



DIE GENUSSWOCHE®

PRINZIPIEN FÜR DIE SUCHE NACH PARTNERN FÜR DIE GENUSSWOCHE UND NACH INSERENTEN FÜR DAS MAGAZIN

PRÄAMBEL

Die Genusswoche ist eine Initiative zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung und zum Schutz des kulinarischen Kulturguts. Die Veranstaltungen, die in ihrem Rahmen organisiert werden, spiegeln den Reichtum der Geschmäcke und sind einer Ernährung im Respekt vor den Produkten verpflichtet, bei der die Menschen und das Terroir noch ihre volle Bedeutung haben. Mit der Genusswoche streben wir folgende Ziele an:

- das Bewusstsein der Verschiedenheit der Geschmäcker und Ernährungskulturen zu schärfen
- den Austausch zwischen den Fachleuten der Ernährungsberufe zu fördern
- die junge Generation für die Gaumenfreuden zu sensibilisieren
- die Konsumenten auf die Qualität der Produkte aufmerksam zu machen
- dem handwerklichen Können Anerkennung zu verschaffen
- durch eine abwechslungsreiche und ausgeglichene Nahrung die Gesundheit zu fördern
- das Kennen lernen von Qualitätsprodukten zu begünstigen
- die Tradition zu bewahren und kulinarische Innovationen zu fördern
- die häusliche Kochkunst aufzuwerten

Die Genusswoche wird von einer Anzahl **Partner** unterstützt, die zu ihrer Finanzierung beitragen und/oder ihre Bekanntheit fördern.

Die Genusswoche veröffentlicht jedes Jahr ein Magazin. Es wird in einer Auflage von 120'000 Ex. gedruckt und in der ganzen Schweiz verteilt. Das Magazin wird von **Inserenten** unterstützt, die auf einer oder mehreren Seiten Anzeigen schalten.

WESHALB PRINZIPIEN FÜR DIE SUCHE NACH PARTNERN UND INSERENTEN?

Mit diesen Prinzipien für die Suche nach Partnern und Inserenten für die Genusswoche sollen Kriterien für die Auswahl von Partnern und Inserenten definiert werden, die mit dem Image und der Philosophie der Genusswoche im Einklang sind.

PARTNER

Partner, die eine direkte Verbindung mit der Ernährung, der landwirtschaftlichen Produktion, der Gastronomie oder der Restauration haben, müssen sich wegen ihrer Sichtbarkeit und ihres grossen Einflusses auf das Image der Genusswoche in ihrer Tätigkeit klar zu Genuss und Geschmack und zu Qualitätsprodukten bekennen (wobei Qualität nicht allein als geschmackliches Merkmal zu verstehen ist, sondern auch Terroir, Tradition, ökologische und soziale Produktionsbedingungen einschliesst). Sämtliche von den Partnern angebotenen Aktivitäten und Produkte müssen diesen Ansprüchen genügen. **Damit die Unabhängigkeit der Genusswoche gewahrt bleibt, werden Grossverteiler als Partner ausgeschlossen.**

Partner, die keine Verbindung zur Ernährung haben, müssen ihr Interesse an der Genusswoche und deren Philosophie bekunden, indem sie während der Genusswoche mindestens eine Veranstaltung organisieren. Ausserdem müssen sie sich verpflichten, die Genusswoche auch während des restlichen Jahres durch ihre Einstellung zu fördern oder mit Aktivitäten zu unterstützen, die deren Zielen dienen.

Unsere Partner dürfen auf keinen Fall einer Tätigkeit nachgehen oder Produkte führen, die unmittelbar die Umwelt belasten, Menschen beeinträchtigen oder ihre Gesundheit schädigen.

INSERENTEN

Wie die Partner dürfen auch Inserenten auf keinen Fall einer Tätigkeit nachgehen oder Produkte führen, die unmittelbar die Umwelt belasten, Menschen beeinträchtigen oder ihre Gesundheit schädigen.

Inserenten, die eine direkte Verbindung mit der Ernährung, der landwirtschaftlichen Produktion, der Gastronomie oder der Restauration haben, müssen sich wegen ihrer Sichtbarkeit und ihres grossen Einflusses auf das Image der Genusswoche in ihrer Tätigkeit klar zu Genuss und Geschmack und zu Qualitätsprodukten bekennen (wobei Qualität nicht allein als geschmackliches Merkmal zu verstehen ist, sondern auch Terroir, Tradition, ökologische und soziale Produktionsbedingungen einbezieht), ohne dass die Gesamtheit ihrer Aktivitäten und Produkte diesen Forderungen entsprechen muss. Diese Inserenten können insbesondere für Produkte aus der Region und aus der Nachbarschaft werben.

Handelsketten dürfen höchstens 10% der Anzeigenseiten des nationalen Genuss Magazins erwerben (diese gilt auch für die Städte des Genusses und für Städte und Dörfer, die Veranstaltungen organisieren). Sie dürfen weder aufeinander folgende Seiten noch Umschlagseiten des nationalen Genuss Magazins erwerben.

Angenommen am 28. November 2009 in Bern von des Qualitätskomitees der Genusswoche

