



Semesterarbeit BUUsemb
Studienjahr 2014/15

Bachelor Studiengang FSM
Food Science Management

Sauerkraut

Nachgefragte Gemüsespezialität oder einfach
nur Beilage?



Vorgelegt bei Frau Gisela Murer

HAFL Zollikofen

Verfasst von Urs Leuthold

Abgegeben am 30. November 2014

SELBSTSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Durch meine Unterschrift erkläre ich,

dass ich den „Verhaltenskodex HAFL zur Verwendung von Informationsquellen“ kenne und mir die Konsequenzen bei dessen Nichtbeachtung bekannt sind,

ich diese Arbeit in Übereinstimmung mit diesen Grundsätzen erstellt habe,

ich diese Arbeit persönlich und selbständig erstellt habe,

ich mich einverstanden erkläre, dass meine Arbeit mit einer Plagiat-Erkennungssoftware getestet und in die BFH-Datenbank der Software aufgenommen wird.

Ort, Datum

Friedstätt, 30. November 2014

Unterschrift





Berner Fachhochschule

Hochschule für Agrar-, Forst-
und Lebensmittelwissenschaften

Mitteilung über die Verwendung von Semesterarbeiten, Bachelor-Theses und Minorarbeiten der Hochschule für Agrar-, Forst und Lebensmittelwissenschaften HAFL

Alle Rechte an Semesterarbeiten, Bachelor-Theses und Minorarbeiten der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL sind im Besitze des/der Verfasser/in der Arbeit. Die HAFL genießt jedoch ein kostenloses, unbefristetes, nicht-exklusives Nutzungsrecht an den Arbeiten ihrer Studierenden.

Semesterarbeiten, Bachelor-Theses und Minorarbeiten sind Bestandteile des Ausbildungsprogramms und werden von den Studierenden selbständig verfasst. Die HAFL übernimmt keine Verantwortung für eventuelle Fehler in diesen Arbeiten und haftet nicht für möglicherweise daraus entstehende Schäden

Zollikofen, Mai 2011

Der Direktor

INHALTSVERZEICHNIS

TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	6
ZUSAMMENFASSUNG.....	9
1. EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG.....	10
2. RUND UM DEN SAUERKRAUT	11
2.1 Geschichtliche Hintergründe.....	11
2.1.1 Kohl.....	11
2.1.2 Sauerkraut	11
2.2 Produktionsgebiete	12
2.3 Herstellung Sauerkraut	12
2.3.1 Fermentationsprozess.....	14
2.3.2 Produktionsfirmen in der Schweiz	14
2.4 Inhaltsstoffe	15
2.5 Gesundheitliche Aspekte.....	16
2.5.1 Sauerkraut gegen Darmkrebs	16
2.5.2 Ballaststoffe	16
2.5.3 Vitamine	17
2.5.4 Sekundäre Pflanzenstoffe	17
2.5.5 Mineralstoffe	17
2.5.6 Spurenelemente.....	18
2.5.7 Verdauungsbeschwerden.....	18
2.6 Spezialitäten mit Sauerkraut.....	19
2.7 Sauerkraut im Trend oder nur Beilage?.....	20
3. MATERIAL/ METHODEN	21
3.1 Literaturrecherche.....	21
3.2 Umfrage.....	21
3.2.1 Auswertung	22
3.3 Expertengespräch mit Herr Nickels, aus dem Norden Deutschlands.....	22
3.4 Expertengespräch mit Jürg Trachsel aus dem Gürbetal	23
4. ERGEBNISSE.....	24
4.1 Umfrage Sauerkraut	24

4.1.1	Demographische Angaben zur Stichprobe	24
4.1.2	Frage 1: Was kommt Ihnen spontan als erstes in den Sinn, wenn Sie Sauerkraut hören?	26
4.1.3	Frage 2: Wie oft konsumieren Sie Sauerkraut?	27
4.1.4	Frage 3: Weshalb konsumieren Sie nicht häufiger Sauerkraut?	28
4.1.5	Frage 4: Konsumieren Sie mehr Sauerkraut in den Saisonmonaten Oktober- März?	29
4.1.6	Frage 5: In welcher Form essen/konsumieren Sie Sauerkraut?	30
4.1.7	Frage 6: Wo essen Sie Sauerkraut?	32
4.1.8	Frage 7: Haben Sie schon mal Verdauungsprobleme nach dem Konsum von Sauerkraut festgestellt?	33
4.1.9	Frage 8: Wie gerne mögen Sie Sauerkraut?	34
4.1.10	Frage 9: Haben Sie schon mal selber Sauerkraut gekocht oder sogar hergestellt/eingemacht?	36
4.1.11	Frage 10: Denken Sie Sauerkraut ist gesund?	37
4.1.12	Frage 11: Würden Sie ein Restaurant gezielt besuchen, das Sauerkrautspezialitäten und neue kreative Rezepte mit Sauerkraut anbietet?	38
4.1.13	Frage 12: Ich würde es jedoch begrüßen, wenn ich bei einem zufälligen Besuch im Restaurant ein Sauerkrautangebot antreffen würde	39
4.1.14	Frage 13: Welche Produkte würden Sie kaufen, wenn diese im Detailhandel anzutreffen wären?	39
4.1.15	Frage 14: Was könnten ihrer Meinung nach die Gründe für einen rückläufigen Sauerkrautkonsum in der Schweiz sein?	41
4.2	Fachexpertengespräche (Dithmarschen, Deutschland)	43
4.2.1	Hubert Nickels	43
4.2.2	Jürg Trachsel (Gürbetal, Schweiz)	44
4.3	Eigene Erfahrungen	45
5.	DISKUSSION	46
5.1	Interpretation der Ergebnisse	46
5.2	Bedeutung von Sauerkraut im Naturpark Gantrisch	49
6.	FOLGERUNGEN	50
6.1	Produkt	50
6.2	Distribution	51

6.3	Kondition	52
6.4	Kommunikation	52
6.4.1	Öffentlichkeitsarbeit.....	52
6.4.2	Werbung	52
6.4.3	Verkaufsförderung.....	53
6.4.4	Sponsoring/Testimonial.....	54
6.4.5	Produkteplatzierung	55
6.4.6	Kochkurse	55
6.4.7	Vorträge	55
6.4.8	Food Festival	56
6.5	Zielgruppe.....	56
6.6	Rezeptideen	57
7.	LITERATURANGABEN	59
8.	DANK	60

ANHANGSVERZEICHNIS

ANHANG	61
Anhang 1: Umfragebogen	61
Anhang 2: Fragen an Hubert Nickels	65
Anhang 3: Zeitungsartikel Sensetaler „Suurchabis“ macht sexy!	67
Anhang 4: Zeitungsartikel Wettbewerbssessen Sensetaler	68
Digitaler Anhang.....	68

TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1 Berner Sauerkraut	10
Abb. 2 Anbauggebiete Deutschlands	12
Abb. 3 Weisskabis aus dem Garten von Margrit Leuthold	12
Abb. 4 Rezept „Suurchabis“ selbst eingemacht, von Urs Leuthold	13
Abb. 5 Entstehung von Milchsäuren	14
Abb. 6 Inhaltstoffe von Weisskohl und Sauerkraut im Vergleich, Quelle: Martin S, 2004. Sauerkraut. Tradition, Gesundheit, Rezepte. 125 S.	15
Abb. 7 Verdauungsprobleme, Quelle: http://www.praxisvita.de/sites/default/files/reizdarm-symptome-bauchschmerzen-bauchweh.jpg	18
Abb. 8 Hubert Nickels, Krautmeister aus Wesselburen Quelle: Foto von Günter Pump, aus dem Buch Vom Weisskohl zum Sauerkraut.	22
Abb. 9 Übersicht des Altersbereichs der Befragten	24
Abb. 10 Übersicht des Geschlechts der Befragten	25
Abb. 11 Übersicht der Wohnsituation der Befragten	25
Abb. 12 Übersicht des Wohnortes der Befragten	25
Abb. 13 Übersicht über die Kochsituation der Befragten	26
Abb. 14 Übersicht der Auswertung von Frage 1.	26
Abb. 15 Übersicht der Auswertung von Frage 2.	27
Abb. 16 Übersicht der Auswertungen von Frage 3.	28
Abb. 17 Übersicht der Auswertung von Frage 4.	29
Abb. 18 Übersicht der Auswertungen von Frage 5.	30
Abb. 19 Übersicht der Auswertung von der Frage 5a.	30
Abb. 20 Asiatisches Sauerkraut mit gebratenem Fisch, Quelle: Annemarie Wildeisen, http://www.wildeisen.ch/rezepte/kochen/rezept/details/asiatisches-sauerkraut-mit-gebratenem-dorschfilet/	31

Abb. 21 Übersicht der Auswertung von Frage 6.	32
Abb. 22 Übersicht der Auswertung von Frage 7	33
Abb. 23 Übersicht der Auswertung von Frage 7.a	33
Abb. 24 Übersicht der Auswertung von Frage 8.	34
Abb. 25 Übersicht der Auswertung von Frage 8.a.	35
Abb. 26 Übersicht der Auswertung von Frage 9.	36
Abb. 27 Übersicht der Auswertung von Frage 9.a.	36
Abb. 28 Übersicht der Auswertung von Frage 9.b.	36
Abb. 29 Übersicht der Auswertung von Frage 10.	37
Abb. 30 Übersicht der Auswertung von Frage 11.	38
Abb. 31 Übersicht der Auswertung von Frage 12.	39
Abb. 32 Übersicht der Auswertung von Frage 13.	39
Abb. 33 Rezept „Surchabissuppe“ Quelle: Naturpark Gantrisch	40
Abb. 34 Übersicht der Auswertung von Frage 14	41
Abb. 35 Fachexpertengespräch mit Hubert Nickels	43
Abb. 36 Sauerkrautexperte Jürg Trachsel, Quelle: http://files.newsnetz.ch/story/2/3/1/23195250/teaserbreitgross.jpg	44
Abb. 37 Waadtländer Kabiswurst AOP Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Saucisse_aux_choux	44
Abb. 38 Ürsus Sauerkrautsalat mit geräucherter Forelle	45
Abb. 39 Ein Teil der Produktpalette im Dithmarschen Wesselburen	49
Abb. 40 Indirekter Absatzmarkt	51
Abb. 41 Möglicher Familiennachmittag: Kabis aus dem Garten einmachen.	53
Abb. 42 Zeitschriftenartikel aus der Gantrisch Post (Winterausgabe Nr.39)	54
Abb. 43 Sauerkrautsalat mit Kresse, Urs Leuthold	57
Abb. 44 Rezept Rosa Sauerkraut von Philippe Berthoud	58

Abb. 45 Zeitungsartikel „Suurchabis“ macht sexy! 18. Juni 2014, Sensetaler und Könizerzeitung	67
Abb. 46 Zeitungsartikel Gluschtiges Verwöhnprogramm, Oktober 2014, Sensetaler und Könizerzeitung	68
Tabelle 1 Nährwertangaben Weisskabis (100g), Quelle: nach Schwarz 2011, eigene Darstellung	15

.....

ZUSAMMENFASSUNG

LEUTHOLD, Urs. Sauerkraut. Gemüsespezialität oder nur Beilage?

Sauerkraut, eine Gemüsespezialität mit viel traditionellem Hintergrund, oder doch nur Beilage? Nicht alle sind von der regionalen und fermentierten Spezialität überzeugt.

Diese Semesterarbeit befasst sich mit der Problematik über den Rückgang des Sauerkrautkonsums in der Schweiz. Das Ziel der Arbeit ist es aufzuzeigen, an welchen Orten und auf welche Art der Sauerkrautkonsum wieder angekurbelt werden kann. Was könnten für Massnahmen unternommen werden, das Sauerkraut wieder trendiger zu machen und was sind die Gründe, dass nicht mehr konsumiert wird. Solche und ähnliche Fragestellungen stehen im Zentrum dieser Arbeit.

In Zusammenarbeit mit dem Naturpark Gantrisch wurde eine Umfrage über Sauerkraut durchgeführt. Zusätzlich untermauern eine Literaturrecherche über gesamtheitliche Angaben von Sauerkraut und zwei Fachexpertengespräche aus unterschiedlichen Regionen die Arbeit.

Wie sich gezeigt hat, isst man das Sauerkraut gerne oder nicht. Etwas dazwischen gibt es nicht. Nichtkonsumenten fragen neuen Sauerkrautprodukten nichts nach. Dies führt dazu, dass sich Marketingexperten nicht wirklich für Sauerkraut interessieren, weil angeblich dieses sich nicht vermarkten lässt. Auch Konsumenten bezeichnen Sauerkraut als altmodisch und nicht mehr im Trend. Diese würden höchstens kleinere Packungen kaufen. Die Akzeptanz von Sauerkrautsalat ist vorhanden und gegenüber den anderen Produktvorschlägen am akzeptiertesten. Eine erwartete Erkenntnis ist, dass die meisten Befragten Sauerkraut immer noch mit Fleischplatten oder Fleischgerichten assoziieren und diesen am meisten in den Saisonmonaten essen. Ausserdem behaupteten einige Befragte, dass das Kraut schwierig sei zuzubereiten, was auf ein fehlendes Know how zurückschliessen lässt. Spannend zeigt sich der untersuchte Aspekt der Verdauungsbeschwerden beim Konsum von Sauerkraut. 84% der Befragten haben selten bis nie Verdauungsbeschwerden, doch die Literatur und andere Meinungen wissen das Gegenteil. Die Befragten sind sich jedoch bewusst, wie Gesund Sauerkraut ist. Und dieser Gesundheitsaspekt könnte in der Zukunft eine zentralere Rolle beim Sauerkrautkonsum oder beim Anbau von Kohl übernehmen. Folgerungen die sich rund ums Marketing drehen oder von Kochkursen, vorgeschlagene Rezept- und Gerichtideen, Verbindungen des Produktes Sauerkraut zu Persönlichkeiten oder auch möglichen Platzierungen im Detailhandel oder Gastronomie werden im Schlussteil der Arbeit im Detail aufgezeigt. Lesen sie sich hinein es lohnt sich.

Schlagwörter: Sauerkraut, Trend, Gesund, neue Rezeptideen,

1. EINLEITUNG UND PROBLEMSTELLUNG

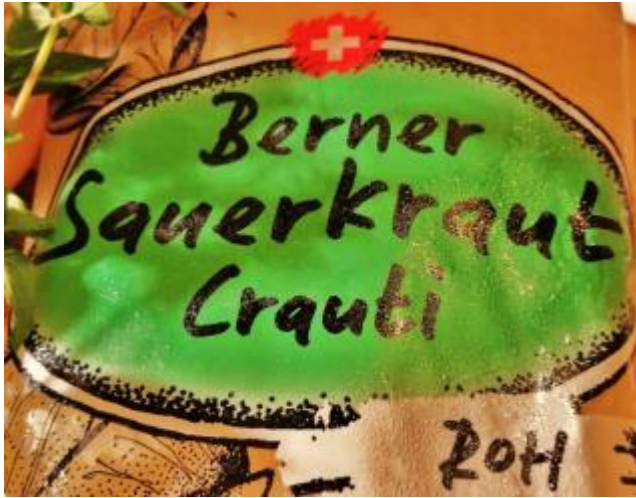


Abb. 1 Berner Sauerkraut

Sauerkraut gilt noch heute als Delikatesse. Ob zu deftigen Fleischgerichten, zu traditionellen Spezialitäten oder zu kreativ neuzeitlich zusammengestellten Gerichten. Sauerkraut ist vielseitiger als sich manch einer vorstellen kann. Doch trotzdem setzt der Wandel der Zeit dem Sauerkraut ganz schön zu. Sauerkrautproduzenten klagen über sinkende Absatzzahlen und einige Konsumentenbefragungen zeigen, dass der Sauerkrautkonsum stagnierend, ja sogar teils rückläufig ist. Wie kann ein Gemüse, das als leicht und gutschmeckend bezeichnet wird, nicht mehr so stark nachgefragt werden, wenn doch der Gesundheitsaspekt heute einen grossen Stellenwert in der Gesellschaft einnimmt?

Diese und weitere Erkenntnisse wurden aufmerksam beobachtet und führten schlussendlich dazu, dass diese Arbeit über „Sauerkraut, Gemüsespezialität oder nur Beilage?“ verfasst wurde.

Die Arbeit befasst sich unter anderem mit folgenden Fragestellungen:

- Aus welchen Gründen konsumieren wir Schweizerinnen und Schweizer weniger Sauerkraut?
- Was braucht es, dass die Leute in der Schweiz wieder mehr Sauerkraut essen?
- Wo sollte man in Zukunft angreifen, um den Sauerkrautkonsum wieder anzukurbeln?
- Welche Massnahmen könnten für einen aktiven Sauerkrautkonsum wirkungsvoll sein?

Im Mittelpunkt steht das Konsumentenverhalten betreffend Sauerkraut in der Schweiz und in der Region Ganttrisch. Aber auch einer Auflistung der wichtigsten Informationen über Sauerkraut und deren Eigenschaften wird nachgegangen. Zusätzlich sind Gespräche mit Experten für die Umrahmung der Thematik verantwortlich.

In einem finalen Teil werden Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt, die den Sauerkrautkonsum im Naturpark Ganttrisch sowie in anderen Regionen in der Schweiz wieder attraktiver werden lassen.

2. RUND UM DEN SAUERKRAUT

Dieses Kapitel umfasst allgemeine Informationen und interessante Facts rund um die Gemüsespezialität „Suurchabis“. Es soll eine erste Übersicht aufzeigen.

2.1 Geschichtliche Hintergründe

2.1.1 Kohl

Das erste Mal wurde Kohl um 1600 v. Chr. in ägyptischen Schriften erwähnt (Martin 2004, 7). Die Ägypter schworen auf einen Konsum von rohem Kohl, wenn Sie wussten, bald Opfer von hohem Alkohol-konsum zu werden (ebd.). Auch Schwarz (2011, 11) bezeichnet den Kohl in der geschichtlichen Bedeutung als Alkohol-Killer. Ein römischer Staatsmann bestätigte diese Anwendung ebenfalls. Er schrieb davon, dass „wenn du auf einem Bankett viel trinken und das Mahl genießen willst, iss vorher so viel rohen Kohl mit Essig, wie du willst“ (ebd.).

