

# P L A C E S



Menschen – Orte – Geschichten

Winter 2017

# MICHEL HUETER



«Design ist ein zeitgemässer Produktentwicklungsansatz» – Michel Hueter, Kurator des Design Preis Schweiz von 2011 bis Ende 2017.

*Der alle zwei Jahre stattfindende Design Preis Schweiz verpflichtet sich seit 1991 der Betrachtung von Design als Wirtschaftsfaktor mit hoher gesellschaftlicher, sozialer und nachhaltiger Relevanz. Der langjährige Kurator Michel Hueter, der sein Amt per Ende Jahr niederlegt, gibt uns einen Einblick in das Geschehen rund um die Preisverleihung und erklärt, was er sich für die Zukunft des Preises wünscht. Ausserdem verrät der Branchenkenner, was er seinem Nachfolger Jan Geipel auf den Weg geben möchte.*

Interview: Noémie Schwaller

## PLACES

### Sie kommen aus dem Bereich der Uhren und Aussenbeziehungen. Woher rührt Ihre Liebe zum Design?

Michel Hueter: Grundsätzlich kann ich nur Arbeiten ausführen, mit denen ich mich persönlich identifizieren kann. Mich hat das «Nation Branding» zum Design Preis Schweiz gebracht. Neben dem Produkt interessiert mich die Qualität, die die Schweiz beweist. Und wie sich ein so kleines Land so erfolgreich halten kann. Warum die Dinge in diesem Land sind, wie sie sind – oft auch historisch bedingt –, fasziniert mich.

### Was hat Sie während Ihrer Zeit als Kurator des Design Preis Schweiz beeindruckt?

Die vielen tollen Firmen und Menschen, die ich kennen lernen durfte. Zudem der Glaube, das Wissen und die Motivation, denen ich mich gegenüberfand. Diese Arbeiten zu entdecken, empfand ich als sehr wahrhaftig, und es beeindruckte mich sehr.

### Wo sehen Sie Schweizer Design heute im nationalen und internationalen Markt?

Die Schweiz hat den Ruf von guten Qualitäten, Produkten und Lösungen, hinter denen exzellente Ingenieurleistung steckt. Das kostet, der Werkplatz Schweiz und Qualität sind teuer, ist aber unsere einzige Möglichkeit.

Weil wir teuer produzieren, können wir nur in der Nische «Qualität» mitspielen. Damit ist Design aber nicht erfüllt, es geht im Denkprozess darum, Nutzergruppen und Problemstellungen umfassend einzubinden. Man denkt, Design sei «nur noch ein bisschen schöner machen». Das ist aber grundlegend falsch, es geht um mehr. Was konkurrenzfähig ist und wir als Design definieren, ist im Ausland vielleicht noch nicht so bekannt. Das hat mit unserer Struktur und der geringen Anzahl grosser Unternehmen zu tun. Die Kleinen mit guten Produkten können die Auslandsexpansion nicht auf einen Schlag tätigen. Die Präsenz dieser Firmen bleibt im Gegensatz zu anderen Ländern, die grosse Marken-Zugpferde haben, klein. Von uns sieht man überall Uhren, aber Schweizer Design bietet viel mehr, das an das internationale Designverständnis rankommt.

### Nach welchen Kriterien werden die Nominierten ausgewählt?

Jede Disziplin ist in einem anderen Markt angesiedelt. Kommunikation wird anders beurteilt als Produktdesign, Konsumgüter anders als Investitionsgüter. Grundsätzlich sucht die Jury Innovationsschritte. Die vom Projekt vorgeschlagene Lösung muss belegen, dass man sich entwickelt hat. Das müssen nicht zwingend noch nie vorher gesehene Produkte sein. Es geht um Verbesserungen

im Materialeinsatz, um den Produktionsprozess, die Bedienungsfreundlichkeit. Die Innovation kann aus einer ganz neuen Gesamtlösung bestehen. Das zweite Kriterium ist die Wertschöpfungskette: Ist sie auf allen Ebenen gut definiert und macht das Endprodukt mit allen Leistungen, die vielleicht nicht auf den ersten Blick sichtbar sind, Sinn?

