

Jahresbericht 2020

1 Über 2 Mio. mal über die Bildschirme bei Facebook/Instagram

In Zusammenarbeit mit der AOP/IGP-Vereinigung und der Agentur openroom wurden 600'000 verschiedene Personen erreicht, welche die verschiedenen Posts über 2 Mio. Mal auf dem Bildschirm angezeigt bekommen haben. Auffallend ist, dass über 50% der erreichten Personen unter 25 Jahre alt sind. Dieser Fakt wurde in der Sortenkommission intensiv diskutiert und festgehalten, dass diese Verteilung positiv gewertet wird und auch in Zukunft so beibehalten werden soll. Das Wursträdli in der Metzgerei erhält hiermit eine neue Dimension.



2 180 Plakataushänge in der D-CH

In den letzten zwei Septemberwochen wurden insgesamt 180 Plakataushänge mit dem Aufhänger «Populär seit dem Jahr 1438» zusammen mit der AOP/IGP-Vereinigung realisiert. Aus den detaillierten Messungen und mit den entsprechenden Hochrechnungen kann davon ausgegangen werden, dass diese Plakate zusammen und inkl. Wiederholungen insgesamt über 9 Mio. Mal von geschätzten 900'000 Personen gesehen wurden.



Dieser Aushang konnte in einem Gesamtkonzept der AOP/IGP-Vereinigung realisiert werden. Im genau gleichen Konzept wurden neben der Bratwurst weitere Aushänge von der Saucisson Vaudois, Walliser Trockenfleisch, Tête de Moine, Sprinz, Gruyere, L'Etivaz, Vachrin Mont d'Or, Walliser Roggenbrot, Raclette du Valais. an 3'355 Standorten realisiert.

3 St. Galler Bratwurst- und Bülitage

Am 1. und 2. Mai 2020 fand der erste „Bratwurst & Bülitag“ in den Kantonen SG / TG / AI und AR statt. In einer erstmaligen Charmeoﬀensive, durchgeführt von der Sortenorganisation St. Galler Bratwurst und des Bäcker-Konditoren-Meisterverband des Kanton St.Gallen nahmen 30 Metzgereien und über 80 Bäckereien teil. Jede teilnehmende Metzgerei konnte am 1. und 2. Mai einen Gutschein für vier St. Galler Handbülis im Wert von Fr. 5.20.- abgeben, wenn vier St. Galler Bratwürste IGP gekauft wurden. Der Bülis-Gutschein liess sich bis am 30. Mai bei einem Mitglied Bäcker-Konditoren-Meisterverband des Kanton St.Gallen einlösen. An die Metzgerei wurden vorgängig 100 Gutscheine und je zwei A3 Plakate verschickt. Kommunikativ wurde die Kampagne durch ein ganzseitiges Inserat im Wochenmagazin A und in den Sozialen Medien begleitet. Der Kostenanteil für jede teilnehmende Metzgerei betrug Fr. 100.-.



ST. GALLER
BRATWURST



4 Freunde und Gönner

Leider konnten in Folge der Pandemie keine Degustationsseminare durchgeführt werden und auf die Brodworscht-Verteilete an der OLMA mussten wir ebenfalls verzichten.

Im Frühling erzeugte die Gestaltung des nebenstehenden Badetuches für viele Interaktionen in den Sozialen Medien und für neue Freunde, welche unbedingt ein solches Badetuch haben wollten.

Erfreulich zeigt sich auch die gemeinsame Aktion zur Gewinnung von neuen Gönnern. Gönner sind zuliefernde Betriebe an die Mitglieder, welche mit einem Gönnerbeitrag die gemeinsamen Anstrengungen zu Gunsten der St.Galler Bratwurst unterstützen wollen.

