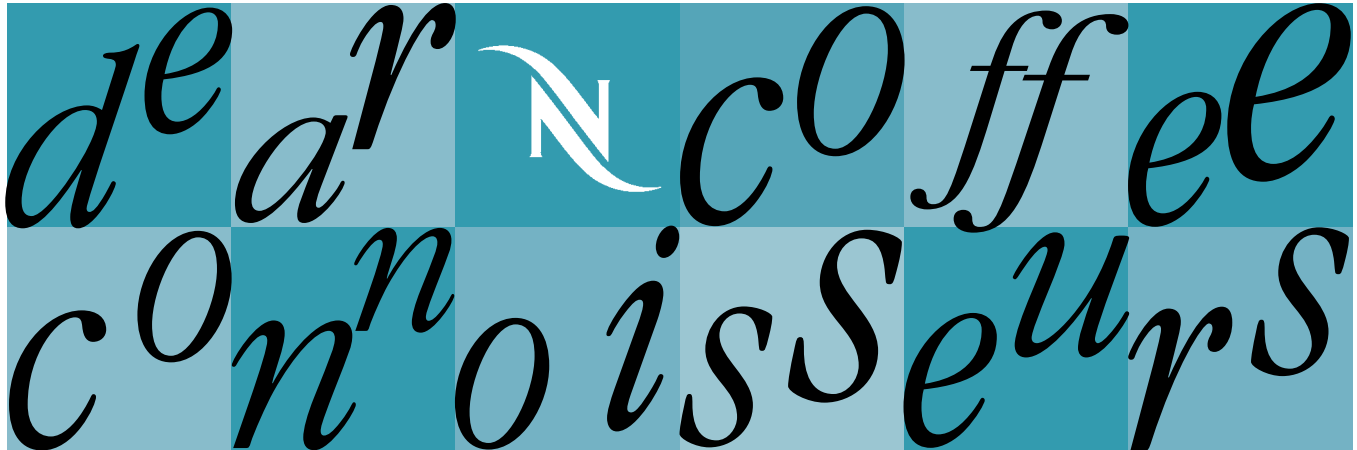


## WELCOME



Was haben George Clooney und Nespresso gemeinsam? Wer den gefragten Hollywoodschauspieler und -regisseur in seiner neuen Rolle als Nespresso-Botschafter gesehen hat, wird die Antwort schnell erraten. Diese Ausgabe des N Magazine liefert Ihnen jede Menge Insiderinformationen über spannende Neuigkeiten aus der Nespresso-Welt.

Wir sind natürlich überzeugt davon, dass Nespresso und George Clooney sehr viel gemeinsam haben – zum Beispiel ihre Begeisterung für Stil und gute Lebensart. Zudem sind beide äußerst gefragt, begeistern immer wieder ihre Fans und stehen nicht zuletzt für unvergleichliche Qualität. Bei George Clooney konnte man das erst vor kurzem wieder daran sehen, dass er für seine neuen Filme „Good Night, And Good Luck“ und „Syriana“ mehrere Oscar-Nominierungen in verschiedenen Kategorien erhielt. Clooney verkörpert das perfekte Gleichgewicht zwischen Elan, Intelligenz und ebenso anregender wie raffinierter Intensität. Damit passt er perfekt zu Nespresso – dem Kaffee, den das langjährige Mitglied des Nespresso-Clubs sowohl in seinen Häusern im kalifornischen Burbank als auch am italienischen Comosee seinen Gästen anbietet (und gerne auch selbst trinkt).

Wir haben das neue Jahr mit voller Kraft und zahlreichen Nespresso-Initiativen begonnen. Und jetzt freuen wir uns, Ihnen die Geheimnisse einer echten Rarität aus der Welt der Gourmet-Kaffees vorstellen zu dürfen: Unsere neue Limited Edition 2006 kommt aus Brasilien und heißt Bourbon Amarelo. Ihren klingenden Namen trägt diese exzellente Varietät, weil sie zum Teil von einer Kaffeebohne abstammt, die auf der ehemaligen französischen Kolonialinsel La Réunion – damals als Île Bourbon bekannt – wuchs. „Amarelo“ wiederum ist das portugiesische Wort für „gelb“ und beschreibt die Kaffeekirschen unserer Limited Edition, die im Reifezustand nicht rot, sondern gelb sind. Der Kaffee, der daraus gemacht wird, schmeckt so außergewöhnlich gut, dass Nespresso-Clubmitglieder ihn sich keinesfalls entgehen lassen sollten.

Kaffeefreunden, die auch den Segelsport lieben, haben wir diesmal etwas ganz Besonderes anzubieten. Nespresso krönt seine Mitwirkung an der Königsdisziplin dieser Sportart – dem America's Cup – mit zwei prächtigen neuen Design-Maschinen: der „Alinghi“ und der



Gerhard  
Berssenbrügge

„America's Cup“. Die Frontblenden der beiden Modelle sind von Hand aus dem Hightech-Segelyacht-Verbundstoff Karbonfaser gefertigt und werden dieses Frühjahr in einer exklusiven, begrenzten Auflage erhältlich sein. Nicht weniger rasant und sportlich kommt die neue Nespresso Siemens von Porsche Design daher, die wir Ihnen in dieser Ausgabe vorstellen. Revolutionäre Design-Ideen spielen bei Nespresso seit jeher eine bedeutende Rolle, doch nun gehen wir noch einen Schritt weiter: Der Nespresso Design Award wird an die besten Entwürfe europäischer Produktdesign-Studenten verliehen, weil wir davon überzeugt sind, dass die Förderung junger Talente eine wichtige Investition in die Zukunft ist. Die eingereichten Konzepte zum Thema Kaffeekultur wurden von einer hochkarätigen Jury aus internationalen Designern bewertet – und wir sind zuversichtlich, dass die Leistungen der preisgekrönten Studenten dadurch bekannter werden.

Sie sehen also: Auch das neue N Magazine bietet Ihnen wieder eine ideale Mischung aus Genuss und Information – und ist somit die perfekte Begleitung zu einer Tasse Nespresso.

Gerhard Berssenbrügge  
CEO | Nestlé Nespresso S.A.

