten und tiefsten natürlichen Atolle der Welt.

Malediven wachsen wie Kokosnuss, die rosa Rose – die Nationalblume der Malediven – Zitrone und Papaya.

Als eines der grössten und tiefsten natürlichen Atolle der Welt ist das Nord Huvadhu Atoll mit seiner gesunden und intakten Unterwasserwelt für alle Taucher und Schnorchler ein Paradies mit farbenfrohen-schillernden Korallen und bunten Fischen im türkisem Meer. Die hoteleigene PADI Tauchschule bietet schönste Reviere und Tauchkurse für alle Alters- und Könnerebenen. Zum Schutz des 360-Grad Hausriffes dürfen um die Insel herum keine Wassersportarten mit Motor betrieben werden. Wen es jedoch zu solchen Vergnügungen zieht findet zirka 15 Minuten vom Hotel entfernt ein Paradies dafür. Die Insel Muttefushi bietet Wassersportfans was das Herz begehrt: Windsurfen, Segeln und Kajak fahren sind genauso möglich wie Jetski und Wasserski fahren, Wake- oder Kneeborden.

Massgeschneiderte authentische Erlebnisse, die Blue Journeys, machen einen Maledivenaufenthalt zu einem unvergesslichen Erlebnis. Beim Besuch einer einheimischen Familie kommen Gäste hautnah in Berührung mit deren Geschichte und Kultur. Während des Angelns im tropischen Wasser von Bord eines

Dhoni, dem traditionellen Fischerboot oder bei der Überquerung des Äquators entstehen wundervolle Erinnerungen. Weiterhin können Gäste zusammen mit dem Küchenchef auf eine Insel übersetzen, um lokale Kräuter und Gewürze zu sammeln und gemeinsam zu fischen. Ein Picknick auf einer einsamen Insel oder eine Bootstour in den Sonnenuntergang zur Beobachtung der Delfine schaffen eine magische Urlaubsstimmung. Alles ist möglich und jederzeit steht ein Experte im Activity Centre bereit, um den jeweiligen Wunsch zu erfüllen.

Mariano Silvestri, General Manager des Park Hyatt Maldives Hadahaa, erklärt, warum diese Insel so aussergewöhnlich schön und der Umweltschutz so wichtig ist.

bonaLifestyle Mariano Silvestri, wie fühlen Sie sich auf dieser Trauminsel? Haben Sie einen Traumjob?

Mariano Silvestri Es ist wirklich ein Privileg, an einem so unbeschreiblich schönen Ort zu arbeiten. Hadahaa ist eine sehr spezielle Insel, sogar hier auf den Malediven. Die Insel liegt in einem der grössten und tiefsten natürlichen Atolle der Welt. Es ist wirklich ein geniales Gefühl, an den Himmel zu schauen und nie ein

Flugzeug zu sehen oder nie den Motor eines Autos zu hören. Natürlich ist es immer noch mein Arbeitsplatz und ich bin immer bemüht, die Erlebnisse unserer Gäste zu optimieren und noch besser zu gestalten. Aber wie Sie sich vorstellen können, die Schönheit dieser Insel hilft den Gästen, jeden Moment hier zu geniessen.

