

Medien-Information
02. Mai 2019

ECKART 2019 geht mit neuem Format nach Wien.

BMW Group und Eckart Witzigmann starten in Wien das erste foodlab.

München. Die BMW Group und Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann erweitern ihr gemeinsames Engagement für Kochkunst, bewussten Genuss und soziale Verantwortung: Im achten Jahr der Kooperation wird neben der Verleihung des renommierten internationalen Eckart Witzigmann Preises zum ersten Mal ein ECKART foodlab veranstaltet. „Das Produkt ist der Star“ – unter diesem Motto informiert der eintägige Event mit Messe-Charakter in der Schönbrunner Orangerie über vielfältige Aspekte des guten Essens. Marktstände mit ausgesuchten Produkten aus ganz Österreich und der internationalen Alpenregion verleiten dazu, neues Wissen in die Tat umsetzen.

„Unsere Partnerschaft mit der Eckart Academy beruht auf dem gemeinsamen Ziel, gesunde Ernährung, nachhaltige Kulinarik und den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen zu fördern“, sagt Dr. Nicolas Peter, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen, und Schirmherr des ECKART. „Mit dem ECKART foodlab rufen wir ein modernes Format ins Leben, mit dem wir ein breiteres Publikum ansprechen möchten.“

Eckart Witzigmann erklärt die Idee hinter dem foodlab: „Nachhaltigkeit, Qualität und Verantwortung in der Ernährung waren mir schon immer wichtig. Aber was bedeutet das für jeden konkret? Mit dem foodlab wollen wir eine Plattform etablieren und mehr Aufmerksamkeit und Breitenwirkung gewinnen. Dem guten, verantwortungsvoll zubereiteten Essen zum Durchbruch verhelfen – das ist unser Ziel. Gemeinsam mit der BMW Group entwickeln und fördern wir Ideen und stellen sicher, dass sich wirklich etwas verändert.“

Das ECKART foodlab #1 unter dem Titel „Das Produkt ist der Star – die Erdung der Avantgarde“ widmet sich den Fragen: Was ist gutes Essen? Gibt es gutes Essen ohne schlechtes Gewissen? Helfen den Verbrauchern Etiketten wie Bio, saisonal oder regional? „Die Praxis entscheidet“, sagt Eckart Witzigmann. „Wichtiger als ab und an gut essen zu gehen ist es, selbst zu kochen.“ Das erste ECKART foodlab testet Antworten in Theorie und Praxis, in kleinen Workshops oder Diskussionsrunden mit spannenden Persönlichkeiten aus der Gastronomieszene. Der Kompass bei dieser Erkundung ist das gern zitierte und selten umgesetzte Credo des Jahrhundertkochs Witzigmann: „Das Produkt ist der Star!“ Die „Wiener Küche“ und das „Kulinarische Erbe der Alpen“ mit einem Produzentenmarkt liefern Anschauungsmaterial für erste Antworten. Eckart Witzigmann ergänzt: „Das Größte für einen Gastronomen ist seit jeher, seine Produzenten zu kennen.

Wenn man ihnen mitteilen kann, was gut und was vielleicht nicht so gut war und welche Produkte man gerne hätte.“ Weitere Informationen und Tickets zur Veranstaltung sind zu finden unter <https://eckart-foodlab.com>.

Am Vorabend des ECKART foodlab #1 werden Preise in den Kategorien „Große Koch-Kunst“ und „Lebenskultur“ verliehen, die von der BMW Group wie bisher mit je 50.000€ dotiert sind. Mit diesen Geldern werden im Namen der Preisträger soziale oder nachhaltige Projekte finanziert. Die Änderung bei den Kategorien und den Formatwechsel erklärt die ECKART Jury wie folgt: „Die Erweiterung des ECKART 2019 durch das eintägige foodlab #1 mit rund 100 Akteuren und bis zu 300 Teilnehmern bedeutet eine neue gesellschaftliche wie kommunikative Öffnung des bisherigen, bereits seit 15 Jahren erfolgreichen Formates. Vor allem Nachwuchs-Talente aus Gastronomie und Lebensmittel-Handwerk werden hierbei in einen kreativen Dialog gesetzt.“

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24
5020 Salzburg
Tel. +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2
4400 Steyr
Tel. +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>