

BRODWORSCHT POSCHT

Nr. 16/April 2021



7. und 8. Mai: St.Galler Bratwurst-Bürli-Tage Ein Fest für ein perfektes Paar!

Die beiden Bratwurst- und Bürli-Tage sind ein kulinarisches Fest, organisiert von der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP sowie vier Ostschweizer Bäcker- und Confiseurverbänden. Damit werden zwei Handwerkstraditionen gefeiert, die für die Stadt St. Gallen und die umliegenden Regionen seit Jahrhunderten den Alltag und das kulturelle Leben prägen.

Das kulinarische Erbe ehren

Am 7. und 8. Mai finden zum zweiten Mal die St. Galler Bratwurst- und Bürli-tage statt. Ihr Vorbild sind kulinarische Feste weltweit, an denen traditionelle und regional wichtige Spezialitäten gefeiert werden, zum Beispiel die Trüffel-festivals im Piemont oder Käsefeiertage in Frankreich. Ein bekannter Anlass in unserem Land ist der Waadtländer *Journée du Papet*, an dem auf Haupt- und Marktplätzen von Aigle bis Yverdon und natürlich in Lausanne Saucissons, Lauch und Kartoffeln an die Bevölkerung verteilt werden.

Vier Bratwürste, vier Bürli!

Wer am 7. und 8. Mai bei einem Betrieb

der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP vier St. Galler Bratwürste kauft, erhält einen Gutschein für vier ofenfrische, knusprige St. Galler Handburi. Dieser Bürli-Gutschein lässt sich idealerweise am selben Tag oder spätestens bis am 30. Mai bei allen Mitgliedern der Bäcker- und Confiseurverbände der Kantone Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, St. Gallen und Thurgau einlösen. Das sind beeindruckende 139 Bäckereien!

Jede hat ihr eigenes, duftendes und knuspriges Rezept für „ihr“ Bürli, und, das ist unbestritten die ideale Begleitung zu einer wunderbar goldbraun gebratenen Bratwurst.

32 Metzgereien und 43 Verkaufsstellen

32 Mitglieder der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP mit insgesamt 43 Verkaufsstellen zwischen Bodensee und Zürichsee machen mit. Beim Degustieren erkennt man die Geschmacks Vielfalt mit all den reizvollen Nuancen, die im Rahmen des IGP-Pflichtenhefts möglich sind.

Eine Online-Karte mit allen teilnehmenden Geschäften und eine Liste mit allen Adressen und Links haben wir vorbereitet auf sg-bratwurst.ch

Blick über den Tellerrand

Bloder- und Sauerkäse AOP sind ein kulinarischer Blick zurück in die Urgeschichte der Käseherstellung. Als unsere Vorfahren vor etwa 12000 Jahren begannen Ziegen, Schafe und Rinder zu zähmen, zu halten und zu melken, war der so genannte Sauer-milchkäse der natürliche Weg, um die wertvolle Milch haltbarer zu machen. Es dauerte etwas länger, bis die Ausfällung des Kaseins durch Lab aus den Mägen junger Wiederkäuer entdeckt wurde. Daraus entstand das «moderne» Käsen, das die Kulinarik in unseren Breiten stark geprägt hat.

Zur Herstellung von Bloderkäse wird die Milch entrahmt und stufenweise erwärmt. Durch die Bakterienaktivität gerinnen die Milcheiweisse zu Käsekörnern. Sie werden abgeschöpft, gesalzen und in rechteckige

Bloderkäse/Sauerkäse AOP

Formen mit kleinen Löchern gepresst, aus denen die Molke abtropfen kann. Nach etwa 20 Stunden ist der säuerlich milde und eiweisseiche Bloderkäse bereit zum Verzehr. Gut gekühlt darf diese Regionalspezialität 21 Tage lang unter dem Namen Bloderkäse AOP verkauft werden.

