Die Zeitung für alle FREUNDE DER ST.GALLER BRATWURST

BRODWORSCHT POSCHT

Nr. 14/Mai 2019

St. Galler Bratwurst IGP als Streetfood: Corn Dog mit Rheintaler Ribelmais AOP.

So wird die Bratwurst noch heisser aufgetischt!

Streetfood, Social Media & Mut

Traditionelle, beliebte Produkte in erstklassiger Qualität sind eigentlich so attraktiv, dass sie automatisch eine grosse Nachfrage erzeugen sollten. Doch ganz so einfach funktioniert diese lange Zeit gültige Logik heutzutage nicht mehr. Das Angebot an Lebensmitteln ist extrem gewachsen. Die Fülle an Informationen und Werbung ist unüberschaubar.

Essen als Quelle des Glücks

Zusätzlich zur «selbstverständlich» erstklassigen Qualität des Produkts spielt deshalb zunehmend seine geschickte Inszenierung eine verkaufsentscheidende Rolle.

Das gilt vor allem für die jüngeren Generationen, die mit intensiver Werbung aufgewachsen sind, ihren kulinarischen Horizont durch regelmässiges Reisen erweitert haben und ganz grundsätzlich höhere Erwartungen an Lebensmittel stellen: Essen soll nicht einfach nur sättigen, es soll glücklich machen! Und selbstverständlich gibt es viele Wege zum Glück. Wie also erreicht man junge und jung gebliebene Menschen mit der Idee, dass traditionelle Schweizer Spezialitäten sie glücklich machen könnten?

Neue Wege

Die Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP haben sich für eine professionell begleitete Social Media-Strategie entschieden, von der alle Mitglieder profitieren können, wenn sie den Nutzen für ihre Produkte und Märkte erkennen.

Die zweisprachige Agentur *Openroom*, daheim in Zürich und Delémont, wurde mit der Entwicklung eines Marketingkonzeptes für die derzeit «angesagtesten» Social Media-Plattformen Facebook und Instagram beauftragt.

Im Zentrum der Kampagne steht der Slogan «In der Schweiz gibt es mehr, als man denkt!» Mit diesem Motiv lassen sich reizvolle Geschichten über Regionen, Produzenten und Produkte erzählen. Weiter gibt es eine bewusst konventionelle Schiene, die auf schöne Landschaften und Atmosphäre setzt sowie eine bewusst schräge Schiene, die man als mediales Testlabor nutzen wird. Sie amüsiert die Konsumenten mit kuriosen Fakten wie: «Käse ist das am meisten gestohlene Nahrungsmittel auf der Welt!» oder «Wer überall seinen Senf dazugeben muss, bekommt in St. Gallen keine Bratwurst.»

Blick über den

Tellerrand

Früher mussten die Bauern im Spätherbst schwierige Entscheidungen treffen: Wie viele Kühe konnten sie mit den Heuvorräten im Stall durch den Winter bringen? Das überzählige Vieh wurde verkauft oder geschlachtet. Ein grosser Teil des Fleischs wurde gebeizt, getrocknet und geräuchert, um seine Haltbarkeit zu verlängern.

Im Appenzellerland war das Mostbröckli die beliebteste Zubereitung. Bröckli heisst es, weil vorwiegend kleine Stücke von etwa 150 Gramm verarbeitet wurden. Zum Most gibt es zwei Erklärungen. Manche Bauern und Wirte nutzten Most als Teil der Beize. Die Fruchtsäure liess das Fleisch zart werden. Heute machen das nur wenige Metzger so. Hingegen ist suure Moscht immer noch eine beliebte Begleitung zu einem schönen

Appenzeller Mostbröckli IGP

Fleischplättli in einem der zahlreichen Berggasthäuser im Alpstein.

Das Pflichtenheft erlaubt neben Most auch Wein für die Pökelmischung sowie die Gewürze Pfeffer, Knoblauch, Piment, Lorbeer und Wacholder. Die «weltweit beste» Hausmischung ist der Stolz jedes Produzenten. Viele Geschmacksnuancen entstehen bei der Verarbeitung: Beim Schichten, Pressen, Tumblern, Trocknen und Räuchern. Während all diesen Vorgängen kann das Fleisch Geruchsstoffe aufnehmen und Aromen entwickeln. Die perfekte Konsistenz erkennt man am feinfasrigen und gleichmässigen Schnittbild. Dafür braucht der Metzger gutes Gespür für die passenden Stücke.