### Wie relevant sind die Auszeichnungen?

Wir vergeben weniger Preisgeld als andere, weil wir in Kommunikation, Sichtbarmachung und massgeschneiderte Anlässe investieren. Wir suchen Plattformen, wo wir die Designschaffenden mit relevantem Publikum vernetzen können, dies kann neben Design-Weeks beispielsweise auch mal eine Haustechnologiemesse sein. In designaffinen Ländern wie Japan, Deutschland oder Amerika haben wir einen Ruf der Glaubwürdigkeit, weil unsere Jury unabhängig ist. Das hilft den Nominierten.

### Welches sind die gezielten Aktivitäten, mittels deren die Arbeiten dem Publikum nähergebracht werden?

Nach Marktwahl und Analyse von dessen Potenzial gehen wir mit Gewinnern und selektierten Nominierten ins Ausland. Neben Fachmessen in der Schweiz besuchen wir auch ausländische. Solche, die eine regionale Ausstrahlung haben. Dies

allerdings nur, wenn wir einen Netzwerkpartner haben sowie ein Begleitprogramm auf die Beine stellen können, das weiter geht als die blosse Vernissage. Talks, Vernetzungsanlässe und Präsentationen, beispielsweise wie dieses Jahr wieder in China. Wichtig ist: Der Preis hilft dann, wenn die Nominierten ihn nutzen. Der Modedesigner Julian Zigerli etwa, er kam bei jeder Nomination mit uns mit und hat dies optimal ausgeschlachtet.

### Was wünschen Sie sich für den Preis?

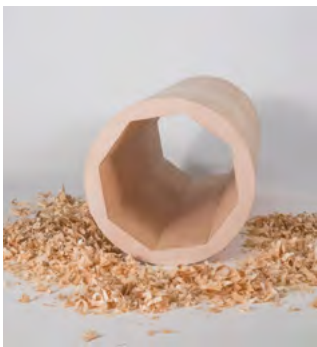
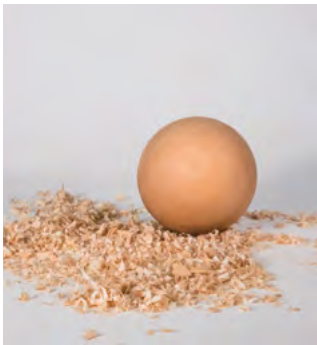
Dass der Design Preis Schweiz weiterhin so gut unterwegs sein kann und die Durchmischung der Besuchenden vom Studierenden bis zum CEO reicht. Meinem Nachfolger Jan Geipel wünsche ich viel Erfolg und auch Verhandlungsgeschick, um die verschiedenen Interessen der Partner, Designer, Juroren und Nominierten zufriedenzustellen.

### Auf welche Meilensteine schauen Sie zurück?

Ich bin sehr stolz, dass der Preis heute finanziell selbsttragend ist. Ausserdem haben wir bei gleichbleibender Qualität beinahe 50 Prozent mehr Eingaben als zu meinen Anfangszeiten, und es befinden sich auch wieder grosse Firmen wie die SBB oder Keramik Laufen im Portfolio.

[designpreis.ch](http://designpreis.ch)

# SHORT FEED



## Elevated Rolling

Aus massivem Berner Berg-Ahorn stellt Timberroll handgefertigte Massagerollen her, die eine optimale, aktive Regeneration von Faszien und Muskeln versprechen. Die hölzerne Faszienrolle kombiniert ein Oktogon auf der Innenseite mit einer gedrehten Rundung auf der Aussen-seite und ermöglicht so ein gleichmässiges Rollenlebnis. Nachhaltig entwickelt, um mit dem eigenen Körpergewicht Massagepunkte zu lokalisieren und gezielt zu aktivieren, wird die Rolle durch eine aus einem einzigen Stück Lindenholz gefertigte Kugel für die gezielte Bearbeitung der Gesäss- und Oberschenkelmuskulatur ergänzt. Das Gefühl von Haut auf Holz ist ein Leitmotiv, das im Zusammenspiel mit präzisen Formen müde Muskeln wieder munter macht.

