

Medienbeobachtung

Medium: Vorarlberger Nachrichten

Datum: 20. Mai 2010

wiko
Dialog mit Wirkung.

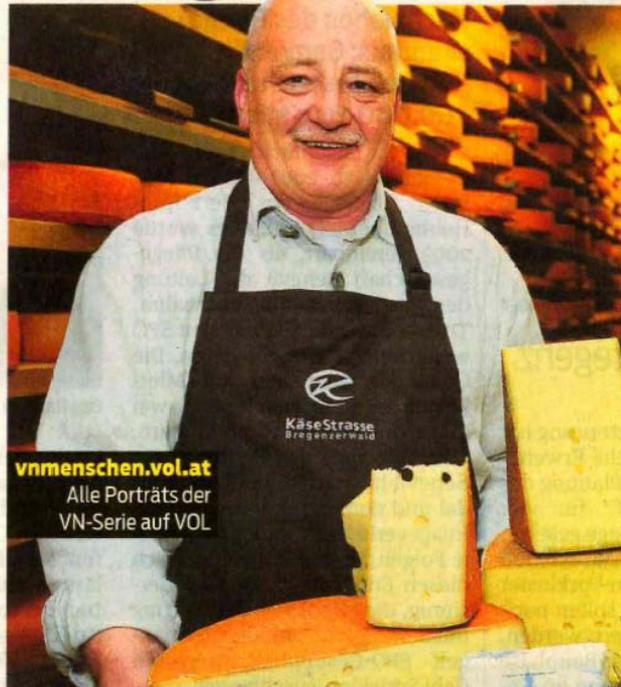
Trend zu regionalem Genuss

VORARLBERGER ÜBER DIE MAN SPRICHT

Was werden wir morgen essen? Solche Fragen stehen bei der heutigen Tagung „ibet“ in Bregenz im Mittelpunkt.

BREGENZ. Auch brisante Fragestellungen, auf was sich Produzenten sowie der Handel und Konsumenten einstellen müssen, werden bei dem von der Agentur wiko durchgeführten Impulsforum beleuchtet. Zahlreiche Experten versuchen dabei eine Bestandsaufnahme der derzeitigen Situation rund um das Thema Lebensmittel zu liefern. Unter den Referenten befindet sich auch Reinhard A. Lechner.

Regionale Identität ist gefragt
Der 57-Jährige ist hierzulande kein Unbekannter. Immerhin gilt der in Dornbirn lebende Käsesommelier und Weinkenner als „Vater der Bregenzerwälder Käsestraße“. Und begleitet als Regio-



„Regionalität liegt im Trend. Sie muss jedoch gelebt werden und eine Seele sowie eine Heimat besitzen“; Reinhard A. Lechner. FOTOS: STIPLOVSEK

nalentwickler darüber hinaus neben der Käsestraße auch die Genussregion Österreich sowie ein Kulinarium in der benachbarten Schweiz. Für

Lechner, der naturgemäß seit langem entschieden „gegen die Globalisierung des Geschmacks“ wettet, „liegen regionale Produkte absolut im Trend“. Allerdings, so der begeisterte Hobbykoch und -konditor, müssten solche Produkte „gelebt und mit regionaler Identität und Heimat beseelt werden“. Nur der Begriff Regionalität „ohne Personifizierung“ ist für Lechner zu wenig.

Ess- und Trinkkultur bewahren
In den Regionen müsse darauf geachtet werden, „dass die dortige Ess- und Trinkkultur sowie die Lebensmittel bewahrt werden können“. Darin würden die großen Chancen von Anbietern regi-

„Ich bin ein entschiedener Gegner des globalen Geschmacks.“

REINHARD A. LECHNER

onaler Produkte liegen, meint der gelernte Marketingmann. Und dafür seien Konsumenten auch bereit, etwas tiefer in die Geldbörse zu langen.

Neue Impulse und Zugpferde
Vorarlberg befinde sich im Hinblick auf die Vermarktung regionaler Genüsse auf einem guten und zukunftsweisenden Weg. Vom Zurücklehnen auf bereits erreichten Zielen hält Lechner allerdings wenig. „Neue Impulse und die fortwährende Suche nach Zugpferden bleiben im Bereich der regionalen Vermarktung ein gefragtes Thema.“ Neben der Produkt- und Prozessqualität gelte es vor allem die „emotionale Qualität regionaler Produkte und Genüsse“ weiter zu vertiefen.

VN-TW

ZUR PERSON

Reinhard A. Lechner

Gab die Initialzündung für die „Bregenzerwälder Käsestraße“

Geboren: 5. Jänner 1953

Beruf: Marketer und Regionalentwickler

Werdegang: Pflichtschule, Bundesgymnasium, Managementausbildung in Zürich (CH), Ausbildung in Sachen Projektmanagement und zum Käsesommelier

Lebensmottos: Etablieren regionaler Kostbarkeiten sowie leben und leben lassen

Hobby: Kochen, verkosten von Wein und Käse sowie Networking

Lieblingsspeise: Simple und klassische Hausmannskost



„Genuss ist etwas Erlösendes für den Menschen“; Lechner mit Emma Bär im Sennerstüble in Langenegg.