

Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!

Stets informiert: Newsletter 01/2010

Die Aktion „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ geht inzwischen ins dritte Jahr. Weiterhin engagieren sich mehr als 60 Gastronomen und über 90 Produzenten aktiv.

Mit diesem zweiten Newsletter möchten wir Sie über die zahlreichen Aktivitäten des letzten Jahres und Neuerungen der Aktion informieren.

Einige noch anstehende Aufgaben wurden inzwischen mit Hochdruck angegangen und tragen Schritt für Schritt zur Etablierung und einem immer größeren Bekanntheitsgrad der Aktion bei.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen!

Die Kooperationspartner der

„Regionalen Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“

Inhalt

Produkte in die Küche:
Großhandel und Logistik sind
jetzt mit dabei

Produkt der Saison:
Dicke Bohnen

Vergessene Rezepte:
Karamellisierte Bohnen

Weitere Aktivitäten für 2010:
Mitmachen erwünscht!

Marketing und Presse:
Wer nicht wirbt, der stirbt!

Küchengeschichten: Rosenkranz

Gastronomen- und
Produzententreffen 2010

Wie kommt das Produkt in die Küche: Auch Großhandel und Logistik sind jetzt mit dabei

„Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gut liegt so nah?“, ist ein sehr häufig verwendeter Spruch, um für Produkte aus der Region zu werben.

Für viele Gastronomen der Aktion „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ stellen sich jedoch in ihrem Arbeitsalltag immer wieder zahlreiche Fragen: Was bietet das Münsterland an Produkten? Wann kann ich diese Produkte wo beziehen?

Gleichzeitig wurde in der vergangenen Zeit deutlich, dass der Arbeitsaufwand für die Beschaffung der regionalen Lebensmittel für Gastronomen enorm ist. Dieser Zeitaufwand ist in gleicher Weise bei den Produzenten für die Gewinnung und Belieferung von gastronomischen Kunden gegeben.



Regalstopper für Produkte aus dem Münsterland

So wurde immer wieder der Wunsch geäußert, logistische Strukturen für das Projekt „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ aufzubauen. Auch die vom Institut für Logistik und Facility Management der Fachhochschule Münster im Sommer 2008 durchgeführte Befragung spiegelt dieses Anliegen wider.

Befragt wurden stichprobenartig ausgewählte Gastronomen und Produzenten der regionalen Speisekarte. Durch die Einbeziehung von Logistikern sehen Produzenten unter anderem den Vorteil, einen verlässlichen Abnehmer für größere Absatzmengen zu bekommen. Gastronomen wünschen sich zentrale Ansprechpartner für die Produktvielfalt der Region. Natürlich wurden auch logistische Unternehmen der Region interviewt. Auch hier zeigte sich ein eindeutiges Interesse für eine regionale Ausrichtung.

Jetzt leisten die Unternehmen v. Schoonhoven GmbH aus Rheine und L. Stroetmann GmbH & Co. KG aus Münster Pionierarbeit: Sie bieten konsequent Produkte aus dem Münsterland an und kennzeichnen diese als solche eindeutig mit dem Münsterland-Logo. An den Regalen oder Produktkartons sind diese Etiketten gut sichtbar angebracht. Auch ist die Transparenz ist gegeben. Entweder ist dem Etikett direkt der Produzentennamen zu entnehmen oder auf dem Etikett ist eine Produzentenummer vermerkt. Auf Nachfrage beim logistischen Unternehmen kann der entsprechende Produzent dann benannt werden.

In den Werbemedien der Logistiker bzw. Großhändler wird zudem auf besondere regionale Produkte hingewiesen. Im September veranstaltet die L. Stroetmann GmbH & Co. KG zudem einen Aktionstag zum Thema „Regionale Produkte“.

Etikett zur Kennzeichnung von Produkten im Cash & Carry-Markt der L. Stroetmann GmbH & Co. KG



Produkt der Saison: Dicke Bohnen

Ackerbohne, Saubohne, Favabohne, Große Bohne, Puffbohne:
Die Bezeichnung der „Vicia faba“ ist vielfältig. Sie gehört trotz ihres Namens botanisch nicht zu den Bohnen, sondern gehört der Gattung der Wicken an. Frühere Formen der Dicken Bohne waren gar nicht so dick: kleinere Samen wurden bereits in der Bronzezeit verwendet.

Auch im Mittelalter war sie wegen des hohen Eiweiß- und Stärkegehaltes ein beliebtes und wichtiges Nahrungsmittel. Seit dem 17. Jahrhundert ging der Anbau in Europa zurück und die Bohne wurde oftmals als Viehfutter benutzt.

Als Pflanze, die besonders auf feuchten Böden gedeiht, ist sie gut geeignet für den Anbau auf den oftmals schweren Lehm Böden des Münsterlandes. Dort sind die „Grauten Baunen“ nach wie vor sehr beliebt.



