

## **Erfolgreiches Gastro-Marketingevent startet in die nächste Saison Gastronomen können sich jetzt für die Kulinarische Schnitzeljagd im Sommer 2021 bewerben**

**Ab sofort können sich deutschlandweit Restaurants, Cafés und Feinkostläden für die Kulinarische Schnitzeljagd bewerben. Das Genussevent bringt den Gastronomen bis zu 400 Neukunden an einem Tag – eine ideale Chance, um nach dem Lockdown auf sich aufmerksam zu machen.**

Aktuell befindet sich die hiesige Gastronomielandschaft lockdownbedingt in einem Dornröschenschlaf. Die ideale Zeit für Gastronomen, um sich Gedanken über ein glorioches Aufwachen zu machen. Denn der letzte Sommer hat gezeigt: Mit den ersten warmen Sonnenstrahlen verlagert sich das Leben mit und ohne Corona wieder mehr zurück in die Öffentlichkeit. An dieser Stelle kommt die Kulinarische Schnitzeljagd ins Spiel. Allein im letzten Sommer fanden 20 Tagesevents in 10 Städten mit über 5000 Teilnehmern und mehr als 200 Gastronomen statt - im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum um 100%. Die Events fanden unter Einhaltung der Hygienebedingungen statt und waren ein voller Erfolg.

### **So einfach und effektiv war Marketing noch nie**

Die Kulinarische Schnitzeljagd ist ein Tagesevent, bei dem sich 12 Restaurants, Cafés und Feinkostläden innerhalb einer Stadt bis zu 400 Neukunden über den Tag verteilt präsentieren. Jeder Teilnehmer erhält eine kleine kulinarische Kostprobe, die den jeweiligen Laden repräsentiert. „Es ist eine gute Möglichkeit, sich ins Gespräch zu bringen“ sagt Marcel Görke, der mit seinem Gourmetrestaurant Heimatjuwel im vergangenen Sommer an der Kulinarischen Schnitzeljagd in Hamburg teilgenommen hat. „So lernt der Gast mal etwas ganz Neues kennen im Gegensatz zu den Läden, wo er sonst immer hinget“ führt er fort. Der Arbeitsaufwand für den Laden ist denkbar gering, was auch Judith Grünewald, Inhaberin des Unverpacktladens FilMea in Mönchengladbach zu schätzen weiß: „Man kann als Inhaberin nicht immer die Kraft aufbringen, selbst Marketing zu machen. Durch die Kulinarische Schnitzeljagd haben wir viel Werbung vor Ort bekommen.“

Die Werbung setzt sich aus regionaler und überregionaler Berichterstattung, Social Media Beiträgen und einer ausführlichen Unternehmensvorstellung auf der Website der Kulinarischen Schnitzeljagd zusammen: „Durch die digitale Präsenz auf der Homepage hat sich unser Google-Ranking verbessert“, berichtet Frank Pätzold, Inhaber des Bochumer Feinkostladens Esslich.

### **Die Rechnung geht auf**

David Derix des Düsseldorfer Feinkostladens Naturburschen Flingern zählt bereits zu den alten Hasen der teilnehmenden Läden: „Ich war schon 10 Mal dabei und finde die ganze Veranstaltung großartig!“ Sein Geheimnis: Schon am Eventtag Einnahmen für die darauffolgenden Wochen generieren. Das gelingt ihm unter anderem, indem er Gutscheine für Tastings verkauft oder Rabatte auf Produkte anbietet, die auch in den Wochen nach der

Tour bei ihm abgeholt werden können. Aber auch Restaurants oder Cafés können einfach nebenbei Geld einnehmen, indem sie zu ihren Köstlichkeiten spezielle kulinarische Angebote exklusiv für die Schnitzeljäger bereithalten.

### **Aus Neukunden werden Stammkunden**

An der Kulinarischen Schnitzeljagd nehmen größtenteils Menschen aus der jeweiligen Stadt teil. Die Teilnehmer möchten Orte kennenlernen, in denen sie noch nicht waren. Präsentiert sich der Läden am Eventtag entsprechend gut, wollen sie den neu entdeckten Laden nochmal in Ruhe besuchen. Pia Krebs ist die Inhaberin von den beiden Düsseldorfer Filialen der pyc cheesecake & gallery. Auch ihre Cafés haben schon mehrfach an der Kulinarischen Schnitzeljagd teilgenommen: „Wir freuen uns sehr über die allgemeine Begeisterung, mit der die Teilnehmer auf Entdeckertour gehen. Viele kommen danach wieder!“

### **Hilf uns, die deutsche Gastronomielandschaft zu retten**

Deine Neugierde ist geweckt? Bewirb dich bis zum 28.2.21 unter [www.kulinarische-schnitzeljagd.de/partner](http://www.kulinarische-schnitzeljagd.de/partner) für die Kulinarische Schnitzeljagd in deiner Stadt!

2021 wird die Kulinarische Schnitzeljagd in den folgenden Städten sein: **Aachen, Berlin, Bochum, Bonn, Braunschweig, Dortmund, Duisburg, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Grevenbroich, Hamburg, Kiel, Köln, Mainz, Mönchengladbach, Mülheim an der Ruhr, München, Ratingen und Wiesbaden.**

### **Pressemappe und aktuelle Bilder:**

<https://www.lifepur.de/newsroom/wiedeking-events-gmbh>

### **Kontakt:**

Jana Leckel  
PR & Marketing  
Wiedeking Events GmbH  
Heinrich-Könn-Straße 60g  
40625 Düsseldorf  
[jana@kulinarische-schnitzeljagd.de](mailto:jana@kulinarische-schnitzeljagd.de)  
Telefon: 0211-97537017

### **So funktioniert die Kulinarische Schnitzeljagd**

Die Kulinarische Schnitzeljagd ist eine einzigartige Genusstour für jedes Alter. Dabei erschmecken die Teilnehmer ihre Stadt neu. Allein oder mit Freunden, auf dem Rad oder anders. In ca. 12 persönlich ausgewählten Restaurants, Cafés und Feinkostläden bekommen die Schnitzeljäger besondere kulinarische Kostproben. Innerhalb eines Tages haben sie 7 Stunden Zeit, um die Läden in ihrem Tempo individuell zu besuchen. Gemeinsam mit 400 weiteren Teilnehmern wird die Kulinarische Schnitzeljagd zu einem einzigartigen Genussevent.

Die Tour findet an einem festgelegten Datum zwischen 11 und 18 Uhr statt. In dieser Zeit bekommen die Teilnehmer in jedem der Läden kostenlos eine kulinarische Köstlichkeit. Es gibt immer auch eine vegetarische Alternative.

Die Tour ist radoptimiert. Wer mit dem Fahrrad fahren will, kann sich die vorgeschlagenen Routen für Google Maps oder Komoot kostenlos herunterladen.