Lässt man Bloderkäse im Käsekeller weiterreifen, entsteht daraus im Lauf von einigen Wochen bis Monaten Sauerkäse AOP. Es bildet sich eine gelbe, durchscheinende Hülle, der so genannte «Speck». Der Geschmack wird einzigartig intensiv und ist erfahrungsgemäss nicht jedermanns Sache. Bloderkäse ist hingegen vielseitig verwendbar für Apéro-Plättli, Salate, Vorspeisen oder Desserts. Das geografische Gebiet von Bloderkäse und Sauerkäse AOP, die seit 2010 geschützt sind, umfasst die zwölf St. Galler Gemeinden Wartau, Sevelen, Buchs, Grabs, Gams, Sennwald, Wildhaus, Alt St. Johann, Stein, Nesslau-Krummenau, Ebnet-Kappel und Amden sowie das gesamte Fürstentum Liechtenstein.



Garantierte Herkunft auf dem Prüfstand

Das Qualitätszeichen IGP (Indication géographique protégée) erfüllt seinen Zweck und die Erwartungen der Konsumenten nur dann, wenn die Versprechungen nachweislich eingehalten werden. Die Überprüfung der Vorgaben legt man heutzutage in die Hände von gut geschulten Spezialisten, man nennt sie Auditoren.

Christian Wasem von der ProCert AG ist einer von ihnen. Er und sein Kollege Markus Schillinger besuchen die 39 Mitglieder der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP schon seit Jahren regelmässig und prüfen, ob sie die strengen Vorgaben des Pflichtenhefts einhalten.

Christian Wasem, wie viel Zeit braucht ein Audit?

Da wir den Besuch telefonisch vorbesprechen und die meisten Betriebe sich gewissenhaft vorbereiten, das heisst alle Unterlagen sind vollständig und liegen parat, geht es meist nicht länger als zwei Stunden. Die Vorgaben zur Herstellung lassen sich auch prüfen, ohne dass die Wurstproduktion läuft.

Was gehört sonst noch zum Audit?

Weiter überprüfen wir, ob die Rezeptur und die Deklaration aller Zutaten den Vorgaben entspricht, ob alle Nachweise für die Herkunft der Rohstoffe da sind, und ob das mit der Realität vor Ort übereinstimmt. Dafür nehmen wir auch Einkaufs- und Verkaufsbelege unter die Lupe. Eine wichtige Information ist, wie viele Bratwürste ein Betrieb im Jahr produziert. Das ist die Grundlage für die Berechnung des Jahresbeitrags bei der Sortenorganisation. Bei einem Rundgang durch den Betrieb schauen wir die Infrastruktur und das Lager mit den Rohstoffen und Zutaten an. Dabei erkennt man, ob das

verwendete Fleisch eindeutig gekennzeichnet ist und keine Verwechslungsgefahr besteht. Das ganze Audit folgt einem vorgegebenen Ablauf und wird unterstützt von einer Check-Liste. Damit stellen wir sicher, dass die Betriebe objektiv und fair kontrolliert werden. Wenn ein Betrieb alle Kriterien erfüllt, erhält er das Zertifikat oder sein Zertifikat wird bestätigt.

Das Pflichtenheft verlangt auch eine hohe Produktqualität! Wie wird das geprüft?

Für die Qualitätskontrolle gibt es andere Instrumente. Lebensmittelhygiene und Einhaltung der Grenzwerte von Keimen und Schadstoffen kontrollieren die Kantone. Die visuelle und geschmackliche Qualität der Bratwürste wird mit dem so genannten Produktetest sichergestellt. Ein Team aus Experten und Metzgern der Sortenorganisation testet zwei Mal im Jahr jeweils zehn Bratwürste von verschiedenen Mitgliedern in einer Blinddegustation. Wer dabei negativ auffällt, wird informiert, von der Sortenorganisation beraten und zu einer nächsten Degustation verpflichtet. Sind keine klaren Verbesserungen erkennbar, gibts ein Ultimatum.

Zurück zu Ihrem Job: Was sind die häufigsten Hürden für die Betriebe?