[timberroll.ch](http://timberroll.ch)



Fotos: Nadine Ottawa

## Minimale Geometrie

Spezielle Materialien wie weisses Porzellan, Vulkansand und Gold machen die handgemachte erste und auf 100 Stück limitierte Atlas-Crafts-Kollektion für diesen Winter aus. Von den Designschaffenden Isabell Gatzen und Werner Ladinig 2016 in Zürich gegründet, schätzt das Keramiklabel zeitlose Qualität und die handgefertigten Objekten innewohnende Schönheit. Das Duo ist von zeitgemässer Schweizer Designästhetik und permanenten Dialogen mit internationalen Kunsthandwerkern und Kulturen beeinflusst. So sind die funktionalen Objekte der «Edition N°1» in Ubud, Bali, entstanden und nehmen Grafiken und Materialqualitäten der Insel auf: Traditionelle Schwarz-Weiss-Muster, die in der balinesischen Kultur viel verwendete goldene Ornamentik und der schwarze Vulkansand flossen alle in die Kollektion ein und dienten als Inspiration für die schönen und zeitlosen modularen Konstruktionen, die modernes Design und traditionelle Handwerkskunst vereinen. Der Name rührt von der uralten Bedeutung von Atlas – einer historischen und geografischen Sammlung globalen Wissens – und vermittelt das Gefühl, dass die Welt schon immer als Ganzes verbunden war.

[atlascrafts.com](http://atlascrafts.com)



## We Show Off

Eine Schweizer On- und Offline-Plattform, die Werke von internationalen Kunstschaaffenden vertreibt und bis 2018 im Zürcher Store ZuHause zu finden ist, nennt sich selbstbewusst We Show Off. Das Illustrations-Kunst-Historikerinnen-Designerinnen-Duo, Andrea Forgacs und Jovana Hitz arbeitet mit diversen Disziplinen der Kreativszene und erstellt des Öfteren neue Konzepte, um Kunst auf originelle Weise darzustellen. Die beiden bleiben nicht etwa beim klassischen Kunstwerk, sondern präsentieren Objekte und in ihrem Atelier selbst produzierte Kunstdrucke und lassen Performances, Workshops, Dinners und anderes Überraschendes entstehen.

[weshowoff.ch](http://weshowoff.ch)

# SELECTION

Neues aus der Welt der schönen Dinge.  
Aufgespürt, gesammelt, ausgewählt.



## THEIR WATCH, THEIR WAY!

In fünf einfachen Schritten zur selbst kreierten Uhr: Nachdem Swatch über 34 Jahre für uns Zeitmesser kreiert hat, sind nun wir an der Reihe. Mit der neuen massgefertigten «Swatch X You»-Serie dürfen Kunden Designer spielen und können die vorgefertigten Gehäuse, Uhrenbänder, Laschen und Stifte online oder vor Ort im Laden kombinieren. Um die eigene Kreation der Community vorzustellen, kann diese in den sozialen Medien mit #swatchXme getagged werden. Mit etwas Glück wird das Modell weltweit lanciert.  
[swatch.com](http://swatch.com)



Bild: Lorenzo Dalbosco

## KLEIN UND GUT

Wunderschöne Stoffe, präzise Schnitte und nachhaltige Qualität – beim Modelabel Simpelthen gibt es bewusst kleine Editionen und Massanfertigungen, die in der Schweiz produziert werden und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aufzeigen.  
[simplerthen.ch](http://simplerthen.ch)



## ZEITREISEMASCHINEN

Durch die Investition in eine Mikro-Motor-Technologie machte Klokera mit dem Design ihres Uhrwerks einen bedeutenden Sprung vorwärts. Durch die individuelle Kombinationsmöglichkeit der verschiedenen Elemente und Accessoires kann jeder seinen eigenen Zeitmesserstil finden. Klokera geht es dabei um die Rückeroberung vergänglicher, wertvoller Zeitmomente.  
[klokera.com](http://klokera.com)