Wo und zu welcher Zeit der erste Kohl kultiviert wurde ist bis heute nicht ganz klar (Martin 2004, 7). Einige unsichere Quellen, die nie abgebildet, noch genauer beschrieben wurden, erzählen von einem Abdruck eines Kohlblattes auf einem Tongefäß, das aus dem spätbronze-Alter stammen solle (ebd.). Aber eins steht fest, so Schwarz (2014, 12), das römische Ärzte bereits mit den Blättern des Kohles Wunden reinigten und die Griechen waren im Jahre 621 v. Chr. so sehr angetan vom Kohlgemüse, dass sie ein Gesetz erschufen, das die Todesstrafe forderte, wenn jemand einen Kohl stahl (ebd.). Im Mittelalter wurde dann Kohl in Nordeuropa, bzw. im Jahre 800 n. Chr. in einem Kloster in St. Gallen angebaut (Schwarz 2011, 19).

2.1.2 Sauerkraut

Wer genau das Sauerkraut erfunden hat, darüber kann nur Spekuliert werden (Schlichting GmbH 2014). Martin (2004, 24) wiederum schreibt in wenig aussagekräftigen Sätzen, dass das Sauerkraut typisch deutsch sei, denn vor allem in den USA, Großbritannien und Frankreich werden die Deutschen oft mit Sauerkraut direkt in Verbindung gebracht. Genau diese seien es auch, die glauben, die Deutschen hätten das Sauerkraut erfunden (ebd.).

Frietsch (2011) fasst zusammen, dass mehrere Regionen unabhängig voneinander die Kunst des Sauerkrautes ermittelt haben können. Fest steht, dass die Chinesen bereits vor tausenden von Jahren die Vergärung von Kohlgemüse anwandten (ebd.). Beim Bau der Chinesischen Mauer wurden die Bauarbeiter mit gesäuertem Kohl ernährt, so die Firma Schlichting GmbH (2014).

2.2 Produktionsgebiete

In der Schweiz sind unter anderem das Zürcher Oberland sowie das Berner Seeland und natürlich das Gürbetal im Naturpark Gantersch bekannte Regionen für die Anpflanzung von Kabis und für die Verarbeitung von Sauerkraut. Das Gürbetal stellt hierbei das grösste Anbaugebiet in der Schweiz dar. Mehr als die Hälfte des Kabis werden im Naturpark liegenden Gürbetal angebaut (myswitzerland.com 2014).



Abb. 2 Anbaugebiete Deutschlands
Quelle: Martin S, 2004. Sauerkraut. Tradition, Gesundheit, Rezepte.

In Frankreich steht das Elsass mit seinem „Choucroute“ an erster Stelle (Dornhauser 2012, 46). In Deutschland gibt es viele bekannte Gebiete. Unter anderem Baden und die Pfalz zählen zu den namhafteren Regionen, die Sauerkraut gerne als Spezialität auf den Teller zaubern (ebd.) Doch in Deutschland wird am meisten Kopfkohl in Dithmarschen, oberhalb von Hamburg verarbeitet (Martin 2004, 21). Ein Besuch in dieser Region führte zu einem qualitativen Teil dieser Arbeit. Martin (2014, 22) erwähnt in ihrem Buch noch mehr Deutsche Sauerkraut-Regionen, diese sind in der Abbildung 2 ersichtlich.

2.3 Herstellung Sauerkraut



Abb. 3 Weisskabis aus dem Garten von Margrit Leuthold

Zum Sauerkrautherstellen braucht es nicht viele Zutaten. Einerseits braucht es sogenannten Weisskohl, oder „Weisskabis“ wie wir ihn in der Schweiz nennen. Dazu Salz und je nach Belieben einige Kräuter und Gewürze. Einen Sauerkrauthobel, einen Gärtopf und die dazugehörigen Beschwerungssteine sowie ein Deckel gehören zum nötigen Equipment um Sauerkraut erfolgreich zu fermentieren. Es gibt verschiedenste Zutaten und Rezepte von Sauerkraut, hier ist eine gute Methode anhand eines vom Verfasser kreierten Rezeptes aufgelistet.

Rezept



mit 10kg Kabis

"Suurchabis" selbst eingemacht

	Menge	Einheit	Produkt / Lebensmittel
Zutaten	10 kg		Kabis weiss
	90-100 g		Kochsalz
	280 g		Apfel säuerlich (z.B. Sauergrauwech o. Boskop)
	20 Stk.		Wachholder
	1 Handvoll		Kümmel
	3 bis 4 Stk.		Kabisblätter ganz



Vorbereitung

- Kabis im Garten von den äussersten Blättern entfernen.
- Äpfel rüsten und von Schale befreien, danach in kleine dünne Stücke schneiden.
- Kabis vierteln, Strunk wegschneiden und sauber waschen (unversehrte Kabisblätter auf die Seite legen).
- Mit Holz-Kabishobel die Viertel kleinhobeln.
- Äpfel mit dem Sauerkraut vermischen.
- Danach salzen und ca. 10 Minuten intensiv stampfen, bis der Sauerkraut mit Zellsaft überdeckt ist.
- Kümmel und Wachholderbeeren untermischen.
- Noch einmal gut stampfen und mit Kabisblätter zudecken. Anschliessend mit Gärtopf-Steinen beschweren und mit Deckel verschliessen.
- Den Topf bei 12-18°C, 4-8 Wochen lagern. Danach sollte der fertig fermentierte Sauerkraut bei 8°C weitergelagert werden bis zum Konsum.

Bemerkungen

- Ich empfehle das Verwenden von Handschuhen und ein sauberes Arbeiten. So werden allfällige Fehlgärungen vorgebeugt.
- Verwenden Sie einen Sauerkraut Gärtopf.



Urs Leuthold, "Gastro-Profi aus Leidenschaft, Lebensmitteltechnologie-Student aus Wissenskurst"

14.11.2014

Abb. 4 Rezept „Suurchabis“ selbst eingemacht, von Urs Leuthold

2.3.1 Fermentationsprozess

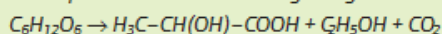
Was genau passiert beim Fermentationsprozess? Kunz et al. (2010, 123) spricht davon, dass verschiedene Milchsäurebakterien für den Abbau des Zuckers verantwortlich sind. *Leuconostoc paramesentroides*, *Leuconostoc mesenteroides*, *Lactobacillus plantarum*, *Lactobacillus sake*

ENTSTEHUNG VON MILCHSÄURE

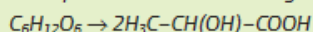
Die Reaktionsgleichungen zeigen die beiden Wege der Milchsäuregärung unter anaeroben Bedingungen. Mit dem zu Beginn der Fermentation vorhandenen Rest-sauerstoff wird zunächst auch Essigsäure gebildet.

Anaerobe Bedingungen

heterofermentative Milchsäuregärung

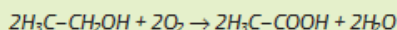
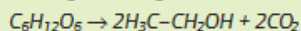


homofermentative Milchsäuregärung



Aerobe Bedingungen (Beginn der Fermentation)

Bildung von Essigsäure



und *Lactobacillus curvatus* sind die Gattungsnamen der verantwortlichen Milchsäurebakterien. In einer ersten Phase wirkt der *Leuconostoc mesenteroides*, indem er aerob fermentiert, danach verstoffwechseln die Bakterien in einer zweiten Phase anaerob (Nickels 2013, 21). Dort kann der pH-Wert

Abb. 5 Entstehung von Milchsäuren

Quelle: Kunz M P, Kessler K, Sommer I, 2010. Das Experiment: Die Fermentation von Sauerkraut. In: Biologie in unserer Zeit (Hrsg.). Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, Weinheim, 8 S.

bereits an den Wert von 4.0 heransäuern (ebd., 21). Anfangs können durch den Abbau von

sogenanntem Pentosen Essigsäure und andere Säuren entstehen (Kunz et al. 2010, 123). Was spannend ist, Nickels (2013, 21) spricht von einer Entstehung von Essigsäure in einer Dritten und abschliessenden Fermentations-Phase. Doch Kunz et al. (2010, 125) sprechen von einer Essigsäurebildung am Anfang des Prozesses.

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass die Drei verschiedenen Zuckerarten, nämlich der am meisten vorhandene Glukose-Zucker, sowie Fructose und Saccharose in Lactat, sprich Milchsäure verstoffwechselt werden (Martin 2004, 27-28).

2.3.2 Produktionsfirmen in der Schweiz

Drei grössere Sauerkrautfabriken befinden sich in der Schweiz. Die Schöni Swissfresh AG in Oberbipp, die Firma Dreyer AG in Gerolfingen und die Sauerkrautfabrik Thurnen im Naturpark Gantrisch, die mittlerweile auch der Firma Schöni Swissfresh AG angehört. Sicherlich gibt es noch einige kleine Firmen, wie die Royal Sauerkraut AG in Burgistein. Aber in den letzten Jahren sind einige von der Bildfläche verschwunden oder fusionierten mit einer der oben genannten Firmen zusammen.

Produktionsmenge Schweiz

Insgesamt produzierten im 2010 65 Produzenten auf 60 ha Land eine Menge von rund 5600 Tonnen Kabis (VSGP 2010). Die aus der Sauerkrautproduktion stammende Ausbeute beträgt rund 60% des produzierten Kabis (ebd.) Zum Vergleich, in Deutschland, so die Schlichting GmbH (2014), werden noch heute bis ca. 200 000 Tonnen Kabis zu Sauerkraut verarbeitet.

2.4 Inhaltsstoffe

Kohl Gemüse allgemein gehört zu den Gemüsen, die am meisten Vitamine und Mineralstoffe beinhalten (Schwarz 2011, 42). Am meisten vorhanden sind Vitamin C, B₁, B₂, B₆ und Folsäure. Aber auch Provitamin A und Vitamin E (ebd., 42).

Tabelle 1 Nährwertangaben Weisskabis (100g), Quelle: nach Schwarz 2011, eigene Darstellung

Sorte	kcal	Ballaststoffe	Vit. A	Vit. C	Vit. E	Vit. K	Folsäure	Calcium	Kalium	Eisen
Weisskohl	24	2.9g	4µg	47mg	1.7mg	80mg	45µg	45mg	255mg	0.5mg

Der Natrium- und Chloridgehalt beim Sauerkraut ist durch die Salzzugabe logisch zu verstehen (Martin 2004, 27). Der tiefere Zuckeranteil und der dementsprechend höhere Lactat, sprich

Stoffgruppe	Gehalt in 100 g Weißkohl	Gehalt in 100 g Sauerkraut
Wasser	92,10 g	90,70 g
Fett	0,20 g	0,30 g
Eiweiß	1,30 g	1,50 g
Glukose	2040 mg	420 mg
Fruktose	1760 mg	210 mg
Saccharose	310 mg	140 mg
Ballaststoffe	3,00 g	2,20 g
Milchsäure	0 mg	1600 mg
Mineralstoffe gesamt	0,60 g	2,40 g
Natrium	13 mg	355 mg
Kalium	208 mg	288 mg
Magnesium	20 mg	14 mg
Kalzium	49 mg	48 mg
Eisen	500 µg	600 µg
Zink	210 µg	320 µg
Phosphor	29 mg	43 mg
Chlorid	35 mg	548 mg
Provitamin A (Karotin)	40 µg	18 µg
Vitamin K	40 µg	80 µg
Vitamin B ₆	110 µg	210 µg
Vitamin B ₂	45 µg	50 µg
Vitamin C	45 mg	20 mg
Folsäure	80 µg	19 µg
Brennwert (kcal/kJ)	22 kcal (92 kJ)	17 kcal (71 kJ)

Milchsäureanteil erklärt sich durch den Fermentationsprozess. Was spannend ist zu sehen auf der Abbildung 6, dass durch diesen Umwandlungsprozess die Milchsäurebakterien Energie verbrauchen und so der Kaloriengehalt beim Sauerkraut leicht tiefer ist als beim Weisskohl. Bei einigen Vitaminen steigt der Gehalt durch die Fermentation im Sauerkraut an und bei den säureempfindlichen sinkt er. Der Vitamingehalt im Sauerkraut ist dennoch beträchtlich (ebd., 28).

Abb. 6 Inhaltstoffe von Weisskohl und Sauerkraut im Vergleich, Quelle: Martin S, 2004. Sauerkraut. Tradition, Gesundheit, Rezepte. 125 S.

2.5 Gesundheitliche Aspekte

Schon im 18. Jahrhundert war Sauerkraut einer der wichtigsten Nahrungsmittel in der Seefahrt (Dornhauser 2012, 9). Damals gegen die gefürchtete Krankheit Skorbut wurde das Sauerkraut mit seinem Vitamin C-Speicher zum wahrhaftigen Lebensretter (ebd., 9). Martin (2004, 50) spricht aus der heutigen Sicht des Sauerkrautes. Er erwähnt seine heilende Wirkung und gesundheitsfördernden Mechanismen.

Sauerkraut wirkt entschlackend, ist also teilweise in der Lage, giftige Stoffe an sich zu binden und auszuscheiden (Nickels 2013, 25). Zusätzlich entlastet es so die Leber (ebd., 24).

2.5.1 Sauerkraut gegen Darmkrebs

Untersuchungen der Universität Giessen haben gezeigt, dass ein Zusammenhang zwischen den Konsum von Sauerkraut oder ähnlichen Produkten und der Menge an beobachteten Darmkrebsfällen besteht (Schwarz 2011, 108). Auch Martin (2004, 62-63) untermauert diese Aussagen anhand von einer Anti-Krebs-Pyramide. Diese Pyramide wurde vom Krebsinstitut der USA erstellt und zeigt eine Liste von 33 Nahrungsmitteln auf, die für eine Ernährung gegen Krebs empfohlen werden. Zuoberst steht der Weisskohl. Durch seinen hohen Anteil an Ballaststoffen und Milchsäurebakterien wird der Darm positiv beeinflusst und erhält so eine ausgeglichene Flora (ebd., 62). Ausserdem wird der pH-Wert im Darm gesenkt. Dies hat zur Folge, dass das Risiko einer Darmkrebserkrankung abnimmt (Schwarz 2011, 108 und Martin 2004, 64).

2.5.2 Ballaststoffe

Die im Sauerkraut vorhandene hohe Menge an Ballaststoffen hat, wie bereits im oberen Abschnitt erwähnt, auf den Darm eine aktivierende Wirkung. Diese können jedoch auch positive Nebeneffekte haben, wie die Bindung und Ausscheidung von Gallensäure (Martin 2004, 52 und Schwarz 2011, 45). Dadurch ist der Organismus gezwungen, mehr Gallensäure zu produzieren. Um dies zu bewerkstelligen, braucht der Körper die Cholesterinreserven im Blut (ebd.).

Zusätzliche werden die Blutzucker reguliert und sorgen für ein längeres Völlegefühl, was zu weniger Übergewicht führen kann (Schwarz 2011, 45). Es gäbe noch hunderte von positiven Einflüssen zum Aufzählen, die auf den menschlichen Organismus wirken. Dies würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit überdehnen.

2.5.3 Vitamine

Dass Sauerkraut unter anderem viel Vitamin A, B, C, E und K enthält weiss man spätestens, seit dem wir uns in Kapitel 2.4 mit den Inhaltsstoffen beschäftigt haben. Die Vitaminzufuhr, gerade in Wintermonaten, ist heute längstens nicht mehr so problematisch wie vor 300 Jahren, soviel kann gesagt werden. Da im Winter wie im Sommer unsere Regale in den Industrieländern voll sind mit Lebensmitteln. Doch ist die Aufnahme von Vitaminen heute wie damals immer noch essentiell für uns Menschen.

Vitamin C z.B. ist ein wichtiges Antioxidant, das in reichlichen Mengen freie Radikale an sich binden kann und so Zellschäden im Organismus verhindert (Martin 2004, 54). Vitamin C stärkt also unser Immunsystem und verhindert eine Leistungsminderung unseres Körpers. Durch eine Portion Gurbetaler Sauerkraut kann der tägliche Vitamin C Bedarf von etwa 75mg gedeckt werden (ebd., 54).

2.5.4 Sekundäre Pflanzenstoffe

Was für die Pflanzen meist als Schutzstoff für Schädlinge wirkt, bedeutet für den menschlichen Organismus, dass diese sogenannten sekundären Pflanzenstoffen einen immunmobilisierenden, antimikrobiellen und antioxidativen Einfluss haben (Martin 2004, 53). Sauerkraut enthält von diesen Stoffen unter anderem die Geschmacks- und Aromastoffe Glukosinolate, Sulfide und Phenolsäure. Bei den Farbstoffen handelt es sich beim Kabis um Flavonide. Den meisten dieser Stoffe wird die Fähigkeit zugesprochen, das Krebsrisiko zu senken (ebd., 53).

2.5.5 Mineralstoffe

Wie aus der Tabelle 1 entnommen werden kann, enthält Sauerkraut hauptsächlich Kalzium und Kalium sowie Chlorid und Natrium. Meist ist durch den erhöhten Salzkonsum unserer Gesellschaft der Bedarf an Natrium und Chlorid gedeckt (Martin 2004, 56), somit braucht es im Salz-bereich immer ein wachsames Auge, was die zu hohe Dosierung anbelangt. Doch Kalium braucht unser Körper, um den Wasserhaushalt zu regulieren und ausserdem wirkt es Gewebestraffend (ebd., 57). Kalzium ist für die Knochen ein wichtiger Mineralstoff (Schwarz 2011, 56). Bei Mangel von Kalzium entwendet der Körper den Knochen das Kalzium. So kann es zu brüchigeren Knochen führen (ebd.).

