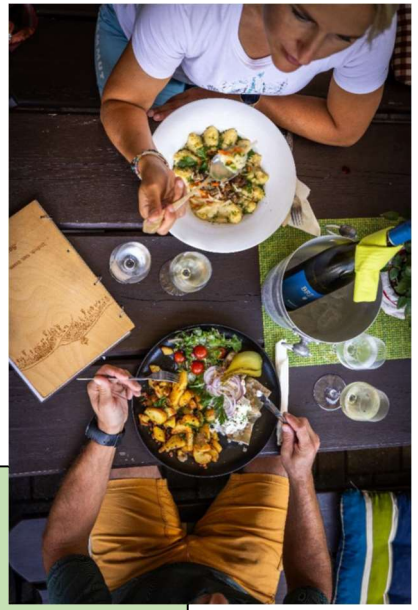
Interreg

Polska – Sachsen

Współfinansowany przez UNIĘ EUROPEJSKĄ
Kofinanziert von der EUROPÄISCHEN UNION



Slow Life – Vytvoření přeshraničního požitkového regionu Görlitz/Zgorzelez

První fáze: Výsledky vědecké analýzy

SlowLife
Take your time, change your life!

Hochschule Zittau/Görlitz
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ENO

POWIAT ZGORZELECKI
Możliwości bez granic

Slow Life – Vytvoření přeshraničního požitkového regionu Görlitz/Zgorzelez

První fáze: Výsledky vědecké analýzy

Otázky, které jste mi položili:

- Jak se podaří získat zásadní počet zainteresovaných gastronomických podniků (včetně ubytovacích zařízení s nabídkou snídaní)?

- Jak se podaří vzbudit zájem o sezónní, regionální a zejména bio potraviny?

- Jaké logistické výzvy vyvstanou, jestliže budou výrobní podniky dodávat přímo (nebo nepřímo přes zprostředkovatele) gastronomickým podnikům a ubytovacím zařízením? Jaká řešení jsou slibná?

- Které komunikační / marketingové strategie jsou úspěšné? Jak se podaří zapojit turistické svazy?

- Které argumenty přesvědčí gastronomické podniky a ubytovací zařízení, aby používaly společný marketing, na příklad ve smyslu bio požitkové stezky?

Jak jsme dosud postupovali:

Agenda:

1. Výchozí situace a přístup
2. Terminologie
3. Historie kulinářství v německo-polském požitkovém regionu
4. Základní hodnoty kulinářského zážitku a jejich interpretace
5. Výsledky srovnávací analýzy
6. Přístup k podobným iniciativám v Sasku – otevřené otázky

1. Výchozí situace a přístup

- Výchozí situace Slow Life: Dosažení dohody ohledně obsahu pojmu „požitek“ a nezbytných omezení v běžícím projektu

- Zaměření se na kuchařské umění coby základu pro požitek

- Základní hodnoty kulinářského požitku

- Historické dědictví

- Realizace rozhovorů

- Vyhledání srovnatelných iniciativ

- První vyhodnocení výsledků

---

2. Terminologie

Výchozím bodem je a zůstane **myšlenka Slow Life.**

Tato myšlenka jakožto komplexní koncept zahrnuje různé oblasti každodenního života od práce přes rodinu až po společnost.

Požitek

Požitek chápeme jako intenzivní, příjemné vnímání nebo zkušenost, která vzniká na základě konzumace jídel, nápojů nebo jiných věcí. Jde přitom o smyslový prožitek a radost, kterou přináší.

Široké pojetí pojmu požitek

(umělecký zážitek, zážitek ze vzpomínek, duchovní zážitek, aktivní zážitek, zážitek z krajiny, kulturní zážitek, zážitek ze setkávání) **je pro období realizace projektu příliš obsáhlé**!

---

2. Terminologie

Požitek

Základem je kulinářský zážitek se čtyřmi základními hodnotami, na kterých jsme se během společného workshopu shodli.

Základní hodnoty:

- vědomost
- upřímnost/skutečnost/autentičnost
- regionálnost
- prožitelnost

---

2. Terminologie

Požitek

Kulinářský zážitek sám o sobě však není pro skutečný požitek dostačující. Je zapotřebí ještě tzv. **add ones** neboli **přidané hodnoty**, která kulinářský zážitek povýší na skutečný požitek!

Může se jednat např. o:

kulturní zážitek, umělecký zážitek, zážitek z přírody nebo krajiny, zážitek ze vzpomínek, zážitek ze setkání…

---

3. Historie kuchařského umění v německo-polském požitkovém regionu

- historické vlivy slezské, české, lužickosrbské a německé kuchyně

- **klíčové procesy**: integrace **brambor** na konci 18. stol. do každodenního vaření a **vaření piva** coby produktu, který utváří identitu jak v ekonomické, tak v kulturní rovině (tzv. pivní války v 15. stol.)

