



BMW Group geht mit ECKART ins dritte Jahr

BMW Group geht mit ECKART ins dritte Jahr
Verleihung des ECKART 2014 im BMW Museum
Vertiefung des Know-how-Transfers in 2014
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 Sternküche. 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."
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
E-Mail: 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
Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: http://twitter.com/BMWGroup
YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview
Google+: http://googleplus.bmwgroup.com

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.