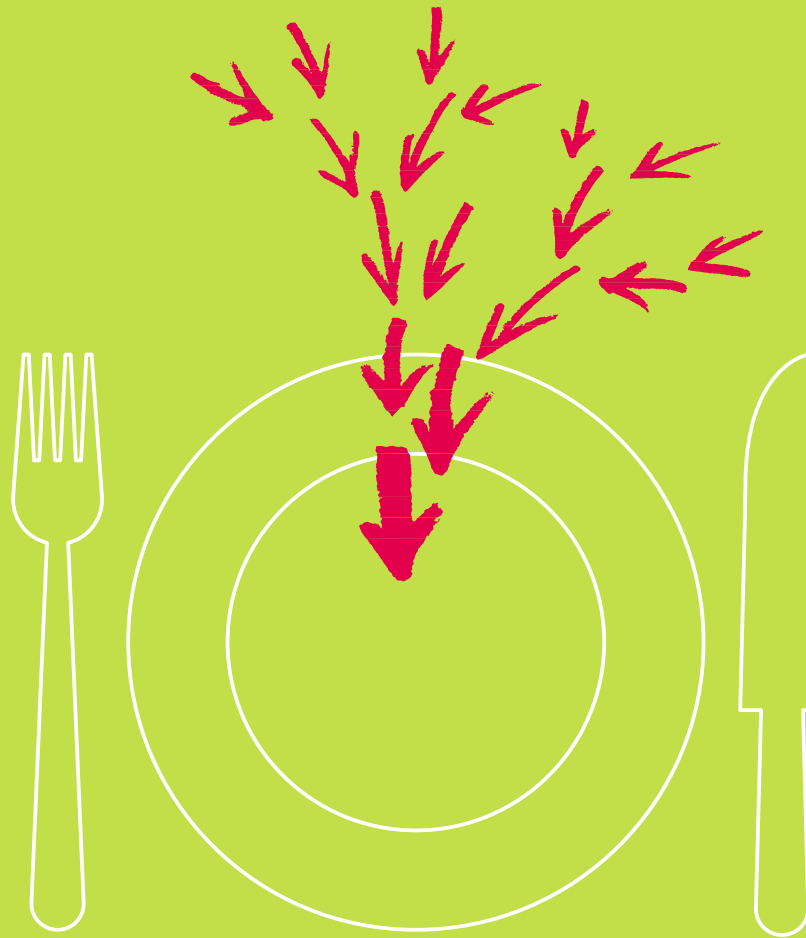


nrw tischt auf. Der Kongress.



Der Kongress 2004

26. – 27.3.2004

Universität Witten/Herdecke



Ministerium für
Wirtschaft und Arbeit
des Landes
Nordrhein-Westfalen



nrw tischt auf.



Freitag, 26.3.2004

9:15 Uhr **Empfang der Teilnehmer**

10:00 Uhr **nrw tischt auf. Der Auftakt.**

Grußworte

Harald Schartau, Minister für Wirtschaft und Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen

Dr. Konrad Schily, Präsident Private Universität Witten/Herdecke gGmbH

Michael Lüdeke, Vorstandsvorsitzender des Food-Processing Initiative e.V.

nrw tischt auf. Die Idee.

Dr. Hermann van Bömmel, Private Universität Witten/Herdecke gGmbH

Norbert Reichl, Geschäftsführer Food-Processing Initiative e.V.

Der Mensch ist, was er isst.

Prof. Dr. Hans Werner Ingensiep, Fachbereich Philosophie, Universität Duisburg-Essen

12:00 Uhr **Die kulinarische Entdeckungsreise durch NRW.**

Verkostung regionaler Spezialitäten.

14:00 Uhr **Workshops**

16:00 Uhr **Kaffezeit**

16:30 Uhr **Trends und Visionen. Das Plenum.**

Ernährungstrends – was bringt die Zukunft?

Dr. Sabine Eichner Lisboa, Geschäftsführerin der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V.

So nah und noch so fern? Die neue Küche braucht Herkunft!

Prof. Simoneta Carbonaro, Borås University, Schweden

18:00 Uhr **Aperitif**

Präsentation der Workshop-Ergebnisse.