2.5.6 Spurenelemente

Sauerkraut enthält ca. 0.6mg Eisen und 0.3mg Zink auf 100g Frischmasse. Beides braucht unser Körper. Doch wie es der Name schon verrät, eher in kleinen Mengen (Martin 2004, 57). Wenn dem Körper zu wenig Zink hinzugefügt wird, kann es unter anderem zu Appetitlosigkeit, schlechten Wundheilungen und zu einer erhöhten Gefahr von einer Infektionskrankheit kommen. Da das Eisen für den Sauerstofftransport eine wichtige Rolle übernimmt im Körper, kann es bei einem Mangel zu einer Trägheit, sprich inaktiveren körperlichen Aktivität führen.

2.5.7 Verdauungsbeschwerden

Eine recherchierte Erkenntnis ist, dass Lebensmittel wie Schokolade, Soja, Rotwein, geräucherte Fleischwaren oder auch Sauerkraut Histamin enthalten (Schmiedel 2008, 36). Eine Histamin-Intoleranz kann zu Durchfall und Blähungen führen. Ausserdem sind Ballaststoffreiche Lebensmittel wie Sauerkraut blähungsfördernd (Perc 2013). Dies weil die Ballaststoffe erst spät im Dickdarm absorbiert werden (ebd.).



Abb. 7 Verdauungsprobleme, Quelle:
<http://www.praxisvita.de/sites/default/files/reizdarm-symptome-bauchschmerzen-bauchweh.jpg>

Es kommt nicht von ungefähr, dass z.B. im Sauerkraut oft Kümmel zu finden ist. Denn Kümmel hilft bei Verdauungsstörungen mit seiner Wirkung (Schmiedel 2008, 115).

Spannend die Sicht eines Experten: Herr Trachsel (2014) fügt bei der Thematik Verdauung hinzu, dass auch die Zugabe von verhältnismässig viel Ascorbinsäure dazu führen könnte, dass eine zusätzliche abführende Wirkung entstehen kann.

2.6 Spezialitäten mit Sauerkraut

Mal abgesehen von der klassischen Berner Platte gibt es zahlreiche andere Köstlichkeiten mit Sauerkraut. Von im Osten bekannten Szegadinergulasch, das mit Sauerkraut hergestellt wird, über Sauerkrautsuppe hin zu Kuchen oder Salat. Finden kann man diese Rezepte im Internet oder auch bei den Herstellern selbst. Auch einige gute Köche nehmen sich dem Sauerkraut an, um gute und kreative neuzeitliche Rezepte zu kreieren. Diese werden dann meist unter dem Namen von den Köchen selbst, über Partner oder Sponsoren vermarktet.

Kimchi

Kimchi ist das Sauerkraut Asiens (Schwarz 2011, 38). Es gibt unzählige Arten von verschiedenen Kimchi. Es ist wie das uns bekannte Sauerkraut fermentiert und somit gesäuert, weicht jedoch trotzdem vom typischen Geschmack des Sauerkrautes ab. Mit Chinakohl, Salz und meist Knoblauch, Zwiebeln und Chili wird dieser werdende Kimchi dunkel eingelagert. So findet die Säuerung statt. Der Kimchi ist in Korea weit verbreitet. Dort steht in vielen Haushalten ein dafür spezieller Kühlschrank (ebd., 40).

Sarma

Gemäss Herr Trachsel (2014) gewinnt in der Schweiz der ganz vergorene Kabis namens „Sarma“, eine Balkanesische Spezialität, immer mehr an Stellenwert. Dies nicht zu Letzt, weil immer mehr Leute aus dieser Region bei uns in der Schweiz leben.

2.7 Sauerkraut im Trend oder nur Beilage?

Uva et al. (2006) kamen zum Ergebnis, dass vorwiegend ältere Konsumenten Sauerkraut essen und dass diejenigen die kein Sauerkraut essen, kein potenzielles Zielpublikum für neue Produkte sind. Die gleichen Erkenntnisse zeigen die von der DemoSCOPE durchgeführte Konsumentenumfrage (Thurnen Sauerkraut AG 2009). Nicht-Sauerkraut-Konsumenten von einem Konsum zu überzeugen sei sehr schwierig. Jedoch bestehende Esser zu einem noch höheren Konsum anzukurbeln sei realistischer (ebd.). Jürg Trachsel (2014) selbst sagt in einem Gespräch, dass die Vermarktung von Sauerkraut alles andere als einfach sei. Viele Vermarktungsspezialisten haben ihm in seiner Karriere die Produktlancierung oft verneint und begründet, dass sich der Name Sauerkraut nicht vermarkten lasse.

Laut Uva (2005), die ihre Informationen aus einer Studie vom „United States Department of Agriculture“ hat, essen mehr als 76% der befragten Konsumenten einmal pro Monat oder seltener Sauerkraut. Dass aber Männer tendenziell mehr Sauerkraut konsumieren als Frauen konnte bei dieser Umfrage nicht bestätigt werden. Spannend zu erkennen ist hier zusätzlich, dass Nicht-Konsumenten oft Abneigungen zeigten wenn es um Begriffe ging wie fermentiert, gebeizt oder Sauerkraut. Sie lehnten neue Sauerkrautprodukte auf Anhieb ab (ebd.).

3. MATERIAL/ METHODEN

Im Zentrum dieser Arbeit steht die quantitative Sauerkraut-Umfrage. Die Meinungen und die individuellen Beantwortungen der Befragten rund um das Thema Sauerkraut standen hierbei im Mittelpunkt. Untermuert wird die Umfrage mit einer unterstützenden Literaturrecherche und zwei Gesprächen mit Experten aus der Sauerkraut-Branche.

3.1 Literaturrecherche

Mit der Literaturrecherche wurde einerseits die grundlegenden Informationen über Sauerkraut eruiert und in das Thema eingeführt. Andererseits werden Erkenntnisse meiner Umfrage verglichen, untermuert oder gegenargumentiert. Mit Suchbegriffen wie ‚Sauerkraut‘, ‚Geschichte Sauerkraut‘, ‚Sauerkraut Trend‘ oder ‚Fermentation Sauerkraut‘ wurde hauptsächlich auf Google Scholar gesucht und recherchiert.

Mit den Büchern „Vom Weisskohl zum Sauerkraut“ von Hubert Nickels (2013), „Sauerkraut, Tradition, Gesundheit, Rezepte“ von Susanne Martin (2004) und „Gesund mit Sauerkraut und Kohl“ von Gabriela Schwarz (2011) wurde am meisten gearbeitet. Doch auch Studien, wissenschaftliche Berichte und andere Branchenartikel erscheinen in die Arbeit.

3.2 Umfrage

Das Ziel der Umfrage war es, die verschiedenen Ansichten der aktuellen oder potenziellen Konsumenten des fermentierten Lebensmittels Sauerkraut zu erlangen. Die Umgebungen um den Naturpark Gantrisch und im Kanton Bern spielten bei der Befragung die grösste Rolle. Dadurch, dass die Umfrage hauptsächlich Online durchgeführt wurde, sind auch Regionen ausserhalb des Kantons Bern befragt worden. Einerseits wurden am 5. Mai 2014 bei einem Tourismusportal im Dörfchen Rüeggisberg 32 Fragebögen verteilt und ausgefüllt. Dies nach einem vom Verfasser gehaltenen kleinen Vortrag über die Thematik Sauerkraut und die stagnierende Problematik des Absatzes.

Der Fragebogen (Anhang 1) wurde noch um eine Frage erweitert, bevor ergänzend zum Tourismusportal eine Online-Umfrage durchgeführt wurde. Auf dem Umfrageportal [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com) wurde am 20. Mai 2014 über die Plattform Facebook und per E-Mail der Link der Umfrage verstreut. Ausserdem erschien der Link auf der Website www.naturparkgantrisch.ch auf der Frontseite mit einer kleinen Beschreibung dazu. Die Umfrage dauerte bis am 18. Juli 2014. Bei der Onlinebefragung nahmen 289 Personen teil. Inklusiv Tourismusportal-Fragebögen ergab dies eine Stichprobenmenge von 321 Personen.

3.2.1 Auswertung

Die Daten wurden aus dem Umfrage-Onlineportal exportiert und abgespeichert. Anschliessend erfasste man manuell die Daten in Excel in einem Übersichtssheet gegliedert, nummeriert und mit denjenigen Daten vom Tourismusportal ergänzt.

Bei den gestellten Fragen, wo eine individuelle Antwort abgegeben werden konnte, wurden die Antworten durch Nummern in Kategorien gegliedert und mengenmässig dargestellt.

Die ausgewertete Liste mit den Umfragedaten konnte anhand der Grösse nur in den digitalen Anhang gefügt werden.

Die Daten wurden bei den Fragen in relativen Zahlen, doch bei den meisten zusätzlich auch in absoluten Zahlen visualisiert. Die Datenauswertung erfolgte deskriptiv.

Auch demographische Angaben wurden gefragt. So werden zu einem späteren Zeitpunkt mit dieser Arbeit weitere statistische Auswertungen möglich sein.

3.3 Expertengespräch mit Herr Nickels, aus dem Norden Deutschlands



Telefonisch und per E-Mail wurde Kontakt mit dem Kohlosseum im Kreis Dithmarschen aufgenommen. Am 26. April 2014 konnte eine Besichtigung der Sauerkrautfabrik und ein Fachexpertengespräch mit Herr Hubert Nickels, dem Sauerkraut-Spezialisten aus dieser Region wahrgenommen werden. Eine öffentliche Besichtigung des Kohlosseums, ein Vortrag und eine Vorführung über das Vergären im Patent-Glas, sowie ein persönliches Gespräch mit Herr Nickels rundete den Besuch in Wesselburen ab.

Abb. 8 Hubert Nickels, Krautmeister aus Wesselburen
Quelle: Foto von Günter Pump, aus dem Buch Vom Weisskohl zum Sauerkraut.

3.4 Expertengespräch mit Jürg Trachsel aus dem Gürbetal

Am 26. Mai 2014, einen Monat später machte ich Bekanntschaft mit dem im Naturpark Gantrisch hausenden Jürg Trachsel. Er hat viele Jahre die Thurnen Sauerkraut AG geführt und ist heute Geschäftsführer der Royal-Sauerkraut AG in Burgistein. Ein interessantes Gespräch über zweieinhalb Stunden war das Resultat dieses Treffens. Gesprochen wurde grösstenteils über die Verdauung im Zusammenhang mit Sauerkraut und über die Lancierung von neuen innovativen Produkten und deren schwieriger Platzierung auf dem Markt.

4. ERGEBNISSE

Die Ergebnisse beinhalten die umfassende Umfrage mit den gestellten Fragen und Auswertungen. Zusätzlich werden die wichtigsten Ergebnisse der Fachexpertengespräche von Hubert Nickels und Jürg Trachsel aufgeführt. Auch die eigenen Erfahrungen hinsichtlich Sauerkraut werden in Kapitel 4.3 zusammengefasst und kurz erläutert.

4.1 Umfrage Sauerkraut

Aus übersichtlichen Gründen wurde auf eine klassische wissenschaftliche Gliederung der Ergebnisse der Umfrage verzichtet. Es wurde zu jeder Frage eine kurze Stellungnahme erfasst, die bereits eigene Erfahrungen und persönliche Meinungen miteinbezieht.

4.1.1 Demographische Angaben zur Stichprobe

Über das Alter, Geschlecht, über die Wohnsituation und den -ort sowie über das Kochverhalten wurden die Personen gebeten, Informationen abzugeben.

Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 31 Jahren.

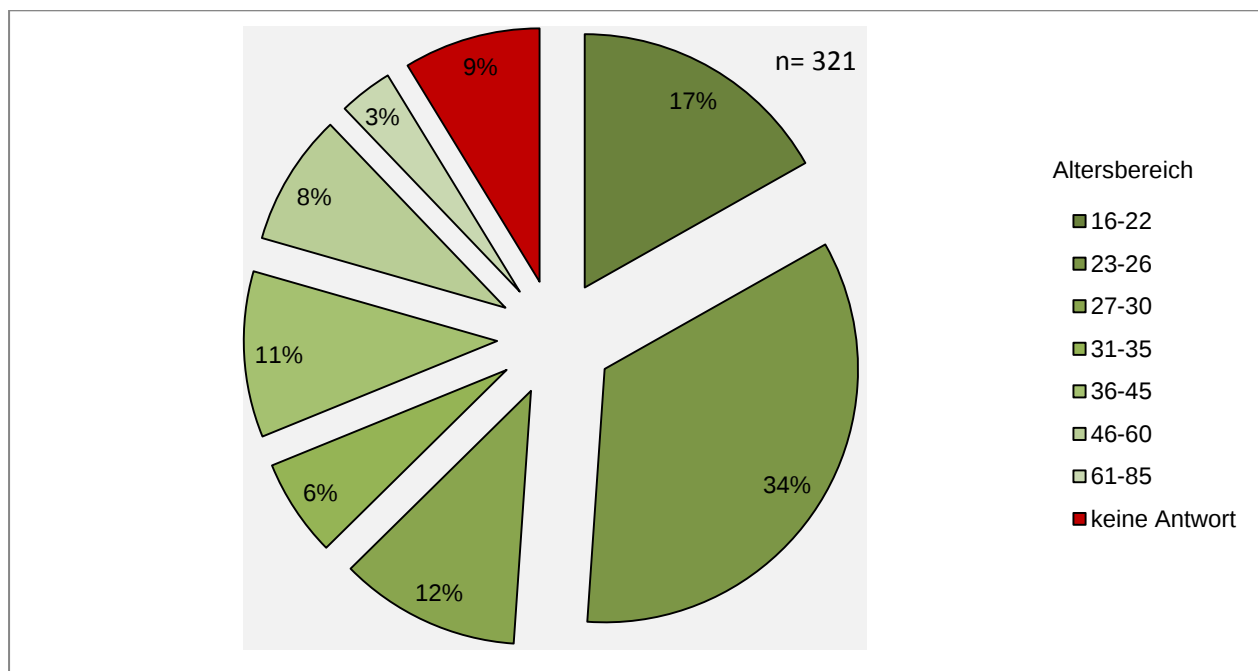


Abb. 9 Übersicht des Altersbereich der Befragten

Zu beachten ist, dass rund die Hälfte der Befragten unter 26 Jahre alt ist.

