



Deutschlandpremiere: „Everdure by Heston Blumenthal“

# Mit Forscherinstinkt

Show-Cooking und stylische BBQ-Produkte für die kommende Outdoor-Saison – auf der Deutschlandpremiere der Grillmarke „Everdure by Heston Blumenthal“ in Kassel wurde einiges geboten. Die „möbel kultur“ war vor Ort und hat sich ein Bild von dem Label gemacht.



Brutzeln auf Knopfdruck: Die „Force“-Gasgrills sind in fünf Minuten einsatzbereit.

Rund 150 Gäste reisten zur Deutschlandpremiere der Grillmarke „Everdure by Heston Blumenthal“ nach Kassel, darunter Fachhändler, Vertreter von Einkaufsverbänden wie der EK Servicegroup und auch prominente Grillblogger sowie zwei amtierende -weltmeister. Angekündigt war ein Abend der Extraklasse: Unter anderem wurden vier Spitzenköche aus England und Australien eingeflogen, die das Publikum mit einem 5-Gänge-Grill-Menü auf Gourmetniveau begeistern sollten. Doch der Star des Abends ließ ein wenig auf sich warten: Heston Blumenthal kocht auf Drei-Sterne-Niveau und führt das Restaurant „The Fat Duck“ in Bray, England. Auf der Insel stellte er sein Show-Talent bereits in der sechsteiligen Fernsehserie „Kitchen Chemistry“ unter Beweis. Der 52-Jährige gilt als Pionier der Molekularküche und kam auch beim hessischen Publikum gut an,

als er knapp 30 Minuten später als geplant die Bühne betrat. An seiner Seite standen Kai Telsnig und Muhammad Aktas, Geschäftsführer und Vertriebsleiter der Montargo GmbH, die die exklusiven Vertriebsrechte der Marke für Deutschland und Österreich besitzen und den Abend im historischen Renthof ausrichteten.

„Wir sind uns sicher, dass wir mit der Marke hierzulande Erfolg haben werden“, erklärte Muhammad Aktas, der zuerst das Wort ergriff. Der deutsche Grillmarkt ist mit einem Umsatzvolumen von über 1,2 Mrd. Euro der zweitgrößte der Welt. Die Nachfrage nach Produkten, die sich wohltuend von der Masse abheben, steigt stetig. In Australien laufen die Artikel von „Everdure by Heston Blumenthal“ bereits seit 2016 sehr erfolgreich, so Aktas. Hierzulande setzt die Montargo GmbH auf volumenfähige Preise. Im Herbst vergangenen Jahres wurden die ersten



Für den „Hub“-Holzkohlegrill hat das B2B-Magazin „Hearth & Home“ Heston Blumenthal mit dem „Vesta Gold“-Award ausgezeichnet. Montargo-Vertriebsleiter Muhammad Aktas (r.) präsentierte dem Publikum in Kassel die Trophäe.



Wenn Vorzüge verschmelzen: Der „Fusion“ ist ein Holzkohlegrill mit elektrischem Anzünder.



potenziellen Handelspartner kontaktiert. Verträge sind unter anderem mit 360°BBQ in Frankfurt und dem Gartencenter Seebauer in München zustande gekommen. Nicht nur Gartencenter und der Garten-Fachhandel, sondern auch der stationäre Möbelhandel mit Outdoor-Segment sowie Online-shops sollen angesprochen werden. „Die Ware eignet sich für alle, die Grill-affin sind oder einsteigen wollen“, sagt der Vertriebsleiter.

Das aktuelle Sortiment, dessen Prototypen Heston Blumenthal und seine Koch-Crew im Restaurant „The Fat Duck“ testeten, besteht aus drei Holzkohle-, zwei Gasgrills sowie entsprechendem Zubehör. Zahlreiche weitere Innovationen werden bereits zur nächsten Weltleitmesse „spoga“ in Köln präsentiert. Dass die Produkte gut ankommen, zeigte sich erst kürzlich in den USA, wo das australische Team von Everdure auf Nordamerikas größter BBQ-Leitmesse HPB Expo

für den „Hub“-Holzkohlegrill mit dem „Vesta Gold“-Award ausgezeichnet wurde. Neben Australien, den USA und jetzt Deutschland gibt es die Marke in Neuseeland, Großbritannien, Dänemark, Frankreich, Italien, Benelux uvm. zu kaufen.