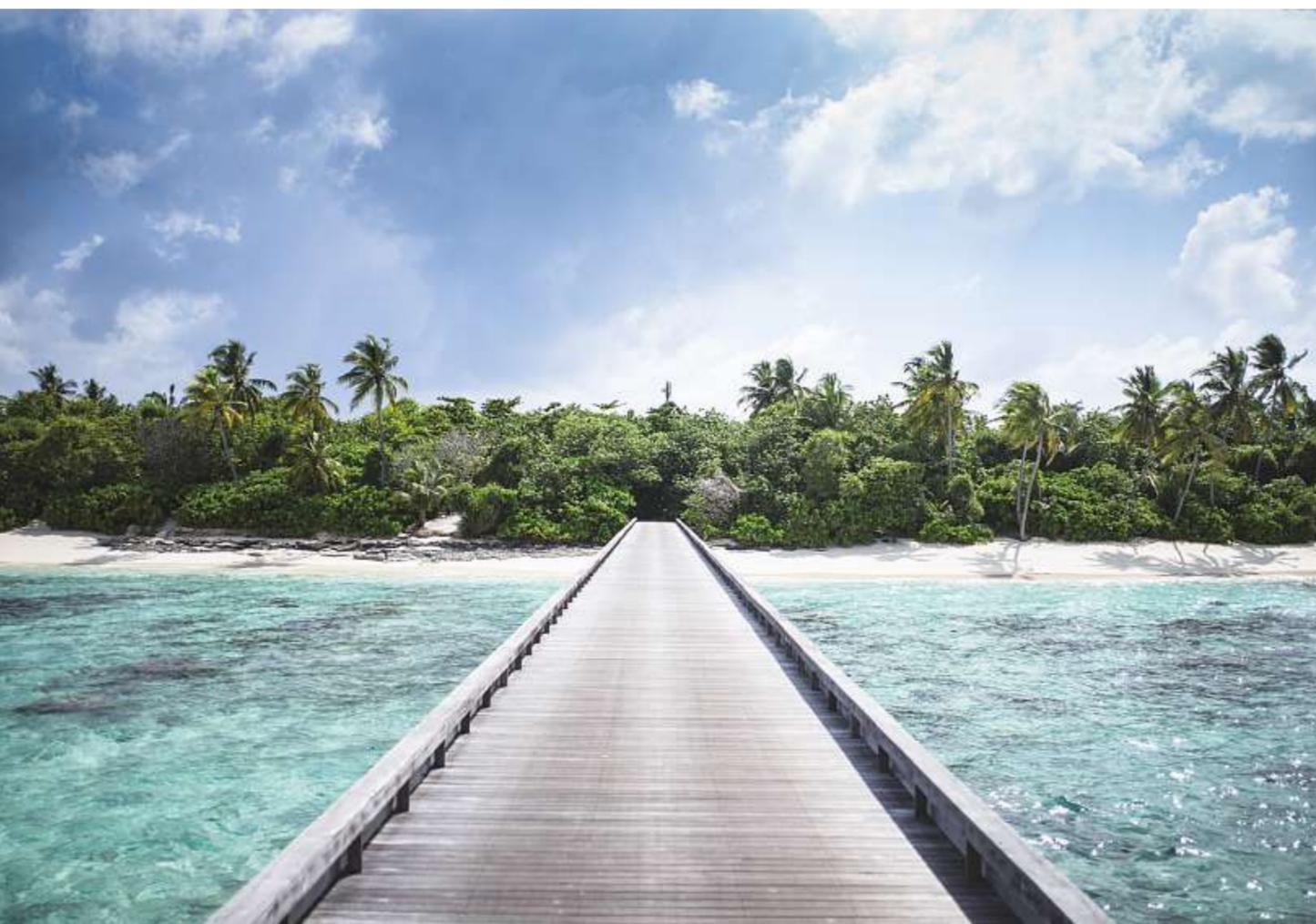
Können Ihre Gäste gleich bei Ankunft auf der Insel abschalten oder brauchen die meisten einige Tage, bis sie sich entspannen?

Ich würde sagen, der «Hadahaa Effekt» tritt sofort ein. Von dem Moment an, wenn die Gäste aus unserem Speedboot aussteigen und den Steg betreten, ist die Entzückung und Entspannung in ihren Gesichtern zu erkennen. Das klare Wasser, die weissen Strände und die wunderbare Vegetation sind schöner als in unseren Träumen. Und stellen Sie sich vor, diese Freude erfahren die Gäste, noch bevor sie die Vielfalt unseres Resorts gesehen oder erlebt haben. Am Ende des Stegs befindet sich The Dhoni, unsere wunderschöne Rezeption. Dort werden gekühlte Säfte serviert, die nötigen Check-in Formalitäten erledigt und dann die Gäste direkt in ihre privaten Villen gebracht. Dort fängt die richtige Entspannung erst an.

NAH FERN FERNOST

MALEDIVEN

Umweltverträglichkeit sowie die Verantwortung gegenüber dem sozialen Umfeld sind in der Philosophie des Park Hyatt Maldives Hadahaa fest verankert.



Was ist für Sie persönlich das Besondere am Park Hyatt Maldives Hadahaa?