Das Mostbröckli wird hauchdünn aufgeschnitten und mit dunklem Brot gegessen. In der regionalen Küche ist es als würziger Schinkenersatz beliebt. Seit 2018 geniesst dieses wichtige kulinarische Erbe der Ostschweiz zusammen mit der Siedwurst und dem Pantli den Schutz der garantierten Herkunftsbezeichnung IGP.

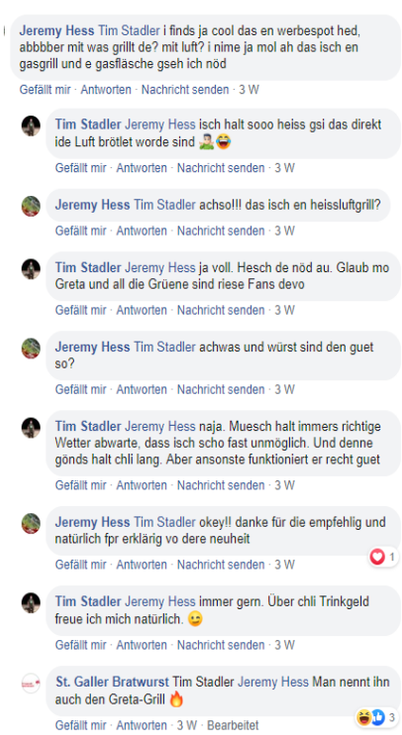
Mehrere grosse Sortenorganisationen starten 2019 auf Basis dieses Konzepts ihre eigenen Auftritte auf Instagram und reichern ihre Webseiten und Facebook-Auftritte mit diesem Material an. Dazu gehört auch die Sortenorganisation St. Galler Bratwurst.

Modernisierter Online-Auftritt
Wenn man die hart erarbeitete Aufmerksamkeit auf den Social Media-Plattformen maximal nutzen will, braucht es weiterhin eine attraktive und von den Suchmaschinen top bewertete Webseite. Hier liefert man Informationen, erzählt Geschichten, demonstriert Kompetenz und präsentiert das Produkt und Dienstleistungen im besten Licht.
Seit Ende 2018 erfüllt **www.sg-bratwurst.ch** diese Aufgaben mit einer zeitgemässen und appetitlichen Benutzeroberfläche, welche die weiterhin stark zunehmende Nutzung auf Mobiltelefonen und Tablets unterstützt.

Der stilvoll umgebaute Streetfood-Piaggio hat auch St. Galler Bratwurst im Angebot.

AUFGEGABELT

Kulinarische Heissluft auf Facebook: Vom TV-Spot zum Greta-Grill...



Traditions-Produkte als Streetfood
Jawohl, Streedfood-Festivals und Pop-up-Gastronomie sind hip! 2019 wird erstmals ein stilvoll umgebautes Piaggio-Dreirad als kultiger Food-Truck an verschiedenen solchen Events im rasch wachsenden Urbanraum Arc Lémanique zwischen Genf und Lausanne unterwegs sein. Das Projekt nennt sich Spitz & Tal, und es hat das Potenzial für einen Volltreffer. Das Trendvehikel bietet regionalen Genuss in einem zeitgemässen Format. Dazu gehört in der Westschweiz unbedingt auch das Thema Apéro. Eine moderne Ausschenkanlage erlaubt es, bis zu acht verschiedene Weine offen anzubieten – selbstverständlich alle aus der Region.
Doch die wirklich spannende Idee ist der Ansatz, dass man traditionelle AOP- und IGP-Produkte mit neuen Rezepturen und Zubereitungen streetfoodtauglich macht.
Noch ist das Menü nicht definitiv ausgereift, doch schon jetzt findet man darauf attraktive Angebote wie den Ballon Surprise, ein Fondue aus diversen AOP-Käsen im Brot oder Bürli serviert, Knusperwaffeln, angereichert mit Käse, Wurst oder Trockenfleisch aus dem AOP-IGP-Spektrum und als populären Ostschweizer Beitrag die St. Galler Bratwurst IGP.