## MODE FÜR YOGINIS

Das Zürcher Athleisure-Label Lola Fred setzt auch diese Saison auf natürliche Stoffe sowie faire und nachhaltige Produktionsbedingungen. Die Gründerinnen Jasmin Heeb und Susanne Spirig haben erfolgreich mit recyceltem PET und Bambusfasern gearbeitet. Auch der Store an der Zürcher Europaallee setzt die Symbiose von Yin und Yang perfekt um, indem er sich mittags und abends in ein Yogastudio verwandelt.  
[lolafred.com](http://lolafred.com)



### GIB GUMMI

Die schwedische Rainwear-Marke Stutterheim Raincoats kollaboriert für eine Unisex-Kapsel-Kollektion mit der amerikanischen Marke Alpha Industries. Die Zusammenarbeit basiert auf drei klassischen, vom Militär inspirierten Alpha-Styles, die alle mit Stutterheims gummiertem Baumwollstoff überarbeitet wurden. Klassische Details des Alpha-Industries-Designs werden dank hochwertiger europäischer Verarbeitung nun regenfest.

[stutterheim.com](http://stutterheim.com) / [alphaindustries.de](http://alphaindustries.de)



### AUF LEICHTEN SOHLEN

GNL Footwear, deren Kürzel Glide 'n Lock bedeutet, will Mode und Gesundheit vereinen. Das junge Zürcher Start-up verbindet Technologie und Funktionalität eines Gesundheitsschuhs mit modernem Design. Die Sohle des GNL-Schuhs ist mit 16 Dämpfungselementen ausgestattet, die mit jedem Schritt – und sogar beim Stehen – dafür sorgen, dass nicht nur die Gelenke geschont, sondern auch die Muskeln aktiviert werden. In Zusammenarbeit mit der Jungdesignerin Manuela Menzi entstanden Damen- und Herrentrainers für Business und Freizeit.

[gnlfootwear.com](http://gnlfootwear.com)



### NEW KIDS ON THE BLOCK

Der Winter bringt uns die dritte und letzte Label-Kollaboration von Opening Ceremony und Esprit. Die Kollektion ist an den College-Look der späten 1980er und frühen 90er angelehnt und interpretiert die damals bei amerikanischen Studierenden beliebten Esprit-Logo-Sweatshirts neu. Neben grossflächigen grafischen Karomustern umfasst sie Leo-Prints in unerwarteten Farben wie Hellrosa und Marineblau. Die Verarbeitung von Misch- und Merinowolle, üppigen und strukturierten Kunstfellen, Samt und Krepp gehören zu den Besonderheiten, nostalgische Accessoires wie stoffüberzogene Haargummis, Baskenmützen oder Saddle-Stiefeletten komplettieren die Signature-Looks.

[esprit.com](http://esprit.com) / [openingceremony.com](http://openingceremony.com)



Bild: Akris



Bild: Alexander Girard, Vitra

### FARBENFROHE INSPIRATION BEI AKRIS

Der amerikanische Textildesigner Alexander Girard hat noch lange nach der Kreation seiner weltbekannten Designs einen prägenden Einfluss. Albert Kriemler, Chefdesigner von Akris, hat beim Besuch des Vitra-Campus in Weil am Rhein in der Ausstellung «Alexander Girard. A Designer's Universe» Inspiration gefunden. Basierend auf dem vielfältigen und farbenfrohen Schaffen Girards ist die Frühlings/Sommer-Kollektion 2018 entstanden. In enger Zusammenarbeit mit den Enkeln Kori und Aleishall Girard, die das Girard Studio leiten, baute Kriemler bekannte Prints wie das «Double Heart» in seine Designs ein und interpretierte diese neu. Darüber hinaus hat er weniger bekannte Objekte, Entwürfe und Skizzen aus dem Werk von Alexander Girard ausgewählt und damit einen neuen Blick auf das Erbe des einflussreichen Designpioniers mit seiner grossen und aussergewöhnlichen Leidenschaft für Muster, Farben und Stoffe eröffnet. Die Ausstellung vom Vitra Design Museum ist international auf Tour.

