

Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!

Regionale Wertschöpfung durch Regionalität, Qualität und Transparenz

Die Aktion „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ wird geboren

Die Aktion „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ wurde im Jahr 2006 vom Kreis Steinfurt als einjähriges Modellprojekt ins Leben gerufen und ein Jahr später nach erfolgreicher „Pilotphase“ gemeinsam mit dem Münsterland e. V., der Landwirtschaftskammer NRW und dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband e. V. (DEHOGA) Westfalen auf das gesamte Münsterland, also auch auf die Kreise Borken, Coesfeld, Warendorf und die Stadt Münster, ausgeweitet.

Bei dieser regionalen Initiative bieten die teilnehmenden Gastronomiebetriebe auf einer speziellen „Regionalen Speisekarte“ regionaltypische, aber auch neu kreierte Gerichte an, die in ihren Hauptbestandteilen ausschließlich aus Zutaten aus dem Münsterland hergestellt werden.

Typische münsterländische Gerichte, die ihre Wurzeln in der bäuerlichen Küche vergangener Jahrhunderte haben und deshalb oftmals sehr deftig sind, es also „in sich haben“, werden an die neuen Bedürfnisse und Interessen der Gäste angepasst, in zahlreichen Variationen neu interpretiert und kommen inzwischen durchaus auch in der Spitzengastronomie wieder auf den Tisch.

Neben der Regionalität der Produkte ist Transparenz ein weiteres wichtiges

Kernelement der Aktion. Die zunehmende Globalisierung der Lebensmittelproduktion und zahlreiche Lebensmittelkandale stärken den Wunsch der Verbraucher nach Information und auch nach regionaler Identität der Produkte. Um die Herkunft der für die Gerichte der „Regionalen Speisekarte“ verwendeten Zutaten für die Gäste transparent zu machen, werden deshalb auf der Rückseite der Speisekarte deren Lieferanten einzeln aufgeführt. So kann sich jeder Gast ein Bild davon machen, woher die jeweiligen Zutaten stammen.

An der Initiative mitmachen können Gastronomen und Produzenten, die im Münsterland ansässig sind. Um bereits bestehende Lieferbeziehungen zu integrieren, dürfen auch die in einem rund 10 km breiten Pufferbereich in den Randgebieten des Münsterlandes befindlichen Produzenten an der Aktion teilnehmen.

Mit der Aktion „Regionale Speisekarte“ sollen die Lieferbeziehungen zwischen der Landwirtschaft bzw. den Produktionsbetrieben und der Gastronomie innerhalb der Region deutlich gemacht, gestärkt und ausgebaut werden. Dadurch werden die regionalen Wirtschaftskreisläufe ausgeweitet und die Wertschöpfung gesteigert. Durch die Verringerung der Transportwege trägt die Initiative ebenfalls zum Klimaschutz bei. Ebenso führt die „Regionale Speise-



Abb. 2: Das Corporate Design der Aktion „Regionale Speisekarte“

(Quelle: Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland! 2010, Plakat zur Aktion)

karte“ zu einem Identitäts- und Imagegewinn des Münsterlandes und zu einer Einkommenssteigerung in Gastronomie und Landwirtschaft.

Um die genannten Kernelemente Regionalität, Transparenz, aber auch die Qualität der Produkte zu gewährleisten, wurden gemeinsam von allen Beteiligten Kriterien erarbeitet, die der Aktion ein klares Profil geben. So müssen die Hauptbestandteile des jeweiligen Gerichtes wie z. B. Fleisch oder Fisch, Gemüse, Sättigungsbeilagen und Obst zu 100 Prozent von Produzenten aus der Region bezogen werden. Ebenso muss die Aktion im Gastronomiebetrieb für die Gäste sichtbar dargestellt werden. In allen gastronomischen Betrieben soll mindestens eine regionale Spezialität als „Leitgericht“ angeboten werden, z. B. das Münsterländer Töttchen (Abb. 1), Stippmilch oder ein Münsterländer Aperitif. Die Produzenten sagen zu, dass die pflanzlichen und tierischen Erzeugnisse im Münsterland gewachsen und gereift sind und dort verarbeitet wurden. Jeder Gastronom und Produzent, der die im Kriterienkatalog genannten Voraussetzungen erfüllt, kann sich an der Aktion beteiligen. Zur Finanzierung der Aktion wird von den Projektpartnern ein jährlicher Beitrag erhoben.

Münsterländer Töttchen

Zutaten (für 4 Personen):

700 g Kalbsschulter, 10 Pfefferkörner, 2 Nelken, 2 Zwiebeln, 1 Lorbeerblatt, 40 g Butter, 4 Zwiebeln, ½ l Fleischbrühe, 40 g Mehl, Essig, Zucker

Zubereitung:

Die Kalbsschulter mit zwei Zwiebeln, Pfefferkörnern, dem Lorbeerblatt und den Nelken in kochendem Salzwasser aufsetzen und ca. zwei Stunden gar kochen. Das Fleisch aus der Brühe nehmen, etwas abkühlen lassen und in 1–2 cm große Würfel schneiden. Die Zwiebeln würfeln, in Butter glasig schmoren und mit Mehl und dem ½ l Fleischbrühe zu einer Mehlschwitze verrühren. Das gewürfelte Fleisch hinzufügen und kurz aufkochen. Das Töttchen scharf und süß-sauer mit Zucker und Essig abschmecken.

