

BRODWORSCHT POSCHT

Nr. 18/April 2023



Über den Tellerrand

Er sprengt mühelos alle Masse, Normen und Gepflogenheiten. *Le Boutefas* ist mit Abstand die gewichtigste Wurst der Schweiz. Sie ist mindestens 600 Gramm schwer, kann aber auch gut und gern zwei oder sogar drei Kilo wiegen. Allein aufgrund seiner puren Masse ist ein *boutefas* ein unzeitgemäss wuchtiges Bekenntnis zum Fleischgenuss. *Le Boutefas AOP* ist ausserdem die erste Schweizer Wurstspezialität, die zertifiziert wurde nach den anspruchsvollen Regeln der *Appellation d'origine protégée*. Sämtliche Zutaten mit Ausnahme der Gewürze müssen aus den Kantonen Waadt und Freiburg stammen. Sein Brät besteht aus gehacktem Schweinefleisch und Speck, das gewürzt wird mit Salz, Zucker, Pfeffer Knoblauch, Koriander und Weisswein oder mit Lie, einem Schnaps, der aus Weinhefe gebrannt wird. Diese hoch aromatische Mischung

Le Boutefas AOP

wird abgefüllt in die sorgfältig gereinigten Blinddärme von Schweinen, was zur uralten und unverwechselbaren Form dieser Spezialität führt. Danach wird der «Fleischbollen» einige Wochen lang bei etwa 18 Grad und hoher Luftfeuchtigkeit gelagert, bevor man ihn sorgfältig kalt räuchert. *Le Boutefas AOP* war ursprünglich eine bewährte Möglichkeit, um das Fleisch der Hofschweine länger haltbar zu machen. Heute gilt er als Festtagsschmaus und wird auch gern verschenkt.

Ein *Boutefas AOP* wird idealerweise sanft gegart – rund anderthalb Stunden bei etwa 70 Grad. Man serviert ihn in saftigen Tranchen von etwa einem Zentimeter Dicke. Die klassische Begleitung ist der «papat vaudois», ein Eintopf aus Lauch und Kartoffeln. Aber auch kalt als Aufschnitt oder «eingeklemmt» als üppige Sandwichfüllung ist der aromatische Wurstbrocken in der Romandie beliebt.

Die besuchbare Bratwurst

In St. Gallen ist man stolz auf Vieles, aber wohl am meisten auf all die exquisiten Gaumenfreuden, die hier dank der kulinarischen Pole Position zwischen Bodensee und Alpen möglich sind. Das durchaus nicht ironisch gemeinte Selbstverständnis, die Ostschweizer Metropole des guten Geschmacks zu sein, hatte ja auch viel Zeit um heranzureifen. Dank des Klosters wird hier seit über tausend Jahren Bier gebraut und Wein gekeltert, gebacken, gewurstet und ganz weltlich genossen. Es drängt sich der Gedanke auf, dass eine richtig gute Wurst nur in einem Umfeld entstehen kann, wo es diese Dreieinigkeit gibt aus hochwertigen natürlichen Ressourcen, kulinarischer Kultur und dem Wohlstand, um sich diese Delikatesse oft und ohne Reue zu leisten.

In mondäner Gesellschaft

Was vielen Nichtsanktgallern nicht bewusst ist: St. Gallen spielt in einer Liga mit Weltstädten. Eine nationales Kulturgut ist nach ihr benannt, so wie bei Peking-Ente, Wiener Schnitzel oder Berliner Currywurst.

Die Idee, der geliebten St. Galler Bratwurst ein Denkmal zu setzen oder gar einen Tempel für sie zu bauen, ist nicht neu. Doch so weit wie heute sind die Pläne für einen Ort der öffentlichen und notabene vermarktbareren Verehrung noch nie gediehen.

