

Schauspielerin Liz Hurley mags so richtig deftig

Schauspielerin Elizabeth Hurley liebt deutsches Essen. Besonders möge sie «deftige Hausmannskost wie Schnitzel oder Bratwurst», sagte Hurley im Interview mit der Zeitschrift «Gala». Es gebe für sie kaum etwas Besseres. «Dafür lasse ich alles andere links liegen», fügte die 45-Jährige hinzu. Die fettige Kost sieht man der schönen 41-Jährigen nicht an. Dennoch möchte sie dem Filmbusiness ihren schönen Rücken zukehren und sich demnächst ganz und gar der biologisch-dynamischen Landwirtschaft widmen. Wenn ihre Farm die offizielle Lizenz dafür erhalten hat, will sie noch mehr Kühe, Schafe, Hühner und Schweine anschaffen. Dem Club der Züchter ist sie schon beigetreten. Wird die smarte Society-Lady Liz Hurley von nun an nur noch in verdreckten Gummistiefeln zu sehen sein? Mitnichten. Sie hat eine Geschäftsidee, bei der sie sich die Hände nicht schmutzig machen muss. (chg)

Facebook-Chef Zuckerberg isst nur Selbstgetötetes

Facebook-Chef Mark Zuckerberg ernährt sich fast ausschliesslich vegetarisch. Der Chef des Online-Sozialnetzwerks verriet dem Magazin «Fortune» in einer E-Mail, dass er sich entschlossen habe, Fleisch nur noch von selbst getöteten Tieren zu essen. Das habe ihn praktisch zum Vegetarier werden lassen. Seine Ernährung sei «viel gesünder» geworden und er habe in letzter Zeit viel über nachhaltige Landwirtschaft und Tierhaltung gelernt. Der Milliardär erklärte, dass sein neues Bekenntnis zum fleischlosen Essen dem Vorsatz entsprungen sei, sich jedes Jahr ein Ziel zu setzen. So habe er sich im vergangenen Jahr vorgenommen, Chinesisch zu lernen. In diesem Jahr wolle er nun mehr darauf achten, was er esse. «Fortune» sprach ihn an, nachdem er Anfang Mai unter seinem Facebook-Profil angekündigt hatte: «Ich werde ein Schwein und ein Schaf töten.» Zuckerberg hatte Facebook im Jahr 2004 mitbegründet. (sda)

Weltmeisterlicher Espresso schmeckt nach Zitrone

Anfang Juni wurde die kolumbianische Hauptstadt Bogotá zum Mekka der Kaffeeliebhaber

Der neue Barista-Weltmeister Alejandro Mendez aus El Salvador hat an der Barista-Weltmeisterschaft in Bogotá Grossartiges gezeigt und sich auf eindrückliche Art und Weise den Sieg geholt. Bereits vor einem Jahr schaffte er es in den Halbfinal. Jetzt sicherte er sich den Weltmeistertitel mit einem Vorsprung von mehr als 50 Punkten. Mendez startete mit seiner Eigenkreation, dem so genannten Signature Drink. Dafür stellte er drei unterschiedliche Tees her, die aus dem gesamten Produktionszyklus eines Kaffeebaumes stammen. Der erste Tee wurde aus getrockneten Kaffeeblüten hergestellt, der zweite aus getrockneten «Cascara», einem Kirschenzellsstoff, und der dritte Tee aus Kaffeebohnen, die noch in ihrem Schleim waren. Diese drei Tees gab der neue Weltmeister der Jury einzeln zum Degustieren. Zum Schluss mixte Mendez die Tees zusammen und gab einen Espresso dazu. Einen solchen Signature-Drink hatte zuvor noch nie jemand präsentiert. Das weckte das Interesse der Jury und der Zuschauer.

Auch beim Espresso griff er in die Trickkiste. So durften die Juroren erst nur die Crema beurteilen. Danach wurde der Espresso durch ein feines Sieb gelassen. Erst jetzt erhielt die Jury den Espresso zur Degustation zurück. Dieser hatte aber keine Crema mehr. Sein Espresso schmeckte nach Zitronen und Brombeeren und wies einen mittleren Körper auf. Zum Schluss blieben dem neuen Weltmeister noch rund fünf Minuten, um seine Show abzuschliessen. In dieser kurzen Zeit musste

er noch vier Cappuccini herstellen. Dafür wurde Kaffee von der Kaffeeliege Ernesto Mendez aus El Salvador verwendet, den übrigens ein englischer Röster veredelt hatte. Die Cappuccini schmeckten leicht süsslich und erinnerten an Erdbeeren. Da Alejandro Mendez bereits nach vier Minuten mit seinen Cappuccini fertig war, hatte er noch genügend Zeit, um seine Maschine zu reinigen und der Jury Wasser nachzuschicken.

