

# Hintergrundinformation

Marketinginitiative vor dem Start

„NRW kulinarisch“ –  
ein Gemeinschaftsprojekt von  
Tourismus, Gastgewerbe und  
Landwirtschaft

**Düsseldorf, 11. Dezember 2002**

Das Land Nordrhein-Westfalen im touristischen Wettbewerb zu stärken, ist das Ziel einer Marketingaktion, in deren Mittelpunkt das Thema Essen und Trinken steht. Um dieses Ziel zu erreichen, haben sich Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V., DEHOGA Gastgewerbe Nordrhein-Westfalen e.V. und Agrar-Genuss-Marketing Nordrhein-Westfalen e.V. zu einer Initiative zusammen gefunden, die „NRW kulinarisch“ in die Praxis umsetzen soll. Die Vorbereitungen dazu sind soweit abgeschlossen, dass Mitte Dezember der Startschuss gegeben werden kann.

## Landesweite Qualitätsmarke

„NRW kulinarisch“ ist die landesweite Dachmarke, die als Qualitäts- und Gütesiegel die regionale Küche auf der Basis regionaler Produkte in den Mittelpunkt des Interesses stellt. Teilnehmen können gastronomische Betriebe im Lande, die unter anderem einen Schwerpunkt im Bereich der regionalen Küche nachweisen, Produkte aus der einheimischen Erzeugung verarbeiten und qualitativ als etablierter Bestandteil des gastronomischen Gesamtangebots gelten. Landwirtschaftliche Betriebe müssen mit ihren Ernte-Erzeugnissen den jeweilig geltenden deutschen lebensmittelrechtlichen Bestimmungen entsprechen; die eingesetzten Futtermittel für die tierische Erzeugung müssen überwiegend aus eigenem Anbau, mindestens aber aus Nordrhein-Westfalen stammen.

Auf diese Weise sollen auch Impulse für die Weiterentwicklung regionaler gastronomischer Angebote in NRW gegeben werden; zudem erhalten die Betriebe durch die Teilnahme an der landesweiten Marketingaktion eine weitere Chance, sich am



schwieriger gewordenen Markt zu behaupten. Nicht zuletzt erhoffen sich die Initiatoren eine Belebung für den Markt von Gastronomie und Landwirtschaft in Nordrhein-Westfalen.

### **Acht Projektpartner**

Um „NRW kulinarisch“ in die Praxis umzusetzen, wurde im Sommer dieses Jahres ein Marketingverein („NRW kulinarisch Marketing e.V.“) gegründet. Dessen Aufgabe: Entwicklung der einzelnen Bausteine der Marketingkampagne, Weiterentwicklung aller für das Projekt notwendigen Maßnahmen, vor allem im Marketing- und Vertriebsbereich, und schließlich – siehe oben – die Umsetzung des Maßnahmenkatalogs. Die Projektpartner: Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V., DEHOGA Gastgewerbe Nordrhein-Westfalen e.V., Agrar-Genuss-Marketing Nordrhein-Westfalen e.V., Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe, Landwirtschaftskammer Rheinland, Verband Rheinisch-Westfälischer Brauereien e.V., Verlagsanstalt Handwerk GmbH („Gastgewerbe Magazin“), Landwirtschaft-Verlag GmbH.

### **140 Betriebe – Logo für gute Küche**

Der Start der Aktion ist für Mitte Dezember vorgesehen – mit landesweit zunächst 100 Betrieben aus der Gastronomie und 40 aus der Landwirtschaft. Diese Teilnehmerzahlen sind mittlerweile erreicht. Geplant ist, diese Zahlen im Laufe des nächsten Jahres zu verdoppeln.

Die Teilnahme an der Aktion ist kostenpflichtig; es wird eine Aufnahme- und eine Jahresgebühr erhoben. Dafür erhalten die Betriebe ein Marketingpaket, das für ein unverwechselbares Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit sorgt – und als Garant für gute Küche in der Region steht: Logo zur Aktion, Hausschild, Flyer und im weiteren Verlauf Prospekt-Material, Broschüren, Tischaufsteller etc. Ein eigener Internet-Auftritt ist ebenfalls Teil der umfassenden Marketingmaßnahmen. Unter [www.nrw-kulinarisch.de](http://www.nrw-kulinarisch.de) finden Interessenten ausführliche Informationen über die Teilnehmer sowie Links zu deren Internetseiten. Darüber hinaus soll eine Sammlung von regionalen Rezepten angelegt werden und auf dieser Basis ein Kochbuch entstehen. Über einen Kochwettbewerb werden die Akteure aus den Teilnehmerbetrieben und damit die Aktion „NRW kulinarisch“ regelmäßig in das öffentliche Bewusstsein gerufen.