Vor allem für Familienbetriebe ist die Rezeptur eine Herausforderung. Das Rezept des Grossvaters ist möglicherweise nicht ganz kompatibel mit den Anforderungen des Pflichtenhefts. Wie passt man das an, damit der einzigartige Geschmack für die Kunden erhalten bleibt? Regelmässig müssen wir auch über die regelkonforme Gestaltung der Etiketten und Lieferscheine sprechen, aber das lässt sich in der Regel rasch korrigieren.

Manchmal muss auch der Gewürzlieferant seine Mischung genauer deklarieren, denn auch da ist das Pflichtenheft streng.

Verändert der Job als Auditor Ihr persönliches Konsumverhalten?

Ja, da können sie gern meine Frau fragen. Beim Einkaufen schaue ich genauer auf die Verpackung, und ich probiere gern die Produkte unserer Kunden.

Was ist für Sie eine richtig gute Bratwurst?

Ich darf ab und zu eine Bratwurst frisch aus dem Kessi probieren, und das finde ich sehr fein. Ich schätze einen festen Biss und eine ausgewogene Würzung. Am liebsten habe ich sie knusprig gebraten vom Grill.



Christian Wasem studierte Agronomie an der ETH Zürich und arbeitet seit 14 Jahren für die ProCert AG. Das 1996 gegründete Unternehmen ist spezialisiert auf Zertifizierungen in den Bereichen Lebensmittel, Gesundheits- und Sozialwesen, nachhaltige Entwicklung und Tourismus.
procert.ch



Mehr Reichweite für die Königin

Die Vereinigung AOP-IGP hat in den letzten Jahren ihre Marketing-Schlagkraft spürbar erhöht insbesondere in Bezug auf die wirksame Nutzung neuer Kanäle, namentlich die sozialen Medien. Mit Unterstützung der zweisprachigen Agentur *open-room* (Zürich/Delémont) wurde ein Konzept entwickelt und auf dieser Basis Inhalte, die auf Facebook und Instagram mit viel Originalität und dem richtigen «Groove» für die jüngere, urban orientierte Zielgruppe positiv auffallen. Die Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP nutzt den professionellen Rahmen der AOP-IGP-Kampagne mit einer eigenen kreativen Präsenz auf Social Media. Die aktuellen Zahlen bestätigen diesen Weg.

Wurstträdl 2.0

2020 wurde die Präsenz auf den Social Media Plattformen Facebook und Instagram weiter ausgebaut. Die Resultate erfüllten die Hoffnungen nach dem starken Start im Jahr 2019. Auf den beiden Social Media-Kanälen erreichte man 600000 Menschen mit über zwei Millionen Einblendungen. Mehr als die Hälfte davon waren unter 25 Jahre alt. Noch nie liess sich diese Zielgruppe so effektiv erreichen. Geschäftsführer Urs Bolliger spricht etwas ironisch, aber ziemlich beeindruckt

vom Wurstträdl 2.0. Die erfolgreichsten Sujets generierten bis zu 11000 *Views* und fast 2000 *Likes*. Das ist vergleichbar mit der Reichweite die Werbespots im Fernsehen erreichen – notabene mit deutlich geringerem finanziellem Aufwand. Auf TV-Spots wurde 2020 konsequenterweise verzichtet, dafür wurden als Teil der schweizweiten AOP-IGP-Plakatkampagne mit rund 3500 Plakatstellen rund 180 mit dem Sujet «Populär seit dem Jahr 1438» bespielt. Sie ermöglichten geschätzt 9,6 Millionen Sichtkontakte

IGP-Gastrowochen 2021

In Zusammenarbeit mit weiteren IGP's aus der Fleischbranche entstand das Konzept der IGP-Gastrowochen, die ihre Premiere vom 18. September bis am 3. Oktober erleben. Das Ziel ist es, den Absatz von IGP-Fleischspezialitäten in der Gastronomie zu fördern. Über hundert Gastro-Betriebe haben ihre Teilnahme bereits zugesagt. Die Kampagne ist umfassend erklärt und Appetit anregend aufbereitet auf igpgastrowochen.ch