„In über 20 Jahren intensiver Forschung in der Küche habe ich gelernt, das Beste aus allen Zutaten herauszuholen. Meine Erfahrungen sind in das Design dieser Grills eingeflossen“, erklärt der Starkoch im Anschluss und spricht darüber, wie Jacques Chirac die britische Küche einst als die schlechteste der Welt bezeichnete und wie er selbst – vermutlich gerade deshalb – seine Liebe zum Kochen entdeckte. Die Entwicklung der Grill-Serie in Zusammenarbeit mit Everdure bedeutet dem Gourmet-Spezialisten sehr viel, denn das Grillen über Holzkohle weckte schon früh seinen Forscherinstinkt. Schließlich sei die Evolution des Menschen größtenteils der Entdeckung des Feuers

zu verdanken und beim Holzkohlegrillen komme es sehr auf die Beherrschung der Hitze und des Feuers an. „Ich wollte ein bisschen von der unglaublichen Technologie und dem Glanz, den wir aus Luxusküchen kennen, nach draußen in den Garten bringen“, beschreibt Blumenthal den Ansatz bei der Entwicklung des Sortiments.

Gerade bei dem offenen Grillen über Holzkohle werden alle Sinne intensiv angesprochen. Sehen, riechen, schmecken – der multisensorische Genuss steht absolut im Fokus, ähnlich wie in einer Sterne-Küche.

Während der Veranstaltung präsentierte die Montargo GmbH alle BBQ-Produkte auf einer Sonderfläche. Ganz vorne standen der „Hub“ und der „Fusion“, die beide mit Holzkohle heizen. Die Geräte verfügen über einen elektrischen Anzünder. Dank des Fast-Flame-Ignition-Systems, das mit einer Heizspirale arbeitet, bringen End-

verbraucher die Holzkohle per Knopfdruck und innerhalb von knapp zehn Minuten auf die richtige Temperatur. Außerdem sind die Holzkohlegrills mit einer integrierten, ausfahrbaren Rotisserie ausgestattet. Aufgrund der patentierten Rotiscopes-Technologie lassen sich beide Säulen ausfahren und in drei verschiedenen Höhen arretieren.

Aufgrund des umfangreichen Stauraums sowie der Warmhalte-möglichkeiten im eingebauten Unterschrank eignet sich der „Hub“ nicht nur für große Grill-Events, sondern auch für anspruchsvolle Griller, die sich an mehrgängigen Menüs versuchen möchten. Der „Fusion“, der seinen Namen wegen der innovativen Kombination von Holzkohle und Elektrizität bekam, wird mit stabilen Füßen und dazugehörigem Tisch geliefert. Außerdem zählt der tragbare „Cube“ zur Holzkohle-Kollektion. Im Gegensatz zum „Hub“ und „Fusion“ bekommen

Endverbraucher das Gerät nicht nur in Graphite, sondern auch in Khaki, Stone und Orange. Sicherheitsverriegelungen und hitzeisolierte Griffe sorgen für praktischen Tragekomfort. „Der perfekte Grill-to-go, wo immer Sie ihr Weg hinführt. Die Idee lautet, das Holzkohlegrillen ganz bequem mobil zu machen“, erklärte Blumenthal. Zahlreiche Accessoires wie Schürzen, Tragetaschen, Handschuhe, Kohleimer und vieles mehr runden das Angebot ab.

Auch für den Gasgrill schlägt das Herz des Starkochs, denn die Geräte sind einfach zu bedienen und schnell einsatzbereit. Für „Everdure by Heston Blumenthal“ hat der Drei-Sterne-Koch zwei Modelle dieser Art entworfen. „In der Küche unseres Restaurants ‚The Fat Duck‘ ist die perfekte Kontrolle über die Gasflamme essenziell“, so Blumenthal.

Grillbereit in gerade mal drei Minuten überzeugen der „Furnace“ mit Drei-Brenner- und der „Force“ mit Zwei-Brenner-Technologie mit besonders starker Leistung. Die Brenner lassen sich per Fingerspitzen regulieren. Beide Gasgrills gibt es in vier Farben. Den „Furnace“ in Mint, Orange, Stone und Graphite und den „Force“ in Red, Mint, Stone und Graphite. So können Kunden ihren Designer-Grill im passenden Ton für ihr grünes Wohnzimmer wählen.