[akris.ch](http://akris.ch) / [girardstudio.com](http://girardstudio.com) / [vitra.com/popup](http://vitra.com/popup)

Inside

# JEANS

## NACH MASS



Mit massgeschneiderten Jeans auf Erfolgskurs: die Schweizer Marke Selfnation.

Selfnation ist ein junges Label aus Zürich, das massgeschneiderte Hosen in lokaler Produktion in der Schweiz herstellt. Alle verwendeten Stoffe sind Greenpeace-zertifiziert und kommen aus Italien, der Schweiz und Deutschland. Anfang Oktober lancierten sie erstmals eine Linie mit Jeans aus wärmendem Kaschmir-Denim, die auf 200 Stück limitiert ist. Nun trumpft das Label mit weiteren Neuheiten.

Redaktion: Noémie Schwallier

Das Ziel verfolgend, moderne Schnitttechnologie, traditionelles Schneiderhandwerk und Benutzerfreundlichkeit beim Bestellvorgang zu verbinden, gehen die Gründer Andreas Guggenbühl und Michael Berli mit ihren massgeschneiderten Jeans, Chinos und Shorts einem kundenorientierten Konzept nach. Dieses wird nun mit drei Neuheiten breiter. Insbesondere das Herrenangebot wird ausgeweitet: Zum einen mit Winterchinos aus Baumwollstoff, die unter dem Namen «Wool Optics» lanciert wurden. Die neuen Kreationen kommen in drei zurückhaltenden und stilvollen Farbtönen mit klassischem Fischgrätemuster oder als Two-Tone-Modelle, die sich sowohl casual für die Freizeit als auch elegant für das Office stylen lassen. Der hochwertige Baumwollstoff wird in der Weberei Sondrio in Norditalien hergestellt. Die

Besonderheit bei der Produktion der «Wool Optics» ist, dass nicht die fertigen Stoffe, sondern die Garne gefärbt werden, die der Hose eine besondere Optik und Struktur verleihen. Durch die spezielle Webtechnik bekommen die Chinos einen wollähnlichen Charakter und eine fein aufgeraute Oberfläche mit weicher Haptik. 2 Prozent Elastan bei 98 Prozent Baumwolle sorgen für einen angenehmen Tragekomfort.

Zum anderen entstand mit den Businesshosen für Männer eine ganz neue Kategorie, die Anfang 2018 auch für Frauen erhältlich sein soll. Die schicken Wollhosen überzeugen durch zeitloses, schlichtes Design und kommen in den kombinierbaren klassischen Farbtönen Schwarz, Grau und Dunkelblau, auch mit Melange-Effekt, welches eine feine Webstruktur erkennen lässt. Das Material aus 98 Prozent Wolle und 2 Prozent Elastan wird in der Weberei Marlane hergestellt, stammt aus der tradi-

tionreichen italienischen Wollregion Biella und hat einen besonders fließenden Fall und eine feine Webstruktur.

Für die Weihnachtszeit hat sich Selfnation für die Frauen etwas Festliches einfallen lassen. Mit «Genova Glow» präsentieren sie ein glitzerndes Christmas-Jeans-Special, das in allen Schnittstilen erhältlich ist. Das Besondere ist das schwarz-silberne Lurexgarn, welches für alle Top-Stitchings verwendet wird. Der Innenbund aus schwarzem Twillstoff gibt den Hosen einen eleganten Look, und das Lederlabel wird zudem durch ein gewebtes ersetzt. Jede Jeans wird in der Schweizer Manufaktur geschaffen und lässt sich problemlos für besondere Anlässe kombinieren.