Attraktives Erlebnisformat: Die IGP-Gastrowochen vom 18. September bis 3. Oktober

Neue Bratwurst-Rezepte

Auf der Webseite von AOP-IGP finden interessierte Konsumentinnen und Konsumenten seit Anfang Jahr eine grosse Vielfalt von Rezepten, die Appetit machen auf die 23 AOP- und 16 IGP-Spezialitäten, die das Bundesamt für Landwirtschaft aktuell anerkennt und schützt - von Abricotine und Glarner Alpkäse bis Berner Zungenwurst und Zuger Kirsch. Für die St. Galler Bratwurst IGP findet man ein Dutzend Vorschläge, den Klassiker Bratwurst mit Zwiebelsauce sogar in zwei Variationen. Die Online-Rezeptsammlung ist in Zusammenarbeit mit der renommierten

Kochzeitschrift *Le Menu* entstanden. Im Fall der Bratwurst griff die Redaktion begeistert zurück auf die innovative Rezeptsammlung von Fleischsommelier und Wurstexperte Joe Niedermann. In seinem Genusslabor sind Bratwurst-Kreationen entstanden wie Muffins, Flammkuchen, Gulasch, Carpaccio, Sülzli, Rugeli oder Toast.

Auch für die Ostschweizer Spezialitäten Rheintaler Ribelmals AOP und Bloder/Sauerkäse findet man reizvolle Rezepte.

Wen jetzt die Neugier packt, die ganze Sammlung gibts auf aop-igp.ch



Eines von 11 inspirierenden Rezepten:
Cassoulette und Bratwurst.

17 Gönnern sei Dank!

Ohne Gönner liessen sich viele Aufgaben der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP nicht auf professionellem Niveau zu erfüllen. Beispielsweise die nationale Werbekampagne oder diese Zeitung, die von einem der Gönner gedruckt wird.

St. Galler Bauernverband, 9630 Flawil
bauernverband-sg.ch

Appenzeller Druckerei, 9100 Herisau
adag.ch

Bruno Gubler AG, 5036 Entfelden
bruno-gubler.ch/de_ch

Christl AG, 9493 Mauren
christl.cc

Cuenin AG, 3753 Oey
cuenin.ch

Raps Doko AG, 9245 Sonnenthal
raps-suisse.ch

Sealed Air GmbH, 6039 Root
sealedair.com

DAG Darmhandels AG, 9015 St. Gallen
dag-daerme@bluewin.ch

Pacovis AG, 5608 Stetten
pacovis.ch

Multivac Export AG, 6331 Hünenberg
ch.multivac.com

van Hees AG, 5612 Villmergen
van-hees.com

Widmer + Pagani AG, 9015 St. Gallen
wipag.ch

Neumeyer AG, 5426 Lengnau
neumeyer.ch

Halag Chemie AG, 8355 Aadorf
halagchemie.ch

TechCom electro ag, 9200 Gossau
techcom.ch

FRUTAROM Savory Solutions Switzerland AG, 9244 Niederuzwil, frutarom.ch

Huber + Monsch AG, 9000 St. Gallen
hubermensch



Perfekt ausgerüstet in den Sommer

In unserem Fanartikel-Shop finden stilbewusste Grillgöttinnen und -götter ein komplettes Grill-Tenu in Bordeaux-Rot. Dazu gehört eine attraktive Base Cap, die nicht nur beim gekonnten Wursterhitzen eine gute Figur macht, eine Grillschürze mit Chef-Aura und ein geschmackvolles (wie passend!) T-Shirt, für alle, die zeigen wollen, dass sie stolze Regionalgeniesser/innen sind.

Aufgrund der grossen Nachfrage haben wir auch das Badetuch (im Bild) mit Format 100 x 150 Zentimeter nachbestellt. Ideal zum »Bräunen« in der Sonne oder um in der Badi ins Gespräch zu kommen. Club-Mitglieder geniessen 20 Prozent Rabatt auf alle Artikel. sg-bratwurst.ch/fanartikel