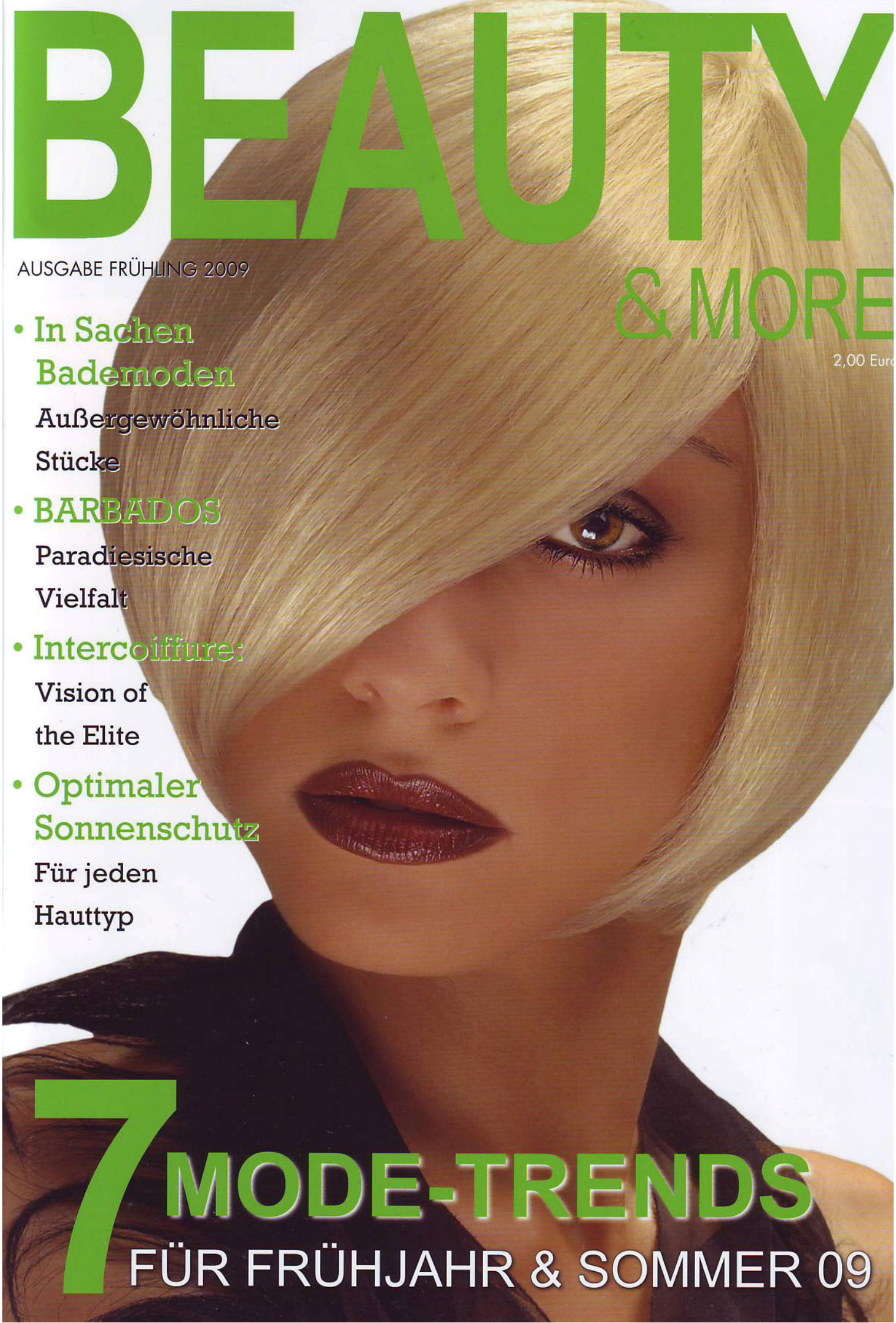
BEAUTY & MORE

AUSGABE FRÜHLING 2009

2,00 Euro

- **In Sachen Bademoden**
  Außergewöhnliche Stücke
- **BARBADOS**
  Paradiesische Vielfalt
- **Intercoiffure:**
  Vision of the Elite
- **Optimaler Sonnenschutz**
  Für jeden Hauttyp



7 MODE-TRENDS

FÜR FRÜHJAHR & SOMMER 09

Die Genuss-Seminare des Michael Gliss

Seminare bei Diplom Kaffee-Sommelier Michael Gliss gehen weit über den Kaffee hinaus

Was ist das Geheimnis der köstlichen Kaffee-Crema und warum servieren die Italiener zum Espresso immer ein Glas Wasser? Wie viel Schaum krönt einen guten Milchkaffee und wie gelingt ein perfekter Latte Macchiato? Diese und viele andere Fragen beantwortet Michael Gliss in den Genuss-Seminaren, die der diplomierte Kaffee-Sommelier und Kaffee-Händler rund um die braune Bohne abhält. Das große Teilnehmer-Interesse kommt nicht von ungefähr, denn schließlich ist Kaffee das Lieblingsgetränk der Deutschen. Mit einem Pro-Kopf Konsum von rund 160 Litern im Jahr avancierte es längst zum Kultgetränk der Nation, noch vor Wasser und Bier. „Umso erstaunlicher", meint Michael Gliss, „dass die meisten Kaffeetrinker weder wissen, welche Sorte noch welche Bohne ihnen die liebste ist, wie Kaffee hergestellt wird oder worauf man beim Kauf, bei der Lagerung und Zubereitung des Getränks achten sollte".