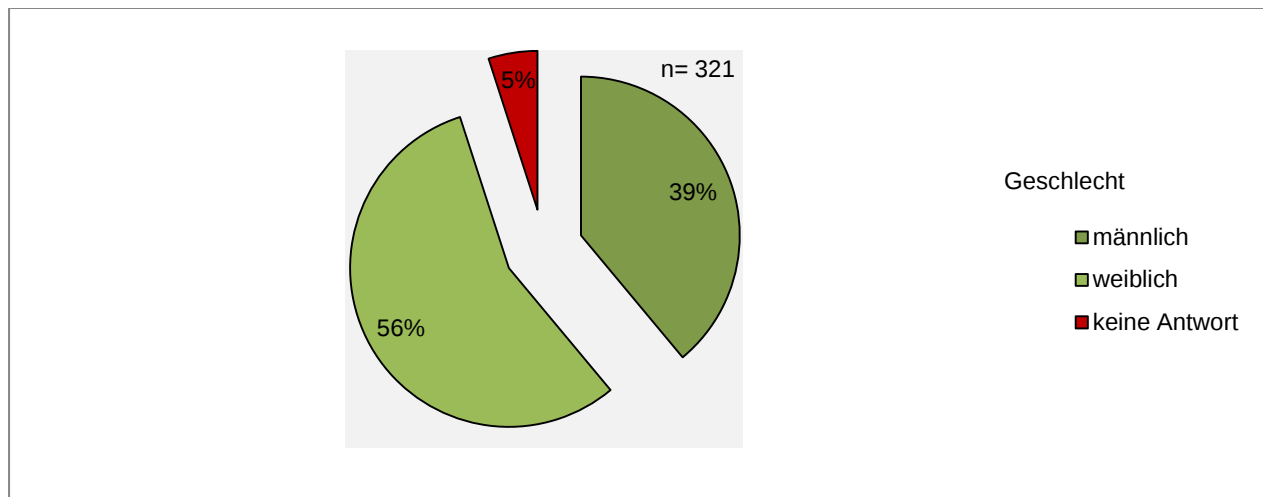


Abb. 10 Übersicht des Geschlechts der Befragten

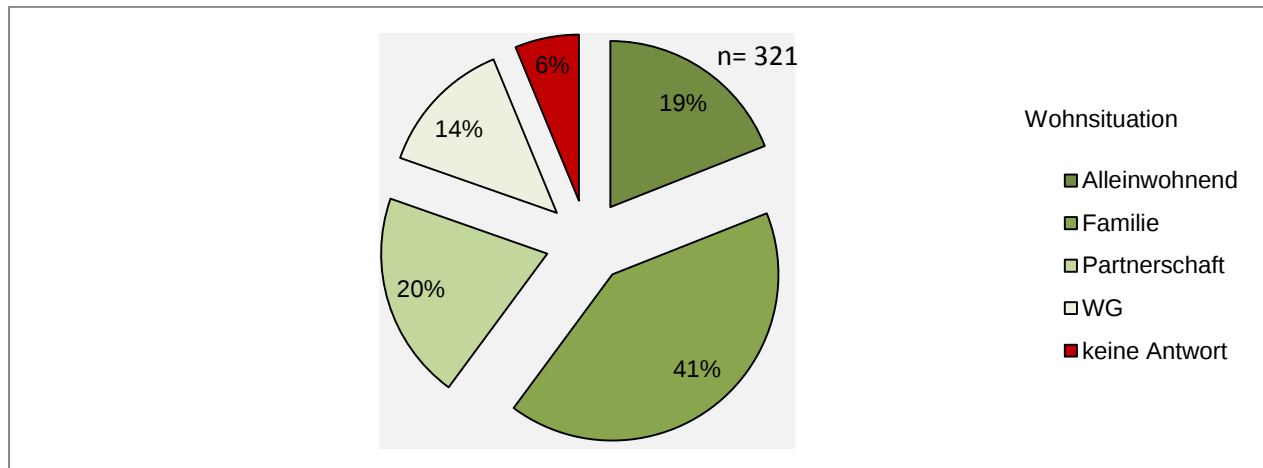


Abb. 11 Übersicht der Wohnsituation der Befragten

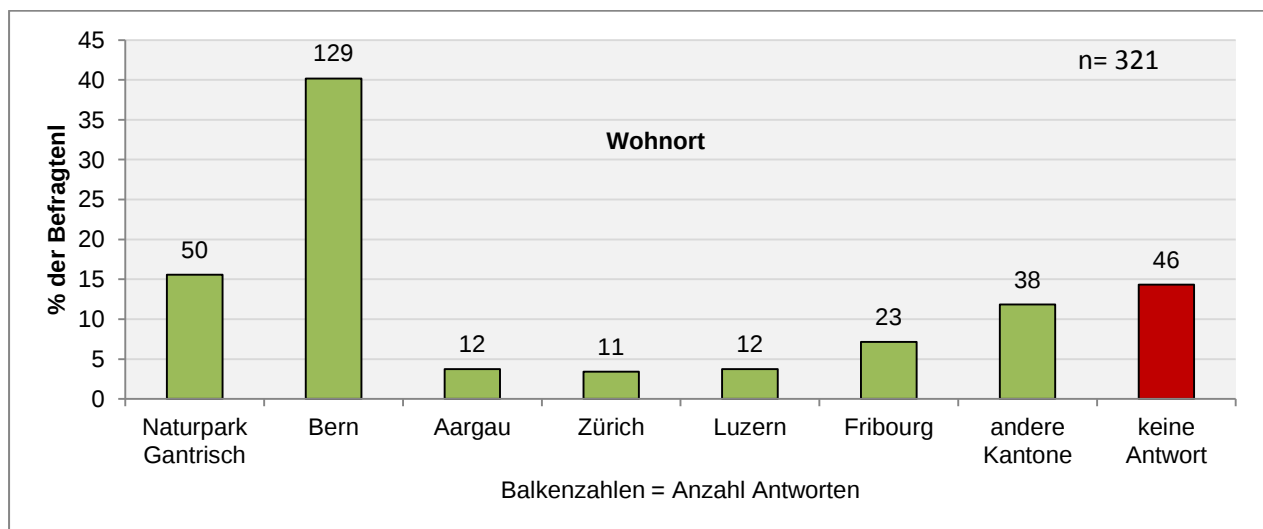


Abb. 12 Übersicht des Wohnortes der Befragten

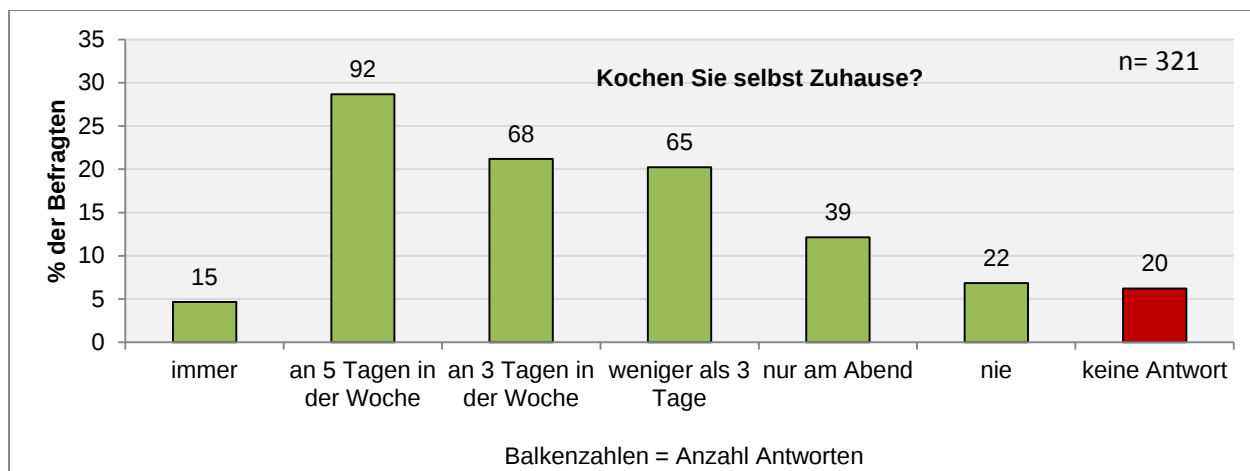


Abb. 13 Übersicht über die Kochsituation der Befragten

4.1.2 Frage 1: Was kommt Ihnen spontan als erstes in den Sinn, wenn Sie Sauerkraut hören?

Interessiert hat die Frage nicht nur, welche Begriffe als erstes mit Sauerkraut in Verbindung gebracht werden, sondern auch, aus welchen Bereichen diese Begriffe stammen. Regionen, verschiedene Lebensmittel, saisonale Aspekte oder auch Adjektiv-Beschreibungen wurden bei der Frage genannt. Auch wollte herausgefunden werden, ob es in erster Linie um das Gemüse Sauerkraut selbst geht oder nur um die Beilage „Sauerkraut“.

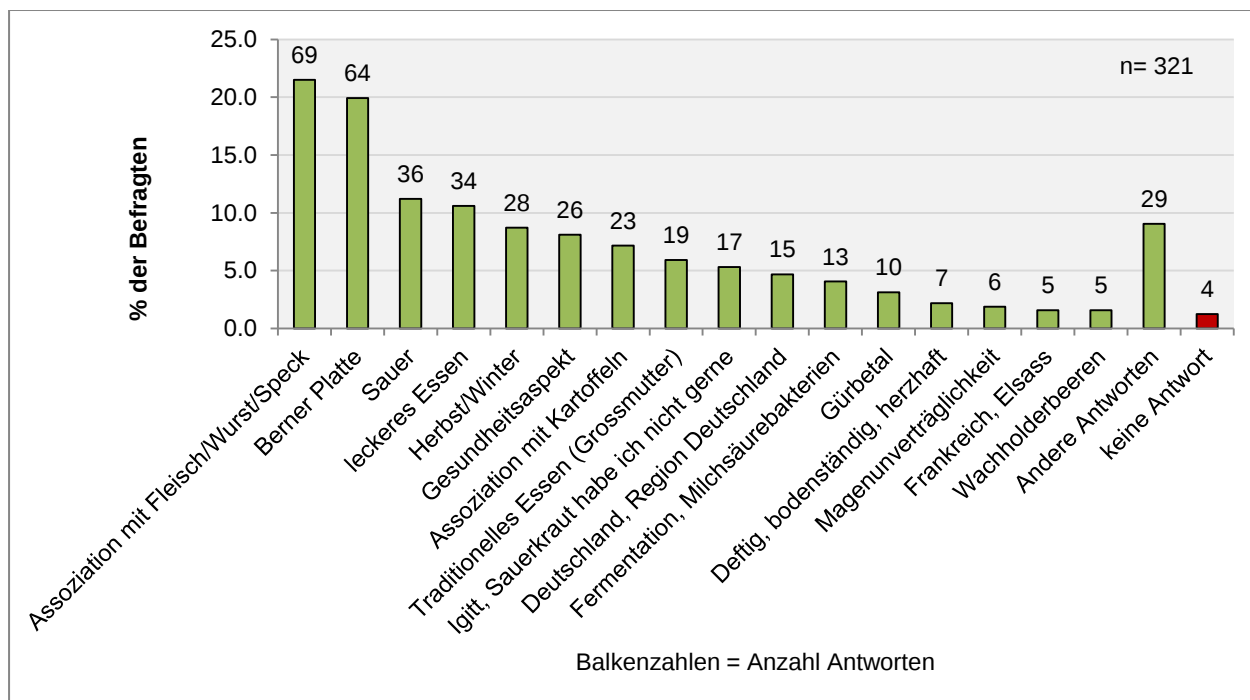


Abb. 14 Übersicht der Auswertung von Frage 1.

Erkenntnisse

Zu erwarten war die hohe Anzahl an Antworten in Bezug auf die Assoziation von Sauerkraut mit Fleisch. Wenn man den Begriff Berner Platte mit zum Begriff Fleisch hinzu rechnet, sind es 41.4% der Befragten, die an erstes an Fleisch denken, wenn sie das Wort Sauerkraut hören. Die Verbindung mit Fleisch ist trotz vielen Bemühungen in kreativ neuzeitlichen Gerichten und Rezepten mit Sauerkraut in der letzten Zeit immer noch stark verankert.

Das Wort sauer steht an dritter Position der genannten Begriffe. Da lässt sich daraus erkennen, wie stark der Namen „Sauerkraut“ auf das Produkt her schliesst.

Die Wichtigkeit des saisonalen Aspektes hat hier erstaunt. Bei 26 Befragten kam als erstes der Begriff Herbst oder Winterzeit zum Vorschein. Dies lässt darauf schliessen, dass noch einige Konsumenten das Sauerkraut vermehrt nur in den Saisonmonaten geniessen.

4.1.3 Frage 2: Wie oft konsumieren Sie Sauerkraut?

Wie die Frage selbsterklärt, wollte hier erkannt werden, wie oft die Befragten zu Sauerkraut greifen. Es war nur eine Antwort möglich.

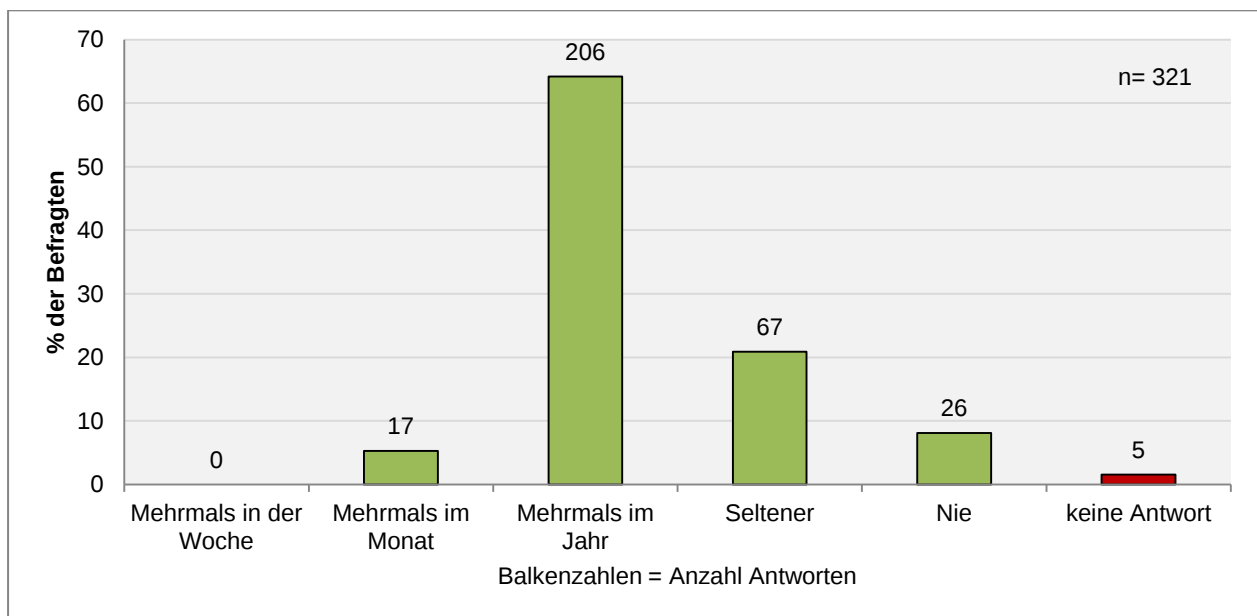


Abb. 15 Übersicht der Auswertung von Frage 2.

Erkenntnisse

85% essen mehrmals im Jahr oder seltener Sauerkraut. Dies ist Vergleichbar mit den Angaben von Uva (2005) die im Kapitel 2.7 aufgeführt sind.

4.1.4 Frage 3: Weshalb konsumieren Sie nicht häufiger Sauerkraut?

Mit dieser Frage wurde gleich nach der Frage 2 nachgehakt, um eine etwas gezieltere Antwort von den Untersuchten zu erhalten.

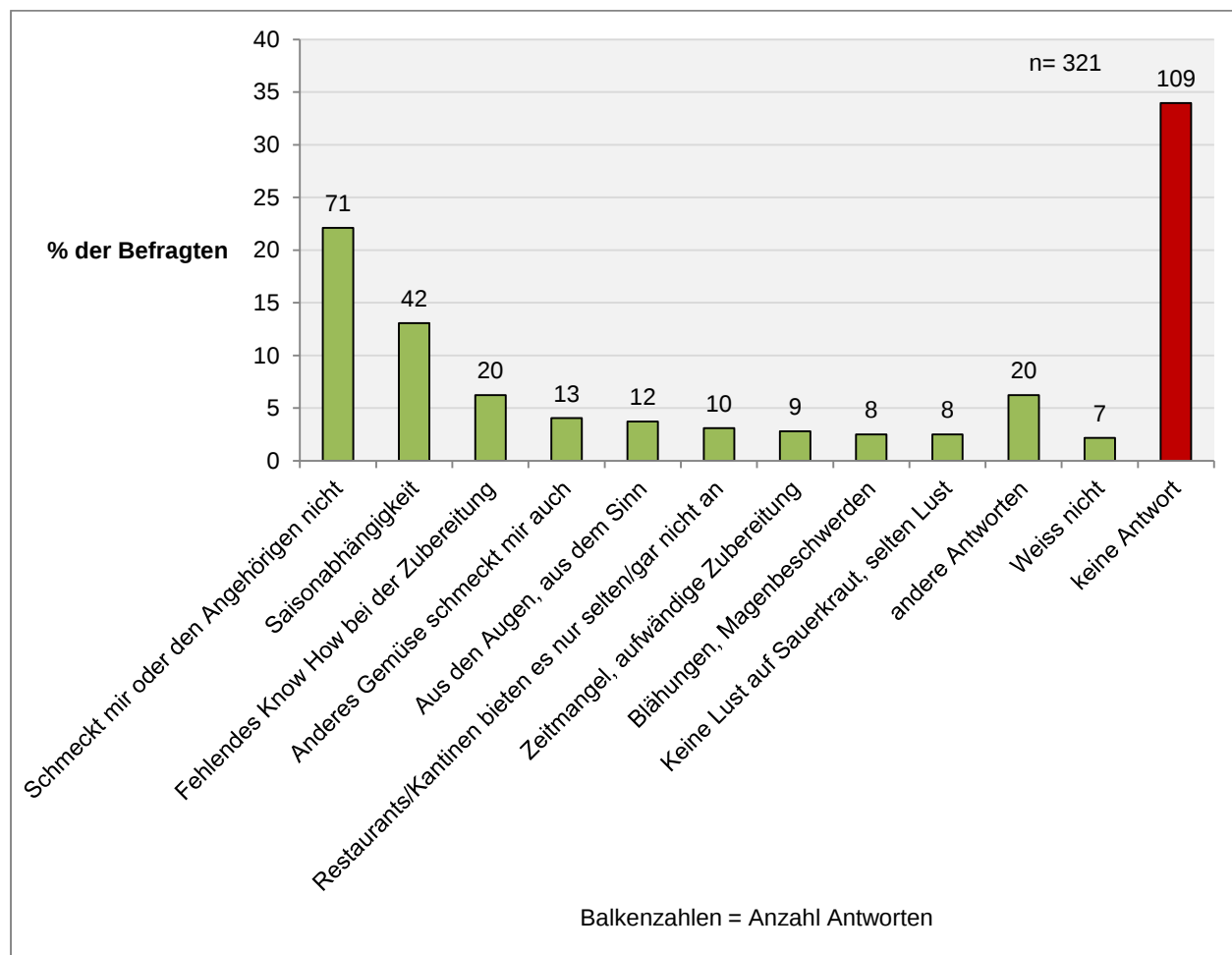


Abb. 16 Übersicht der Auswertungen von Frage 3.

Erkenntnisse

Bei den Auswertungen gut zu erkennen war hier, dass wenn jemand in der Familie oder im Haushalt das Sauerkraut nicht mag, so wird es vom Speiseplan gestrichen. Für mich eine sehr wichtige Botschaft, denn auch die Sauerkraut Thurnen AG (2008) erwähnt, dass es Sauerkrautliebhaber und Sauerkrautverfechter gibt, aber etwas dazwischen nicht. Meiner Meinung nach wirkt sich dieser Punkt sehr negativ auf die Entscheidung der Gestaltung eines Speiseplans aus. Später in der Diskussion darüber mehr.

Wie schon bei der Frage 1 geben auch hier viele Befragte die Saison schuld, dass sie nicht mehr Sauerkraut konsumieren.

Dass das fehlende Know How als Grund angegeben wird, dass Frau/Mann nicht mehr Sauerkraut konsumiert, ist eine tragische Erkenntnis. Denn Sauerkraut zuzubereiten ist einfacher als manch anderes Gemüse und verlangt so kein ausgeprägtes Know How. Die rund 4%, die angaben, dass ihnen anderes Gemüse schmeckt, könnte so erklärt werden: durch die grössere Anzahl von Lebensmitteln in unseren Regalen ist die Mitbewerberanzahl des Sauerkrautes um einiges gestiegen.

4.1.5 Frage 4: Konsumieren Sie mehr Sauerkraut in den Saisonmonaten Oktober-März?

Spezifisch wollte hier eruiert werden, wie wichtig es dem Konsumenten ist, in welcher Jahreszeit er Sauerkraut isst.