- vrchol kuchařského umění v Görlitzu nastává kolem roku 1900 díky mezinárodnímu obchodu

Po roce 1990

- **na jedné straně**:

návrat k regionální autenticitě, historickým jménům hostinců a lokálním produktům

---

3. Historie kuchařského umění v německo-polském požitkovém regionu

- **zároveň** přichází kulinářská proměna příhraničí – reflexe rozsáhlých historických, demografických a hospodářských procesů

- kuchyně a vaření neslouží pouze stravování, ale představuje kulturní, společenskou a existenciální praxi

- vlivy přesídlování, migrace různých kuchařských tradic (východní Polsko, Slezsko, střední Polsko, jihovýchodní Polsko, Ukrajina, Řecko a Makedonie)

- **jedinečnost** spočívající v rozmanitosti, vzájemně se ovlivňující gastronomické kultuře a zároveň návratu k tradičním způsobům přípravy

- **jedinečná, nová lokální identita ovlivněná mnoha faktory = silná stránka našeho požitkového regionu!**

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad

návštěvy potenciálních požitkových míst / partnerů a rozhovory s nimi

např. hořčičný mlýn v Budyšíně, skanzen Erlichthof Rietschen, Jednota bratrská v Ochranově

zjištění: čtyři základní definované hodnoty jsou **různě interpretovány**

potřeba sestavit přehled představ, společných rysů a rozdílů

příprava struktury rozhovorů

Cíl: zjistit společné rysy a rozdíly

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – společné rysy

1- Vědomost – celkové pochopení

dopřát si čas na pochopení produktu a jeho původu, konzumovat pozorně a aktivně prožívat hodnoty, jako je kvalita, regionálnost a udržitelnost

Čtyři dimenze vědomého prožitku:

1. pozornost a zpomalení
2. povědomí o původu a výrobě
3. odpovědnost a postoj
4. transparentnost a komunikace

Vědět, co dělám, ukázat, jak pracuji, ocenit, co region nabízí, a mít čas si to vychutnat!

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – společné rysy

2. Autentičnost a poctivost

Klíčové aspekty:

1. Soulad mezi postojem, místem a produktem
2. Poctivost ve výrobě a upřímnost v komunikaci
3. Tradice a řemeslo jako výraz opravdovosti
4. Poctivost znamená i nedokonalost
5. Odlišení se od toho, co je falešné nebo předstírané
6. Autentičnost jako základ důvěry – žádná nadměrná regulace prostřednictvím certifikátů

Být upřímní, protože žijeme to, co říkáme.
Nejde o divadlo, ale o přesvědčení, postoj, transparentnost a činy.

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – společné rysy

3. Regionálnost

Nejde tolik o kilometry (50 km)
Pragmatický pohled: Ne vše může být regionální – káva, sůl nebo koření

Čtyři hlavní dimenze regionálnosti:

1. Původ a krátké vzdálenosti
2. Tvorba hodnot a spolupráce
3. Typické produkty a identita
4. Hranice a otevřenost (přeshraniční otevřenost)

Původem z okolí, s krátkými přepravními vzdálenostmi a poctivého původu, od lidí, kteří zde žijí a přebírají odpovědnost s cílem zachovat regionální identitu a ekonomicky ji posílit.

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – společné rysy

4. Prožitelnost

• Požitek chápeme jako zážitek několika smysly (multisenzorický zážitek) – vidět, čichat, chutnat, cítit, poslouchat
zážitky vytvářejí vazbu: prohlídky s průvodci, workshopy, ochutnávky, pikniky, adopce ovcí nebo kurzy vaření jako příklady požitku, který je možné zažít.

• Vyprávět příběhy je důležitější než produkt pouze prezentovat – tzv. story telling jako forma zážitku

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – společné rysy

5. Přeshraniční spolupráce

• Téměř všichni vidí ve spolupráci s Polskem a naopak velký potenciál.

• Jako největší překážka je kontinuálně uváděn jazyk.

• Kuchařské umění jako spojující prvek: jídlo překračuje hranice a vytváří příležitost k setkávání

• dotazovaní by si přáli: společnou mapu požitků, dvojjazyčnou komunikaci, digitální nástroje (např. aplikace)

• otevřenost a zvědavost vůči sousedním zemím jsou výrazné – ale je málo praktických zkušeností.

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – rozdíly

Vědomé vychutnávání	Pro gastronomy jde spíše o estetickou zkušenost, pro zemědělce o úctu k přírodě a životnímu cyklu produktu
Certifikáty/označení	Subjekty působící v cestovním ruchu vidí spíše marketingovou příležitost, producenti jsou spíše skeptičtí
Definice regionu	Sahá od ryze lokálního až po široké okolí – částečně až do Drážďan a polského Dolního Slezska.
Regionální vs. bio	Bio v popředí, nebo řemeslná, ale nikoli certifikovaná kvalita.
Prožitelnost	Subjekty v cestovním ruchu: spíše marketingové téma; Producenti: praktická nabídka
Přeshraniční spolupráce	Jen málo dotazovaných je aktivně propojeno a mají vize; řemeslné podniky a výrobci mají dosud jen zřídkakdy kontakt s Polskem

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – Obecné poznatky:

Klíčové hodnoty souhlasí:	Vědomost, upřímnost, regionálnost a prožitelnost jsou coby hlavní myšlenky zeširoka akceptovány a v mnoha případech jsou již uvedeny do praxe.
Největší deficit:	Propojení a struktura. Mnoho podniků jedná samostatně, přejí si ale výměnu a viditelné platformy.
Komunikace:	Transparentnost a story telling jsou klíčovými faktory úspěchu pro věrohodný požitkový region.
Slow Life jako zastřešující značka	Kuchařské umění jako základ + přidané hodnoty, které činí z kulinářského zážitku něco výjimečného
Příhraničí jako příležitost:	Rozmanitost, vícejazyčnost a sdílená historie jsou považovány za charakteristický znak.

