



# Projektvorstellung VKD Tradition trifft VKD Innovation

## DIE ALTEN WILDEN TREFFEN AUF DIE JUNGEN MEISTER

### Warum ein Projekt?

In dem Wahlkampf und in der ersten Zeit der Amtszeit des neuen Präsidiums kommen immer wieder die Stimmen auf, dass wir den Wissenstransfer zwischen unseren hoch verdienten Kollegen und Kolleginnen in dem Ruhestand und unseren jungen Kollegen und Kolleginnen fördern sollten. Dieses Projekt ermöglicht die starke Kommunikation zwischen den Generationen und die Kommunikation zwischen den Zweigvereinen, Landesverbänden und dem VKD. Für dieses Vorhaben haben wir einen Partner bekommen, der bereits jetzt eine starke Unterstützung unserer Nationalteams ist, Transgourmet Deutschland GmbH.

### Ziel des Projekts:

#### Sichtbar:

Ein Kalender 2023 mit regionalen traditionellen Rezepten der Zweigvereine aus dem gesamten Bundesgebiet neu umgesetzt. Auf dem vorderen Blatt werden die Kollegen in Großaufnahme sein sowie die Kalendertage, auf der Rückseite das Gericht und Rezeptur, wenn vorhanden auch die alte Aufnahme des Gerichts. Endgültiges Layout wird erst während der Aufnahmen festgelegt. So dokumentieren wir die kulinarische Tradition der Regionen und schlagen die Brücke zu den aktuellen Trends der Gastronomie. Die regionalen Gerichte und die regionalen Produkte bekommen eine Wertschätzung, ebenso wie die Kollegen und Kolleginnen, die die kulinarische Tradition schätzen und fortführen. Darüber hinaus erhalten wir auch die Aufnahmen von den Fotoshootings- einen Vorrat an hochwertigen professionellen Fotos, die wir für unsere eigene Werbezwecke abseits eines Kalenders nutzen können. Die Kalender werden in der Auflage von 1500 St von Transgourmet Vertrieb in die Gastro Betriebe getragen, wir werden mit 500 St hochwertige Geschenke für Aktionen bekommen und sie an unsere Sponsoren und künftige Partner verteilen können.

#### Unsichtbar:

Wir bekommen eine breite mediale Präsenz durch die Firma Transgourmet, die ein starkes Signal für die Gastro Welt ist: VKD ist ein wichtiger Partner, ein Verband mit dem es sich lohnt für die Zukunft zu rechnen. Wir werden so präsentiert, wie wir gerne wären: modern, fortschrittlich, offen, cool und nach Corona wieder aktiv. Das hilft uns ein gutes Standing auf dem Markt zu haben. Die Wirkung ist aber nicht nur nach außen spürbar, sondern basiert auf der tatsächlichen Arbeit die innerhalb des Verbandes geleistet wurde. Die Arbeit unserer Mitglieder wird in den Regionen sichtbar und das nicht durch unsere Nationalmannschaften, sondern durch die „Alltagshelden“ vor Ort.



## **Was wir brauchen:**

Traditionelle regionale Gerichte die für einen Zweigverein eine Bedeutung haben und für die nachkommende Generation erhalten werden sollen. Diese werden festgehalten und von der jungen Generation bei den Fotoshootings nachgekocht werden. Dabei ist die Interaktion zwischen den Generationen das wichtigste Effekt und Ziel des Projektes. Die Rezepturen sollten aus der Schatzkammer der älteren Kollegen und Kolleginnen stammen und eine emotionale Verbindung zu Land und den Menschen knüpfen. Die Rezepturen sollen gerne auch aus den Produkten der Region zubereitet werden, mit der Vorstellung eines traditionell hergestellten Produkts. Auch die Landwirte, Bauern, Metzger, Fischer, Müller und weitere Handwerker können zu Wort kommen und den Geschmack der Region vertreten.

Das Wissen und Können der VKD Küchenmeister und VKD Köche und Köchinnen kann auf diesem Weg gewürdigt werden und weiter gegeben werden. Das Wissen wird aber gleichzeitig zeitgemäß neu aufgelegt und bildet ein Grundstock für eine gelebte kulinarische und gastronomische Tradition. Die Gerichte können z.B. einen besonderen Platz in den Betrieben der Region erhalten.

## **Wer sind aber die tatsächlichen Stars:**

Auf dem Titelbild werden nicht die Gerichte stehen, sondern die Menschen, die für die Gastronomie brennen. Ein stolzer Kollege oder Kollegin, der/die in Ruhestand auf ein langes Kochleben blickt und ein junger Kollege/ Kollegin, der/die ein Leben in der Gastronomie anstrebt. Diese Kollegen und Kolleginnen sollen den Übergang, aber auch den Zusammenhalt und Beständigkeit des Kochberufes darstellen. Es ist von Transgourmet eine Bedingung, dass es dabei nicht um die „Alte Weiße Garde trifft auf junge Weiße Garde“ geht, sondern es auch um die Diversität, Toleranz und Offenheit in Berufsleben geht. Die Fachlichkeit und Zugehörigkeit zu dem Berufsstand wird nicht durch Bekleidung, sondern durch die Leidenschaft, Emotion, Bildung und Geisteshaltung getragen. So können auch unsere junge Kollegen und Kolleginnen mit schrägen Biografien, ungewöhnlichem (und manchmal in unseren Reihen nicht akzeptierten) Äußeren mit dabei sein- das Einzige was zählt ist die Bereitschaft EIN KOCH- EINE KÖCHIN zu sein. Dies wird würdig und stolz präsentiert, nicht lächerlich oder gar abwertend dargestellt- das ist wiederum unser Anspruch und Bedingung. Die Portraits der Kollegen, die Portraits der Zweigvereine und weitere Aufnahmen aus den Fotoshootings werden mittels QR Codes auf den Homepages von Transgourmet und VKD sichtbar.

