



Kulinarik Positionierung Österreichs

Januar 2025



Österreich hat das Potential zum

KULINARISCHEN

HERZSTÜCK EUROPAS

zu werden.

Eine zukunftsfähige, starke Positionierung einer Kulinarik-Destination

und somit einer der wichtigsten Gründe, um
nach Österreich zu reisen.

**Wie finden wir den für eine
Positionierung essenziellen
Fokus?**

135.792

Wörter Transkript aus
Gesprächen mit...

> 1000

Seiten Analyse (Trends,
MaFo, Strategie, ...)

41

...Interviewpartner

31

Restaurant-
besuche

7

Kulinarische
Events

6

Benchmarking-
Märkte



Die Vielfalt des Landes in



Faktoren



die dem Land ein kulinarisches Profil geben

12 Profilierungsfaktoren für Österreichs Kulinarik

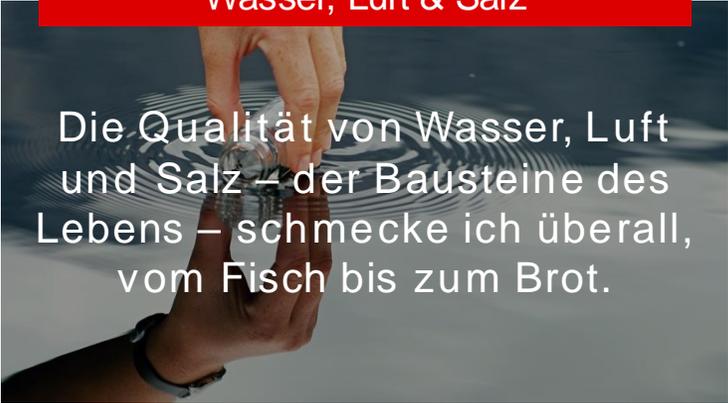
Faktoren 1-6

Produktqualität



Eine Vielzahl bekannter Produkte und viele mehr, die bei uns bisher nicht im Vordergrund standen.

Wasser, Luft & Salz



Die Qualität von Wasser, Luft und Salz – der Bausteine des Lebens – schmecke ich überall, vom Fisch bis zum Brot.

Wein



Wichtigstes kulinarisches Exportprodukt, spiegelt Herkunft, formt Land, Reiseorte – und hat weltweit Momentum.

Nähe & Verbindung



Von Hotspot zu Hotspot zu reisen ist ein Leichtes; Produkte können nahe bezogen werden; emotionale Verbindungen.

Jahreszeiten



Österreichs Kulinarik folgt den Jahreszeiten – die Nachfrage von Köch:innen und Konsument:innen nach Saisonalität steigt.

Nachhaltigkeit & Bewusstsein



Die Zukunft der Ernährung liegt in der Verbindung von Genuss und Gesundheit.

12 Profilierungsfaktoren für Österreichs Kulinarik

Faktoren 7-12

Genusserlebnis und Gastfreundschaft



Traditionen, Generationen, int. Einflüsse



Mut & Innovation



Produzent:innen und Bio-Pionier:innen



Köch:innen und Veredler:innen



Basisfaktoren Österreichs



Österreichs Kulinarik auf die Karte bringen

2 Positionierungs- faktoren

*Wie bringen wir das, wofür Österreichs Kulinarik bekannt ist, mit dem zusammen, wofür sie auch bekannt sein sollte?
Wie vereinen wir Traditionsreiches und Innovatives, Vielfältiges und Einzigartiges in der Kommunikation?*

Produkt, Schauplatz, Gericht, Charakter, Tischkultur – in unserem Positionierungsfaktor 1 setzen wir auf **Originale in und aus Österreich.**

POSITIONIERUNGSFAKTOR 1

ORIGINALE

Weltberühmtes und weltbestes, aber immer einmalig

Landschaft und Natur sind Hauptreisegrund für Österreich. Sie haben aber auch grundlegenden Einfluss auf die Kulinarik des Landes. Die Diversität unserer Topografie wirkt sich auf Grundprodukte, deren Charakter und Gerichte aus

