

Presse-Information
22. Juni 2016

Von der Theorie zur Praxis – Witzigmann Symposium 2016 **BMW Group und Witzigmann Academy verstärken** **Engagement für nachhaltige Betriebsgastronomie**

München. Die BMW Group und die Witzigmann Academy setzen ihre Zusammenarbeit für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung in Kochkunst und Ernährung fort. Bereits seit 2012 haben sich die Kooperationspartner in mehreren Symposien und Exkursionen mit verschiedenen Aspekten und aktuellen Entwicklungen der Spitzengastronomie befasst und intensiv ihre Bedeutung für die Ernährung im Alltag diskutiert. Auch die Umsetzung in der Betriebsgastronomie war Thema. Was sich hier bereits bei der BMW Group getan hat und welche Herausforderungen nachhaltige Ernährung an alle Beteiligten in der Kette vom Erzeuger bis zum Verbraucher stellt, diskutieren Experten beim Witzigmann Symposium am 28.06.2016 im BMW Museum in München.

Verantwortung in allen Bereichen

Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG und Schirmherr der Kooperation, betont, wie wichtig das Thema „gesundes Essen“ für die BMW Group ist: „Unser Qualitätsanspruch zieht sich durch alle Unternehmensbereiche. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern möchten wir in unseren Betriebsrestaurants ein gesundes, abwechslungsreiches und qualitativ hochwertiges Essen anbieten. Die verantwortungsvolle Herstellung und die regionale Produktion der Lebensmittel spielen dabei eine immer größere Rolle.“

Martin Straubinger, Leiter der BMW Group Betriebsgastronomie, berichtet über die Umsetzung des Pilotprojektes „NAHtürlich“ der BMW Group. Den Mitarbeitern im Forschungs- und Innovationszentrum in München stehen seit Anfang des Monats an einer eigenen Kochinsel täglich Gerichte aus nachhaltig hergestellten Zutaten zur Auswahl. Der Schwerpunkt liegt dabei auf saisonalen und regionalen Produkten. Damit verstärkt die BMW Group zusammen mit der Witzigmann Akademie konsequent ihr Engagement für eine nachhaltige und verantwortungsvolle Gemeinschaftsgastronomie.

EINE KOOPERATION DER WITZIGMANN ACADEMY UND DER BMW GROUP.

**BMW
GROUP**

Schon seit Jahren achtet die BMW Group verstärkt auf Frische und Qualität in ihren Betriebsrestaurants.

Diskussion mit Experten

Neben der BMW Group kommen dabei auch Experten aus allen Bereichen der Betriebsgastronomie vom Erzeuger bis hin zum Verbraucher zu Wort.

Nicht selten stehen grundsätzliche Vorbehalte einer Zusammenarbeit im Weg. Die Anbieter nachhaltiger Produkte sind oftmals Kleinbetriebe, die häufig meinen, gegen die Verhandlungsmacht eines Großeinkäufers kaum eine Chance zu haben. Anton Holzinger von der Bio-Käserei Zurwies vertritt beim Symposium die Sicht eines „kleinen“ Lieferanten. Rudolf Bühler, Vorstandsvorsitzender Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall e.V., stellt zudem sein innovatives Konzept vor, bei dem er die Kraft zahlreicher Kleinbetriebe gebündelt hat. Die BMW Group sucht hier zusammen mit der Witzigmann Academy den aktiven Dialog.

„Die BMW Group ist sich ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung bewusst“, so Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG. „Mit der Witzigmann Akademie haben wir einen kompetenten Partner, mit dem wir im intensiven Austausch unsere Betriebsgastronomie noch besser, gesünder und nachhaltiger machen.“

Die Witzigmann Academy unterstützt die BMW Group mit ihrer Expertise bei der Umsetzung des Pilotprojektes. „Für mich“, so Eckart Witzigmann, „ist das Produkt der Star. Und nicht“, wie er hinzufügt, „der Koch. Ich freue mich sehr, dass die BMW Group dieses Credo jetzt mit noch größerem Engagement umsetzt.“

ECKART, Witzigmann Akademie und BMW Group

Der internationale Eckart Witzigmann Preis ist eine der bedeutendsten Ehrungen für herausragende Verdienste um Kochkunst und Esskultur: Mit dem ECKART würdigt Eckart Witzigmann, als „Koch des Jahrhunderts“ geehrt, seit dem Jahr 2004 einzigartige Leistungen der Kochkunst und das besondere Engagement in dem facettenreichen Themenkreis der Lebenskultur. In Partnerschaft mit der BMW Group vergibt die Witzigmann Akademie jährlich die Preise in den Kategorien „Große Koch-Kunst“, „Innovation“ und „Lebenskultur“. Seit dem Jahr 2013 gibt es zudem einen ECKART für „Kreative Verantwortung und Genuss“, dotiert von der BMW Group mit 10.000 Euro.

Zu den bisherigen Preisträgern gehören Daniel Boulud (New York City), HRH Prince Charles of Wales (Highgrove), Elena Arzak (San Sebastian), Anne-Sophie Pic (Valence), Harald Wohlfahrt (Tonbach), Dieter Kosslick (Berlin), Ferran Adrià (Barcelona), Marc Haeberlin (Illhaeusern), Joël Robuchon (Paris), Alex Atala (Sao Paulo), Jon Rose (Los Angeles), Mick Hucknall (Manchester) u.v.a.

Darüber hinaus wird jährlich ein Symposium zu einem gastronomischen Thema veranstaltet.

Für die BMW Group ist Nachhaltigkeit seit vielen Jahren fester Bestandteil der Unternehmensstrategie und nachhaltiges Wirtschaften ist als Unternehmensziel auf Konzernebene verankert: von der Entwicklung kraftstoffsparender und alternativer Fahrzeugkonzepte über umweltschonende Produktionsprozesse bis hin zu umweltfreundlichen Recyclingverfahren. Nachhaltiges Denken und Handeln beeinflusst bei der BMW Group nicht nur das Produkt, sondern auch die gesamte Wertschöpfungskette. In sämtlichen Unternehmensbereichen geht es dabei um die sinnvolle und verantwortungsvolle Verwendung von Energie und Rohstoffen.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Julian Hetzenecker, BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation

Tel.: +49-89-382-39229

E-Mail: julian.hetzenecker@bmw.de

E-Mail: presse@bmw.de

Internet: www.press.bmw.de

Presse-Kontakt Witzigmann Academy

Otto Geisel

Lachner-Straße 18

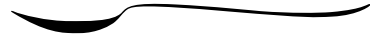
80639 München

Phone: +49 89 139 260 26

office@ottogeisel.de

Weitere Informationen zum Eckart Witzigmann Preis finden Sie unter:

www.eckart-witzigmann-preis.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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>

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