Und wie ist es dem Schweizer Michel Jüngling ergangen? An der Schweizer Meisterschaft im Januar dieses Jahres holte er sich noch 503 Punkte. Ein Resultat, das ihm an der WM in Bogotá einen Platz im Finale gesichert hätte. Doch auf dem internationalen Parkett der besten Kaffeekünstler wird mit harten Bandagen gekämpft. Dies musste Michel Jüngling auf unangenehme Art erfahren. Vor der WM spekulierte Jüngling zwar noch auf eine Platzierung unter den besten Zwanzig, ja insgeheim erhoffte er sich gar eine Top-Fünf-Platzierung. Kurz vor seinem Abflug nach Bogotá sagte er noch: «Es ist durchaus möglich, eine Top-Fünf-Platzierung an der WM zu erreichen. Wir haben einen Kaffee zusammengestellt, der auf der Höhe von 2600 Metern perfekt sein wird. Klar ist aber auch, dass die anderen Teilnehmer es genauso machen werden wie wir.» Und so war es dann auch. Zwar startete der Schweizer Barista-Meister gut in den Wettkampf, doch die auf Englisch geführte Präsentation bereitete ihm Schwierigkeiten. In der Folge wirkte er deutlich weniger souverän, als er es im Januar

Rangliste Barista-WM

1	Alejandro Mendez/ El Salvador	710.5
2	Pete Licata/USA	659.5
3	Matt Perger/Australien	659
49	Michael Jüngling/ Schweiz	368.5



Alejandro Mendez an der WM.

noch in der Schweiz gewesen war. Da Michel Jüngling dann auch noch einer der vier Signature-Drinks nicht perfekt gelang, reichte es ihm zu guter Letzt nur zu Platz 49. Der beste Europäer stammt übrigens aus Spanien, Javier Garcia, der mit 631 Punkten Platz vier belegte. Ernst Knuchel

KAFFEE – DIE SERIE

9 kg Kaffee verbrauchen Herr und Frau Schweizer pro Kopf und Jahr und liegen damit auf Platz zwei des weltweiten Kaffeekonsums. Da Kaffee wertmässig nach Rohöl der wichtigste Rohstoff der Welt ist, wird Redakteur Ernst Knuchel in einer alle zwei Wochen erscheinenden Serie über Kaffee berichten. Zum Beispiel mit folgenden Themen: «Weshalb war Kaffee früher verboten?» Oder: «Wie degustiert man Kaffee richtig?» Ernst Knuchel hat an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil ein Nachdiplomstudium auf Kaffee erfolgreich bestanden und gehört zu den Ersten in der Schweiz, die einen Hochschulabschluss auf Kaffee vorweisen können. Zudem ist er Geschäftsführer des Startup-Unternehmens Freshcoffee.



So präsentiert sich die Aussichtsplattform auf dem Stanserhorn bei Nebel.

Schlechtes Wetter bringt Touristen

Wer einen Ausflug plant, braucht nicht immer das schönste Wetter. Auch bei Wolken, Regen oder Nebel präsentiert sich die Landschaft auf interessante Weise. Nun gibts neue Ausflugsideen.

Wenn Meteo Schweiz die Wetterprognosen in der allabendlichen Sendung auf SF1 bekannt gibt, hängen tausende Zuschauer an den Lippen der Moderatoren. Wie wird das Wetter morgen? Kann man einen Ausflug in die Berge wagen?

Doch wie soll eigentlich das richtige Ausflugswetter sein? Sonnenschein, Weitsicht und möglichst hohe Temperaturen? Mitnichten, wenn es um die neuen Schlechtwettertipps auf tiefdruckgebiete.ch geht, einer neu dafür geschaffenen Webseite der Zentralbahn, die für die öffentlichen Verkehrsverbindungen zwischen Luzern, Engelberg und Interlaken zuständig ist. Auf tiefdruckangebote.ch listen die touristischen Partner aus dem Einzugsgebiet der Bahn immer wieder

neue Angebote auf, die nur an Schlechtwettertagen gelten. Bislang sind neun touristische Anbieter mit an Bord, Bahnen, Museen, Restaurants, vom Ballenberg bis zur Klewenalp. Eines der Angebote ist ein Gutschein für Gratis-Äplermagronen im Drehrestaurant Rondorama auf dem Stanserhorn. Was alles angeboten wird, wird noch unter Verschluss gehalten. «Es soll immer wieder Überraschungen geben», sagt Peter Bircher, Leiter Marketing-Services und Zentralbahnen und Initiator der Plattform.