Die Schnittmuster werden speziell auf die Masse der Kunden gezeichnet. Online auf [selfnation.ch](http://selfnation.ch) können diese nach Eingabe von acht Unterkörpermassen ihre individuelle Körperform und die

ausgewählte Hose als 3D-Visualisierung betrachten. Nach Abschluss des Bestellvorgangs wird das Schnittmuster automatisch berechnet, und garantiert eine perfekte Passform, die sitzt – auch im Schritt. «Aus Umfragen ergibt sich, dass Kunden vor allem schätzen, dass sich die Suche nach der perfekten Passform erübrigt und der Bestellvorgang online nur wenige Minuten benötigt», erklärt der CEO Andreas Guggenbühl zu den gesammelten Erfahrungen. So und mit der Verbindung von höchster Präzision mit nachhaltiger und respektvoller Produktion schafft Selfnation in ihrer Schweizer Manufaktur Qualitätsunikate.

**SELFNATION**  
Zollstrasse 62  
CH-8005 Zürich  
[selfnation.ch](http://selfnation.ch)

# AGENDA

## / EVENTS, AUSSTELLUNGEN, FESTIVALS, PARTYS

### NOVEMBER/ DEZEMBER

16

#### ILLUMINARIUM, ZÜRICH

Im Innenhof des Landesmuseums Zürich erwartet die Besucher eine einzigartige Winterwelt mit zauberhaften Lichtshows, Musik und kulinarischen Leckerbissen.  
**/16.11.–31.12.2017**  
[illuminarium.ch](http://illuminarium.ch)

23

#### WIENACHTSDORF, ZÜRICH

Auf dem Weihnachtsmarkt des Zürcher Sechseläutenplatzes gibt sich das Who's who kleiner Schweizer Brands und Streetfood-Größen die Ehre.  
**/23.11.–23.12.2017**  
[wienachtsdorf.ch](http://wienachtsdorf.ch)



1

#### DESIGN SCHEN- KEN, LUZERN

Am dreitägigen Festival präsentieren rund 90 junge Schweizer Designlabels Neues und Kreatives.  
**/1.12.–3.12.2017**  
[designschenken.ch](http://designschenken.ch)



1

#### DO IT YOURSELF FONDUE, BERN

Auf dem Weihnachtsmarkt kann man sein Fondue mit einem DIY-Kit gleich selbst zaubern.  
**/1.–24.12.2017**  
[bern.com](http://bern.com)

3

#### CUPBOARD LOVE, WINTERTHUR

Das Gewerbemuseum Winterthur widmet sich mit der Ausstellung «Cupboard Love» kunstvoll dem unverzichtbaren und praktischen Möbelstück – dem Schrank.  
**/3.12.2017–22.4.2018**  
[gewerbemuseum.ch](http://gewerbemuseum.ch)

17

#### DESIGN 22, BERN

Zum ersten Mal findet der stadtbekannteste Designmarkt in den Treibhäusern der Stadtgärtnerei Bern statt. In entspannter Ambiente zeigen über 55 Aussteller ihre Werke in der neuen Location.  
**/17.12.2017**  
[design22.ch](http://design22.ch)

### JANUAR

1

#### TOUCH THE MOUNTAINS, INTERLAKEN

Das neue Jahr muss ordentlich gefeiert werden. Dafür sorgt das Musikfestival in Interlaken mit tollen Liveacts, Glühwein und ganz viel Party.  
**/1.1.2018**  
[touchthemountains.ch](http://touchthemountains.ch)



12

#### PHOTO18, ZÜRICH

Die grösste Schweizer Werkschau für Fotografie geht in die nächste Runde und lädt die Besucher dazu ein, die Kunst des Bildes in allen Facetten zu entdecken.  
**/12.1.–16.1.2018**  
[photo-schweiz.ch](http://photo-schweiz.ch)

12

#### GOURMET FESTI- VAL, ST. MORITZ

Bereits zum 25. Mal reiht sich am Genuss-event während neun Tagen ein kulinarisches Highlight ans nächste.  
**/12.1.–20.1.2018**  
[stmoritz-gourmetfestival.ch](http://stmoritz-gourmetfestival.ch)