19:00 Uhr **Abendveranstaltung**

Art- und Eat-Event mit regionalen Spezialitäten.

Künstlerin Sonja Alhäuser mit dem »Begeistern«-Team

Samstag, 27.3.2004

9:00 Uhr **Empfang der Teilnehmer**

9:30 Uhr **Innovation und Tradition. Das Plenum.**

Braucht Tradition Innovation?

Prof. Dr. Ernst H. Reimerdes, Vorstand Deutsches Institut für Lebensmitteltechnik e.V.

Zusammenarbeit gestalten – Kooperation bringt Innovation!

Prof. Dr. Harald Spehl, Fachbereich Volkswirtschaftslehre, Universität Trier

11:00 Uhr **Workshops**

13:00 Uhr **Die kulinarische Entdeckungsreise durch NRW.**

Präsentation der Workshop-Ergebnisse.

14:30 Uhr **nrw tischt auf. Die Diskussion.**

Namenhafte Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Handel, Gastronomie, Industrie und Wissenschaft diskutieren zukunftsfähige Ideen zur Vermarktung von Produkten und Spezialitäten aus NRW.

16:00 Uhr **Ende der Veranstaltung**

Ausführliche Informationen zum Kongress finden Sie auf unserer Internetseite: www.nrw-tischt-auf.de

Workshops am Freitag, 26.3.2004

Workshop Kulturelle Identität

K-1 Der Mensch ist, was er isst.

Die Kulturgeschichte des Essens und der Zubereitung von Nahrungsmitteln.

*Prof. Dr. Hans Werner Ingensiep,
Fachbereich Philosophie,
Universität Duisburg-Essen*

K-2 Food und Kultur.

Essen in der Kunst und Literatur.

*Dr. phil. Angela Martini,
Fakultät für das Studium fundamentale,
Private Universität Witten/Herdecke gGmbH*

K-3 Esskultur in anderen Ländern.

Slow Food – Erfahrungen in Italien und Deutschland.

*Hans-Georg Pestka, Vorstand Slowfood
Deutschland e.V., Düsseldorf*

Workshop Innovation

I-1 Der Handel im Wandel.

Kann der Verbraucher noch genießen? Fast Food versus Slow Food.

*Dr. rer. nat. Sylvia Pfaff,
EHI-EuroHandelsInstitut e.V., Köln*

I-2 Vermarktungsstrategien:

Erfahrungsbericht.

Vorstellung erfolgreicher Strategien zur Produktvermarktung.

*Friedrich Wilhelm Krüger, Geschäftsführer
Westfälisch genießen, Hiddenhausen*

I-3 Sanity Food: Chancen und Potenziale.

Auf Wellness folgt Sanity Food – Zustand ganzheitlicher Balance und Gesundheit der Körper, Geist, Gesellschaft und Umwelt erfasst. Welche Chancen und Potenziale bietet dieses neue, ganzheitliche Konzept?

*Dr. Kerstin Ullrich, Geschäftsführerin
der GIM argo GmbH, Hamburg
Dr. Sylvia Deutschmann, Geschäftsführerin
der LSA Life Science Agency GmbH,
Düsseldorf*

Workshop Netzwerke und Kooperationen

N-1 Kooperations- und Netzwerkbildung über Internetportale.

Das Beispiel »www.foodradar.de«

*Christian Gefßner, Die Wirtschafts/Fakultät,
Private Universität Witten/Herdecke gGmbH
Axel Kölle, Die Wirtschafts/Fakultät,
Private Universität Witten/Herdecke gGmbH*

N-2 NRW kulinarisch:

regionale Küche in der Praxis.

Regionales Vermarktungskonzept – von der gutbürgerlichen Küche bis zur Gourmet-Küche.

*Wolfgang Habedank, Geschäftsführer
NRW kulinarisch Marketing e.V.,
Düsseldorf*

N-3 Neue Produkte – neue Partner:

Ideenschmiede I.

Innovation und Kooperation als strategische Herausforderung für die Branche. Ansatzpunkte für gemeinsame Entwicklungen im internationalen Kontext.