Heisse Bratwurst-Kreationen
Zur Wahl stehen derzeit eine Wurst-Spirale mit Speck am Spiess grilliert oder die Kalbsbratwurst als Corn Dog: Umhüllt von in einem Teig aus Rheintaler Ribelmais AOP und goldbraun frittiert.
Falls diese Idee funktioniert, wird es in Zukunft mehrere solche Spitz&Tal-Vehikel und natürlich auch noch mehr verführerische Rezepturen für die Kulinarik-Hotspots der Schweiz geben.
Wir suchen noch mehr heisse Ideen, wie sich die St. Galler Bratwurst als unwiderstehliches Fingerfood zubereiten lässt.
Bitte eure besten Ideen und Rezepte fotografieren und posten auf **#hotbratwurst** oder senden an **wurst@sg-bratwurst.ch**

«Gralshüter» Urs Bolliger trifft den Geschmack der Journalisten mit bissigem Witz.

Der Beobachter und die Bratwurst

Der *Beobachter* ist mit einer Auflage von fast 255000 Exemplaren die mit Abstand meistgelesene Publikumszeitschrift der Schweiz. Als der Anruf von der Redaktion aus Zürich kam, zögerte Urs Bolliger keine Sekunde, organisierte spontan den gewünschten Besuch bei einem Bilderbuch-Bratwurstmetzger und ging zum Coiffeur.
Schliesslich sollte im geplanten Artikel neben der Produktion vor allem die Arbeit des obersten Sortenschützers im Fokus stehen. Inklusive Fotoshooting, für das SOB-Gründungspräsident Ernst Goldener seine legendäre Kunstwurst zur Verfügung stellte, die sonst an der Hauptstrasse die Kunden auf sein Ladengeschäft in Salez hinweist.
IGP-Beispielbetrieb war die Metzgerei Fürer in Flawil. Für den Fotografen wurden alle Produktionsschritte live demonstriert. Silvan Fürer begleitete den Journalisten, lieferte das nötige Fachwissen und machte ihn auf entscheidende Feinheiten aufmerksam.

Mit Biss und schön saftig

Der Beitrag «Die wahre Wurst» erschien am 10. Mai und war wirkungsvolle Werbung nicht nur für die St. Galler Bratwurst, sondern auch für die geschützte Herkunftsbezeichnung und die faszinierend vielfältige Wurstkultur der Schweiz.
Im Interview gelang es Urs Bolliger, die potenziell trockene Materie zwischen Pflichtenheft, Inhaltsdeklaration und Qualitätskontrolle mit charmanter Bissigkeit und einer Prise Ironie leicht verdaulich zu vermitteln.

Eine Kostprobe

«Schwein gibt den Biss», sagt der oberste Sortenschützer Urs Bolliger. Wer denkt, das sei eine Nebensache, muss von ausserhalb kommen. Dieses Knacken beim Reinbeissen! Nur leicht, aber hörbar. Die richtige Konsistenz! Weich und zugleich straff. «Wir St. Galler sind Biss Fetischisten», stellt Bolliger klar.
Solche träfen Sprüche müssen sein. Denn letztlich macht Bolliger Marketing für ein Qualitätsprodukt. Und Qualität hat ihren Preis. «Als früherer Landwirt weiss ich, dass wir Rohprodukte herstellen, die nicht die günstigsten sind», sagt er. «Um trotzdem ein Publikum dafür zu finden, braucht es gute Geschichten.»
Der Fokus auf regionale Spezialitäten ist für ihn Lust und Notwendigkeit zugleich: «Mit dem Konsum entscheiden wir, wie unsere Kulturlandschaften aussehen.» Das Streben nach dem Billigsten führe in die Sackgasse – in mehrfacher Hinsicht und ganz speziell in Bezug auf Ernährung und Genuss. «Essen ist schliesslich mehr, als bloss den Magen zu füllen.»

Der komplette Artikel steht als Download bereit auf **sg-bratwurst.ch/presse**

nachgefragt
Silvan Fürer

Silvan Fürer setzt mit seiner weit über Flawil hinaus bekannten Metzgerei stark auf Regionalität. Seine beliebten St. Galler Bratwürste IGP sind ein wichtiger Teil dieser Strategie.

Was liegt dir bezüglich St. Galler Bratwurst am Herzen?
Dass diese mit ebenso viel Liebe und Sorgfalt hergestellt wird, wie sie danach gegessen wird.

Was bringt IGP?
Bei einer IGP Bratwurst weiss man, dass es sich um ein Qualitätsprodukt handelt! Leider gibt es immer mehr Produkte mit Fantasiebezeichnungen wie Grillbratwurst, Partybratwurst usw., wo die Qualität zu wünschen lässt. Mit der Zertifizierung kann man diesem Trend entgegenwirken.