Es ist die unglaubliche Schönheit dieses Ortes. Obwohl die Gäste in ihren luxuriösen Villen mit viel Privatsphäre, dem traumhaften Pool, dem Spa und den ausgezeichneten Restaurants alles haben, müssen sie nur einige Schritte gehen und können zusätzlich noch die natürliche Schönheit der Natur erleben. Unser Korallenriff ist eines der gesündesten und unberührtesten auf den ganzen Malediven, unsere Strände sind reinweiss und das Meer hat die unglaublichsten Schattierungen von türkisblau. Hinzu kommt die unberührte natürliche Vegetation – da erkennen sie: Hadahaa ist das wahre Paradies.

Wie wichtig ist für das Hyatt Maldives Hadahaa der Schweizer Markt?

Zu uns kommen Besucherinnen und Besucher aus aller Welt. Die meisten Gäste aus Europa kommen aus der Schweiz, Deutschland und Grossbritannien. Ich glaube, Schweizer Gäste schätzen in unserem Resort die hohe Qualität der Restaurants und die Umweltfreundlichkeit. Sie gehören zu unseren eifrigsten "Back of the House Tour"-Teilnehmern!

Sie haben sehr tolle Bewertungen (Internet-Reviews), wie schaffen Sie das?

Wir halten uns an die oft vergessenen Grundlagen der wahren, klassischen Gastfreundschaft – wir bemühen uns, die Bedürfnisse unserer Gäste zu erkennen und diese zu erfüllen – nicht einfach gut zu erfüllen, sondern aussergewöhnlich gut zu erfüllen – wir hören einfach auf unsere Gäste. Jeder Besucher auf dieser Insel ist auf einer individuellen Reise, und wir als Gastgeber sorgen dafür, dass jeder Schritt auf dieser Reise toll wird.

Die Umwelt ist im Park Hyatt Maldives Hadahaa ein wichtiges Thema. Wie bringen Sie den



respektvollen Umgang mit der Natur Ihren Gästen näher?

Es muss mit der Reinheit und unberührten Natur auf Hadahaa zu tun haben – diese empfinde ich als nahezu heilig. Unsere Gäste haben ein natürliches Verständnis für all das und sind sehr respektvoll auch mit dem, was wir im Hinblick auf die Umweltfreundlichkeit versuchen zu erreichen. Einen Schritt weiter geht es, sobald die Gäste unser schönes Riff sehen – die unglaubliche Vielfalt ist atemberaubend und wirklich eine Inspiration, um unsere Arbeit uneingeschränkt weiterzuführen.

Auch die Wasseraufbereitungsanlage ist imposant, sind die Gäste an diesen Bemühungen interessiert?

Auch das, was hinter den Kulissen der Insel läuft, einschliesslich der Wasseraufbereitungsanlage, ist durchaus eine zusätzliche Quelle der Faszination für unsere Gäste – alles hier läuft so reibungslos und auf einem so luxuriösen Level ab – und erst noch an einem so abgelegenen Ort, dass es manchmal magisch scheint! Aus diesem Grund sind unsere »Back of the House Tours« so beliebt. Wir geben unseren Gästen die Gelegenheit, einen Blick auf andere wichtige Dinge zu werfen. Auch auf die Gemeinschaft der Mitarbeitenden. Denn hier im Park Hyatt Maldives Hadahaa sind wir mehr als nur Kollegen – wir sind eine Familie.

Wer sind Ihre treuesten Gäste? Europäer in den Wintermonaten?

Stammgäste sind eine der befriedigendsten Erfahrungen als Hotelier! Das Park Hyatt Mal-

dives Hadahaa hat seit mehr als vier Jahren geöffnet und die Anzahl an Stammgästen nimmt rasant zu. Viele unserer europäischen Gäste sind in der Regel jedes Jahr zur gleichen Zeit wieder hier. Wir haben sogar Gäste, die zweimal im Jahr zu uns kommen – während den Winter- und Sommerferien. Einer der grossen Vorteile der Malediven: Wir haben das ganze Jahr über fantastisches Wetter!