Nach der Produktpräsentation hieß es in Kassel: Showtime. Drei Köche aus „The Fat Duck“ stellten ihr Können unter Beweis und bereiteten auf den „Everdure by Heston Blumenthal“-Grills leckere Gerichte zu. Die Besucher speisten im Stehen oder zogen sich an einen der glamourös eingedeckten Tische in der Brüderkirche zurück. Die Resonanz auf das Programm des Abends fiel alles in allem sehr positiv aus. Viele der Anwesenden lobten die Geschichte hinter den Produkten. Das sei ein Alleinstellungsmerkmal, worauf die Endverbraucher gut reagieren. „Gute Qualität verkauft sich gut“, hieß es an einigen Tischen. Die Holzkohle- und Gasgrills hätten großes Potenzial für den deutschen Markt. Im Anschluss startete die After-Show-Party bis in die frühen Morgenstunden.

SARAH SCHÄDLER

www.everdurebyheston.de



Heston Blumenthal im Interview

## „Auf die Kruste kommt es an“

Während der Deutschlandpremiere seiner Grill-Marke „Everdure by Heston Blumenthal“ stellte sich der Starkoch den Fragen der „möbel kultur“ und erklärte, was das Grillen für ihn so besonders macht.

**1 Herr Blumenthal, Sie sind ein Drei-Sterne-Koch. Warum haben Sie sich dazu entschieden, ein Grill-Sortiment zu entwerfen?**

**Heston Blumenthal:** Erstens bin ich ein Mann. (lacht) Aber im Ernst, für mich spielt Feuer eine große Rolle. Es fasziniert mich. Als Kind hatte ich im Garten meiner Eltern ein Zelt und habe dort Steine aneinandergeschlagen, um ein Feuer zu machen. Damals wusste ich noch nicht, wie wichtig diese frühe, kindliche Interaktion mit Feuer für mich war.

**2 Und wie hat sich Ihre Leidenschaft fürs Kochen über offenem Feuer weiterentwickelt?**

**Heston Blumenthal:** Vor gut zwanzig Jahren habe ich angefangen, mit einer Marinierspritze zu kochen und war nahezu besessen. Es war so kompliziert! Alle Säfte blieben erhalten, was ich großartig fand. Aber was mir fehlte, war diese zarte, braune Kruste. 1984 las ich das Buch „The Science of Cooking“ von Harold McGee. Dort hieß es, beim Anrösten von Fleisch gehen die Säfte verloren, was gegen alles sprach, was mir bis dahin bekannt war. McGee sagte, wenn die Säfte erhalten bleiben, ist es unmöglich, ein durchgegartes, braunes Steak zu bekommen. Ich dachte darüber nach und habe angefangen zu experimentieren. Beim

Grillen mit Kohle kannst du keinen Knopf drücken, um es zu reduzieren, also musst du dir anders helfen.

**3 Welche Botschaft wollen Sie mit „Everdure by Heston Blumenthal“ vermitteln?**

**Heston Blumenthal:** Zunächst einmal, dass sich die Bedeutung des Kochens verändert hat. Viele Küchen sehen heute anders aus. Früher schaute man beim Kochen häufig gegen die Wand. Heute gestalten die Menschen ihre Küche viel zentraler, weil sie zu einem Ort der Gemeinschaft geworden ist. Es gibt Kochshows im Fernsehen und unzählige -bücher, das Geschäft explodiert buchstäblich. Außerdem ist Kochen das Einzige, was wir bewusst tun müssen, um am Leben zu bleiben. Auch das Grillen liegt uns im Blut. Bei der kindlichen Interaktion mit dem Lagerfeuer fängt es an. Allein die Holzkohle zu berühren, um einen Grill anzuzünden. Die Elektrizität erwärmt das Holz, aber Naturmaterialien werden trotzdem gebraucht. Dieses archaische Erlebnis, wenn es knistert und dann den Duft des Grillguts zu riechen, sodass einem das Wasser im Mund zusammenläuft. Wie in einer 3-Michelin-Sterne-Küche steht bei meinem Grill-sortiment der multisensorische Genuss im Fokus.

SARAH SCHÄDLER