Die ideale Konstellation

Den Weg ebnete anno domini 2008 die nationale Anerkennung als geschützte geo-

grafische Spezialität. Die dafür notwendige Sortenorganisation, der alle wichtigen Produzenten angehören, bietet ideale Voraussetzungen für so ein anspruchsvolles Vorhaben. Wo es um ein Kultobjekt geht, mit dem so viele persönliche Emotionen verknüpft sind, ist auch klar, dass das Ergebnis hohen Ansprüchen genügen muss. Die Projektgruppe beherzigte das mit diversen Umfragen und der Verpflichtung eines national bekannten Büros für die Gestaltung von Erlebnisräumen.

Schon weit gediehen

Bisher ist kaum etwas nach aussen gedrungen von der intensiven Vorarbeit im Hintergrund. Die Ideen sprudelten üppig und der Austausch mit den diversen Partnern war ergiebig. Durch diesen Prozess sind die Konturen klarer geworden: Die Vision ist es, einen Ort zu schaffen, wo man die Bratwurst erleben und begreifen, kaufen und geniessen kann. Dieser Ort soll mitten in der Stadt entstehen. Er wird Gastronomie und Einkaufsmöglichkeiten bieten, sich als gesellschaftlicher Treffpunkt etablieren, eine Bühne für kulturelle Veranstaltungen sein, und sich zum wertvollen Ankerpunkt für den Tourismus entwickeln.“

Verschiedene Optionen, insbesondere in Bezug auf den Standort, werden derzeit geprüft. Die Arbeitsgruppe bereitet aktuell eine detaillierte Dokumentation vor für alle Projektträger dieser Vision.



100 Jahre FFV Interview mit Präsident Werner Küttel

Herzliche Gratulation zu eurem grossen Jubiläum! Der Fleischfachverband St. Gallen-Fürstentum Liechtenstein war massgeblich beteiligt an der Anerkennung der St. Galler Bratwurst als geografisch geschütztes Produkt. Wer war sonst noch beteiligt?

Das ist tatsächlich ein Meilenstein in unserer Verbandsgeschichte. Die Idee dazu entstand im Vorstand kurz nachdem die Vereinigung AOP-IGP im Februar 1999 gegründet worden war. Es brauchte viel Arbeit und zwei Anläufe, bis das Bundesamt für Landwirtschaft 2008 endlich grünes Licht gab. Bei diesem anspruchsvollen Projekt unterstützten uns der St. Galler Bauernverband und die Landwirtschaftsämter der Kantone St. Gallen, Appenzell und Thurgau.

Hat sich der Aufwand gelohnt?

Ja! Wir geniessen seither dank dem IGP-Eintrag insbesondere im EU-Raum einen wirksamen Schutz vor Missbrauch. Aufgrund der Grenz Nähe waren Imitate und Trittbrettfahrer bei uns immer ein Thema. Die vielen Nachahmer waren einerseits eine Bestätigung für die grosse Attraktivität der St. Galler Bratwurst, aber eben auch ein nicht zu unterschätzendes wirtschaftliches Risiko.

Du kennst als Zertifizierungsexperte diverse regionale IGP-Fleischspezialitäten. Was bringen die geografisch geschützten Marken den Metzgereien?

Dank ihren zertifizierten Produkten heben sie sich gegenüber ihren Mitbewerbern ab. Das Gütesiegel IGP garantiert den Kunden Top-Qualität gemäss Pflichtenheft. Sie können sich darauf verlassen, dass sie mit ihrem Kauf wichtige Wertschöpfung im eigenen Kanton und vorbildliche Tierhaltung unterstützen. Die professionelle Qualität und die massive Reichweite der Werbung der Vereinigung AOP-IGP auf allen Kanälen ist ein weiterer nicht zu unterschätzender Vorteil.

Wieso sind bisher praktisch alle geschützten Schweizer Fleischspezialitäten IGP und nicht AOP?

Aus den Bedingungen einer AOP-Zertifizierung ergibt sich die Herausforderung, dass mit Ausnahme der Gewürze alle Rohstoffe aus der definierten Region stammen müssen. Bei Fleischspezialitäten ist in den meisten Fällen regional nicht genügend Fleisch in der geforderten Qualität erhältlich, um die nationale und internationale Nachfrage zu befriedigen. Durch die Werbewirkung steigt die Nachfrage erfahrungsgemäss stark.

Welche Herausforderungen kommen in Zukunft auf die Fleischfachbetriebe und die St. Galler Bratwurst zu?

Für die Zukunft ist es enorm wichtig, dass wir uns treu bleiben und nicht von Discountern dazu verleiten lassen, auf Kosten der Qualität und Regionalität möglichst billig zu produzieren. Qualität vor Quantität, das muss unsere Credo sein.

Ich bin überzeugt, dass die Philosophie, die hinter den AOP- und IGP-Produkten steht, nachhaltig zu mehr Wertschätzung für unser Handwerk und damit auch zu mehr Wertschöpfung führen wird.

Ihr habt zur Feier des Jubiläums eine Festschrift herausgegeben. Wo bekommt man sie, und was habt Ihr sonst noch geplant?

Unsere Jubiläumsbroschüre liegt bei allen FFV-Mitgliedern gratis auf. Wir freuen uns, wenn unsere Kundschaft dadurch Hintergrundwissen über unseren Verband und die interessanten Berufs- und Karrieremöglichkeiten in unserer Branche erhält.

Wir feiern unser ganz und gar nicht selbstverständliches Jubiläum, indem wir unsere Kundinnen und Kunden am Nationalfeiertag und natürlich auch an der OLMA mit etwas Feinem überraschen.

Fill, grill & chill-Party für den Club der Freunde der Bratwurst

Das Freunde-Event findet dieses Jahr am 24. Juni an einem idyllischen Ort unweit der Ostschweizer Genussmetropole St. Gallen statt. Start ist um 10 Uhr. Unter der Anleitung von Fleischfachmann Werner Küttel können die Teilnehmenden eine Bratwurst selber herstellen. Vom Herstellen der Füllung bis zum Sieden. Danach werden die delikatsten Unikate gemeinsam grilliert. Auch das eine günstige



Gelegenheit, um von den Bratwurst-Profis vor Ort wertvolle kulinarische Kniffe zu lernen. Natürlich kommt auch die Gemütlichkeit nicht zu kurz und das stilechte Bier steht gut gekühlt zum Anstossen bereit. Die tolle Location und der Austausch mit Gleichgesinnten verspricht eine prächtige Party. Anmeldung ab sofort auf 071 552 13 30 oder wurst@sg-bratwurst.ch



Brodworscht- und Bürli-Tage am 5. und 6. Mai

Die St. Galler Bratwurst- und Bürli-Tage finden dieses Jahr zum vierten Mal statt. Diese Aktion feiert gleich zwei Handwerkstraditionen, die seit Jahrhunderten den Alltag und das kulturelle Leben in der Ostschweiz prägen. Sie ist zugleich ein medienwirksames Dankeschön an die Kundschaft. Umsichtig organisiert wird der Anlass durch die Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP in Zusammenarbeit mit dem Ostschweizer Bäcker- und Confiseurverband.

Eine einfache Sache

Die 25 Betriebe der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP, die an der Aktion teilnehmen, belohnen ihre Kundschaft mit einem Bon für vier St. Galler Bürli, wenn sie am 5. und 6. Mai vier Bratwürste erwerben. Dieser Bon lässt sich einlösen bei diversen St. Galler und Thurgauer Bäckereien. Eine Online-Karte mit sämtlichen teilnehmenden Metzgereien und Bäckereien sowie eine Liste mit allen Adressen und Links wird publiziert auf sg-bratwurst.ch

Die professionelle Aussensicht

Alain Farine ist Geschäftsführer des Vereins AOP-IGP und organisiert in dieser Rolle die Vermarktung von aktuell 41 geschützten Regionalprodukten. Er spürt absolut nachvollziehbar eine enge Verbundenheit mit der populärsten Wurst des Landes.

Kennen Sie noch andere Spezialitäten, die so perfekt zusammenpassen, dass sie oft zusammen serviert oder verkauft werden?

Das prägnanteste Beispiel in der Schweiz ist wohl der «Papet Vaudois». Dieses beliebte Menü umfasst Saucisson Vaudois IGP oder Boutefas AOP, Lauch und Kartoffeln.

Gibt es weitere Anlässe in der Schweiz, bei denen geschützte Schweizer AOP- oder IGP-Produkte im Zentrum stehen?

Ein schönes Beispiel ist *La nuit de la Longeole IGP*. Für diese Genfer Würstspezialität wird am Nachmittag ein Markt mit regionalen Produkten organisiert. Für das Degustationsmenü am Abend muss man sich anmelden. Hauptgang ist eine Platte mit sieben Longeoles von sieben regionalen Metzgereien, die danach bewertet werden. Während der *Woche der Berner Zungenwurst IGP* erhält man zu jeder gekauften Berner Zungenwurst IGP eine Packung Berner Sauerkraut.

Für die *Semaine de la Saucisse d'Ajoie IGP* wurde sogar eigens ein neues Streetfood-Rezept entwickelt. Die *baguette ajoulote* hat sich über diese Festtage hinaus zum beliebten Snack entwickelt in der Region.

Am *Suisse Fondue Festival* wird mitten in der Altstadt Fribourg ein grandioses Festzelt aufgebaut, wo zehn Tage lang Fondue Moitié-Moitié mit Gruyère AOP und Vacherin Fribourgeois AOP serviert werden.

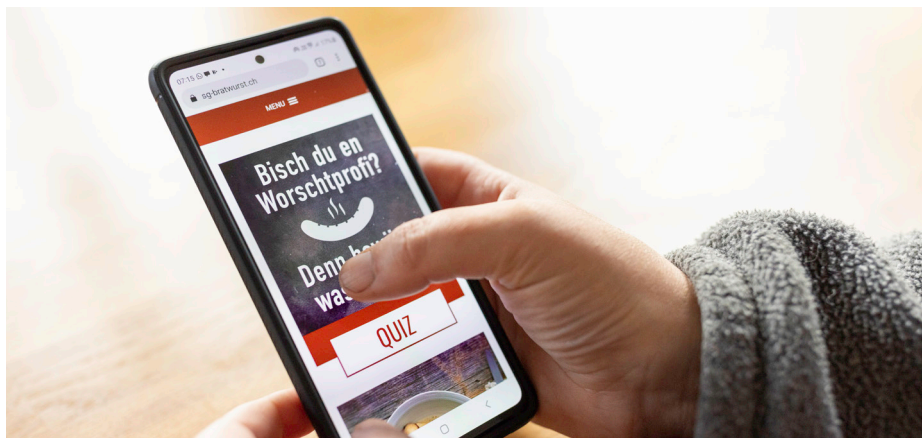
Das *Festival Tête de Moine AOP* dauert drei Tage. Vor der Abtei Bellelay im Berner Jura, wo der «Mönchskopf» seinen Ursprung hat, findet ein Markt mit regionalen Spezialitäten, Ausstellungen statt.

Wenn Sie mich fragen, sollte es natürlich für jede Schweizer Regionalspezialität einen attraktiven Anlass oder sogar ein Festival geben!

Sie haben grosse Erfahrung mit der Vermarktung von regionalen Spezialitäten: Wie liesse sich der Anlass aus Ihrer Sicht weiter aufwerten?

