

Ein Märet, der in jeder Hinsicht Gold wert ist

Am neunten Naturparkmäret in Balsthal traten die Gastro-Partner des Naturparks Thal erstmals gemeinsam auf

VON PETER WETZEL

Wenn in Balsthal bunte Fahnen flattern und Düfte von grillierten Würsten, von Käse, Gebäck, Leder, Feuer und Raclette durch die Goldgasse wehen, dann ist wieder Naturparkmäret. Es war bereits der neunte. Zu dieser Stimmung, zwischendurch untermalt von urchigen Klängen der Alphorngruppe Laupersdorf, braucht es natürlich viele gut gelaunte Besucher, und diese kamen wieder in Scharen. Unter ihnen waren zahlreiche Heimweh-Thaler und Heimweh-Balsthaler auszumachen. Ein gemütlicher Schwatz gehört nämlich ebenso zum Marktbesuch wie das Bestaunen der vielen regionalen Produkte und der Erzeugnisse aus regionalem Handwerk.

Der Racletteduft stammte übrigens vom Stand des Gast-Naturparks «Pfyng-Fing» aus dem Wallis. Koordinator Niklaus Grichting erklärte, dass man ihre Region vor allem wegen der Geologie, der Ornithologie, der zahlreichen Wein- und Wandergebiete und nicht zuletzt auch wegen des noch ursprünglichen Laufs der Rhone mit dem Pfyngwald besuchen sollte.

Besonders erwähnenswert ist der erste gemeinsame Auftritt der sieben Gastro-Partner des Naturparks. Sie boten den Besuchern nebst vielen Informationen eine



Die sieben Gastro-Partner des Naturparks Thal traten erstmals gemeinsam auf: (v. l.) Urs Moser und Daniela Chondros (Rössli Matzendorf), Otto Steiner und Sven Eisenhardt (Hotel Balsthal), Susi Bader (Krone Laupersdorf), Jörg Saner (Obere Wechten Mümliswil), Elsbeth Lanz (Montpelon Gänsbrunnen) und Marcel Kunz (Eintracht Balsthal). Es fehlt Christoph Jeker, Landgasthof Ochsen Mümliswil.

HR. AESCHBACHER

bunte Auswahl an gluschtigen Häppchen an. «Diese Gastrobetriebe arbeiten eng mit dem Naturpark zusammen, nehmen an Sitzungen teil und erarbeiten gemeinsame Aktionen wie zum Beispiel «Da haben Sie den Salat» oder «Süsse Thaler Dessertträume», sagte Sandra von Ballmoos, Leiterin Kommunikation im Naturpark Thal. Gemeinsam habe man auch das hölzerne Zvieriplättli mit dem Partner-Logo kreiert, welches in der Paul Bieli AG in Matzendorf hergestellt wurde.

DIE GASTRO-PARTNER WÜRDEN möglichst viele Produkte aus der Region verwenden, idealerweise aus dem Thal. «Unser Ziel wäre, dass auf den Speisekärtchen aller Partner ständig ein Naturparkteller angeboten wird, der zu drei Vierteln aus der Thaler Produktion stammt», so von Ballmoos. Dabei gelte es natürlich, die Situation der mitmachenden Partner zu berücksichtigen. Der Naturpark übernehme auch die Hälfte der Werbekosten und deklariere die Gastro-Partner in der Panoramakarte und auf der Website. «Für mich ist dieser Märet in jeder Beziehung Gold wert», schwärmte Sandra von Ballmoos. Organisiert wurde der Märet vom Naturpark Thal, der Kulturkommission und dem Obst- und Gartenbauverein Balsthal.