Zum Töttchen werden Brötchen oder Bauernbrot und nach Geschmack Worcestersoße oder Senf zum Nachwürzen gereicht.



Abb. 1: Münsterländer Töttchen-Rezept

(Quelle: Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland! 2008)

Im Sommer 2010 beteiligen sich münsterlandweit mehr als 60 Gastronomen und über 80 Produzenten an der Aktion „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“.

Aktivitäten der Aktion: Marketing und Öffentlichkeitsarbeit als Erfolgsfaktoren

Die Aktion „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ lebt wesentlich von ihrem Bekanntheitsgrad. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sind deshalb wichtige Erfolgsfaktoren. Ein einheitliches Layout (Abb. 2) gibt der Aktion dabei ein unverwechselbares Gesicht und gewährleistet den Wiedererkennungseffekt.

Auf der Internetseite www.so-schmeckt-das-muensterland.de sind neben allgemeinen Informationen zur Aktion und aktuellen Berichterstattungen auch alle teilnehmenden Gastronomen und Produzenten aufgeführt und können über eine Suchmaske gezielt ausgewählt werden.

Ein umfangreiches Sortiment an Marketingprodukten, wie Postkarten, Flyer, ein Rezeptheft oder Faltkarten mit allen teilnehmenden Gastronomen, dienen der Bewerbung der „Regionalen Speisekarte“. Weiterhin veranstalten die Projektträger regelmäßig kreis- oder münsterlandweite Presseaktionen, bei denen sich die Teilnehmer – z. B. zum Start der Spargelsaison – mit ihren Gerichten und Produkten darstellen können (Abb. 3).



Abb. 3: Gastronomen präsentieren regionale Gerichte bei einer Presseveranstaltung (Foto: S. THIESING)

Auch Präsentationen auf Tourismus- und Landwirtschaftsmessen wie z. B. auf der Internationalen Grünen Woche gehören zur Öffentlichkeitsarbeit. Ein Newsletter informiert die Teilnehmer zudem über Aktuelles und Neues.

Aktuelle und zukünftige Herausforderungen

Während der Einführungszeit der Aktion wurde deutlich, dass es notwendig ist, neben den Gastronomen und Produzenten weitere Akteure in die Initiative zu integrieren. So werden aktuell auch regional aktive Lebensmittel-Logistiker und Großhandelsunternehmen in die Aktion einbezogen, um auch diese Vertriebskanäle für die Belieferung bzw. Versorgung der teilnehmenden Gastronomen mit regionalen Produkten zu nutzen. Hierdurch kann noch besser gewährleistet werden, dass auch große Produktmengen in gleichbleibender Qualität dauerhaft zur Verfügung stehen.

Da einige Gastronomen in ihren Betrieben eigene spezielle Corporate-Design-Konzepte umsetzen, waren nicht alle teilnehmenden Gastronomen bereit, die einheitlichen Speisekartenvordrucke zu verwenden. Eine weitere Aufgabe bestand somit für die Projektpartner darin, Alternativen hierfür zu entwickeln, die von den Gastronomen akzeptiert werden und gleichzeitig die Wiedererkennbarkeit der Aktion gewährleisten.

Seit dem Jahr 2009 besteht nun zusätzlich zur Verwendung der Speisekartenmuster (Abb. 4) die Möglichkeit, die Gerichte der „Regionalen Speisekarte“ mit einem Logo in der hauseigenen Speisekarte zu kennzeichnen und auf die Lieferanten in einem gesonderten Informationsordner hinzuweisen.

Auf dem Weg zur Dachmarke „Münsterland“

Im Münsterland existiert ein wirtschaftsstruktureller Schwerpunkt in der Lebensmittelproduktion bzw. -branche. Ebenso besteht z. Zt. ein Trend seitens der Verbraucher hin zu regionalen Lebensmitteln. Zur Förderung dieses sog. Wirtschaftskusters wurde u. a. mit Beteiligung des Münsterland e. V. der Verein „Netzwerk Münsterland Qualität e. V.“ gegründet, der aktuell ein Herkunftssiegel „Münsterland“ für Produk-



Abb. 4: Speisekartenmuster (Quelle: <http://so-schmeckt-das.muensterland.de>)

te aus der Region entwickelt hat. Das neue Markenzeichen weist Verbraucher auf ausgewählte Erzeugnisse hin, die in der Region maßgeblich produziert oder veredelt wurden.

Aufbauend auf dieser Initiative sowie auf der Aktion „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ soll eine Dachmarke „Münsterland“ etabliert werden, mit der für das Münsterland eine einheitliche Identität nach innen und ein hoher Wiedererkennungswert nach außen angestrebt wird. Dadurch soll die regionale Wertschöpfung verbessert und die Ernährungs- aber auch die Tourismuswirtschaft weiter gestärkt werden.

Somit trägt die Einführung und Nutzung einer Dachmarke zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region bei. Ebenso ermöglicht sie die Ausweitung der touristischen Angebote und der Marketingaktivitäten, speziell auch im Bereich „Erleben und Genießen“.

Neben der Gewinnung weiterer Teilnehmer für die Aktion „Regionale Speisekarte“ und den genannten Herausforderungen liegt daher hierin für die nahe Zukunft eine wesentliche Aufgabe.

SIMONE THIESING