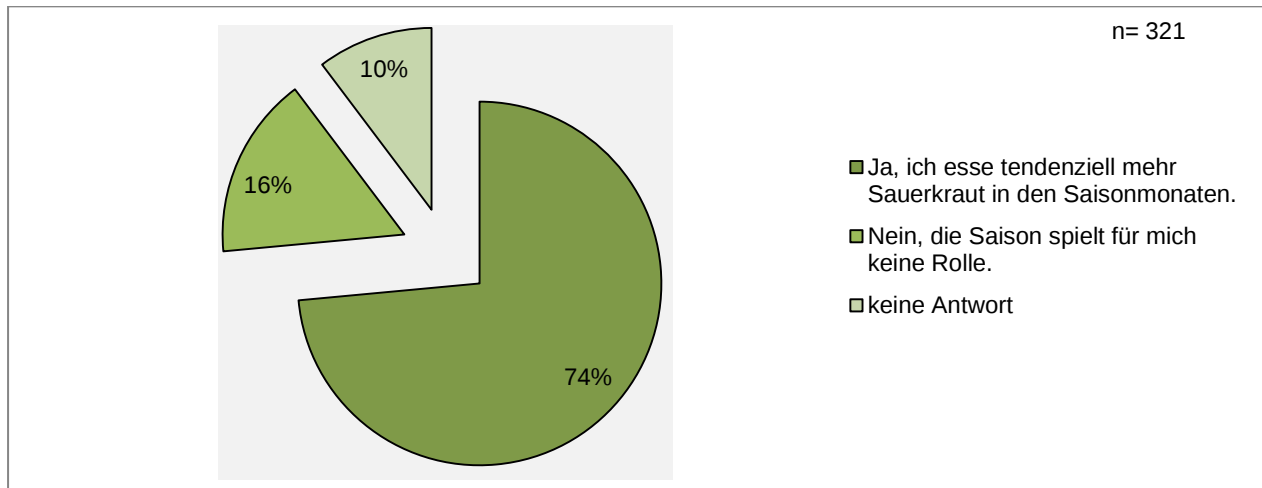


Abb. 17 Übersicht der Auswertung von Frage 4.

Erkenntnisse

Nur gerade 16% machen den Konsum von Sauerkraut nicht von der Jahreszeit abhängig. Was in der Überlegung der Natur ein schöner Gedanke ist, nämlich saisonal zu konsumieren, kann in meinen Augen auch eine Begrenzung des Konsums darstellen. Gerade in der heutigen Zeit, wo allgemein Abwechslung immer wichtiger wird, bin ich der Meinung, könnte dies durchaus ein Grund mehr sein, weshalb weniger Sauerkraut konsumiert wird. Bedenken wir, dass wohl die Saison wichtig ist für den Konsumenten, jedoch in der jeweiligen Saison auch mehr anderes Gemüse vorhanden ist als früher.

4.1.6 Frage 5: In welcher Form essen/konsumieren Sie Sauerkraut?

Hier war zu erwarten, dass bei der möglichen Antwort „Bspw. als Beilage zu Berner Platte“, viele Kreuze gesetzt werden. Doch interessierte hier mehr das Verhältnis und die Anzahl Antworten der anderen Konsumationen. Bei dieser Frage waren mehrere Antworten möglich.

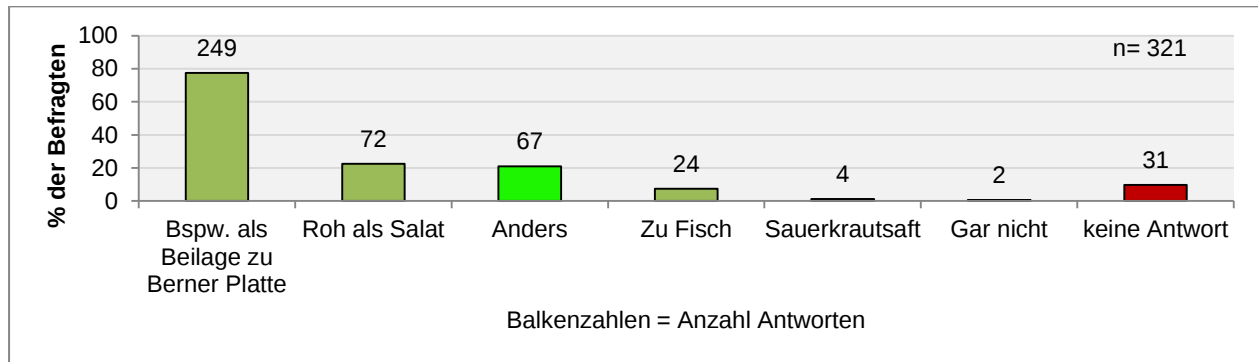


Abb. 18 Übersicht der Auswertungen von Frage 5.

Weiterführend konnten die Befragten angeben, in welcher anderen Form sie das Sauerkraut noch konsumieren. Bei der Sparte „Anders“ wurden mehrere Antworten pro Person ausgewertet. Dies erklärt die höhere Anzahl Antworten bei der Abb. 19 als bei der Abb. 18. 80% der Befragten haben keine Antwort gegeben, dies der Grund, weshalb auf diese im folgenden Diagramm verzichtet wurde.

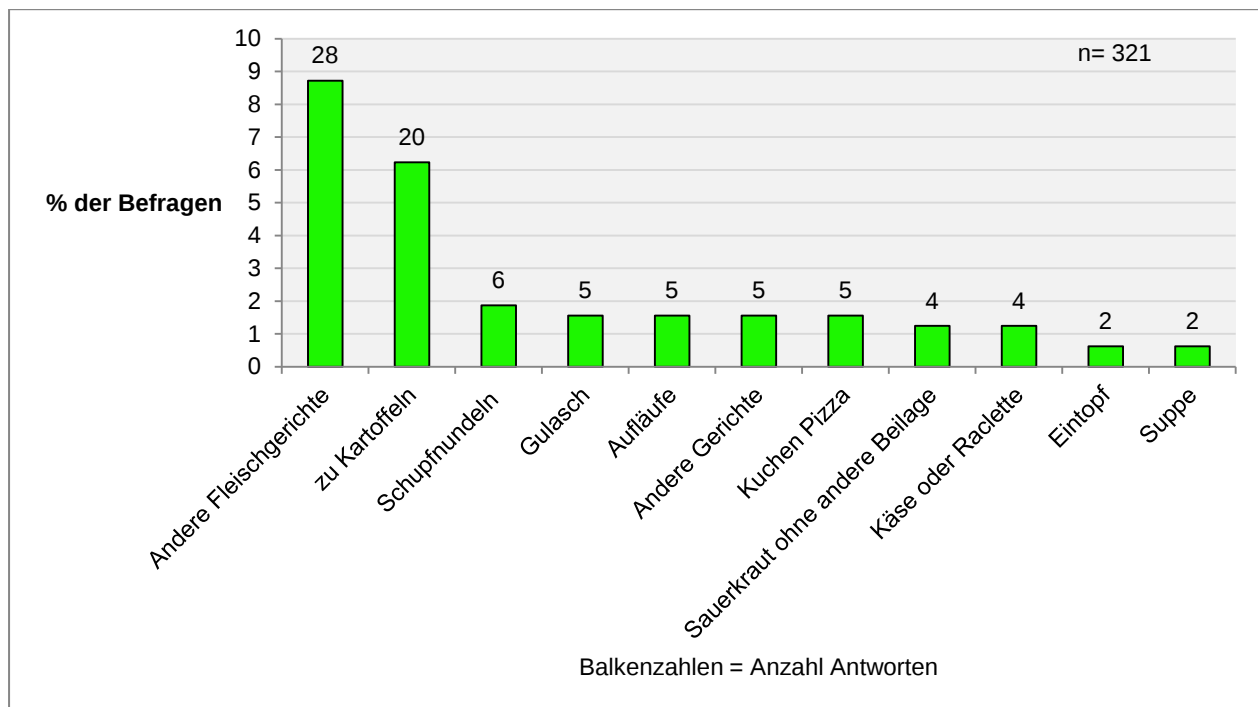


Abb. 19 Übersicht der Auswertung von der Frage 5a.

Erkenntnisse

Was nicht erwartet wurde ist, dass über 20% das Sauerkraut roh als Salat geniessen. Hier muss jedoch noch bedacht werden, dass bei der Umfrage der 32 Nicht-Online-Fragebögen Sauerkrautsalat zu den Bögen verteilt wurde. Es ist anzunehmen, dass dieser eine Einfluss auf das Endresultat hatte, was aber auch aufzeigt, dass dieses Produkt als gut empfunden wurde. Doch wenn man die 32 Personen von Resultat subtrahieren würde, wären es immer noch über 10%. Erstaunlich die eher tiefe (7%) Anzahl Befragte, die das Kraut zu Fisch essen. Da wurde eine höheren Schnitt erwartet, da doch Sauerkraut hervorragend zu Fisch passt und sich die Hersteller und Gastronomen nicht nur in der Region Gantrisch, sondern auch in der ganzen Schweiz schon seit geraumer Zeit bemühen, Sauerkraut auch zu Fisch zu vermarkten.



Abb. 20 Asiatischer Sauerkraut mit gebratenem Fisch, Quelle: Annemarie Wildeisen,

<http://www.wildeisen.ch/rezepte/kochen/rezept/details/asiatisches-sauerkraut-mit-gebratenem-dorschfilet/>

Nicht mit den klassischen Fleischbeilagen von der Berner Platte wird Sauerkraut gegessen sondern auch zu anderen Fleischsorten. Immerhin fiel der Begriff eines anderen Fleischstückes wie Bratwürste, Kutteln, u.a. über 28 Mal (9%). Die Resultate zeigen hier wieder, wie oft fermentiertes Kraut mit Fleisch assoziiert wird. Herr Nickels (2014) betonte den steigenden Wert von Sauerkraut in medizinischen Bereichen sowie gezielt auf der Gesundheit basierenden Produkten wie Sauerkrautsaft. Dieser steigende Trend kann hier in Form der Konsumation von Sauerkrautsaft nicht widerlegt werden.

4.1.7 Frage 6: Wo essen Sie Sauerkraut?

Zu wissen, wo Sauerkraut konsumiert wird, ist essenziell um allfällige Lösungsvorschläge für einen höheren Konsum vorzuschlagen. Es waren mehrere Antworten möglich.

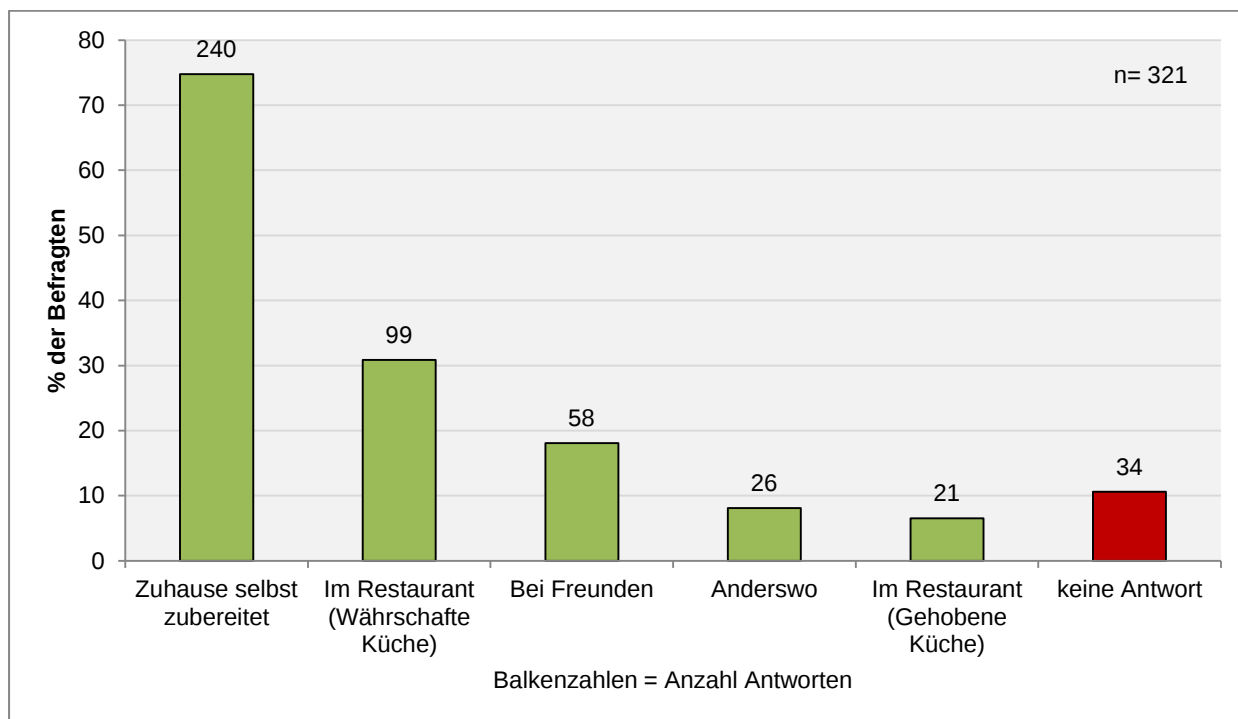


Abb. 21 Übersicht der Auswertung von Frage 6.

Erkenntnisse

Über 70% geniessen das Sauerkraut zu Hause. Eine einfach aber klare Botschaft. Wenn zu Hause konsumiert wird, so wird auch im Detailhandel eingekauft. Der Ansatz, dass man ein breiteres Sauerkrautangebot im Sortiment aufnimmt oder den Konsumenten zum Kauf anbietet, könnte ein Potenzial darstellen, was zum jetzigen Zeitpunkt nicht ausgeschöpft wird.

Das in Restaurants, die währschaftlich geführt werden, öfters Sauerkraut konsumiert wird, kann so interpretiert werden: im Verhältnis gibt es mehr solche Restaurants als Restaurants im gehobenen Stil. Die Frage müsste in einem weiteren Versuch anders gestellt werden.

4.1.8 Frage 7: Haben Sie schon mal Verdauungsprobleme nach dem Konsum von Sauerkraut festgestellt?

An einem traditionellen Anlass gibt es seit Jahren Berner Platte. In Spitzenjahren liefen bis zu 800 Berner Platten über die Ladentheke. Auf dem Teller sind rund 5 verschiedene Fleischsorten, Bohnen und Kartoffeln. Als ich den Verantwortlichen dieses Anlasses zur Rede stellte, weshalb man das normalerweise dazugehörige Sauerkraut nicht mitserviert, lachte er und gab witzig Antwort: „Willst Du danach die Toiletten putzen?“.

Solche und ähnliche Aussagen beobachtete ich in meiner Karriere als Koch und Gastronom und vor allem, seit dem ich mich mit dem Thema Sauerkraut auseinander setzte, des Öfteren.

Mit dieser Frage wollte man wissen, wie das Kraut unter den Befragten tatsächlich wirkt.

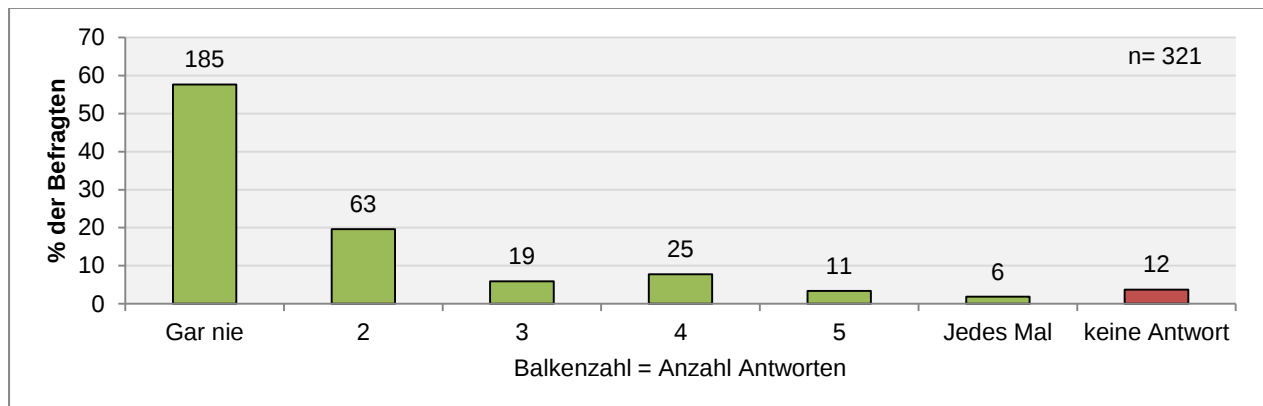


Abb. 22 Übersicht der Auswertung von Frage 7

Aufbauend auf Frage 7 interessierte, ob wenn man Verdauungsprobleme bekommt bei dem Konsum von Sauerkraut, dies ein Grund sei, das Sauerkraut zu meiden. Darauf antworteten 75 Personen. 58 Personen mit Nein und 17 Personen mit Ja.