## Touristisches Angebot

Ein weiterer wichtiger Bestandteil von „NRW kulinarisch“ ist die touristische Vermarktung. Die in den Regionen des Landes entstehenden bzw. bereits bestehenden Angebote unter der Marke „NRW kulinarisch“ sollen durch die Tourismusorganisationen der Regionen so vermarktet werden, dass Tages- oder Wochenend-Gäste aus einem landesweit ebenso umfangreichen wie attraktiven Angebot rund um das Thema Essen und Trinken wählen können. Die elf nordrhein-westfälischen Regionen werden die Angebote „NRW kulinarisch“ zukünftig anbieten und vermarkten. Zusätzlich wird der Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V. landes- und bundesweit über das Thema informieren.

Bestehen im touristischen Angebotsbereich bereits Ein- oder Mehrtagesprogramme zu dem Thema – wie es in einigen Regionen des Landes der Fall ist –, so werden diese Bausteine unter dem Dach von „NRW kulinarisch“ eingebunden. Sie erfahren auf diese Weise eine zusätzliche, weil landesweite Schubkraft und Bekanntheit.

Insgesamt soll so ein wesentlicher Beitrag dazu geleistet werden, dass das Thema Essen und Trinken in Nordrhein-Westfalen jenen Stellenwert erhält, der ihm aufgrund des hohen kulinarischen Standards im Lande zusteht. So sollen Gäste aus dem Land, aber auch solche aus angrenzenden Bundesländern angesprochen werden.

## Kulinarische Vielfalt

Gäste, die die Angebote aus dem Bereich NRW kulinarisch buchen, werden mit einem hohen Maß an Abwechslung belohnt. Nordrhein-Westfalen ist unterteilt in elf touristische Regionen – entsprechend vielfältig ist das kulinarische Angebot. Elf Regionen, elf regionaltypische Küchen: Das bevölkerungsreichste Bundesland hat gerade bei diesem Thema mehr zu bieten, als allgemein bekannt ist.

Überdies ist die Aktion im gastronomischen Bereich in die Angebotsbereiche Bürgerliche Küche, gehobene Küche und Gourmet-Küche unterteilt. Diese Einteilung stellt keine qualitative Klassifizierung dar, sondern weist auf differenzierte Rezepturen hin. Und sie macht deutlich, dass die Angebote unter der Marke „NRW kulinarisch“ für jeden Geldbeutel zu haben sind. Dabei stehen stets die regionale Küche und regionale Produkte im Mittelpunkt. Es soll – so eine Voraussetzung für die Teilnahme – nicht das ge-



samte Angebot auf der Speisekarte mit Produkten aus der heimischen Region hergestellt sein, sondern im Jahresmittel rund 25 Prozent. Diese Produkte auf regionaler Basis aber sollen klar mit dem Logo „NRW kulinarisch“ gekennzeichnet werden.

### **Elf Lenkungsausschüsse im Lande**

Die Umsetzung der Aktion ist stark regional ausgelegt. Entsprechend der Zahl touristischer Regionen im Lande gibt es elf Lenkungsausschüsse: in den Regionen Düsseldorf, Köln, Eifel und Region Aachen, Region Bonn, Bergisches Land, Niederrhein, Ruhrgebiet, Münsterland, Teutoburger Wald, Sauerland sowie Siegerland-Wittgenstein. In diesen Ausschüssen erfolgt die Umsetzung der Aktion vor Ort – von Vorschlag und Auswahl der Teilnehmer aus Gastronomie und Landwirtschaft bis hin zur Organisation von regionalen Aktionen. Entsprechend ist die Besetzung in den Ausschüssen: Unternehmer aus Gastronomie und Landwirtschaft sitzen an einem Tisch mit den Geschäftsführern der Hotel- und Gaststättenverbände sowie der Tourismusorganisationen. Wichtiges Bindeglied dabei: die Vertreter der jeweiligen Landwirtschaftskammern.

### **Weitere Informationen:**

NRW kulinarisch Marketing e.V.  
Liesegangstr. 22  
40211 Düsseldorf  
Telefon 0211/17 87 10  
Telefax 0211/17 87 129

### **Ansprechpartner:**

Wolfgang Habedank  
mobil 0178/8 95 87 72  
habedank@nrw-kulinarisch.de  
www.nrw-kulinarisch.de

