

HBM ANDRÄ RUPPRECHTER ZUM KULINARISCHEN ERBE ÖSTERREICH

»Tradition, Qualität und Regionalität: Das sind die Eckpfeiler der heimischen Landwirtschaft, in denen sich auch die Vorzüge der österreichischen Küche widerspiegeln. Unser Land verfügt über eine außergewöhnliche kulinarische Tradition, die von der K.K.-Zeit bis zur modernen Interpretation der alpinen Küche reicht.

All das wird zukünftig unter der Dachmarke »Kulinarisches Erbe« gebündelt – eine Marke, die auch international »Lust auf unser Bestes« macht. Diese Form des kulinarischen Nation Branding ist in Europa bisher einmalig. Wir sind bereit, neue Wege zu beschreiten und der österreichischen Kulinarik ein unverkennbares Gesicht zu verleihen. Wichtig ist, dass wir unsere landwirtschaftlichen Qualitätsprodukte noch besser präsentieren und vermarkten.

Darum wollen wir bestehende kulinarische Netzwerke durch einen gemeinsamen Auftritt unterstützen. Die rund 150 regionalen und überregionalen Marken machen eine Bündelung und Fokussierung notwendig, um den Konsumentinnen und Konsumenten klare Orientierung zu geben. Es ist uns gelungen, die zwei wichtigsten Gourmetverlage Österreichs FALSTAFF und GAULT MILLAU für dieses ambitionierte Projekt zu gewinnen. Im Mai 2016 haben wir gemeinsam die »Charta Kulinarisches Österreich« ins Leben gerufen.

Mit dieser Initiative motivieren wir Akteure aus Landwirtschaft, Wirtschaft und Tourismus, innovative Interpretationen unserer traditionellen Speisekultur umzusetzen. Nächster Schritt ist ein Weißbuch, das in einem breit angelegten Stakeholderprozess erstellt wird. Von der bäuerlichen Direktvermarktung über den Lebensmitteleinzelhandel bis hin zu Gastronomie und Tourismus sind alle zentralen Akteure eingebunden. Ziel ist es, ein einheitliches und klares Leit- und Markenbild zur kulinarischen Identität Österreichs zu schaffen und in weiterer Folge eine zentrale Markenführung zu gewährleisten – von der Produktverpackung bis hin zu den Medien. Dabei wollen wir auch das Engagement regionaler Initiativen und Akteure stärken.

Die Zusammenarbeit im Rahmen der neuen Dachmarke ist von klaren Grundsätzen geprägt: Partizipation, Synergien, regionale Nachhaltigkeit, kontrollierte Richtlinien, Transparenz und Qualität. Das ist die Basis für unseren Weg an die kulinarische Weltspitze. Kulinarik, Identität und Regionalität sind untrennbar miteinander verbunden. Unsere reichhaltigen kulinarischen Schätze sind Teil unserer Kultur- und Wertegemeinschaft. Wir wollen sie in ihrer Vielfalt erhalten und weiterentwickeln.

Gerade in Zeiten der Globalisierung ist es wichtig darauf zu achten, woher das Essen auf unseren Tellern stammt. Gemeinsam können wir das Qualitätsbewusstsein der Bevölkerung weiter stärken, den Sinn für regionale Spezialitäten schärfen und unsere kulinarische Tradition bewahren.«