

Presse-Information
Juli 2016

Witzigmann Symposium 2016: BMW Group und Witzigmann Academy stellen Pilotprojekt „NAHtürlich“ vor Der neue Wert der Gemeinschaftsverpflegung

München. Das diesjährige Witzigmann Symposium der BMW Group und der Witzigmann Academy im BMW Museum stand ganz im Zeichen des Wissenstransfers: Wie kann das Wissen um eine moderne, verantwortungsvolle Ernährung aus der Spitzengastronomie auch in der Gemeinschaftsverpflegung und vor allem in der Betriebsgastronomie zur Anwendung kommen? Welche Herausforderungen stellen sich an alle Prozessbeteiligten, an Lieferanten, an Köche bis hin zur Logistik? Die BMW Group und die Witzigmann Academy gaben Einblick in bereits Erreichtes, zogen ein erstes Resümee zu dem Pilotprojekt „NAHtürlich“ und stellten die Ergebnisse offen zur Diskussion. Das Witzigmann Symposium 2016 ist dabei Teil der Kooperation zwischen der Witzigmann Academy und der BMW Group, die sich der Förderung von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung in Kochkunst und Ernährung verschrieben hat.

Eckart Witzigmann, Koch des Jahrhunderts und Gründer der Witzigmann Academy brachte es während des Symposiums auf den Punkt: „In der Theorie ist man sich schnell einig, was gesundes und verantwortungsvolles Essen ausmacht. Die eigentliche Herausforderung ist die praktische Umsetzung im großen Stil“. Die BMW Group betreibt alleine in Deutschland und Österreich 41 Betriebsrestaurants und Bistros, davon 22 am Standort München. Täglich werden so 47.000 Mahlzeiten ausgegeben, davon 10.000 im Forschungs- und Innovationszentrum im Münchener Norden. Die logistischen und organisatorischen Herausforderungen sind hier enorm. In einem ersten Pilotprojekt versucht die BMW Group, mit Beratung der Witzigmann Academy, neue Wege in der Betriebsgastronomie zu gehen.

„NAHtürlich“, das Pilotprojekt der BMW Group Gastronomie, erweitert den Speiseplan der BMW Group Mitarbeiter um innovative, regionale und saisonale Gerichte. Der Erhalt und die Förderung der Gesundheit und der langfristigen Leistungsfähigkeit der BMW Group

EINE KOOPERATION DER WITZIGMANN ACADEMY UND DER BMW GROUP.

Mitarbeiter, aber auch die Verantwortung der Gesellschaft und der Umwelt gegenüber, stehen hier im Mittelpunkt. Mit einer verstärkten Auseinandersetzung der BMW Group Gastronomie mit dem Thema Nachhaltigkeit sollen damit letztlich auch die Mitarbeiterzufriedenheit und die Arbeitgeberattraktivität gesteigert werden.

„Der Trend zu mehr Saisonalität und Regionalität in der Gesellschaft ist ungebrochen. Die verantwortungsvolle Herstellung und regionale Produktion der Lebensmittel spielen eine immer größere Rolle“, unterstreicht Dr. Friedrich Eichiner, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen, und Schirmherr der Kooperation. „Auch in der Gemeinschaftsgastronomie hat ein Umdenken stattgefunden. Die BMW Group ist sich ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung bewusst. Wir haben uns viele Gedanken gemacht, wie wir ökologisch und nachhaltig erzeugte Lebensmittel noch stärker in die Gemeinschaftsverpflegung integrieren können.“

Konkret steht den BMW Group Mitarbeitern im Forschungs- und Innovationszentrum in München seit Anfang Juni eine Essensstation zur Verfügung, an der ausschließlich Gerichte mit Produkten aus regionalem und saisonalem Anbau sowie aus artgerechter Tierhaltung und bestandserhaltender Fischerei angeboten werden. „Bereits jetzt übertrifft die Nachfrage unsere Erwartungen“, so Martin Straubinger, Leiter der BMW Group Betriebsgastronomie. „Statt der erwarteten 700 Essen täglich, sind wir jetzt bereits bei über 800. Für uns ist das eine sehr positive Erfahrung, die zeigt, dass der verantwortungsvolle Umgang mit Lebensmitteln bei den Menschen hoch geschätzt wird.“

Die Pilotphase von „NAHtürlich“ wird noch bis Ende des Jahres andauern. Schon jetzt zeigen sich erste Erfolge, aber auch die Herausforderungen des Projekts. Das große Volumen an Mahlzeiten, die hohen Kriterien an Verfügbarkeit der Produkte und die Logistik stellen vor allem kleinere Lieferanten häufig vor neue Herausforderungen.

Rudolf Bühler, Vorstandsvorsitzender Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall e.V., stellte dazu sein Konzept vor, bei dem er die Kraft zahlreicher Kleinbetriebe gebündelt hat. Die Bio-Käserei Zurwies von Anton Holzinger war ein Beispiel, das die funktionierende Zusammenarbeit eines „kleinen“ Lieferanten mit der BMW Group für alle Beteiligten einen Mehrwert schaffen kann.

Die Witzigmann Academy unterstützt die BMW Group mit ihrer Expertise bei der Umsetzung des Pilotprojektes „NAHtürlich“.

ECKART, Witzigmann Academy 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>