



Genusswoche etabliert sich als Marke

Das neue Baselbieter Label für Produkte und Gastronomie stösst auf Anklang

Von Daniel Wahl

Liestal. Als Genussland hat das Baselbiet weder einen schlechten noch einen guten Ruf. In der kulinarischen Welt wird der Kanton vielmehr als ein blinder Fleck wahrgenommen. Doch das könnte sich ändern: Um die im Kanton hergestellten Produkte überhaupt zu positionieren, haben das Landwirtschaftliche Zentrum Ebenrain, die Stadt Liestal und Baselland Tourismus eine Marke geschaffen. Sie soll Genuss und Qualität aus dem Baselbiet über die diesjährige Genusswoche hinaus bekannt machen. «Das Label soll als werthaltiges Produkt aus unserer vierten Genusswoche hervorgehen, in der sich Liestal als Genusshauptstadt der Schweiz positionieren konnte», sagt Liestals Stadtpräsident Lukas Ott.

Das Logo stellt einen Teller mit Heugabel und Kochlöffel dar. Verwenden dürfen das Label Produzenten von Baselbieter Produkten auf ihrer Verpackung sowie Gastronomiebetriebe in ihren Speisekarten. Das Logo transportiert die Worte «Genuss aus Baselland – pure Leidenschaft» als Botschaft heimischer Produkte hinaus ins Land. Es stehe ferner für naturnahe Produktion mit fairen Partnern. Die Urproduktion und die namensgebenden Zutaten müssen komplett aus dem Baselbiet stammen.

Der Kritik am wachsenden «Labeling» von Nahrungsmitteln stellt sich der Ebenrain-Leiter Lukas Kilcher entgegen: «Tatsache ist, dass es grossartige Produkte aus dem Baselbiet gibt, aber keine Botschaft aus dem Kanton.» Dabei will man es offenbar besser machen als die gesichtslose schweizerische Marke «Das Beste aus der Region», die vom Bauern-



Löffel und Heugabel. Produzenten und Gastronomiebetriebe können das neue Baselbieter Label verwenden. Der Verband zum «Das Beste aus dem Baselbiet» verbessert wurde – und doch keinen Anklang fand. Kein Betrieb machte mit, zu teuer waren offenbar die Lizenzgebühren, mit denen man die schweizerische Organisation mitfinanzieren musste. Zu aufwendig waren auch die Audits, die nicht nur die Produktion unter die Lupe nahmen. Wer «Das Beste aus der Region» verwendete, musste die Buchhaltung öffnen und nachweisen, dass die Wertschöpfung in der Region bleibt.

Kilcher und insbesondere die für die Validierung beauftragte Johanna Gysin achten auf einen möglichst geringen Aufwand. «Wir wollen nicht daran verdienen. Wir stellen den Beratungsaufwand in Rechnung. Ab 150 Franken kann man dabei sein», sagt Gysin.

Label zählt fürs einzelne Produkt

Um die Marke zu erwerben, muss nicht der ganze Betrieb auf heimische

Produktion ausgerichtet sein. Es reicht, wenn ein einzelnes Nahrungsmittel im Baselbiet hergestellt wird. Beispielsweise dürften die Würste der Metzgerei Jenzer in Arlesheim mit «Genuss aus Baselland» etikettiert werden, wenn das Rind auf Baselbieter Weiden stand, selbst wenn es in Oensingen geschlachtet wird. Die einfache Administration ohne Lizenzgebühren und die Transparenz kommen bei Baselbieter Betrieben an. Bereits hätten 13 Produzenten und Verarbeiter Verträge unterzeichnet und nutzen die Marke. Unter anderem die Familie Rudin-Thomen aus Eptingen mit ihrem Kernotto oder Stefanie und Christian Weber vom Bareghhof in Hemmiken, die Urdinkel, Galloway-Rindfleisch, Holunder und vieles mehr zertifizieren liessen. Mit dabei auch die Regiomolkerei Frenkendorf mit diversen Milchprodukten sowie Restaurants: der «Leue» Waldenburg, der Gasthof Neubad in Binningen oder das Hotel Bienenberg.

Noch nie in den vier Jahren zuvor hat die Genusswoche der Schweiz in unserer Region so viel Aufmerksamkeit erzeugt, wie in diesem Jahr. «Sich als Genusshauptstadt der Schweiz zu bewerben, hat sich auszahlt», meint Stadtpräsident Lukas Ott. Der Erfolg ist sichtbar: Die Genusstafel, das lange Bankett vom Regierungsgebäude zum Stadttor am Sonntag, ist um 100 auf 800 Sitzplätze erweitert worden.

An dieses erhöhte Interesse an Baselbieter Produkten will das Label anknüpfen. Gut möglich, dass bald auf einem Joghurtbecher, erworben auf der Autobahnraststätte Grauholz, «Genuss aus dem Baselbiet» steht.

Datum: 22.09.2016

Basler Zeitung



Basler Zeitung
4002 Basel
061/ 639 11 11
www.baz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 50'237
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 283.004
Abo-Nr.: 283004
Seite: 27
Fläche: 43'703 mm²



Grosser Publikumsandrang. Der Liestaler Genussmarkt hat es gezeigt: Das Interesse an Baselbieter Produkten wächst. Foto Christian Jaeggi