gastrotel

MESSEN & EVENTS

Spitzenköche trafen sich auf Sylt

Trafen sich zum JRE Genusslabor auf Sylt (von links): Markus Pape, Michael Philipp, Iris Bettinger, Daniel Schmidthaler, Tobias Bätz, Thomas Merkle, Benjamin Unger, Sebastian Hadrys und Jan-Philipp Berner / Foto: JRE

Bereits zum zehnten Mal trafen sich Mitglieder der Jeunes Restaurateurs kürzlich zum JRE Genusslabor. Gastgeber des kulinarischen Workshops mit dem Titel ?Typisch deutsch? war Jan-Philipp Berner, der sieben Spitzenköche aus den Reihen der Vereinigung im Söl?ring Hof auf Sylt begrüßte.

Anspruch des Genusslabors ist es, dass die Chefs aus ihrer Komfortzone ausbrechen und versuchen, neue Akzente in Geschmack, Qualität, Regionaliät, Kreativität und Optik zu setzen. Aus diesem Grund darf keines der präsentierten Gerichte bereits auf einer Karte gestanden haben. Wie bei den vorhergehenden Veranstaltungen lösten die angetretenen Spitzenköche diese Aufgabe mit Bravour und brachten eindrucksvolle Interpretationen der deutschen Küche auf die Teller.

Zum gemeinsamen Kochen und Experimentieren trafen sich Iris Bettinger (Hotel Restaurant Reuter, Rheda-Wiedenbrück), Sebastian Hadrys (Landhaus Hadrys, Magdeburg), Michael Philipp (Restaurant Philipp Sommerhausen), Thomas Merkle (Merkles Restaurant, Endingen), Daniel Schmidthaler (Alte Schule Fürstenhagen, Feldberger Seenplatte), Markus Pape (Weinhotel & Restaurant Meisenheimer Hof, Meisenheim) und Benjamin Unger (Hotel Blauer Engel, Aue). Ergänzt wurde der kulinarische Austausch durch Vorträge von Johannes King, Alexandro Pape und Hubertus Vallendar, die als Partner des JRE-Genussnetzes ihre Produkte vorstellten.

Tobias Bätz (Herrmanns Romantik Posthotel, Wirsberg), Patron des JRE Genusslabors, war vom Genusslabor auf Sylt begeistert: ?Die Kollegen haben fantastische Interpretationen der

deutschen Küche auf den Teller gebracht. Beeindruckend war die Bandbreite von traditionellen bis hin zu eher experimentellen Annäherungen an das Thema.? Die deutsche Küche und das, was als typisch deutsch empfunden wird, bilden den Kern der neuen JRE-Kampagne, mit der die Vereinigung stärker auf sich aufmerksam machen möchte.