Für die originelle Idee konnte Bircher das Team von Thomas Bucheli von Meteo Schweiz gewinnen. «Es macht uns grossen Spass, einmal eine ganz andere Art von Wettervorhersagen zu machen», sagt Thomas Bucheli, Redaktionsleiter von Meteo

Schweiz. Ist ein sonniger Tag in Sicht, steht auf tiefdruckangebote.ch zum Beispiel: «Ach nein, am Wochenende kommt ein Schlechtwetter-Hoch. Nichts von schönem Regenwetter, nein, wir erwarten übles Wanderwetter bei Sonnenschein.»

Die neue Plattform bietet aber mehr als nur Schlechtwetterangebote und -prognosen. Auf der Webseite können sich Schlechtwetterfans austauschen und auch abmachen, die Ausflüge gemeinsam zu unternehmen. Weiter können bei verschiedenen Aktivitäten Punkte in Form von «Tröpfli» gesammelt werden. Auch die gängigen Social-Media-Plattformen wie Facebook und Twitter sind in die Plattform eingebunden.

Doch wann ist ein solcher Schlechtwettertag? Thomas Bucheli und sein Team stellen der Zentralbahn täglich Wetterdaten zur Verfügung. Kündigt sich für den nächsten Tag schlechtes Wetter an, wird dies ab zehn Uhr auf tiefdruckangebote.ch angekündigt. Ist der Besucher der Webseite am ausgeschriebenen Angebot interessiert, kann er den entsprechenden Gutschein ausdrucken, der nur am Folgetag und mit der Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr gültig ist. Beim Einlösen muss neben dem Gutschein auch die Fahrkarte vorgewiesen werden.

Thomas Bucheli ist sich sicher, dass es wegen des neuen Zentralbahn-Projektes nicht plötzlich mehr Schlechtwettertage geben wird: «Wir Meteorologen sind immer im Clinch mit der Tourismusbranche, die gerne sehen würde, wir würden die Prognosen manchmal beschönigen. Doch wir sind daran interessiert, möglichst treffende, und nicht möglichst schöne Prognosen zu stellen.» (rma)

Infos:

ZB Zentralbahnen
www.tiefdruckangebote.ch

Statt Softdrinks nur gesundes Mineralwasser



Marcel Merlo ist Lehrer an der allgemeinen Berufsschule in Zürich und unterrichtet dort zukünftige Köche. Im März dieses Jahres hat er die Lernenden des zweiten Jahres zu einer ungewöhnlichen Aktion aufgerufen. Und zwar bis Ende Juni in der Schule auf Süssgetränke zu verzichten und stattdessen nur Mineralwasser zu trinken.

H*GZ: Hand aufs Herz, schmuggeln Ihre Schüler jetzt heimlich Fanta oder Cola in die Schule?

Merlo: Das kann schon sein. Ich habe zu Beginn des Projekts darauf hingewiesen, dass sich die Aktion auf den Unterricht beschränkt und sie in den Pausen oder über Mittag trinken können, was sie wollen. Erstaunlicherweise habe ich aber noch niemanden meiner Lernenden mit einem anderen Getränk als Mineralwasser gesehen. Einige nehmen sich nach dem Unterricht sogar mehrere Flaschen Mineralwasser mit nach Hause.

H*GZ: Wie sind Sie überhaupt auf die Aktion gekommen?

Merlo: Erstens ist Wasser im vierten Semester der Kochausbildung ein Thema im Bereich der Ernährung. Zweitens gab es in der Presse in den letzten Monaten vermehrt Meldungen über die nachteiligen Wirkungen von Süssgetränken und Energydrinks.

H*GZ: Woher beziehen Sie denn das Mineralwasser?

Merlo: Ich konnte Urs Schmid, CEO der Allegra Passanger Mineralquellen, von der Idee begeistern. Er hat uns eine Palette Mineralwasser gratis geliefert. Übrigens bleibt es nicht nur bei gesundem Wasser. Die Firma Gastro Star unterstützt die Aktion mit Früchten und Salaten.

H*GZ: Was gibt es denn als Belohnung, falls alle Lernenden bis Ende Juni durchhalten?

Merlo: Es winkt ein Grillabend.

H*GZ: Ich nehme an, auch nur mit gesunder Kost.

Merlo: Vielleicht sündigen wir etwas an diesem Abend. Steaks und Würste stellt uns jedenfalls die Firma Traifina zur Verfügung. Kostenlos. Unsere Aktion passt gut zu einem nationalen Projekt der Firma hinsichtlich gesunder Fleischernährung. Jörg Ruppelt