Peter Frankel, Källna AB, Lund/Schweden

Workshops am Samstag, 27.3.2004

Workshop Kulturelle Identität

K-4 Event Marketing: Ansprache aller Sinne.

Die sieben Sinne ansprechen – und das richtig!

*Hans-Georg Lohbeck, House of Events,
Wuppertal*

K-5 Essen & Co: Genuss zwischen musikalisch und kulinarisch.

Welchen kulturellen Einfluss haben Tafelmusik, Literatur und Film auf das Essverhalten?

*Prof. Elmar Lampson,
Fakultät für das Studium fundamentale,
Private Universität Witten/Herdecke gGmbH
Dr. phil. Ingrid Allwardt,
Fakultät für das Studium fundamentale,
Private Universität Witten/Herdecke gGmbH*

K-6 Witten tischt auf: ein Erfahrungsbericht.

Schülerwettbewerb zur Wiederentdeckung der kulturell-kulinarischen Identität der Stadt Witten.

*Dr. Hermann van Bömmel,
Die Wirtschafts/Fakultät,
Private Universität Witten/Herdecke gGmbH*

Workshop Innovation

I-4 Frische Logistik: Eigendynamik von Frische Produkten und Lebensmitteln.

Wie sind Prozess- und Handlungsabläufe zu verbessern, um die Frische von Lebensmitteln vom Hersteller über den Handel bis zum Verbraucher zu gewährleisten?

*Peter M. Pastors, Leiter Institut für Frische-
und Lebensmittel-Logistik FriLLog, Krefeld*

I-5 Trends erkennen und prägen.

Produktentwicklung unter Beobachtung der Trendentwicklung. Wie kann die Zielgruppe von Morgen sicher erreicht werden?

*Dr. Udo Lackner, Centrale Marketing-Gesell-
schaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH,
Bonn*

I-6 Funktionelle Nahrungsmittel:

Health Claims.

Lebensmittel in der Prävention ernährungsabhängiger Krankheiten: Konzepte und Ziele.

Wirtschaftliche und rechtliche Aspekte im Dialog. Womit darf geworben werden?

*Prof. Dr. Helmut Heseke, Fakultät für
Naturwissenschaften, Universität Paderborn
Dr. Markus Grube RA, Rechtsanwaltssozietät
Krell & Weyland, Gummersbach*

I-7 Innovationspotenziale.

Markt und Produkte aus Sicht der Konsumentenforschung.

*Prof. Dr. Ernst H. Reimerdes, Vorstand Deut-
sches Institut für Lebensmitteltechnik e.V.,
Quakenbrück
Prof. Dr. Achim Stiebing, Dekan Fachbereich
Lebensmitteltechnologie, Fachhochschule
Lippe und Höxter, Lemgo
Fred Otto, Senior Sales and Service Manager
Retailer Services AC Nielsen, Frankfurt*

Workshop Netzwerke und Kooperationen

N-4 Kräfte bündeln: Initiativen bündeln.

NARET Nachhaltige Region Trier: Erfahrungen von der Mosel.

*Prof. Dr. Harald Spehl,
Fachbereich Volkswirtschaftslehre,
Universität Trier*

N-5 Kooperationspotenziale.

Ökonomie der Kooperation.

*Attila Nagy, Geschäftsführer der
rosenbaum nagy unternehmensberatung,
Köln*

N-6 Neue Produkte – neue Partner:

Ideenschmiede II.

Fortsetzung Tag I – Entwicklung von Modellen für den internationalen Erfahrungstransfer und die Realisierung von Innovationen.

Peter Frankel, Källna, Lund/Schweden

N-7 Spezialitäten aus NRW:

Strategien der Vermarktung.

Das EU-Instrument der Geschützten Ursprünge wird in vielen Ländern intensiv genutzt – in Nordrhein-Westfalen bleiben die Potenziale im Wesentlichen ungenutzt. Wo liegt der Nutzen und wo gibt es Ansätze für diese Marketingoption?

*Dr. Ingrid Wallfahrt, Ministerium für Umwelt
und Naturschutz, Landwirtschaft und Ver-
braucherschutz des Landes NRW, Düsseldorf*