Genuss-Seminare im GLISS® Caffee Contor

Regelmäßig veranstaltet Michael Gliss im Kölner GLISS® Caffee Contor Genuss-Seminare für interessierte Kaffee-Liebhaber und solche die es werden wollen. Die Seminare sind auf maximal zehn Teilnehmer begrenzt und dauern ca. drei Stunden. Wer bei Michael Gliss die „Genuss-Schulbank" drückt, wird von Beginn aktiv in das Geschehen einbezogen und dazu motiviert, alle Sinne zu schulen. So erfährt er zunächst einmal Wissenswertes über die Geschichte der Gattung Coffea und wie die Kaffeehauskultur Mitte des 17. Jahrhunderts den europäischen Kontinent erreichte. Dann geht es aber direkt ans Riechen, Fühlen und Schmecken und dazu wird das Rohprodukt in verschiedenen Zuständen präsentiert und verkostet. „Das Wichtigste ist", so Michael Gliss, „dass Kaffee-Fans erfahren, wie sie einen guten von einem schlechten Kaffee unterscheiden können und worauf sie bei der Auswahl der Bohne achten müssen. Das geht nur über Probieren.".

Viel zu lange sei Kaffee nur nach der Marke gekauft worden, moniert der leidenschaftliche Kaffeekenner und erklärt seinen Genuss-Schülern den Unterschied zwischen Arabica und Robusta. Auch über die Zubereitungsarten referiert Gliss in seinem Seminar und das Zusammenspiel von Mahlgrad, Wasserqualität, Brühzeit und -temperatur. Am Ende erfährt der leidenschaftliche Kaffeetrinker schließlich, welchen Preis der köstliche Trank mindestens haben sollte, damit vom Anbau über das Pflücken bis hin zum Transport und zur Röstung höchste Qualitätsmaßstäbe eingehalten werden können. „Qualität hat nun einmal ihren Preis – das gilt besonders beim Kaffee", sagt Michael Gliss und plädiert dafür, lieber eine Tasse weniger zu trinken, dafür aber ausschließlich auf guten und schonend gerösteten Kaffee zurückzugreifen. Dass der nebenbei auch bekömmlicher ist und deutlich weniger zu Schlafstörungen oder Magenproblemen führt, erfährt man ebenfalls in den Kaffee-Seminaren von Michael Gliss.

Im letzten Teil geht es dann an die Verkostung verschiedener Kaffeesorten. Diese lässt Michael Gliss von seinen Gästen selber zubereiten. Dazu setzt er auf die traditionelle Karlsbader Kanne, die aus reinem Porzellan besteht und ohne Filtertüte und Metallsieb funktioniert. Ein echtes Erlebnis für alle, die zu Hause mit Vollautomaten und herkömmlichen Kaffeemaschinen arbeiten. Für den Fachmann entwickelt sich nur hier das echte Kaffeearoma. Bei dem Versuch, dieses Aroma dann treffend zu beschreiben, entwickeln sich in den Gruppen schnell lebhafte Diskussionen, die weit über den Kaffee hinausgehen. Unter dem Motto Hot & Sweet gibt es als Abrundung eine Auswahl an köstlichen Schokoladenkreationen, die ebenfalls im Sortiment des GLISS® Caffee Contor zu finden sind. Zum Nachlesen erhalten die Teilnehmer im Anschluss umfangreiche Informationsunterlagen sowie eine Kaffeekostprobe für den heimischen Test. Termine und Preise auf Anfrage im GLISS® Caffee Contor.

Schulungen, Events und individuelle Aktionen.

Für Gruppen ab 6 Personen bietet Michael Gliss auch individuelle Schulungen und Seminare an. So zum Beispiel für Mitarbeiter aus Hotellerie und Gastronomie und andere Fortgeschrittene. Darüber hinaus entwickelt er in Zusammenarbeit mit Partnern aus der Industrie und dem Handel auch ganz einzigartige Events, bei denen der Kaffee nicht unbedingt immer im Mittelpunkt stehen muss. Die Genusskomponente ist und bleibt jedoch auch hier die zentrale Botschaft von Michael Gliss.