Wem möchtest du gern mal eine Bratwurst servieren?
Roger Federer! Mit genau soviel Einsatz und Leidenschaft wie er sie auf dem Wimbledon-Rasen zeigt, widmen wir unsere ganze Leidenschaft der St. Galler Bratwurst, und es zeigt sich, dass sich Qualität über kurz oder lang immer durchsetzt.

Treffen sich eine Bratwurst und eine Tube Senf. Da sagt die Bratwurst…
Sorry, aber bei mir hast du keine Chance!

Zeit für neue Sommergarderobe

Der Sommer hat sich dieses Jahr unbemerkt angeschlichen. Jetzt ist er plötzlich da mit wunderbarer Wärme und endlos langen Abenden. Endlich beginnt nach all dem Trainieren auf dem kalten Balkon die lang ersehnte hohe Zeit für alle Grillmeister. Der Winterschlaf ist vorüber, jetzt beginnt ernsthaft die Freiluftsaison. Endlich wieder Familie, Freunde oder Nachbarn einladen, gemeinsam unter dem freien Himmel aufs Leben anstossen, grillieren und geniessen. Stell dir vor: Die feinen St. Galler Bratwürste IGP liegen perfekt harmonisch aufgereiht auf dem Grill und freuen sich darauf von fähiger Meisterhand zu goldbraunen Schönheiten gebraten zu werden. Ein Traum!

Fehlt noch was?
Die perfekte Garderobe für das glühend heisse Rendez-vous mit ihrer Majestät vielleicht? In unserem Fanartikel-Shop finden echte Freunde der Bratwurst und alle, die so aussehen wollen, das komplette Tenu in stilvollem Bordeauxrot. Das Cap schützt dich vor der Sommersonne, die Grillschürze vor heissem Fett und Grillbier, und im schicken T-Shirt erkennt man dich auch auf der Strasse als veritablen St. Galler Grillmeister.
Als Mitglied des Club der Freunde der St. Galler Bratwurst erhältst du natürlich auch noch 20 Prozent Rabatt auf alle Artikel.

sg-bratwurst.ch/fanartikel

Idealer neuer Ort für die Bratwurst-Degustation

Die geführten Degustationen der St. Galler Bratwurst gehören seit Jahren zum bewährten Angebot im üppig gefüllten Veranstaltungskocher von St. Gallen Bodensee Tourismus.
Für 49 Franken wird man von einem Bratwurstkenner mit dem gebotenen Ernst (es geht um ein kulinarisches Regionalheiligtum), doch durchaus mit Augenzwinkern ins delikate Thema eingeführt. Zum krönenden Abschluss kann man die Bratwürste von vier Traditionsherstellern unter kundiger Anleitung degustieren. Dieses exklusive Vergnügen wird nun noch reizvoller! Es findet neu auf dem Areal der Traditionsbrauerei Schützengarten statt. Für die perfekte Zubereitung sorgt Kultgastronom Köbi Nett.

OLMA-Bratwursttag am 18. Oktober

Bisher war der erste Olma-Freitag ein Pflichttermin für Bratwurst-Fans. An diesem Tag wurden alle Brodwörscht-Preisträger vom *St. Galler Anzeiger* (seit 2017 *A*) eingeladen zum gemeinsamen Wurstessen und Feiern.
2019 wird das Fest zum ersten Mal von der SOB organisiert und neu am zweiten Olma-Freitag (Metzgertag) durchgeführt. Die Freunde der St. Galler Bratwurst werden herzlich zu diesem Anlass eingeladen.

Dank an unsere Gönner

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

Bizerba Busch AG, 7203 Trimmis
bizerba.com

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

Gewürz Berger AG, 9487 Gamprin
gewuerzberger.com

Cuenin AG, 3753 Oey
cuenin.ch

Raps Doko AG, 9245 Sonnental
raps-suisse.ch

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

Pacovis AG, 5608 Stetten
pacovis.ch

Multivac Export AG, 6331 Hünenberg
ch.multivac.com

Gebert & Cie S. A.,1228 Plan-les-Ouates
gebert-cie-sa.ch

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

IMPRESSUM: BRODWORSCHT-POSCHT • Ausgabe Nr. 14/Mai 2019 • Herausgeber: Sortenorganisation St. Galler Bratwurst, Rheinhofstr. 11, 9465 Salez • Redaktion: Urs Bolliger, Daniel Luther • Layout: Daniel Luther • Bilder: Daniel Luther, Monica Oliveira, envato