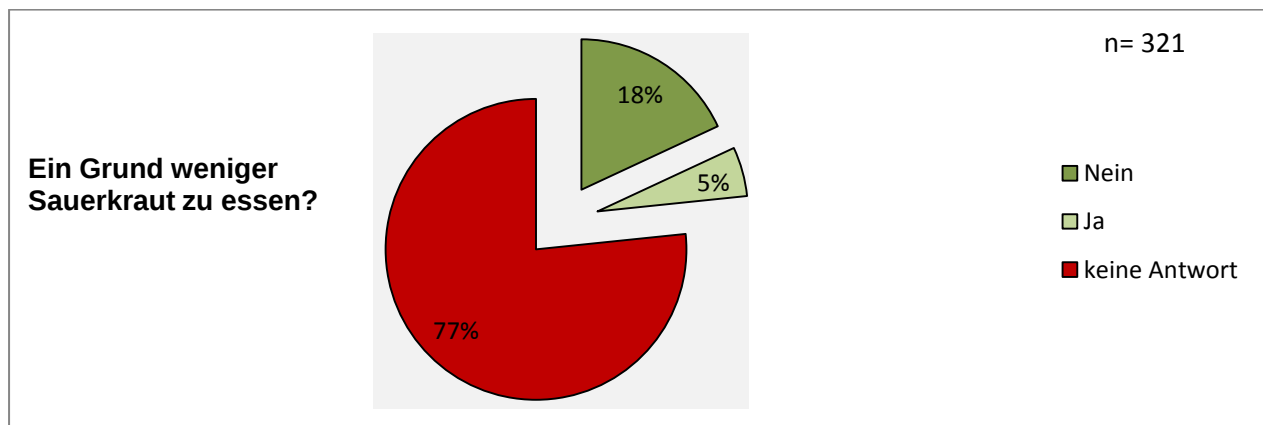


Abb. 23 Übersicht der Auswertung von Frage 7.a

Erkenntnisse

Dass nur gerade 2% jedes Mal Verdauungsprobleme haben beim Konsum von Sauerkraut, könnte mit der Qualität des Produktes in Verbindung gebracht werden. Denn wie bereits Herr Nickels (2014) beim Expertengespräch erwähnte, hängt es vom Fermentierungsprozess und von der Menge der entstandenen Säuren ab, ob es zu möglichen Verdauungsbeschwerden kommen könnte oder nicht. Ausserdem wurde beim Recherchieren (Schmiedel 2008) herauskristallisiert, dass im Sauerkraut Histamin enthalten ist und dieser auch zu Beschwerden im Darm führen kann. Die Menge wird wohl auch durch die unterschiedlichen Vergärungen und Herstellungsverfahren variieren. Das würde dann die geringe Anzahl der Kreuze bei der Sparte „Jedes Mal“ erklären. Fast 58% der Befragten haben noch nie Verdauungsprobleme mit Sauerkraut festgestellt. Und wenn man die zweite und Dritte Sparte noch dazu addiert, sind es sogar 84%. Daraus lässt sich erkennen, dass die wenigsten mit der Verdauung zu kämpfen haben nach dem Konsum mit Sauerkraut. Und von Denjenigen, denen der Bauch rumort, haben 18% so geantwortet, dass dieses Rumoren keinen Einfluss habe auf die Menge ihres Sauerkraut-Konsums.

4.1.9 Frage 8: Wie gerne mögen Sie Sauerkraut?

Einer der relevantesten Fragestellungen betreffend Sauerkrautkonsum ist wohl die Frage, ob man Sauerkraut überhaupt mag oder nicht.

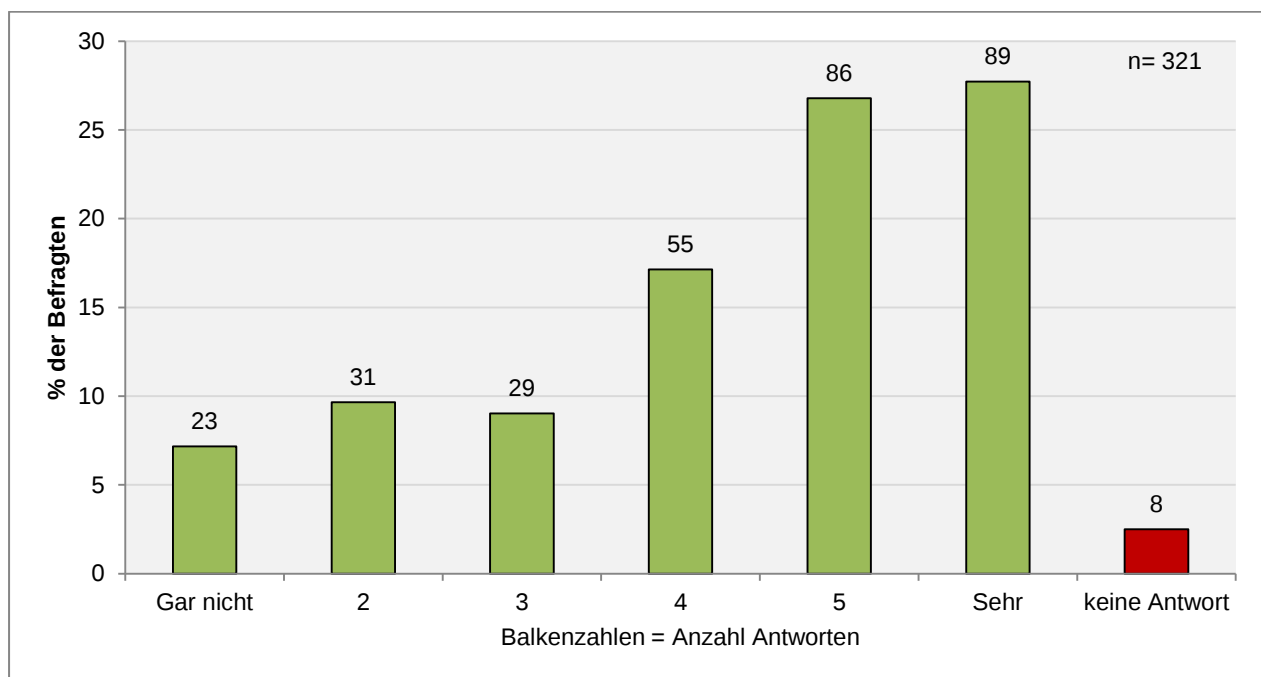


Abb. 24 Übersicht der Auswertung von Frage 8.

Bei der Begründung, weshalb Sie Sauerkraut mögen oder nicht mögen, wurde folgendes Ausgewertet:

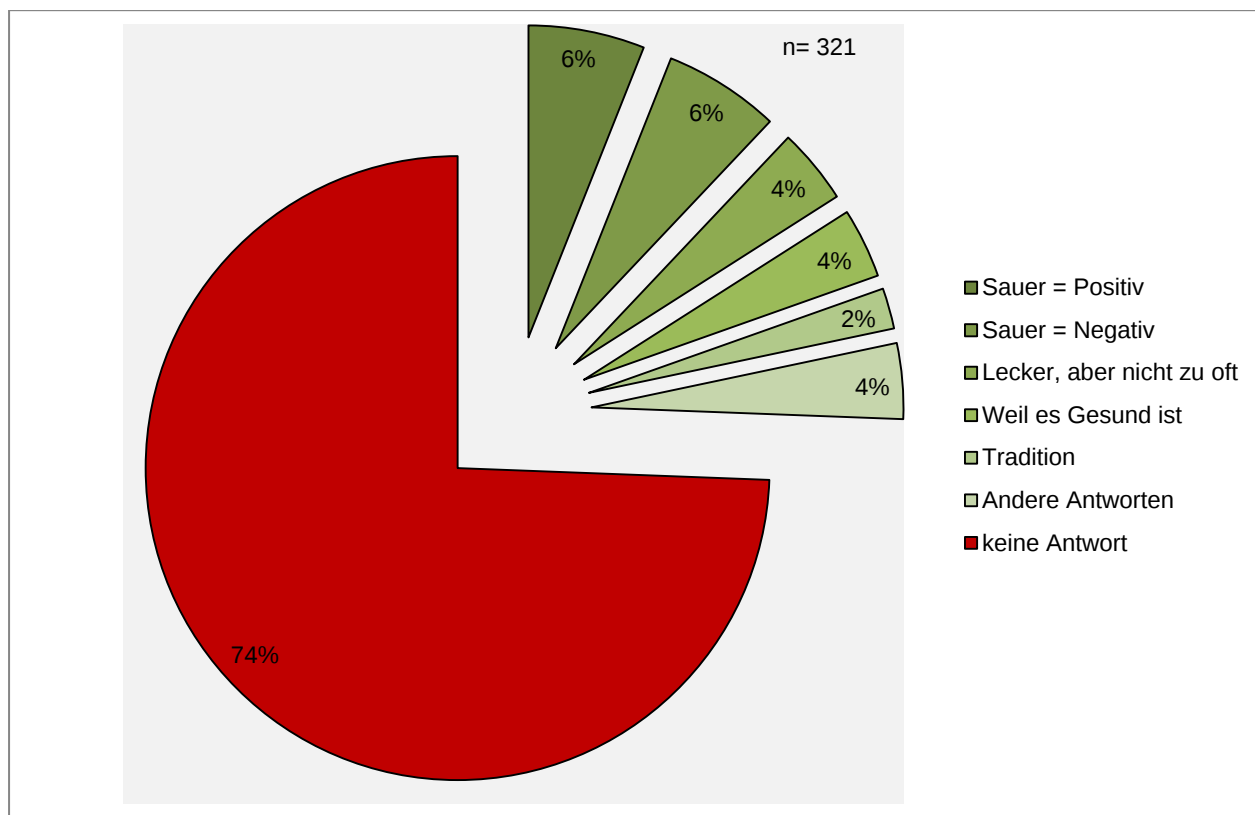


Abb. 25 Übersicht der Auswertung von Frage 8.a.

Erkenntnisse

Wenn in der Mitte des Diagrammes der Schnitt gemacht wird, mögen 72% der Befragten Sauerkraut und 26% nicht. Dieses Verhältnis zeigt doch klar auf, dass unter den meisten Befragten die Akzeptanz von Sauerkraut vorhanden ist. Ausserdem sind die Balken 5 und „Sehr“ ausgeprägt. Anhand dieses Resultates versteht sich, dass mit kreativen Rezepten versucht wird, den Markt mit Sauerkraut anzukurbeln. Widersprechend zu der Aussage von der Notiz in den „Chabis News“ von der Thurnen Sauerkraut AG (2008), könnte die in der Mitte des Diagrammes angesiedelten 84 Antworten interpretiert werden. Entweder man hat in gerne oder nicht kann hier bei diesem Ergebnis nicht klar heraus erkannt werden. Offenbar gibt es einige Befragte, die vielleicht gute wie auch schlechte Erfahrungen mit Sauerkraut gemacht haben und sich dadurch noch nicht wirklich mit dem Kraut identifizieren konnten. In diesen Konsumenten kann grosses Potenzial für die Zukunft des Sauerkrautkonsums vorhanden sein.

Bei Abb. 25 stehen sich die je 6 % gegeneinander, die Sauer als positiv oder negativ bewertet.

4.1.10 Frage 9: Haben Sie schon mal selber Sauerkraut gekocht oder sogar hergestellt/eingemacht?

Hier interessierte, ob der Befragte schon mal selber Sauerkraut eingemacht hat, gekocht oder zubereitet, und wenn nein ob er Lust hätte dies zu lernen?

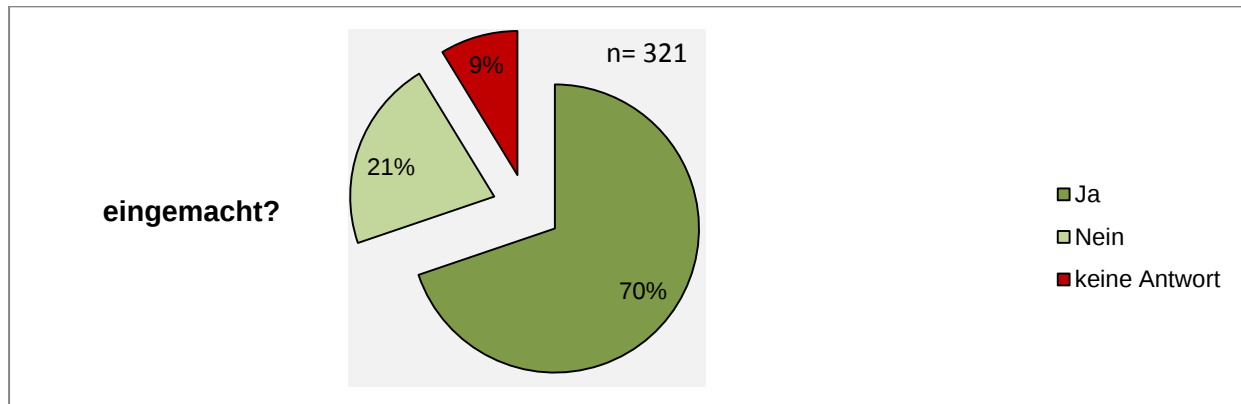


Abb. 26 Übersicht der Auswertung von Frage 9.

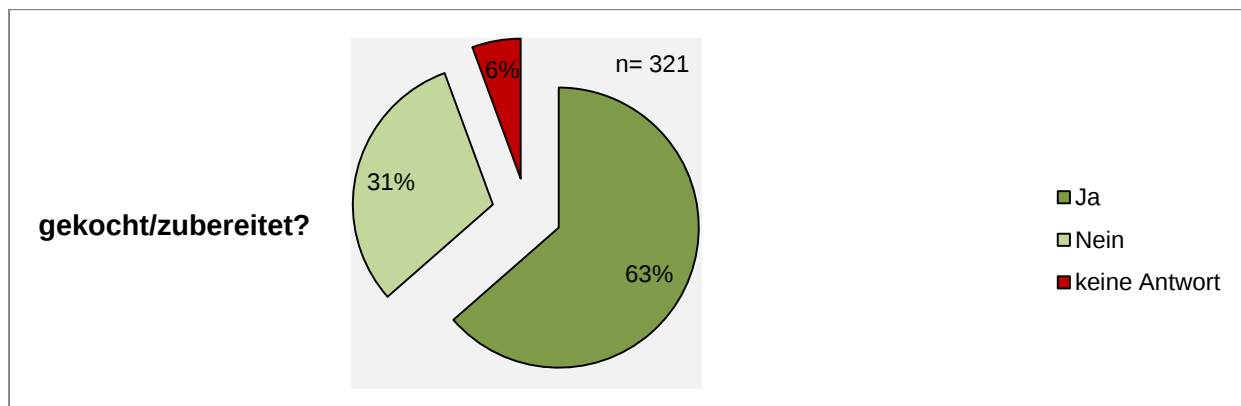


Abb. 27 Übersicht der Auswertung von Frage 9.a.

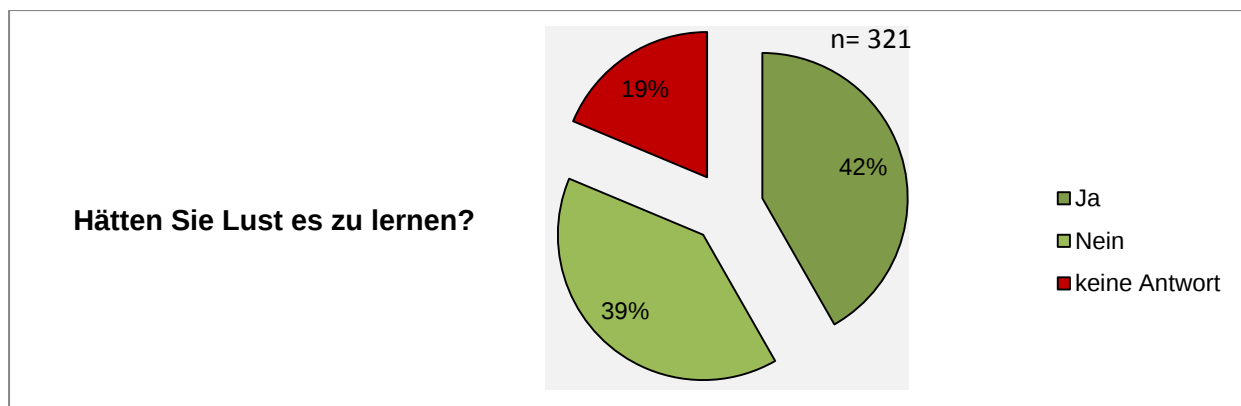


Abb. 28 Übersicht der Auswertung von Frage 9.b.

Erkenntnisse

Dass sogar prozentual mehr der Befragten Sauerkraut eingemacht haben als gekocht oder zubereitet überrascht hier bei diesen Resultaten. Einerseits könnte dies durch die alljährlich durchgeführten Chabis-Imachet-Events erklärt werden. Doch glaube ich vielmehr, dass durch die eher unglückliche Fragestellung im Umfragebogen ein falsches Resultat hervorgerufen wurde. Die erste Frage lautete „eingemacht/hergestellt?“ (Anhang 9.1). Eventuell haben dort einige falsch interpretiert und schon beim ersten Punkt die Zubereitung gemeint.

Die Bereitschaft die Sauerkrautherstellung und Zubereitung zu lernen ist ungefähr in der Hälfte. Mit einer guten Vermarktungs-Plattform, den richtigen Partnern und den richtigen Durchführern könnte hier sicherlich die Motivation für ein Lernen dieser kulinarischen Kabisspezialität erreicht werden.

4.1.11 Frage 10: Denken Sie Sauerkraut ist gesund?

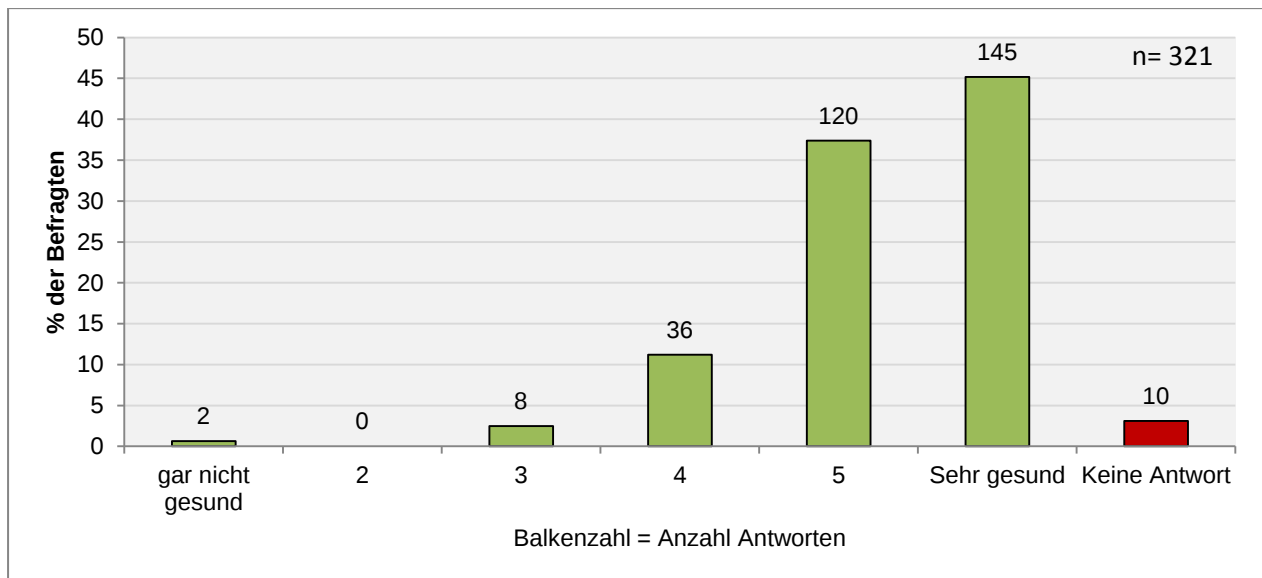


Abb. 29 Übersicht der Auswertung von Frage 10.

