

Andalusische Gourmet-Nacht mit Showcooking im Atelier von Juan Amador in Frankfurt am Main am 30. November 2009

Nachdem die Andalusische Agentur für Außenhandelsförderung Extenda bereits im Juni zum ersten Mal in Deutschland die Andalusischen Gastronomischen Wochen mit einem kulinarischen Event im Hotel Intercontinental in Düsseldorf organisiert hatte, wurde die Promotion von andalusischen Feinkostprodukten in Frankfurt am Main fortgeführt.

Während der Andalusischen Gourmet-Nacht im Atelier des berühmten spanischen Sternekochs Juan Amador, hat selbiger mit seinem Team live ein andalusisches Menü für die rund 100 geladenen Gäste vorbereitet. Über die Weine und Sherrys hat der Sherryeducator Jan Buhrmann informiert. Zu den geladenen Gästen zählten Vertreter des Gastgewerbes, Importeure, Großhändler, Journalisten und Vertreter von spanischen Institutionen aus der Region Frankfurt am Main.

Im Laufe des Abends wurden 60 verschiedene Feinkostprodukte und Weine aus Andalusien präsentiert und verkostet. Eine besondere Rolle spielten bei den Weinen selbstverständlich die für die Region Andalusien typischen Sherrys. Insgesamt haben mehr als 20 andalusische Unternehmen ihre besten Produkte kostenlos für diesen Event zur Verfügung gestellt. Von den 20 andalusischen Unternehmen haben 13 an diesem Abend persönlich teilgenommen und den Gästen an kleinen Ständen ihre Produkte präsentieren. Einige Produkte wurden auch in dem Menü von Juan Amador verwendet.

Zum Einsatz kamen unter anderem Kaviar und Störfleisch von Piscifactoría de Sierra Nevada, Garnelen von Islasur / Veta la Palma, Ibérico-Delikatessen von Sánchez Romero Carvajal, COVAP und der Grupo Colvi, Olivenöl von Castillo de Canena, maxMeridia, Oro del Desierto und Aceites Guadalentín (Grupo Colvi), Essig von Aecovi, maxMeridia und der Grupo Colvi, Flor de Sal von maxMeridia und Food & Drinks from Spain sowie Konfitüren, Patés und Gourmetkonserven von Real Carolina und Envasados Lola.

Die Sherry und PX-Weine, die zum Großteil von dem Verband FEDEJEREZ gesponsert wurden, stammen von folgenden Unternehmen: La Guita, Grupo ,Garvey, Sandeman, Osborne, W&H Collection, González Byass, Gutierrez Colosia, Bodega Emilio M. Hidalgo, Bodegas Valdivia, Bodegas Valdespino, Sánchez Romate, Harveys und Aecovi. Der Weißwein war von den Bodegas Galleo Góngora und die Rotweine von Aecovi, González Byass und der Bodega Los Barrancos. Die Moskatel-Weine wurden von den Bodegas Málaga Virgen geliefert und der neue Olivenlikör von der Firma Decano.

Im Vorfeld wurde im Rahmen einer Pressekonferenz ebenfalls über die „tour de menu“ informiert, die vom 26. Februar bis zum 21. März in Frankfurt am Main stattfinden. Unter der Schirmherrschaft von Juan Amador bieten die teilnehmenden Restaurants ihren Gästen ein spezielles tour de menu-Menü zu einem Aktionspreis an. Dabei darf sich nicht nur 24 Tage lang durch die hessische Gastronomielandschaft geschlemmt werden, sondern auch noch bewertet werden. Eine Veranstaltung der Agentur RheinLust in Kooperation mit Extenda, und dem Spanischen Fremdenverkehrsamt in Frankfurt am Main .