

Antrag

der Fraktion der CDU

und

Stellungnahme

**des Ministeriums für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz**

Verlust der Vergabe des Internationalen Eckart Witzigmann-Preises

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,

1. welche Bedeutung sie dem Internationalen Eckart Witzigmann-Preis beimisst;
2. welche Umstände dazu geführt haben, dass Baden-Württemberg nach sieben Jahren die Ausrichtung dieses Preises verloren hat und wie sie diesen Verlust bewertet;
3. wie die Spitzengastronomie im Land und die berufsständische Vertretung den Verlust dieser Vergabe aufgenommen haben;
4. ob sie beabsichtigt, dieses hochgradige gesellschaftliche und kulinarische Ereignis nach Baden-Württemberg zurückzuholen und was sie dafür gegebenenfalls unternimmt;
5. ob dieser Verlust nicht die Imagekampagne „Genießerland Baden-Württemberg“ konterkariert.

06. 12. 2011

Hauk, Locherer
und Fraktion

Begründung

Der renommierte Internationale Eckart Witzigmann-Preis für herausragende Leistungen in der Kochkunst wurde mit auf Initiative der früheren Landesregierung seit 2004 im Neuen Schloss in Stuttgart im Rahmen einer Feierstunde verliehen. Die Preisverleihungen an einige der anerkannt weltbesten Köche waren stets ein gesellschaftlicher und kulinarischer Höhepunkt im Südwesten. Die Veranstaltung hat in den letzten sieben Jahren das Image des Landes als Genießerland und Hochburg der Feinschmecker maßgeblich mit befördert. Vor wenigen Wochen wurde nun der Witzigmann-Preis 2011 erstmalig nicht mehr in Stuttgart, sondern im Gobelinsaal des Lenbachhauses in München verliehen. Die Landesregierung wird um eine Stellungnahme gebeten.

Stellungnahme

Mit Schreiben vom 28. Dezember 2011 Nr. Z(22)-0141.5/18F nimmt das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz im Einvernehmen mit dem Staatsministerium zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,*

1. welche Bedeutung sie dem Internationalen Eckart Witzigmann-Preis beimisst;

Zu 1.:

Die Veranstaltung „Verleihung des Internationalen Witzigmann-Preises“ war einer von vielen Bestandteilen der Genießerland-Kampagne, die das Staatsministerium im Rahmen seiner Werbe- und Sympathiekampagne und die Tourismus Marketing Baden-Württemberg GmbH in den letzten Jahren gemeinsam erfolgreich umgesetzt haben. Im Rahmen einer Werbekooperation haben sich das Landesmarketing, Tourismus Marketing Baden-Württemberg GmbH und die MBW Marketinggesellschaft Baden-Württemberg mbH an der von der Witzigmann-GmbH veranstalteten Preisverleihung beteiligt und die Veranstaltung für eigene Kommunikationszwecke genutzt. Diese Kooperation war für alle Beteiligten wertvoll.

2. welche Umstände dazu geführt haben, dass Baden-Württemberg nach sieben Jahren die Ausrichtung dieses Preises verloren hat und wie sie diesen Verlust bewertet;

Zu 2.:

Auch für 2011 war unter der Federführung des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz eine Werbekooperation zwischen der Witzigmann-GmbH, dem Landesmarketing, der Tourismus Marketing Baden-Württemberg GmbH und der MBW Marketinggesellschaft Baden-Württemberg mbH geplant und es gab bereits erste Umsetzungsschritte. Allerdings entschlossen sich die Veranstalter des Internationalen Witzigmann-Preises, die Preisverleihung in diesem Jahr in München durchzuführen, und bekundeten die Absicht, den Preis künftig an jeweils wechselnden Orten im In- und Ausland zu verleihen. Das Land Baden-Württemberg bedauert die unternehmerische Entscheidung, auf die die bisherigen Partner jedoch keinen Einfluss haben.

3. *wie die Spitzengastronomie im Land und die berufsständische Vertretung den Verlust dieser Vergabe aufgenommen haben;*

Zu 3.:

Weder dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz noch dem Staatsministerium liegen hierzu belastbare Informationen vor.

4. *ob sie beabsichtigt, dieses hochgradige gesellschaftliche und kulinarische Ereignis nach Baden-Württemberg zurückzuholen und was sie dafür gegebenenfalls unternimmt;*

Zu 4.:

Falls die Veranstalter auf die bisherigen Kooperationspartner mit dem Wunsch zukommen, die Preisverleihung erneut in Baden-Württemberg durchzuführen, wird man, wie mit anderen Werbepartnern auch, die Modalitäten einer erneuten Kooperation beraten.

5. *ob dieser Verlust nicht die Imagekampagne „Genießerland Baden-Württemberg“ konterkariert.*

Zu 5.:

Nein. Die Werbung für das Genießerland Baden-Württemberg beschränkte sich schon in der Vergangenheit nicht nur auf die hohe Kochkunst und die Spitzengastronomie, sondern konzentrierte sich auch auf die Regionalität und Authentizität. Es sind die vielfältigen regionalen Produkte, die Landgasthöfe und die „gutbürgerlichen“ Restaurants, die das Rückgrat der baden-württembergischen Genusskultur ausmachen und die allgemein mit dem Genießerland assoziiert werden. Das wird auch in Umfragen und Studien von Marktforschungsunternehmen bestätigt.

Bonde

Minister für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz