

Presse-Information  
3. Juli 2014

## **BMW Group geht mit ECKART ins dritte Jahr** **Verleihung des ECKART 2014 im BMW Museum** **Vertiefung des Know-how-Transfers in 2014**

**München.** Die BMW Group und der Internationale Eckart Witzigmann Preis setzen ihr gemeinsames Engagement im dritten Jahr fort. Im Oktober erfolgt die Verleihung des ECKART 2014 in den Kategorien „Große Kochkunst“, „Innovation“ und „Lebenskultur“. Außerdem wird wieder der im vergangenen Jahr ins Leben gerufene Förderpreis für „Kreative Verantwortung und Genuss“ vergeben. Die Verleihung und das anschließende Gala-Diner finden im BMW Museum statt. Auch auf inhaltlicher Ebene wird die Kooperation weiter ausgebaut. Nach gemeinsam veranstalteten Symposien zur Gemeinschaftsverpflegung 2012 und zum Thema Streetfood 2013 soll in diesem Jahr erläutert werden, wie ein konkreter Know-How-Transfer von der Spitzenküche in die Betriebsgastronomie funktionieren kann.

„Hochwertige Lebensmittel“, so Eckart Witzigmann, Jahrhundert-Koch und Namensgeber des internationalen Preises ECKART, „sind die Basis für eine gute Küche. So selbstverständlich dies erscheinen mag, die Umsetzung in der Praxis erweist sich immer wieder als Herausforderung – in der Spitzengastronomie und im Alltag. Zukünftig möchte ich unsere Preisträgerinnen und Preisträger noch mehr dazu gewinnen, innovative und zukunftsweisende Erkenntnisse der Koch-, Ernährungs- und Lebenskultur auch der Allgemeinheit bekannt und bewusst zu machen.“

Methoden der Spitzengastronomie lassen sich in der Tat selten eins zu eins in den Alltag, etwa in die Betriebsgastronomie, übertragen. Während Spitzenköche pro Abend maximal einige Hundert Teller zubereiten, gehen in der Betriebsgastronomie täglich Tausende von Portionen über den Tresen. „Die Betriebsgastronomie“, so Martin Straubinger, Leiter der BMW Group Betriebsgastronomie, „arbeitet unter völlig anderen Bedingungen als etwa die Sterneküche. Aber in den letzten beiden Jahren haben wir gelernt, dass es eine Reihe von Erkenntnissen gibt, die sich übertragen lassen. In der BMW Betriebsgastronomie legen wir großen Wert darauf, den Mitarbeitern jeden Tag ein ausgewogenes Angebot an frisch zubereiteten Speisen anzubieten. Dafür verwenden wir regionale, qualitativ hochwertige Zutaten von langjährigen Lieferanten. So beziehen wir zum Beispiel Wurstwaren und Kartoffeln aus Oberbayern sowie Obst und einige weiteren Gemüsesorten aus Niederbayern.“

## Presse-Information

Datum 3. Juli 2014

Thema BMW Group geht mit ECKART ins dritte Jahr

Seite 2

Bei einem global agierenden Unternehmen wie der BMW Group gibt es zudem zahlreiche regionale und kulturelle Besonderheiten, die an den jeweiligen Standorten auch in der Küche zu berücksichtigen sind. Ein Ansatzpunkt für den Know-how-Transfer sind etwa neue, bisher in der Betriebsgastronomie wenig bekannte regionale Zutaten, wie sie zum Beispiel der letztjährige Träger des Preises für „Kreative Verantwortung und Genuss“, der brasilianische Spitzenkoch Alex Atala, in seiner Küche nutzt. So könnten solche Erkenntnisse beispielsweise die Betriebsgastronomie des im Bau befindlichen neuen BMW Werkes in Brasilien bereichern.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Daria Gotto-Nikitina, Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation,  
Pressesprecherin Marketing und BMW Welt  
Phone: +49-89-382-60340  
mailto: Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation  
Phone: +49 89 382-24544  
mailto: Nikolai.Glies@bmw.de  
Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)  
E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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](http://www.bmwgroup.com)

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

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>