5 Vorbereitung IGP-Gastrowochen

In Zusammenarbeit mit weiteren IGP's aus der Fleischbranche wurden konzeptionell die IGP-Gastrowochen aufgelegt. Dies mit dem Ziel den Absatz von hochwertigen IGP-Fleischspezialitäten in der Gastronomie zu fördern. Ursprünglich wäre diese Kampagne auf Februar-März 2021 geplant gewesen. Pandemiebedingt wurde diese Kampagne, mit den über 100 angemeldeten Gastrobetrieben, auf den September 2021 verschoben. Der aktuelle Stand ist unter www.igpgastrowochen.ch einsehbar.



6 Indikatoren und Zielwerte

	2018	2019	2020
Anzahl Produzenten	39	39	38
Anzahl Gönner	11	17	17
Anzahl Freunde	k.A.	109	146
Bruttokontakte TV/Plakate: Anzahl potentielle Sichtkontakte mit der Werbebotschaft (in Tausend)	5'024 TV-Spot	4'895 TV-Spot	9'600 Plakate
Web: Anzahl Besucher auf der Website pro Monat	700	670	756
Facebook: Anzahl Abonnenten	800	1'785	2'002
Instagram: Anzahl Abonnenten	-	493	837
Gesamtreichweite Soziale Medien: kontaktierte Personen bezahlt und organisch (in Tausend)	55	1'117	1'245
Tages- und Wochenpresse: Kumulierte Anzahl Leser / Zuschauer / Hörer über Medienbeobachtung (in Tausend)	1'280	6'097	3'578
Anzahl Artikel über Medienbeobachtung: Online, Social Media	390	328	317
Anzahl Artikel über Medienbeobachtung: Übrige	34	33	14

7 Erfasste Produktionsmenge

Jahr	Tonnen
2010	2'620
2011	2'870
2012	3'450
2013	3'500
2014	3'550
2015	3'650
2016	3'680
2017	3'860
2018	4'050
2019	4'180
2020	4'170

Die oben erwähnte Menge wurde durch 37 Betriebe produziert. Die Götzl Metzgerei aus Brunnadern hat in Folge Schliessung den Austritt gegeben. Neu bei der Sortenorganisation dabei ist Delikatessen Fleisch aus Heiden.

Auf Grund von verschiedenen Faktoren wurde der definierte Einstandspreis im 2020 von CHF 8.50 auf CHF 8.- abgesenkt. Dies entspricht einer Beitragsenkung von 0.25 Rappen / kg.

8 Qualitätssicherung

Auf Grund der Pandemie konnten im 2020 keine Produktetests durchgeführt werden.

Die Geschäftsstelle musste in zwei Fällen wegen der missbräuchlichen Verwendung der geschützten Bezeichnung intervenieren. In beiden Fällen konnten die Missstände innert nützlicher Frist behoben werden.

Dank der kontinuierlichen Etikettenkontrolle kann die korrekte Bezeichnung und Deklaration auf einem hohen Niveau gehalten werden.

9 Mitglieder der Sortenkommission

Mitglieder der Sortenkommission	Christian Jansen / Spiess Berneck Daniel Härter / Ernst Sutter AG Fritz Wenger / Gen. Metzgermeister St.Gallen Jörg Bechinger / Bechinger Metzgerei übergibt an Philipp Krucker / Adlermetzg per 23.5.20 Lorenz Kreis übergibt an Franz Breitenmoser per 23.5.20 / Genossenschaft Migros Ostschweiz Martin Thoma übergibt an Elmar Meier per 23.5.20 / Micarna SA Milan Rikic / Bell AG Urs Widmer / Metzgerei Widmer Yves Reich / Dorfmetzg FleischReich Werner Küttel / Präsident FFV SG-FL
Präsident	Remo Sturzenegger / Vorstand Fleischfachverband St.Gallen-Liechtenstein
Geschäftsführung	Urs Bolliger / Trägerverein Culinarium

Die Sortenkommission hatte zwei ordentliche Sitzungen per Konferenzschaltung am 23. Mai und am 19. November 2020.