---

4. Základní hodnoty kulinářského požitku a jejich výklad – Závěry:

- Na klíčových hodnotách můžeme stavět a považovat je dále za základní kameny projektu.

- Těžiště naší práce by mělo spočívat v **propojení zainteresovaných subjektů** a jejich vzájemné výměně a kontaktu
Zapojení potenciálních aktérů do projektu prostřednictvím pravidelné výměny informací

- Kritéria pro zapojení do projektu Požitkového regionu by měla být jednoduchá, motivující (žádné pečeti nebo značky, spíše doporučení)

- Držet se kuchařského umění jakožto základu, samo o sobě to ale nestačí!

- Potřeba prověřit, zda je třeba zohlednit rozdíly mezi kulturami!

---

5. Srovnávací analýza – Poznatky

Bylo analyzováno 21 regionů s podobnými iniciativami – z toho 5 přeshraničních

Kritéria:

- Zřizovatelé, druh modelu
- Kritéria účasti
- Výběr účastníků
- Motivace k účasti

---

5. Srovnávací analýza – Poznatky

Zřízení

- stabilní, dlouhodobě plánované a transparentní zřízení – důvěra
- separátní zřizovatelé mohou mít potíže s financováním; „připojení se“ ke stávajícím strukturám (např. TV)
- sdružení založená po vzoru tzv. public-private modelů

Druh modelu

- Cíle projektu rozhodují o výběru kritérií!

- **Otázka:** čistě marketingová a regionální sdružení zaměřená na marketing, **NEBO** sdružení s cílem regionální tvorby hodnot, krátkých dodavatelských řetězců, zaměření na řemeslo, zvýšení kvality v gastronomii

- Regionální nebo bio – certifikace Slowfood?

- Ve většině případů: zaměření na kulinářský požitek – zážitky v dané destinaci jako doplňkové produkty

- Mnoho modelů se v průběhu času „ztrácí“

5. Srovnávací analýza – Poznatky

Účastníci

• povětšinou zapojení do kulinářského řetězce tvorby hodnot od producentů přes distributory, zaměření na gastronomii

• „Maker“ produkty
Subjekty nabízející zážitky nejsou povětšinou účastníky, ale jsou v rámci sdružení propagovány

Výběrové řízení / Výběrová komise

- od žádných kritérií po jasně definovaná kritéria výběru a výběrová grémia
- Modely „na zavolání“
- Open source modely
- Často: přijímací řízení, smlouva o spolupráci, přijetí na základě prověření, značka na dveřích

---

5. Srovnávací analýza – Poznatky

Motivace k účasti

- výhody v oblasti komunikace a marketingu
- zvýšení povědomí; oslovení nových cílových skupin
- síťové efekty; výhody pro vlastní image – zařazení mezi kvalitní poskytovatele
- zachování kulturní krajiny
- posílení tvorby hodnot v regionu

---

6. Přístup k podobným iniciativám v Sasku – otevřené otázky

- So schmeckt Sachsen jako společná zastřešující značka pro kulinářské zážitky a gastronomii od Saského ministerstva pro vědu, kulturu a cestovní ruch

- Die Lausitz schmeckt (Lužice chutná)

- Bio – Modell – Region Bautzen (Modelový bio region Budyšín)

- Sächsische Weinstrasse (Saská vinná stezka)

- Spolupráce mezi bio výrobci a gastronomickými provozy v sasko-českém příhraničí

- Požitková stezka Dolnoslezského turistického svazu ve Vratislavi „Smaki Dolnego Śląska“

???

Shrnutí předběžných výsledků: Odvození prvních silných stránek a příležitostí

Silné stránky (interní)	**Příležitosti (externí)**
Regionální rozmanitost „kuchyní“ je dána historickým vývojem	Hlavní plán pro cestovní ruch v Sasku se zaměřením na kulinářský požitek jako součást kulturního cestovního ruchu
Přiměřený počet kvalitních poskytovatelů (majáků) s vášní pro naše téma	Rostoucí vnímavost společnosti vůči tématům, jako jsou regionálnost, sezónnost, povědomí o správném stravování atd.
Hlavní regionální produkty jako jablka, kapři, perníčky	Zástupce dolnoslezského maršálka Wojcieck Bochnak jednal se státní ministryní Klepschovou o potenciálu spolupráce v oblasti cestovního ruchu mezi Saskem a Polskem
atd.	atd.

Děkuji za pozornost!

SlowLife

Take your time, change your life!

Tato publikace je k dispozici také v německé jazykové verzi.