

Presse-Information
23. Mai 2019

Die Küche der Zukunft

Die BMW Group und Eckart Witzigmann blicken auf das erste erfolgreiche foodlab in Wien mit über 350 Teilnehmern zurück

München/Wien. „Was bedeutet gutes, verantwortungsvoll zubereitetes Essen?“ Über die vielfältigen Aspekte dieser Fragestellung diskutierten am Montag in der Schönbrunner Orangerie in Wien hochkarätige Vertreter der Gastronomiebranche in mehreren Panels. Anschließend haben die Teilnehmer des ersten ECKART foodlabs ihr Wissen beim Produzenten-Markt mit ausgesuchten Produkten aus ganz Österreich und der internationalen Alpenregion ausgetauscht und in die Praxis umgesetzt.

In seiner Eröffnungsrede im Plenum der Schönbrunner Orangerie sagte Eckart Witzigmann: „Wir müssen auf die Fragen unserer Zeit angemessene Antworten finden.“ Wolfgang Puck und Franck Giovannini, Preisträger des diesjährigen ECKART, die am Abend zuvor geehrt wurden, diskutierten mit Eckart Witzigmann über die große Küche der Gegenwart. „Wir brauchen die Avantgarde, um Dinge weiterzubringen“, war das Fazit der hochkarätigen Runde.

„Das Produkt ist der Star“ – unter diesem Motto informierten mehrere Workshops über einzigartige Produkte aus der Alpenregion - ob über die Zitrusvielfalt, die seit Jahrhunderten in der Schönbrunner Orangerie gezüchtet wird, oder 24 Mio. Jahre alte Getreidearten, vielfältige Käsesorten aus dem Alpenraum oder Honigjahrgänge aus den letzten 30 Jahren. Zur Eröffnung des Produzenten-Marktes äußerte sich Maximilian Schöberl, Leiter Konzernkommunikation und Politik und Generalbevollmächtigter der BMW AG: „Ganz getreu unseres Mottos „Das Produkt ist der Star“ haben wir Lebensmittelproduzenten aus der ganzen Region eingeladen. Hohe Qualität, keine langen Transportwege und nachhaltige Produktion. So stelle ich mir die perfekten Produkte vor.“

In der Abschlussdiskussion des ECKART foodlab #1 stellten Protagonisten ihre Ideen vor, wie die Küche der Zukunft aussehen wird. Rainer Nowak, Chefredakteur Die Presse, zog das Fazit: „Die Küche der Zukunft soll pädagogischer, gesünder, regionaler und weiblicher werden.“ Einen konkreten Auftrag der gehobenen Gastronomie für die Zukunft sieht Anna

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 60340

Internet:
www.bmwgroup.com

DIE ECKART ACADEMY IN PARTNERSCHAFT MIT DER BMW GROUP.

BMW
GROUP



Media Information
Datum 23. Mai 2019
Thema Die Küche der Zukunft
Seite 2

Haumer, Spitzenköchin aus Wien: „Die Küche hat eine Erziehungsaufgabe. Kochen mit Kindern ist wichtig, damit sie wissen, wie und aus welchen Zutaten das zubereitet wird, was auf den Tisch kommt.“ Heinz Reitbauer vom Steirereck präsentierte seine Vision der Sterne-Kulinistik: „Es ist wichtig, ein eigenes Profil zu kreieren. Wir wollen Gäste verzaubern und Geschichten erzählen. Wir bestimmen die Kulturlandschaft mit.“

Das Thema Gemeinschaftsverpflegung wurde auch ausführlich beleuchtet. Große Küchen müssen heutzutage den Spagat zwischen Versorgungspflicht und verantwortungsvoller Ernährung schaffen, so der Tenor der Runde. „Gute Betriebsgastronomie ist ein Image-Faktor“, sagte Maximilian Schöberl. „Überall auf der Welt bieten wir unseren Mitarbeitern gleich hohe Standards an. Wir setzen auf Regionalität und open kitchen. Und wir wollen mit unseren Informationskampagnen bei den Mitarbeitern das Bewusstsein für gutes Essen schärfen und dabei auch ihre Familien mitnehmen.“

Alois Adlberger, Leiter BMW Group Betriebsgastronomie Steyr, ergänzt: „Die BMW Group ist am Umsatz gemessen eines der zehn größten Unternehmen in Österreich und hat ein Einkaufsvolumen von 1,8 Mrd. EUR jährlich bei heimischen Lieferanten. Unsere Gastronomie im Werk Steyr leistet dazu einen wichtigen Beitrag. Wir beziehen schon heute über 80% unserer Lebensmittel aus der Region rund ums Werk.“ Qualität und Frische stehen natürlich im direkten Zusammenhang mit Geschmack. Getreu dem Titel der Diskussion „Klasse versus Masse“ ergänzt Adlberger: „Bei uns steht Genuss im Vordergrund. Das lernen wir von der Spitzengastronomie.“

Der ECKART

Die BMW Group und die ECKART Academy sind seit 2012 Partner und verleihen gemeinschaftlich den Internationalen Eckart Witzigmann Preis für herausragende Leistungen in der Gastronomieszene und über diese hinaus. Die Partnerschaft basiert auf dem gemeinsamen Ziel, sich für gesunde Ernährung, nachhaltige Kulinarik und den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen einzusetzen. Zu den bisherigen Preisträgern gehören Daniel Boulud, HRH Charles Prince of Wales, Elena Arzak, Anne-Sophie Pic, Harald Wohlfahrt, Dieter Kosslick, Ferran Adrià, Marc Haeberlin, Joël

Media Information

Datum 23. Mai 2019
Thema Die Küche der Zukunft
Seite 3

Robuchon, Alex Atala, Jon Rose, Mick Hucknall, Massimo Bottura, Dominique Crenn, Andreas Caminada, Tiffany Persons, María Marte, Alain Ducasse, u.v.a.

Der Award für nachhaltigen Genuss und soziale Verantwortung wurde am 19. Mai 2019 in feierlichem Rahmen in Wien verliehen.

BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Daria Nikitina, Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 89 382-60340, Fax: +49 89 382-24418
Email: Daria.Nikitina@bmw.de

Mathias Schmidt, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418
Email: Mathias.M.Schmidt@bmw.de

Internet: www.press.bmw.de
E-mail: presse@bmwgroup.com

ECKART Academy, Geschäftsführung

vertreten durch: Otto Geisel
Tel.: +49 (0)89 139 260 26, Mobil: +49 (0)151 65533070
Email: office@ottogeisel.de

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/bmwgroup/>