## Optisch geht die Reise in diese Richtung:

Bild des Gerichts, die Beschreibung, weitere Fotos, Infos zu den Zweigvereinen und zu den Kollegen und Kolleginnen werden digital aufbereitet und mit Hilfe von QR Codes auf den Webseiten von Transgourmet und VKD abrufbar, Foto des Gerichtes wird ggf. im Hintergrund (hier als Romanesco) stehen. Der meiste Input wird hier digital sein, so dass die Bilder klar und nicht überladen werden. Fokus liegt eindeutig an den 2 Kollegen/ Kolleginnen





## Projekt Ablaufplan:

Aufgaben	Verantwortlich	Termin
Konzeptphase		Februar bis April 2022
Verabschiedetes Konzept		bis 30. April 2022
Planung & Durchführung Motivaufnahmen		Mai bis Juli 2022
Definition der Auflage, Auftrag		bis 30. Juni 2022
Layout bis Reinzeichnung, Druckdaten		bis 31.7.2022
Datenlieferung an Verlag		1.8.2022
Produktionsbeginn		15.08.2022
Druck / Produktionszeit		ca. 8 Wochen bis KW 41
Konfektionierung und Versand		KW 42
<b>eintreffend TG + VDK KW 44 / 2022 (= Anfang November)</b>		

## Wie starten wir?

Für uns bedeutet es ab sofort die Information an die Zweigvereine zu leiten, die sich dieser Aufgabe annehmen. Aus jedem Landesverband **wären 2 Rezepte mit je 2 Senior Kollegen/ Kolleginnen und 2 Junior Kollegen/ Kolleginnen** zu stellen, die bereit sind die Zeit dafür zu geben, für die Fotoaufnahmen bereit sind und die Veröffentlichung der Aufnahmen erlauben. Diese Phase sollte bis 15. April abgeschlossen sein. Wir hätten dann in dem Fall dass alle Zweigvereine gleich stark mitwirken 18 Rezepturen und 36 Stars, die in 2023 die Monate repräsentieren möchten.

Die „Bewerbung“ soll an VKD Geschäftsführung bis 15.04. abgegeben werden, die alte Rezeptur gerne mit einem alten Bild (ist aber nicht unbedingt notwendig), Bilder der Kollegen und Kolleginnen, die bereit sind ZUSAMMEN an der Erstellung des „neuen“ Gerichts zu arbeiten und dieses ZUSAMMEN bei einem Fotoshooting zu kochen, präsentieren und GEMEINSAM auf dem Kalender Monatsblatt darstellen.

VKD wird aus den eingesendeten Rezepten anhand der Vorarbeit aus den Zweigvereinen die 12 passenden Finalisten aussuchen. Wichtig ist, dass aus jedem Gebiet auch eine Vertretung mit dabei ist, dass auch Frauen vertreten sind und spannende Persönlichkeiten zu Wort kommen. Ziel ist, dass jeder Landesverband mit 1 Seite repräsentiert wird, die restlichen 3 Plätze werden anhand der Persönlichkeiten und der passenden Rezeptur zu den 9 festen Plätze von VKD Präsidium ausgesucht.



## **Projektfinanzierung:**

Das Projekt wird gemeinschaftlich mit Transgourmet GmbH durchgeführt. Die Marketingabteilung begleitet das Projekt mit und übernimmt die technische Seite des Projekts.

Die gesamten Kosten (inkl. 4 Tage Fotoshooting (in verschiedenen Regionen), Reisekosten, Maskenbildner, Bildbearbeitung, Layout und weitere mit der Herstellung verbundenen Auslagen) übernimmt Firma Transgourmet, VKD übernimmt die Druckkosten für die eigenen 500 Stück des Kalenders. Diese lagen in der Vergangenheit bei 8,00€, durch die allgemeine Steigerung der Kosten müssen wir mit Kosten von ca. 10- 12€ rechnen.

Dadurch, dass auch wir an den Kosten (auch wenn diese nur ein Bruchteil der Gesamtsumme ausmachen) beteiligt sind, sollen wir ein Mehrwert aus diese Situation ziehen. Wenn wir uns nur auf einen Kalender konzentrieren werden, werden wir für unser Geld auch nur einen Kalender bekommen. Wenn wir aber die professionellen Aufnahmen weiterverwenden, können wir uns medial breit aufstellen, durch die Attraktivität neue Sponsoren gewinnen, neue Mitglieder für die Zweigvereine werben- es liegt in unserer Hand.