Die atemberaubende Umgebung hat einen prägenden Einfluss auf den Geschmack – Positionierungsfaktor 2 - setzt auf Österreichs Stärke und den Wunsch der Kulinarikreisenden:

„Dort wo ich bin, will ich wissen, wie es schmeckt.“

POSITIONIERUNGSFAKTOR 2

TOPOGRAPHIE

Schmecke die Landschaft am Teller



Österreichs Kulinarik überrascht mit Typischem und Untypischem; mit Vielberühmtem und Unbekanntem...

DIE VON ORIGINALEN GEPRÄGTE LANDSCHAFT SEHEN UND SCHMECKEN

...immer original, wie Charakter und Landschaft.

Kulinarik- Positionierung

Übersicht

Kulinarischer
Facetten-
Reichtum
Facettenreichtum

Ein Land mit
kulinarischem Profil
Profilierungsfaktoren



Österreichs
Kulinarik auf die
Karte bringen
Positionierungsfaktoren

Der wesentliche
Kern der Kulinarik
Positionierungs-Narrativ und -Satz



Die Profilierungsfaktoren
bilden den Rahmen, die
Positionierungsfaktoren
Originale und Topografie
den Kern der möglichen
Inhalte.

Die Kulinarik- Positionierung ist

**Sprungbrett für alle
Aktivitäten.**



Von der Strategie in die Systeme

Lebendige
Arbeitsbereiche –
vom Strategie-
Dokument in
zukunfts-
gerichtete
Handlungsräume
und Ökosysteme:



ORIGINAL

Content

selbstbewusst

Wir sind an der Weltspitze – so kommunizieren wir auch.

laut

Wir brechen aus dem gewohnten Kulinarik-Content aus.

überraschend

So hast du Österreichs Kulinarik noch nie gesehen.

Kulinarik- Auftrag

- 1**
Wir präsentieren unsere geschmackvolle Landschaft, die alles zu bieten hat und stellen über die Kulinarik eine Verbindung her.
- 2**
Wir beleuchten unsere typischen und untypischen Originale, geben ihnen eine (ihre) Bühne.
- 3**
Wir sind geprägt von unserer Geschichte, Tradition und kosmopolitischen Einflüssen: Sie sind Teil unserer Küche – integrieren wir sie mit Stolz und bringen sie an ihre Grenzen und darüber hinaus.

- 4**
Stärken wir die Nähe zu regionalen und lokalen Produkten, Produzent:innen, Partner:innen. Die Symbiose ist der Schlüssel zu Qualität und Eigenständigkeit.
- 5**
Ermutigen wir unsere Avantgardist:innen, leben wir den Zeitgeist für Jugend und Chancengleichheit.
- 6**
Feiern wir Wasser, Salz und Luft. Die Basisqualität ist einzigartig, selbstverständlich für uns, überraschend für andere.
- 7**
Leben wir die familiäre Gastfreundschaft und halten die Geselligkeitskultur hoch.
- 8**
Forcieren wir Genuss mit Wohlbefinden und Vernunft für Menschen und Natur.

- 9**
Erkennen wir die Qualität unserer Produkte und zeigen wir sie selbstbewusst.
- 10**
Entwickeln wir das Verständnis für unsere einzigartige (Bio-)Landwirtschaft und die Wechselwirkung zur Kulinarik.
- 11**
Finden wir Antworten auf unseren Standort und folgen den Jahreszeiten, die uns den Speiseplan vorgeben.
- 12**
Erkunden wir interdisziplinäre Kooperationen mit Kunst, Kultur, Technologie, Innovation und Handwerk.

Nur gemeinsam
sind wir die

Österreich | WERBUNG
KÄRNTEN
BURGENLAND
VORARLBERG
WIEN
NIEDERÖSTERREICH
SALZBURGERLAND
OBERÖSTERREICH
TIROL
STEIERMARCK



Vielen Dank