www.gliss.de

HERSTELLERVERZEICHNIS

A ABRO www.abro.de ACM EUROPE www.my-acm.eu AIGNER www.aignermunich.com ANNEMARIE BÖRLIND www.boerlind.com ANJ A GOCKEL www.anja-gockel.com AHAVA www.ahava.de AUDLEY www.audley.de B BABOR www.babor.de BALDESSARINI www.baldessarini.com BALDININI www.baldinini.it BETTY BARCLAY www.bettybarclay.de BIVIEL www.biviel.eu BOGNER www.bogner.com BOSS www.hugoboss.com BRAUN www.braun.com BRETZ www.bretz.de BUYGO www.buygo.eu C CAROLINA HERRERA www.carolinaherrera.com CHRISTINE KROENCKE www.christinekroencke.net D Davidoff www.davidoff.com DKNY www.dkny.com DOMUS VENTURES www.domusventures.com DREIPUNKT www.dreipunkt.com DRIADE www.driade.com DUCRAY www.ducray.de E ELANCYL www.elancyl.de ELEGANCE PARIS www.elegance.de ENJOY www.enjoy-eyewear.de ESTÉE LAUDER www.esteelauder.de EUCERIN www.eucerin.de F FALKE www.falke.com FELINA www.felina.de FRANCO ROMA www.francoroma.com H HOSS www.hossintropia.com HUGO BOSS www.hugoboss.com I INSIGNUM www.insignum-germany.com J JAKOB KIENZLE www.kienzleuhren.de JENNIFER LOPEZ www.jenniferlopez.com JETTE JOOP www.jette.eu JOOP www.joop.com K KENZO www.kenzo.com KILIAN KERNER www.kiliankerner.de L LANCASTER www.lancaster-beauty.com LAUREL www.laurel-online.com LEONARDO www.leonardo.com LG ELECTRONICS www.de.lge.com LOCMAN www.locman.com LÒREAL www.lòreal.de M MARC CAIN www.marccain.de MARC O'POLO www.marc-o-polo.com MARYAN MEHLHORN MINX www.minx-mode.de O OLSEN www.olsen.de P PHILIPPE STARCK www.philippe-starck.com PHILIPPI www.philippi-design.de PICARD www.picard-lederwaren.de R RASUREL www.rasurel.com REEBOK www.reebok.com RIANI www.riani.de ROBERTO BOTELLA ROSENTHAL www.rosenthal.de S SALVATORE FERRAGAMO www.salvatoreferragamo.it SCHÖNECKER www.schoenecker-leuchten.de SHISEIDO www.shiseido.de STARS-MC www.stars-mc.com ST.EMILE www.st-emile.de STILLS www.stills.nl SWAROVSKI www.swarovski.com T TAMARA COMOLLI www.tamaracomolli.com TOMMY HILFIGER www.tommyhilfiger.deTRIUMPH www.triumph-international.de U UNGARO www.ungaro.com UNRATH&STRANO www.unrath-strano.com V VICHY www.vichy.de VILLEROY&BOCH www.villeroy-boch.com W WELEDA www.weleda.de WELLA wella.de´ 0039 ITALY www.0039italy.com 52-ORANGE www.52orange.com

SOMMER 2009 VORSCHAU BEAUTY & MORE

Showtime für zauberhafte Dessous, Stadtereisen, Für jeden Anlass, das richtige Outfit, neue Taschen und Pumps, Gold und Silber mag ich sehr, schöne Flakons mit edlen Düften, Reisetipps, außergewöhnliche Möbeldesignstücke und vieles mehr...

BEAUTY & MORE

IMPRESSUM

Herausgeber:
MoreMediaVerlagsanstalt, Vaduz, Liechtenstein

Chefredakteurin:
Monika Klock
info@moremediaverlag.com

Redaktion:
Monika Klock, Silke Orlando, Michael Hammann, Jens Dagné, Mariano Orlando, Maria Worm, Karin Marthaler, Ludwig Janz, Herbert Kötter
info@moremediaverlag.com

Schlussredaktion/Lektorat:
KELLY (www.korrekturpluslektorat.de)

Verantwortlich für die Inhalte (i.S.d.P.):
Michael Hammann

Satz und Layout:
typecom
(info@typecom.de)

Druck:
typecom
(info@typecom.de)

Vertrieb D, A, CH:
MoreMedia Verlags UG

Beauty&More erscheint als Printausgabe in der:
More Media Verlagsanstalt
Vaduz, Liechtenstein
Repr. Deutschland:
MoreMedia Verlags UG
Robert-Bosch-Straße 21
67227 Frankenthal
Tel. 0 62 33- 3 75 09 70
Fax. 0 62 33- 3 75 09 74

Anzeigenverkauf:
MoreMedia Verlags UG
Herr Michael Hammann
Tel. 0 62 33- 3 75 09 33
info@moremediaverlag.com

Erscheinungsweise:
Beauty&More erscheint vierteljährlich.

Alle Rechte vorbehalten, Nachdruck, Aufnahme in elektronische Datenbanken, Mailbox sowie sonstige Vervielfältigungen, Veröffentlichungen auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.
Sämtliche in diesem Magazin enthaltene Informationen wurden sorgfältig recherchiert und auf ihre Richtigkeit überprüft. Sollten dennoch Irrtümer auftreten, kann der Herausgeber keine Haftung übernehmen. Alle in diesem Magazin abgebildeten Produkte haben ausschließlich Beispielcharakter. Der Herausgeber übernimmt keinerlei Haftung, auch falls eines oder mehrere Produkte nicht oder nicht mehr in Deutschland erhältlich sind.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der MoreMediaVerlagsanstalt, Vaduz, Liechtenstein