Ideal wäre, wenn sich die St. Galler Bratwurst IGP & Bürli-Tage zu einem echten Fest weiterentwickelt. Beispielsweise dank einem Wurst-Festival in der Altstadt, wo die St. Galler Bratwurst IGP prominent inszeniert wird, aber gleichzeitig auch Offenheit für andere Würste herrscht, so dass eine attraktive Vielfalt von Regionalspezialitäten probiert und konsumiert werden können. Damit könnte sich St. Gallen authentisch als Würsthauptstadt der Schweiz profilieren, was mir auch touristisch interessant scheint.

Mehr über den Verein AOP-IGP und die beiden Gütesiegel findet man auf aop-igp.ch



Bratwurst- Degustationen 2023

Degustationen unter kundiger Führung sind unbestritten eine wirkungsvolle Werbung für kulinarische Spezialitäten. Die St. Galler Bratwurst IGP bestätigt das bilderbuchmässig. Über die Königin der Würste gibt es ja auch viel Spannendes und Amüsantes zu erzählen. Die beherzte Konkurrenz unter den rund 30 regionalen Produzenten sorgt für eine reizvolle Vielfalt. All die raffinierten Nuancen werden einem bei der Degustation bewusst und steigern den Genuss nachhaltig. Die Anlässe sind für bis zu 20 Personen konzipiert. Aktuell sind drei offizielle Termine buchbar auf st.gallen-bodensee.ch. Auch individuelle Anlässe lassen sich organisieren. Anfragen: wurst@sg-bratwurst.ch



Worschtprofi-Wettbewerb geht in die zweite Runde

Der Wettbewerb, der letztes Jahr seine Premiere hatte, überzeugte die teilnehmenden Partner auf Anhieb. Die Kommunikation mit den Kund:innen beginnt mit einem attraktiven Klebesticker auf der Wurstpackung. Wer sich angesprochen fühlt von der Frage «*Bisch du en Worschtprofi?*» kann sein Wurstwissen in einem Quiz unter Beweis stellen.

Auf sg-bratwurst.ch/wurstprofi werden originelle Multiple Choice-Fragen gestellt wie zum Beispiel diese hier:

Mit welcher Sportart ist die Bratwurst emotional eng verknüpft?

1. Synchronschwimmen
2. Fussball
3. Triathlon
4. Golf

Dank QR-Code und Smartphone ist der früher kritisch beurteilte «Medienwechsel» für viele Kundinnen und Kunden offensichtlich keine grosse Hürde mehr.

Bei den verschiedenen Mitgliedern der Sortenorganisation werden dieses Jahr über 250.000 Sticker auf die Wurstpackungen geklebt und von Ende April bis Juni in Umlauf gebracht. Jedes Mitglied mit Direktverkauf erhält mindestens eine Rolle mit Sticker zugeschiedt.

Attraktiver Preis!

Wer am Wettbewerb teilnimmt, kann eine Grillparty im Wert von tausend Franken gewinnen – organisiert von einem Mitglied der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst, das diesen Service anbietet.

Den Gönnern sei Dank!

Ohne grosszügige Gönnern lassen sich viele Aufgaben der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst IGP nicht auf professionellem Niveau erfüllen. Beispielsweise diese kleine, feine Publikation, die Sie gerade in den Händen halten. Sie wird von einem der Gönnern gedruckt.

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, FL-9493 Mauren
christl.cc

Cuenin AG, 3753 Oey
cuenin.ch

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

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

Halag Chemie AG, 8355 Aadorf
halagchemie.ch

Huber + Monsch AG, 9000 St. Gallen
hubermensch

Geser-Alpina GmbH, 9230 Flawil
geser-alpina.ch

Multivac Export AG, 6331 Hünenberg
ch.multivac.com

Neumeyer AG, 5426 Lengnau
neumeyer.ch

Pacovis AG, 5608 Stetten
pacovis.ch

Raps Schweiz AG, 9245 Sonnental
raps-suisse.ch

TechCom electro ag, 9200 Gossau
techcom.ch

van Hees AG, 5612 Villmergen
van-hees.com

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