

PRESSE INFORMATION

Nürnberg, 15. April 2024

„Dining Affairs“ zeigen neue Einblicke in Nürnbergs gehobene Gastronomie

Der Guide Michelin hat in diesem Jahr 340 Restaurants ausgezeichnet – davon liegen mit 79 Auszeichnungen die meisten in Bayern. Nürnberg bietet den Gästen mit derzeit neun Michelin-Restaurants und 15 von Gault & Millau ausgezeichneten Lokalen so viele Sterne wie nie zuvor. Unter dem Motto „Dining Affairs - Die Genussvielfalt aus Nürnbergs Küchen“ gibt die Congress- und Tourismus-Zentrale (CTZ) in diesem Jahr Einblicke in Nürnbergs gehobene Gastronomie.

„Nürnberg hat sich zu einem Zentrum für Fine Dining entwickelt“, sagt Yvonne Coulin, Geschäftsführerin der CTZ. „Mit einer wachsenden Anzahl von Sternerestaurants und der bemerkenswerten Dichte an Fine-Dining-Restaurants ist die Stadt ein herausragendes Ziel für Liebhaberinnen und Liebhaber der gehobenen Küche“. Aus diesem Anlass hat die CTZ die Multiplikatoren-Kampagne „Dining Affairs“ entwickelt, welche die eigens für Nürnberg definierten Themen „Beschaffung & Herstellung“, „Atmosphäre & Erlebnis“ und „Tradition und Innovation“ kommuniziert.

Bereits im 15. Jahrhundert wurde die kulinarische Geschichte Nürnbergs durch den Handel mit exotischen Gewürzen geprägt und machte die Stadt zu einem kulturellen und wirtschaftlichen Zentrum. Heute trägt insbesondere die Landschaft um Nürnberg zu dieser Vielfalt bei: Dazu zählen das Knoblauchsland im Norden, einem der größten Gemüseanbaugebiete Deutschlands, sowie die traditionelle lokale Fischwirtschaft und die Streuobstwiesen in der Fränkischen Schweiz. Köche wie Felix Schneider, dessen Restaurant „etz“ mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnet wurde, profitieren von dieser Gegebenheit. Felix Schneider betont: „Die Verfügbarkeit dieser einzigartigen kulinarischen Landschaft mit frischen und saisonalen Produkten ist Grundlage für die Variation unserer Menüs - es ist eine essbare Landschaft“. Die Integration lokaler Produkte in die kulinarischen Verfahren seiner Versuchsküche ist einzigartig in der **Herstellung und**

Beschaffung und steht exemplarisch für die nachhaltige und kulinarische Identität Nürnbergs.

Ergänzend zu den hochwertigen, regionalen Produkten hat die **Atmosphäre und das Erlebnis** vor Ort eine große Bedeutung in der gehobenen Gastronomie. Neben offenen Küchen, bei denen Gäste einen Einblick in die Zubereitung bekommen, bieten einzelne Nürnberger Restaurants in intimer Atmosphäre die Möglichkeit, eine enge Verbindung zwischen Küche, Koch und Gast herzustellen. Gemäß den Ergebnissen der Gästebefragung des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus (Quelle: dwif-Consulting GmbH 2021), ist für 43 Prozent der Besucherinnen und Besucher das Kennenlernen der lokalen Küche eine der wichtigsten Aktivitäten während ihres Aufenthalts in Nürnberg. Das Ziel der Kampagne ist es, den Gästen die Vielfalt der gehobenen **traditionellen und innovativen fränkischen Küche** näherzubringen. Ein besonderes Augenmerk liegt darauf, traditionelle Gerichte in ihrer Authentizität zu bewahren und zugleich mit neuen Impulsen zu bereichern. Das stimmt auch mit der Philosophie der Restaurants „Imperial“ und „Fränk'ness“ von Alexander Herrmann überein: „Nürnberg und der mittelfränkische Raum sind deshalb eine Reise wert, weil wir hier eine eigene geschmackliche DNA haben, die sich mit keiner anderen Destination in Deutschland vergleichen lässt. Dabei ist sie ebenso hochwertig wie vielfältig und bietet eine große Bandbreite von bodenständiger Küche bis hin zur preisgekrönter Hochküche“, so der Spitzenkoch und Unternehmer.

„Dining Affairs“ – die Multiplikatoren-Kampagne der CTZ

Im Rahmen der Multiplikatoren-Kampagne „Dining Affairs“ stellt die CTZ aufbereitete Inhalte zum Themenschwerpunkt Fine Dining zur Verfügung. Medienvertreterinnen und -vertreter erhalten im neu gestalteten Media Room unter <https://tourismus.nuernberg.de/medien> Content in Form von Textbausteinen, Bildmaterial und Hörfunk-Footage zu Recherchezwecken. Des Weiteren lädt die CTZ zu drei individuell konzipierten Medienreisen ein, um das Fine-Dining-Erlebnis vor Ort kennenzulernen. „Für uns eröffnet die PR-Kampagne die Chance, Nürnberg nicht nur durch seine bekannten Sehenswürdigkeiten und sein reichhaltiges Kulturangebot zu präsentieren, sondern auch als erstklassige Fine-Dining-Destination in der DACH-Region zu etablieren“, so Yvonne Coulin abschließend.

Weiterführende Links

Informationen zu den „Dining Affairs“ und Anmeldung zu den Medienreisen im

Media Room: <https://tourismus.nuernberg.de/medien/dining-affairs/>

Über die Congress- und Tourismus-Zentrale

Die Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg (CTZ) ist wichtiger Partner der Tourismusbranche in Nürnberg und als dieser für die nationale und internationale Vermarktung in den Bereichen Einzel- und Gruppenreisen sowie im Tagungs- und Kongresswesen zuständig. Zudem bietet die CTZ neben dem Betrieb einer Tourist Information auch umfassende Serviceleistungen an. Der 1904 gegründete Verkehrsverein Nürnberg e. V. fungiert als Kompetenzzentrum für seine rund 300 Mitglieder aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Wirtschaft und Kultur. Nürnberg gehört zu den Top 10 der wichtigsten deutschen Tourismusstädte.

Mehr Informationen in Deutsch und Englisch finden Sie in unserem Media Room unter: <https://tourismus.nuernberg.de/medien> und auf unseren Social-Media-Kanälen Facebook (@tourismus.nuernberg), Instagram (@nuernberg_travel) LinkedIn (Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg) und X (@Nuernberg_Info) #nuernberg_travel #Stadtglück #tastenuernberg #nürnbergquartiere

Pressekontakt:

Franziska Steyer | PR und Kommunikation | Frauentorgraben 3 | 90443 Nürnberg
Telefon: +49 (0) 911 2336 113 | E-Mail: steyer@ctz-nuernberg.de