Dicke Bohnen
(Foto: M. Borgschulte)

Weitere Werbeaktivitäten für 2010: Mitmachen erwünscht!

Auch in der zweiten Jahreshälfte wird die „Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!“ auf vielfältige Weise präsent sein: Erstmals in diesem Jahr war „So schmeckt das Münsterland!“ auf dem CHIO – Weltfest des Pferdesports in Aachen vertreten und regionale Leckerbissen dienten als Botschafter für das Münsterland.

Eine Journalistenreise, geplant für den Herbst 2010, wird auf die regionale Speisekarte im Münsterland und über die Grenzen hinaus aufmerksam machen. Hier werden sowohl Gastronomen, als auch Produzenten in den Fokus gerückt.

Am 03. Oktober findet wieder der Sparkassen Münsterland Giro statt. Nach der gelungenen Premiere im letzten Jahr, wird „So schmeckt das Münsterland!“ auch in diesem Jahr durch mehrere Gastronomen auf dem Hindenburgplatz in Münster präsent sein.

Gleichzeitig wird am 03. Oktober der bundesweite Aktionstag „Tag der Regionen“ durchgeführt. Im Aktionszeitraum vom 24.09. bis zum 10.10.2010 wird unter dem Motto „Wer weiter denkt – kauft näher ein“ Regionalität vielfältig beworben. Haben Sie Ideen und Anregungen, wie wir dieses Motto präsentieren können? Teilen Sie uns diese bitte mit!

Im November folgt ein münsterlandweiter Pressetermin. Im Kreis Warendorf werden Gastronomen aus den Teilregionen des Münsterlandes der Presse kreative Gerichte rund um den Grünkohl präsentieren.



Ankündigung Tag der Regionen 2010

Wünschenswert ist es, wenn alle Beteiligten von „So schmeckt das Münsterland!“ die regionale Speisekarte kontinuierlich bewerben, zum Beispiel durch das Einrichten einer regionalen Ecke in den gastronomischen Betrieben, das Auslegen von Infomaterialien in Verkaufsstellen oder die Durchführung von eigenen Veranstaltungen – gerne bieten die Kooperationspartner ihre Mithilfe an.

Infomaterialien sind beim Münsterland e.V. kostenfrei unter der Telefonnummer **0 25 71 / 94 93 92** oder per Mail unter touristik@muensterland.com zu bestellen.

Vergessene Rezepte

Karamellisierte dicke Bohnen

Zutaten:

400 g dicke Bohnen
4 EL Zucker

etwas Fett
Essigessenz

Die dicken Bohnen in kochendem Salzwasser garen und abgießen. Das Fett in der Pfanne erhitzen. Die Bohnen darin scharf anbraten bis sie gebräunt sind. Den Zucker und einen Esslöffel Essigessenz hinzugeben und abdecken. Die Bohnen gelegentlich umrühren bis der Zucker karamellisiert ist. Die karamellisierten Bohnen werden als Beilage zu Fleischgerichten gereicht.

Jede Menge Marketing und Presse: Wer nicht wirbt, der stirbt!

Wie schon Henry Ford treffend mit den Worten „Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.“ auf den Punkt brachte, lebt auch die Aktion „Regionale Speisekarte“ im Wesentlichen von den Marketingaktivitäten.

Auch das Jahr 2009 war geprägt durch zahlreiche Werbe- und Presseaktivitäten im gesamten Münsterland. So konnte inzwischen ein beachtlicher Bekanntheitsgrad der Aktion erreicht werden.

Während des gesamten Jahres wurde das Rezeptheft zur Aktion „Rezepte aus dem Münsterland“ verkauft. Im März 2009 wurde bereits die zweite Auflage gedruckt.



Rezeptheft zur Aktion

Nach der bei der Presse sehr gut angekommenen Auftaktaktion zur Spargelsaison 2009 mit Spargelkönigin Anja I. und Vertreterinnen und Vertretern der Münsterlandkreise und der Stadt Münster bei der Firma Pallux in Münster, wurde im Juni der erste Newsletter gedruckt und im gesamten Münsterland an Gastronomen, Produzenten und Multiplikatoren versendet. In den Sommermonaten folgten dann weitere lokale und regionale Presseaktivitäten, wie z. B. die Sommer-Rezeptserie, bei der die Presse - bereits zum zweiten Mal - verschiedene Rezepte der teilnehmenden Gastronomen wochenweise in ihren Zeitungen veröffentlichten.



Rezeptanhänger an den Flaschen der Brennerei Sasse

Eine besondere Marketingmaßnahme gelang durch die Initiative der Feinbrennerei Sasse: Um den Bekanntheitsgrad der Regionalen Speisekarte und der münsterländischen Produkte zu erhöhen, machen seit September 2009 100.000 Rezeptanhänger an den Flaschen der Brennerei Sasse auf die Aktion aufmerksam.