MARIANO SILVESTRI, GENERAL MANAGER

Seit dem 1. April 2015 steht das Resort unter der Leitung von Mariano Silvestri. Bereits seit zwölf Jahren gehört der junge Argentinier der Hyatt-Familie an und tritt auf den Malediven seine erste Position als General Manager an. Zu seinen Stationen gehören das Park Hyatt Mendoza, Grand Hyatt Dubai und Park Hyatt Shanghai. Nun bringt der 34-Jährige sein Know-how in die Weiterentwicklung des Park Hyatt Maldives Hadahaa ein. Geboren und aufgewachsen in der argentinischen Weinregion San Rafael, wurde Mariano Silvestris Gespür für das Schöne, den Tourismus und die Gastfreundschaft schon früh geweckt und geschult.

www.maldives.hadahaa.park.hyatt.com
hyatt.com

LESEN SIE IN DER NÄCHSTEN NUMMER

Unser Monothema beleuchtet

Mobilität

Mobilität bedeutet Beweglichkeit, Veränderung und Wandlungsfähigkeit.



LIFESTYLE
DAS MAGAZIN FÜR FORTGESCHRITTENE
bono

Gesundheit *Komplementär*
Garten *Aufblühen*
Hund *Fährte aufnehmen*
Reisen *Azoren & Dominikanische Republik*

VERPASSEN SIE KEINE AUSGABE von bonoLIFESTYLE, dem Magazin für Fortgeschrittene.

Wir informieren, unterhalten, klären auf und möchten Sie 4 Mal im Jahr überraschen.

Abonnieren Sie das Magazin.
Das Bestellformular finden Sie auf der Website.

bonolifestyle@gmail.com | www.bonolifestyle.ch.

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt

Luxe Oblige Media, Buchenweg 32
CH-4571 Lüterkofen

Chefredaktion Simone Leitner

Creative Director Regula Wolf

Redaktion Christine Künzler, Leitung
Gesundheit

Texte Hans Fischer, Elsbeth Hobmeier,
André Michel,

Fotos Tim X. Fischer

Titelbild Tim X. Fischer

Bearbeitung Sandra Dornbierer

Korrektur Viola Faroß

Redaktionsadresse

bonolifestyle
Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen
+41 79 452 26 64
bonolifestyle@gmail.com

Partner und Investor bonacasa AG

Weissensteinstrasse 15 | 4503 Solothurn
Die bonacasa AG ist eine Gesellschaft
der bonainvest Holding AG mit Sitz in
Solothurn. bonacasa steht für ein
7 x 24 Stunden Sicherheitskonzept und
ein umfassendes Wohn-Dienstleistungs-
angebot für Privat- und Geschäftskunden.

Anzeigen Luxe Oblige Media

Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen
+41 79 452 26 64

Druck Vogt-Schild Druck AG, Derendingen

Druckauflage 20000 Exemplare

Abonnemente CHF 15.-, 4 Ausgaben jährlich

Bestellen bonolifestyle

Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen
bonolifestyle@gmail.com

www.bonolifestyle.ch

printed in
switzerland



Mit dem Combi-Steam kocht man gerne.

V-ZUG erleichtert Ihnen das Kochen mit einfachen und individuellen Lösungen. Der neue Combi-Steam MSLQ ist das weltweit erste Gerät, das konventionelle Beheizungsarten, Dampf und Mikrowelle in sich vereint. So macht schnelles und gesundes Kochen Freude: vzug.com



Schweizer Perfektion für zuhause

STÄDTEREISEN

KUONI

EST. 1906

Eine wohlverdiente Auszeit vom Alltag — über den Dächern Ihrer Wunschmetropole

Willkommen
in Bern am
Bärenplatz.
Hier inspirieren
wir Sie gerne.

REISEGUTSCHEIN IM WERT VON:

Kuoni Reisen AG
Bärenplatz 6-8
3000 Bern
T 058 702 62 72
brn-baerenplatz.k@kuoni.ch

CHF **100.-**

WWW.KUONI.CH

Gutschein gültig nur für Neubuchungen eines Kuoni-Pauschalarrangements bis 31. Dezember 2015 bei Kuoni Bern am Bärenplatz und Bern Gruppenreisen. Mindest-Dossierwert CHF 1500.-. Max. 1 Gutschein pro Buchung einlösbar. Nicht kombinierbar. Nicht kumulierbar. Keine Barauszahlung möglich. **Gutscheincode: EIGU185**