Erkenntnisse

Die Leute wissen also, dass Sauerkraut gesund, ja sogar sehr gesund ist. 82% der Befragten haben sich für die 5 oder „Sehr gesund“ entschieden. Hier lässt sich interpretieren, wenn man die Entwicklung der Wohlstandsgesellschaft in der Schweiz bedenkt, dass mit der Wichtigkeit des gesundheitlichen Aspektes, das Sauerkraut durchaus viel Potenzial mitbringen würde, im Gesundheitssektor Fuss zu fassen. Dies Unterstreicht Hubert Nickels (2014) in seinen Aussagen.

4.1.12 Frage 11: Würden Sie ein Restaurant gezielt besuchen, das Sauerkrautspezialitäten und neue kreative Rezepte mit Sauerkraut anbietet?

Könnte man mit einem Sauerkraut-Spezial-Event mehr Gäste gewinnen im Restaurant? Wäre es denkbar, dass man spezifisch eine Gaststätte aufsucht um Sauerkraut zu essen? Diese Ansätze könnten im Gastronomie-Sektor von Nutzen sein, um sich mit einer regionalen Gemüsespezialität einen Namen zu machen.

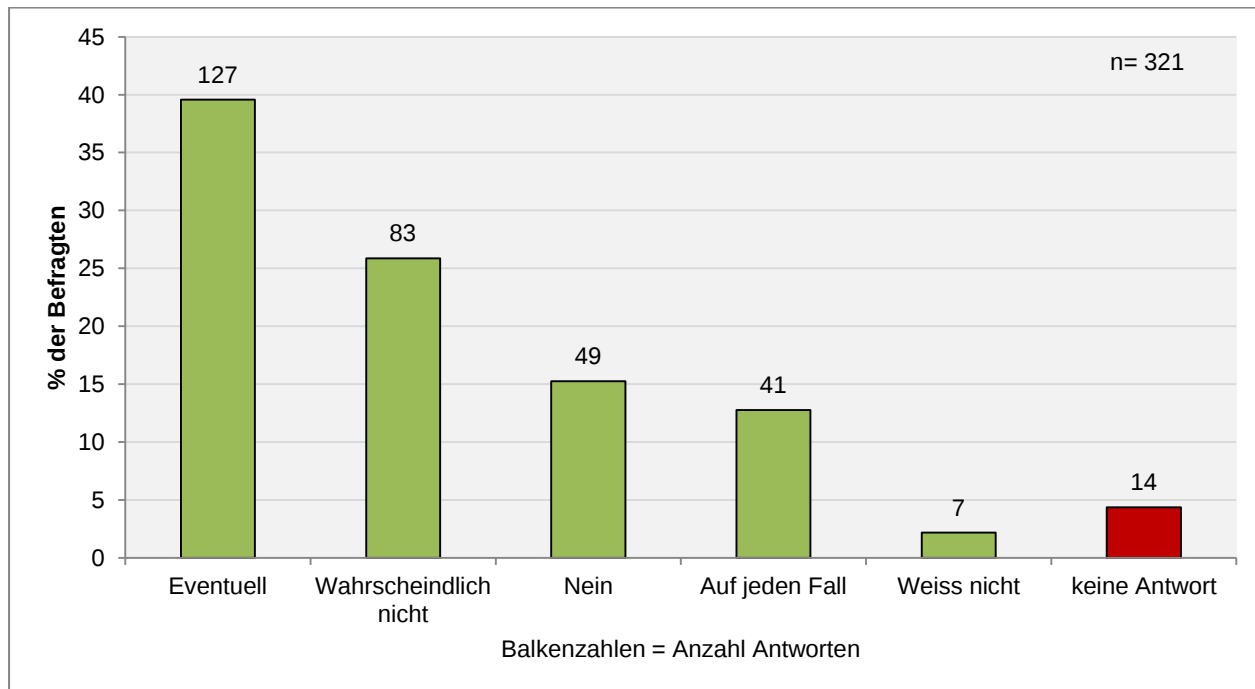


Abb. 30 Übersicht der Auswertung von Frage 11.

Erkenntnisse

41% der Befragten denken, dass Sauerkraut wahrscheinlich nicht oder ganz sicher nicht die Kraft besitzt, sie in ein Restaurant zu locken. Nur gerade 13% könnten sich vorstellen dadurch gezielt ein Restaurantbesuch zu tätigen. Fact ist, dass der Gastronom sich sicherlich etwas mehr einfallen lassen sollte als nur einige Sauerkraut-Spezialitäten zu vermarkten. Es kann behaupten werden, dass ein Food-Festival im Bereich Regionale Spezialitäten, natürlich mit Sauerkraut integriert, einen möglichen Ansatzpunkt darstellen würde. So hätte man eine breitere Palette im Angebot, die durch das Sauerkraut positiv ergänzt wird. Bei den 40% der Befragten, die ‚Eventuell‘ angekreuzt haben, ist es hier nicht möglich vorherzusagen, wie sie sich verhalten würden. Aber wie schon bei den Erkenntnissen bei Frage 9 erwähnt, könnte die richtige Vermarktung an die richtige Bedarfsgruppe den gewünschten Erfolg erzielen.

4.1.13 Frage 12: Ich würde es jedoch begrüßen, wenn ich bei einem zufälligen Besuch im Restaurant ein Sauerkrautangebot antreffen würde.

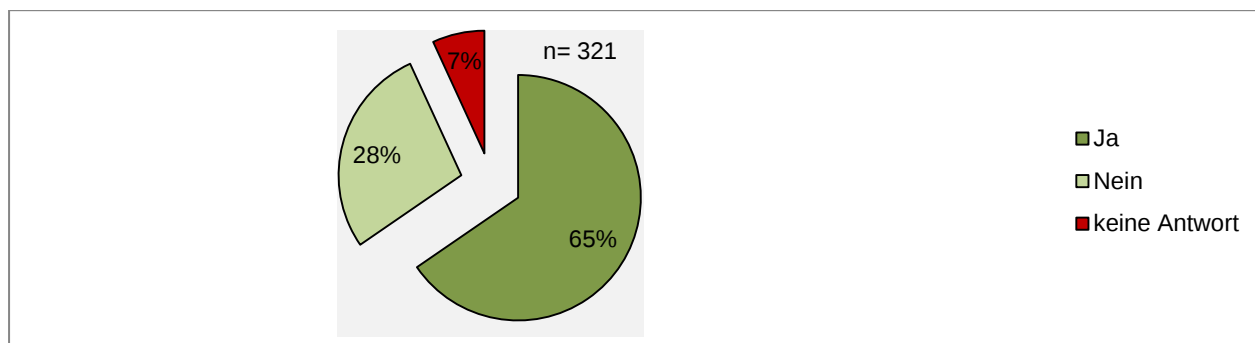


Abb. 31 Übersicht der Auswertung von Frage 12.

Erkenntnisse

Anders sieht es bei Antreffen im Restaurant eines nicht erwarteten Sauerkraut-Angebotes aus. Nur rund 28% würden es nicht begrüßen. Daraus lässt sich behaupten, dass gerade in der Region Ganttrisch ein Sauerkrautgericht auf der Speisekarte in der heutigen Zeit, wo Regionalität und Authentizität regelrecht zelebriert wird, tendenziell positiv aufgefasst wird.

4.1.14 Frage 13: Welche Produkte würden Sie kaufen, wenn diese im Detailhandel anzutreffen wären?

Diese Frage wurde noch nachträglich in die Umfrage hinzugefügt. Dies der Grund, weshalb hier der Stichprobenumfang nur 289 beinhaltet. Sie wurde nur Online gestellt. Es waren mehrere Antworten möglich.

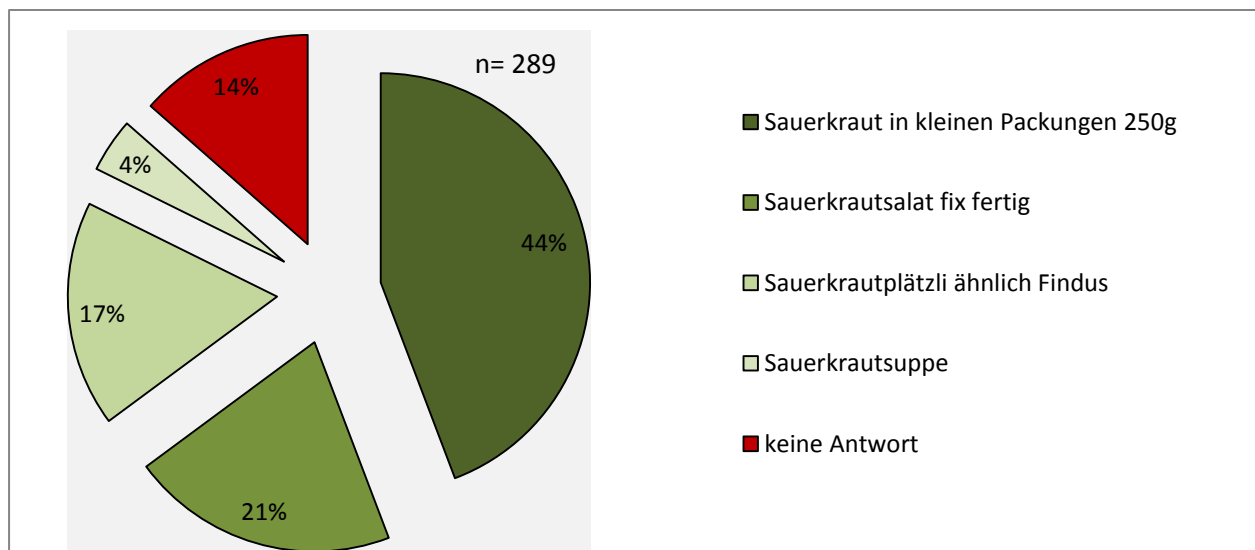


Abb. 32 Übersicht der Auswertung von Frage 13.

Erkenntnisse

Die Firma Schöni AG bietet bereits in Bio-Qualität 250g Päckchen im Detailhandel an. 44% der Befragten würden solche kaufen, wenn sie diese im Laden antreffen.

Immerhin von 84 Personen wurde der Sauerkrautsalat markiert. Dies lässt in erster Linie vermuten, dass ein Salat aus Sauerkraut durchaus Anklang bei der Kundschaft finden könnte. Doch wie Herr Trachsel (2014) beim Gespräch erwähnte, war die Vermarktung und Positionierung von einem von ihm rezeptierten Salat Namens Suissoise alles andere als

Das Beste
der Region

REGION
GANTRISCH

www.gantrisch.ch



Surchabissuppe

Für 4-6 Personen:

1 EL Oel	in der Pfanne erhitzen
2 Zwiebeln, gehackt	
2 Rüebli, gewürfelt	
2 Kartoffeln, fein geschnitten	alles zusammen im Oel andünsten
400 gr Gürbentaler Sauerkraut	dazugeben, andünsten
1 L Gemüsefond	dazugeben und ablöschen
Ca. 40 Minuten kochen und Suppe mit Mixer pürieren.	
2 dl Rahm	dazugeben, verfeinern
Salz und Pfeffer	Suppe damit abschmecken
50 Gramm grob geriebener Gantrischkäse	
	in die Teller verteilen, Suppe darübergiessen
Garnitur	
gehackter Peterli	
Brotcroutons (getostete Brotwürfel)	
1 Löffel (7 gr) Schwarzenburger Rohschinken, fein geschnittenen	über die Suppe streuen
E Guete	

einfach. Einzig im Wallis sei dieser in gewissen Verkaufsläden noch anzutreffen. Alle anderen Standorte haben den Salat wieder aus dem Sortiment genommen.

Eine „Suurchabissuppe“ würde sich anhand der relativen Zahlen nur schlecht verkaufen lassen. Dies lässt sich erklären: die meisten können sich dieses Produkt nicht vorstellen, weil ihnen die Erfahrungswerte fehlen. Denn es gibt hervorragende Suppen mit Sauerkraut, dies kann mit Sicherheit unterstrichen werden.

Abb. 33 Rezept „Surchabissuppe“ Quelle: Naturpark Gantrisch

4.1.15 Frage 14: Was könnten ihrer Meinung nach die Gründe für einen rückläufigen Sauerkrautkonsum in der Schweiz sein?

Die Befragten mit der eigentlichen Frage der Arbeit zu konfrontieren, war von Anfang an geplant. Es wurden mehrere Gründe pro Befragten ausgewertet.

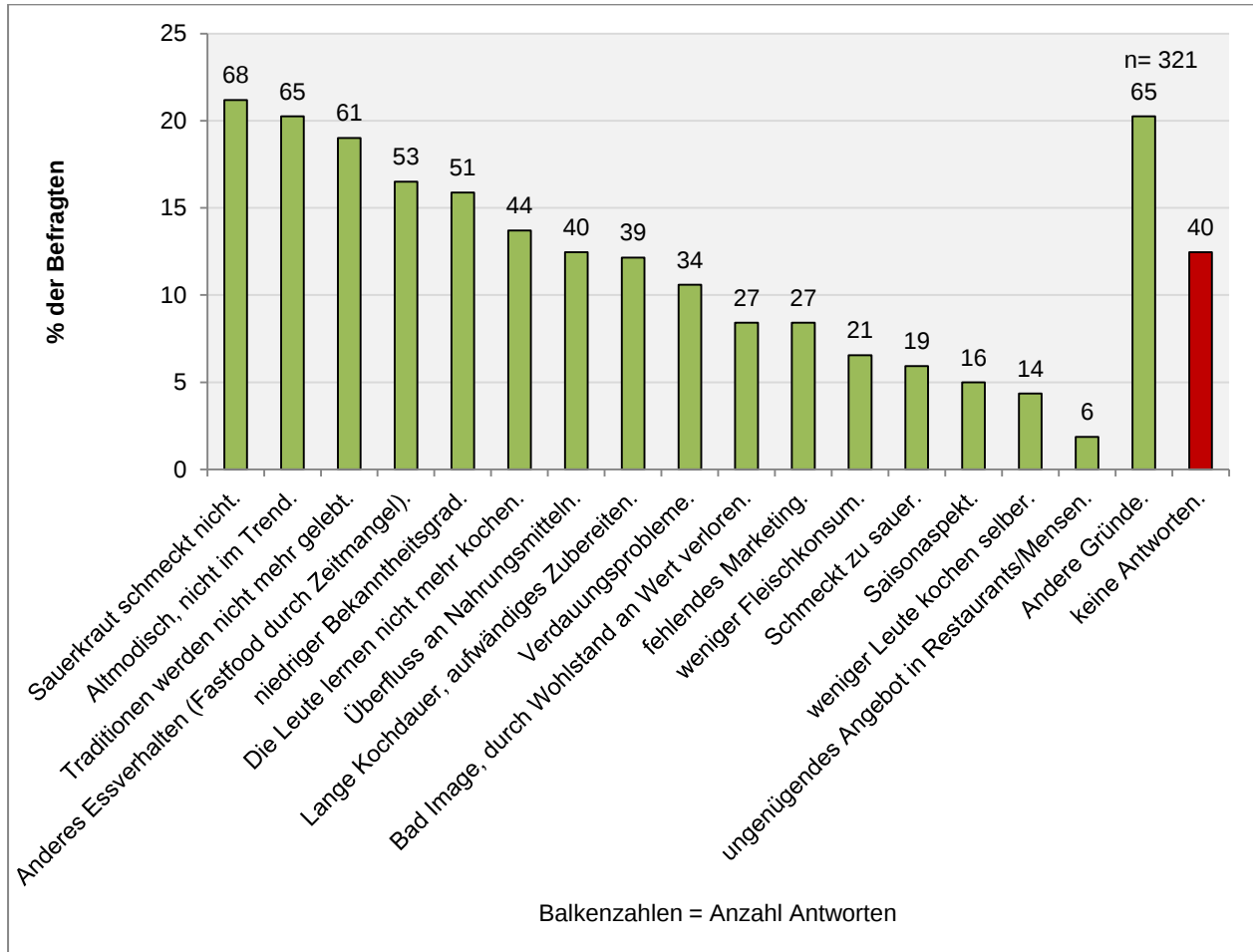


Abb. 34 Übersicht der Auswertung von Frage 14

Erkenntnisse

Die drei Topantworten, Schmeckt nicht, Altmodisch und Traditionen, die nicht mehr gelebt werden, zeigen die Problematik des Sauerkrautes transparent auf. Das Image des Sauerkrautes ist nicht der Zeit entsprechend. Weshalb könnte dies wohl so sein? Hier wird vermutet, dass der Trend oft weg von Traditionen geht. Mann/Frau fühlt sich vielleicht uncool, wenn sie Traditionelles leben. Auch gibt es durch die stetig wachsende Globalisierung heute viel mehr Möglichkeiten an Tätigkeiten, Konsum und Genuss. Gerade in der Schweiz ist dies ausgeprägt, wo zusätzlich der finanzielle Hintergrund bei den meisten gewährleistet ist. So werden Traditionen in den

Hintergrund gerückt und vernachlässigt.