Erstmals waren Gastronomen der Regionalen Speisekarte beim weit über die Grenzen des Münsterlandes bekannten Radrenn-Spektakel Sparkassen Münsterland Giro dabei. Das am 3. Oktober 2009 auf dem Hindenburgplatz in Münster - am Zielort der Radrennen - angebotene regionale Speisenangebot reichte von der Holtwicker Bratwurst über Emskrusten-Bruschetta bis zum Giro-burger. Eine echte Bereicherung der Großveranstaltung um regionale Spezialitäten.

Im Oktober erschien ebenso die neue Übersichtskarte, in der sich alle teilnehmenden Gastronomen mit ihrem eigenen Profil vorstellen.

Pressetermin zur Spargelsaison 2010



Übersichtskarten der Gastronomen

Kurz darauf startete der münsterlandweite und von den Sparkassen unterstützte Wettbewerb „Auf Schatzsuche im Münsterland“ im Rahmen des bundesweiten „Tag der Regionen“. Kaum war der Wettbewerb ausgerufen, fand die nächste münsterlandweite Presseaktion in der Weissenburg in Billerbeck statt.

Dort stellten an der „Regionalen Speisekarte“ beteiligte Gastronomen aus allen Münsterlandkreisen und der Stadt Münster passend zur Wildsaison ihre ganz besonderen Wildspezialitäten vor.

Im Frühjahr 2010 folgte dann ein weiterer Pressetermin zum Thema Spargel auf dem Spargelbetrieb Familie Nahrup in Grevener Bockholt. Auch die Kreise präsentierten die Aktion auf zahlreichen Veranstaltungen wie z. B. beim Marktzauber in Hörstel, auf dem Burgfest auf Burg Vischering oder bei den Naturgenusstagen in Rhede. Jede Menge Marketingaktivitäten, die der an der Aktion Beteiligten sowie der gesamten Region zu Gute kommen.

Weitere Aktivitäten in 2010 auf der nächsten Seite!

Regionale Speisekarte: So schmeckt das Münsterland!

Küchengeschichten: Rosenkranz

Im frommen Münsterlande war es Sitte, in den Wintermonaten Abend für Abend in den Familien den Rosenkranz zu beten. Am Abend des Schlachttages kam erst das Rosenkranzgebet, dann das Schlachtfestessen. Es bestand (nicht überall, aber manchenorts) aus einem stattlichen Wurstkranz, gebildet aus zusammenhängenden Mettwürstchen, die in der Pfanne gebraten und mit Kartoffeln aus der Pfanne gegessen wurden. Der Name des Gebetes ist dann auch auf den Wurstkranz übergegangen.

Aus: Schinken, Korn und Pumpernickel,
Josef Bergenthal, Verlag Regensberg Münster, 1972

Impressum

Herausgeber



Redaktion

Martina Borgschulte
Agenda 21-Büro
Kreis Steinfurt

Simone Thiesing
Büro des Landrats, Kreisentwicklung
Kreis Coesfeld

Layout

Kristin Pleuger
Münsterland e.V.

Wie kommt das Produkt in die Küche: Auch Großhandel und Logistik sind jetzt mit dabei

Auch in diesem Jahr trafen sich zahlreiche Gastronomen zum gemeinsamen Austausch über die „Regionale Speisekarte“.

Bei der Veranstaltung im Juni konnten sich die Gastwirte ein Bild von den zahlreichen Aktivitäten der Aktion machen.

„Netzwerk Münsterland Qualität“ über das Siegel „Münsterland“: Ein neues, übergreifendes Markenzeichen für Erzeugnisse im Lebensmitteleinzelhandel. Wertvolle Tipps zur effektiven Öffentlichkeitsarbeit für Gastronomen gab Mike Atig von der Firma media and more.



Gastronomentreffen 2010 im Landgasthaus Overwaul in Havixbeck

Michael Kösters, Geschäftsführer des Münsterland e. V., berichtete über verschiedene Presseaktionen, den erfolgreichen Internetauftritt der Initiative, neues Werbematerial, das den Gastronomen im Rahmen des Projektes zur Verfügung steht sowie über geplante Aktivitäten.

Dr. Jürgen Grüner, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Kreis Coesfeld GmbH, informierte in seiner zusätzlichen Funktion als Geschäftsführer des Vereins

Auf große Resonanz traf auch das erste Produzententreffen der „Regionalen Speisekarte“. Auch dort wurden die Produzenten über bisher Geschehenes und Geplantes informiert und erhielten erstmals Gelegenheit zum Austausch. Margit Schulze-Stentrup von der LWK Nordrhein-Westfalen gab Tipps dazu, wie sich ein Produzent in der Gastronomie darstellen kann. „Die Aktion macht Spaß und bietet viele Möglichkeiten für die Teilnehmer!“, so der allgemeine Tenor der Gastwirte und Produzenten.

Produzententreffen 2010 auf dem Hof Grothues-Potthoff in Senden