19

#### MUSEUMSNACHT, BASEL

Museen bei Nacht sind nicht nur im Film eindrücklich. Am 19. Januar öffnen die Basler Museen zu ungewöhnlicher Zeit ihre Pforten.  
**/19.1.2018**  
[museumsnacht.ch](http://museumsnacht.ch)

### FEBRUAR

2

#### ONE OF A MILLION MUSIKFESTIVAL, BADEN

In Baden startet die Festivalsaison schon im Februar. Beim OOAM gibt es eine Menge Musik von aufstrebenden Künstlern zu entdecken.  
**/2.2.2018**  
[ooam.ch](http://ooam.ch)

20

#### BALLET REVOLU- CION, ZÜRICH

Die Tanzshow begeistert weltweit Jung und Alt. Nun macht die Truppe erneut halt in Zürich, um ihr Publikum in den Bann zu ziehen.  
**/20.2.–25.2.2018**  
[balletrevolucion.ch](http://balletrevolucion.ch)



### IMPRESSUM

VERLAG  
NZZ Fachmedien AG  
Stationsstrasse 49  
8902 Urdorf  
[redaktion@placesmag.ch](mailto:redaktion@placesmag.ch)

CEO/PUBLISHER  
Thomas Walliser  
[thomas.walliser@placesmag.ch](mailto:thomas.walliser@placesmag.ch)

HEAD OF MARKETING & SALES  
Sarah Preissel  
[sarah.preissel@placesmag.ch](mailto:sarah.preissel@placesmag.ch)

CHEFREDAKTEURIN  
Christina Noli  
[christina.noli@placesmag.ch](mailto:christina.noli@placesmag.ch)

STV. CHEFREDAKTEURIN  
Rhea Leisibach  
[rhea.leisibach@placesmag.ch](mailto:rhea.leisibach@placesmag.ch)

REDAKTEURIN  
Noémie Schwaller  
[noemie.schwaller@placesmag.ch](mailto:noemie.schwaller@placesmag.ch)

REDAKTIONSASSISTENTIN  
Leila Alder  
[leila.alder@placesmag.ch](mailto:leila.alder@placesmag.ch)

ART DIRECTION/GRAFIK  
Lianel Spengler  
[lianel.spengler@placesmag.ch](mailto:lianel.spengler@placesmag.ch)

MITARBEIT AN DIESER AUSGABE  
Karin Heer

KORREKTORAT  
Josefine Gamma, Renata Casagrande,  
Rita Frommenwiler

KUNDENBERATUNG  
[anzigen@placesmag.ch](mailto:anzigen@placesmag.ch)

Roy Mahiphan  
[roy.mahiphan@placesmag.ch](mailto:roy.mahiphan@placesmag.ch)

Marcel Gasche  
[marcel.gasche@placesmag.ch](mailto:marcel.gasche@placesmag.ch)

Sybille Schär  
[sybille.schar@placesmag.ch](mailto:sybille.schar@placesmag.ch)

ABONNEMENTE  
[abo@placesmag.ch](mailto:abo@placesmag.ch)

DRUCK  
Multicolor Print AG  
Sihlbruggstrasse 105A  
CH-6340 Baar  
Tel. +41 (0)41 767 76 76

DISTRIBUTION  
Exklusiv in ausgewählten Boutiquen,  
Bars, Restaurants oder im Abo erhältlich.  
Erscheint viermal jährlich.

RECHTLICHES  
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck,  
auch auszugsweise, ist nur mit Zustimmung der  
Redaktion und mit Quellenangabe gestattet.  
Namentlich oder mit Initialen gekennzeichnete  
Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung  
der Redaktion oder des Herausgebers wieder.  
Für unverlangt eingesandte Manuskripte,  
Bilder und Datenträger aller Art übernimmt  
der Verlag keine Haftung.

FOLGEN SIE UNS AUF SOCIAL MEDIA



[placesmag.ch](http://placesmag.ch)  
[@placesmagazin](https://www.instagram.com/placesmagazin)  
[#placesmagazin](https://www.instagram.com/placesmagazin)

gedruckt in der  
schweiz