Einige behaupten, dass die Haltbarkeit des Sauerkrautes an Wert verloren hat, weil man fast täglich frisch einkaufen kann, somit dies verantwortlich sei für den Rücklauf des Konsums. Das kann einerseits unterstrichen werden, doch demgegenüber sollte man nicht vergessen, dass dies schon seit einigen Jahren bereits an Wert verloren hat, da seit den 80er Jahren genügend Gemüse im Winter vorhanden ist in den Regalen der Verkaufsläden.

Andere Punkte wie Zeitmangel, anderes Essverhalten oder fehlendes Know how bei der Zubereitung sind garantiert Resultate des Wirtschaftswachstums und des damit verbundenen höheren Druckes auf die Gesellschaft. Die Leute fangen dort an Zeit zu sparen, wo sie noch können, nämlich bei Kochen und Essen. Man müsste versuchen, und dies tun schon einige hier in der Schweiz, den Sauerkraut an diese neuen gelebten Werte anzupassen, indem man das Kraut, wie z.B. ähnlich des Cole Slow Salates, der im McDonalds Burger von René Schudel oder eines „American Hod Dog’s with sauerkraut“ einbaut und vermarktet. Höchstwahrscheinlich braucht es mehr Innovation als nur Sauerkrautsalat. Wie schon bei den Erkenntnissen bei Frage 11 geschildert, sollte man Sauerkraut öfters als sogenanntes „Hilfsmittel“ zu im Zentrum stehenden Lebensmitteln verwenden.

Spannend zu sehen, dass bei dieser Frage 11% die Verdauungsprobleme als Grund des rückläufigen Konsums angaben. Bei Frage 7 konnte erkannt werden, dass 84% selten bis nie Verdauungsprobleme haben beim Vertilgen von Sauerkraut. Zusammenfassend wissen wir jetzt, dass es zu Problemen im Verdauungstrakt kommen kann, es aber anscheinend nicht wirklich vorkommt. Die Kraft des Mythos muss gebrochen werden oder zumindest harmonischer vermarktet.

Insgesamt 39 Mal wurde der Grund „aufwändiges Zubereiten oder lange Kochzeit angegeben. Dies zeigt anschaulich, wie die Leute die Zubereitung des Sauerkrautes total falsch einschätzen. Sauerkraut zuzubereiten ist nun wirklich nichts Schwieriges und verlangt nicht einmal ein ständiges Präsent sein in der Küche. Man könnte nebenbei noch duschen, während das Kraut weichgart.

4.2 Fachexpertengespräche (Dithmarschen, Deutschland)

Trotz unterschiedlichen Gebieten in anderen Ländern sind die Problematiken rund ums Sauerkraut ähnlich. Aus beiden Fachgesprächen konnte man gleiche Aspekte herausfiltern. Herr Nickels wie Herr Trachsel kämpfen für ihre Leidenschaft Sauerkraut, jedoch etwa 1000 km entfernt voneinander.

4.2.1 Hubert Nickels

Die Problematik des rückläufigen Sauerkrautkonsums spürt man auch in Wesselburen, so



Abb. 35 Fachexpertengespräch mit Hubert Nickels

Nickels (2014). Durch die Platzierung der im Glas fermentierten Produkte auf dem Markt hat sich Nickels und sein Team ein sehr wichtiges Standbein geschaffen, das auch weiterhin den Sauerkrautkonsum ankurbelt. Dort spielt der gesundheitliche Hintergrund nicht eine unwesentliche Rolle. Denn diese glasfermentierten Produkte werden

klassisch nicht erhitzt vor dem Verzehr. So werden noch mehr wertvolle Inhaltsstoffe dem Körper hinzugefügt. Auch Produkte wie Salben und Lotions, die zum äusserlichen Gebrauch bestimmt sind, gehören heute zu den wichtigen Qualitätsprodukten des Kohlosseums. Im Kreis Dithmarschen gehen Traditionen verloren, dies ist Fakt so Nickels (2014). Globaleres Denken, ein schnelleres und zeitraubenderes Leben führen dazu, dass kochen weniger zelebriert wird und nach anderen Werten gehandelt wird. Dies soll aber nicht heissen, dass der klassische Verzehr von Sauerkraut mit bspw. Kasseler-Braten, Eisbein oder Bratwürsten nicht mehr gelebt wird.

Nickels könnte sich gut vorstellen, dass in Zukunft der gesundheitliche Hintergrund von Sauerkraut den Konsum und die Sicherung des Kohlanbaus zusätzlich sichern wird. Innovationen mit Sauerkraut, die an die regionalen Bedürfnisse angepasst sind, werden in Zukunft unumgänglich sein und werden entscheiden über die Zukunft des so wertvollen Sauerkrautes. Die Entwicklungen von Produkten von Sauerkraut zeigten, dass durchaus die Richtung beeinflusst werden kann, wie Sauerkraut gegessen wird.

4.2.2 Jürg Trachsel (Gürbetal, Schweiz)

Innovative Produkte auf den Markt zu bringen, ist schon seit eh und je ein Muss in der Sauerkraut-Branche. Das hat sich in den letzten 20 Jahren nicht verändert (Trachsel 2014). Doch heute ist der Druck noch viel grösser geworden. Mit dem „Suissoise-Sauerkraut-Salat von der Thurner Sauerkrautfabrik AG hat man damals einen Versuch gestartet. Dieser findet man heute immerhin noch im Wallis in einigen Migros-Verkaufsläden. Ansonsten hat sich das Produkt nicht durchsetzen können, trotz der hohen Qualität und der guten sensorischen Eigenschaften (ebd.). Trachsel (2014) erwähnt auch die Schwierigkeit der Vermarktung von Sauerkraut. Partner im Marketingbusiness haben Trachsel klargemacht, dass Sauerkraut nicht oder nur schwierig zu vermarkten sei. Der Namen spezifisch sei dort einer der Problematiken. Sauer würde von vielen



Abb. 36 Sauerkrautexperte Jürg Trachsel, Quelle: http://files.newsnetz.ch/story/2/3/1/23195250/teaserbreit_gross.jpg

nicht unbedingt positiv bewertet und lasse sich nicht vermarkten. Der Sarma (ganzfermentierter Kabis), der bereits im Kapitel 2.6 vorgestellt wurde, sei ein solches Produkt, wo man eine definierte Zielgruppe anspreche, die Traditionen aus anderen Ländern bei uns weiterpflegen.

Solche Marktanpassungen sind dringend nötig um den Kabisanbau in Zukunft sichern zu können. Für ihn nach wie vor ein wertvolles Produkt, wo er das Kraut dazu liefere, sei die Waadtländer Kabiswurst AOP.

Der heutige Geschäftsführer von der Royal-Sauerkraut AG Jürg Trachsel (2014) wusste sofort Antwort, als man ihn bat, auf die Verdauungsproblematik beim Sauerkraut seine Meinung zu offenbaren. Es habe viel mit der industriellen Herstellung zu tun, ob man nach dem Sauerkrautkonsum Verdauungsbeschwerden habe oder nicht. Bei oft nicht einwandfreien Produkten wird mit einer höheren Zugabe von Ascorbinsäure (Vitamin C) gearbeitet, dies kann allfällige Darmtätigkeiten verstärken. Aber bei selbsteingemachtem Sauerkraut sei ihm eine grössere Verdauungsproblematik nicht bekannt.



Abb. 37 Waadtländer Kabiswurst AOP Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Saucisse_aux_choux

4.3 Eigene Erfahrungen

Durch meine Tätigkeit seit über 17 Jahre in der Gastronomie in der ganzen Schweiz konnte ich hinsichtlich Sauerkraut einige Erfahrungen sammeln. Spannend hinsichtlich Sauerkraut ist mich zu erinnern, wann und wie wir diesen zubereitet haben in der Haute Gastronomie oder in der währschaften Küche. Verhältnismässig kann ich heute sagen, dass wir sehr wenig Sauerkraut verarbeitet haben. Wenn es dann trotzdem zum Sauerkraut zubereiten gekommen ist, dann zu 95% klassisch zu Berner Platte oder geräucherten Fleischspezialitäten. Einzig zum Fisch, so



Abb. 38 Ürsus Sauerkrautsalat mit geräucherter Forelle

kann ich mich erinnern, haben wir gelegentlich ein Rahmsauerkraut dazu serviert.

Als ich diesen Sommer Sauerkraut auf einem Mittagsmenu in einem Restaurant anbot, konnte ich gut erkennen, weshalb das Kraut in der Gastronomie eher selten anzutreffen ist. Denn Einige der Mittagesser waren Begeistert, andere fast wütend. Die Akzeptanzschwelle ist sehr gering wenn es um Sauerkraut geht, so viel kann ich heute sagen. Etwas dazwischen gibt es nicht. Entweder hat man in gerne oder nicht. Dies untermauert die Aussage

vom „Chabis News-Blatt“ der Thurnen Sauerkraut AG (2008), die dasselbe behauptet.

Viele Berufskollegen und –kolleginnen, die selbstständig Betriebe führen reagierten ähnlich auf die Frage von mir, weshalb sie den nicht vermehrt Sauerkraut auf der Karte hätten. Sie wollen einfach das Risiko nicht eingehen, unzufriedene Gäste Feed Backs zu erhalten, weil diese nach dem Essen Verdauungsprobleme haben oder weil sie das Sauerkraut nicht mögen.

Zusätzlich habe ich an einem Anlass im Umfang von ca. 40 Personen denn Sauerkrautsalat, den ich selber kreiert und rezeptiert habe (Kapitel 6.6), im Stehapéro-Angebot eingebettet. Dort stiess ich durchwegs auf positive Feed Backs.

Ich habe in den letzten Jahren viele Bemühungen beobachtet, dass der Sauerkraut zu einem neuen Gesicht findet, sprich sich im Markt neu positionieren werden kann, wie zu Fisch oder auf einer Pizza, als Suppe oder einfach als Salat. Ob dies wirklich der richtige Ort und Weg zum erhöhten Absatz war, wird sich zeigen.

5. DISKUSSION

Hier werden die Teilerkenntnisse der gestellten Fragen sowie die Fachexpertengespräche, die Literaturerkenntnisse und die eigenen Erfahrungen im Kontext final verglichen und interpretiert.

5.1 Interpretation der Ergebnisse

Grundsätzlich eine Überlegung, die am ersten gemacht wurde ist, dass evtl. Leute an dieser Umfrage teilgenommen haben, weil sie sich für Sauerkraut interessieren und somit den Sauerkraut lieber mögen als solche, die nicht an der Umfrage teilgenommen haben. Dies könnte den hohen Prozentsatz erklären von den Befragten, die den Sauerkraut mögen. Diese Erkenntnis sollte in den Ergebnissen im Hinterkopf behalten werden.

Sauerkraut wird weiterhin hauptsächlich mit Fleisch und Fleischerzeugnissen assoziiert, dies zeigen die ausgewerteten Resultate einiger Fragen im Ergebnissteil. Zusätzlich kann gesagt werden, dass Sauerkrautprodukte wie Salat gemäss der Umfrage am meisten Potenzial hätte, sich auf dem Markt zu etablieren. Das gleiche unterstreicht Nickels (2014) aus Deutschland mit seinen Sauerkrautsalaten im Glas. Unterstützend war zusätzlich die eigene Erfahrung mit dem Salat, der an einem Stehapéro serviert wurde. Dieser stand jedoch eng im Zusammenhang mit der Person Urs Leuthold. Trachsel (2014) wiederum hat eigene Erfahrungen gemacht mit einem derartigen Produkt im Detailhandel und weist auf die Schwierigkeit der Vermarktung hin.

In Verbindung bringen könnte man, bei der Frage was die Gründe sein könnten für den Konsumrückgang, die Antwort „zu lange Kochzeit und aufwändiges Zubereiten“ mit dem fehlenden Know How. Wenn man weiss, wie einfach es ist Sauerkraut zuzubereiten, würde man dies nicht als Begründung angeben. Hier sind Schlüsselwörter „Angst“ oder „Keine Ahnung“ mögliche Beschreibungen dieser Antwort.

Ein Punkt zeigt auf, wie Trachsel (2014) erwähnt, dass es schwierig sei ein Sauerkrautprodukt zu vermarkten, dies nicht zuletzt weil die Namensgebung des Sauerkrautes nicht unbedingt positiv bewertet werden kann.

Im Kreis Dithmarschen steht man mit Produkten wie Lotions und Salben für die äusserliche Anwendung, Sauerkrautsaft und mit im Glas fermentierten Salaten in bereits ganz anderen Richtungen zum Markt. Ob und wie erfolgreich diese Produkte abgesetzt werden müsste weiter abgeklärt werden. Zusätzlich herauskristallisieren lässt sich die verstärkte Konkurrenz zum Sauerkraut. Mehr Gemüse und eine höhere Produktauswahl zu jeder Jahreszeit könnte der Grund sein, dass unser Schweizer Sauerkraut zwar nicht weniger nachgefragt wird, aber einfach

unter dem attraktiven Überangebot untergeht.

Spannend zu sehen ist, dass viele Bemühungen um eine Neu-Positionierung des Sauerkrautes anscheinend neben dem Publikum vorbei laufen. Weshalb sonst essen die meisten das Sauerkraut immer noch zur traditionellen Berner Platte. Und genau in diesen Gerichten kann durch bekannte Trendbewegungen wie weniger Fleischkonsum, vegetarische Alternativernährung oder sogar vegane Lebenseinstellung angenommen werden, dass die Tendenz des Konsums eher rückläufig ist.

Die Umfrage zeigt deutlich auf, wie wichtig der Konsum vom Sauerkraut in der entsprechenden Saison ist. Dies kann ein riesiges Potenzial für einen Mehrkonsum bedeuten, wenn ein richtiger Marketing-Mix verfolgt wird. Doch muss man sich vor Augen führen, dass neben der Saison wohl Sauerkraut verfügbar ist, dank seiner langen Haltbarkeit, doch die Nachfrage wesentlich geringer ausfällt.

Bei der Konsummenge der Befragten lässt sich interpretieren, dass die Meisten nur mehrmals im Jahr zu Sauerkraut greifen. Dieses Resultat wurde so erwartet und unterstützt die Erkenntnisse von Uva (2005) im Kapitel 2.7. Folgewidrig kann auch nicht unterstrichen werden, dass diese Befragten den Nichtkonsumenten von Sauerkraut entsprechen. Denn dort währe gemäss Uva (2005) die Schwierigkeit einer Gewinnung von neuen Kunden. Zusammenfassend ist somit das vorhandene Konsumentensegment genau das richtige um als Zielgruppe zu definieren. Dass 70% der Konsumenten das Sauerkraut zu Hause geniessen, interessiert desgleichen.

Eine zusätzliche Problematik steht beim Image des Sauerkrautes. Der hohe gesundheitliche Aspekt, wie man in der Literaturrecherche aufgezeigt hat, folgt wie auch Nickels (2014) erwähnt, sicherlich einer neuzeitlichen Bewegung der Konsumenten. Doch kann angenommen werden, dass er bei weitem nicht reicht, um das „Bad Image“, wie es die Befragten oft bezeichnen, zu eliminieren. Ob eine bekannte Persönlichkeit durch bspw. einen Sponsoring-Vertrag hier dazu führen würde, dass eine höhere Akzeptanz erzielt wird, ist anzunehmen.

Dass die Befragten gerne Sauerkraut haben, zeigt die Auswertung von Frage 8. Wenn man bedenkt, dass die Hälfte der Befragten unter 26 Jahre alt ist, überrascht das Resultat ausserordentlich. Es kann gesagt werden, dass die Beliebtheit nicht schuld ist an dem reduzierten Sauerkrautkonsum. Nein viel mehr aus den erwähnten Studien von Uva (2006) und Thurner Sauerkraut AG (2009), wo beleuchtet wird, dass die jüngere Generation weniger Sauerkraut konsumiert als die Ältere. Daraus zeigt sich, dass buchstäblich diese jüngere Generation das

Zielpublikum für neue innovative Sauerkrautspeisen ist. So muss ein enormes Potenzial vorhanden sein, das Sauerkraut-Spezialisten wie Trachsel (2014) untermauern.

Wie bei der Umfrage entdeckt werden konnte, gehen mögliche Restaurantbesucher nicht spezifisch wegen einem Sauerkraut-Angebot ins Restaurant. Doch würden Sie es meist begrüßen, wenn die eine oder andere Spezialität mit Sauerkraut auf der Karte auffindbar wäre. Wenn nun bedenkt wird, dass bspw. in der Region Gantrisch das Sauerkraut zu den typischen Herstellungsprodukten gehört, kann hier doch keineswegs von einem Fehlangebot oder einer Unakzeptanz bei einer Speisekartenplatzierung gesprochen werden.

Anhand der Ergebnisse kann ohnehin gesagt werden weshalb Gastronomen oder auch andere Verantwortliche von Lebensmittelbetrieben kein Sauerkraut auf der Speisekarte oder in den Regalen platzieren. Weil sie alle Kunden zufriedenstellen möchten. Das gleiche Phänomen sieht man bei den Erkenntnissen bei Frage 3. Dort wird das Sauerkraut vom Speiseplan zu Hause gestrichen, wenn jemand aus der Familie diesen nicht gerne mag. Im Detailhandel erkennt man dies an den unverkauften und liegenbleibenden Produkten.

Schlussziehend zeigt Schmiedel (2008) auf, dass Histamin im Sauerkraut enthalten ist, und bei einer Intoleranz dessen kann es zu Verdauungsstörungen führen. Auch Perc (2013) weiss, dass Ballaststoffreiche Lebensmittel wie Sauerkraut zu Verdauungskomplikationen in Form von Blähungen führen können. Dies unterstützen auch die Aussagen von Trachsel (2014) und von eigenen gewonnenen Erfahrungen mit Gesprächen anderer Bekannten. Umso erstaunlicher ist es demnach, dass die wenigsten beim Konsum von Sauerkraut Verdauungsprobleme angegeben haben. Wenn es gemäss der Erkenntnissen der Umfrage ginge, könnte man die Fakten und Mythen über Verdauungsbeschwerden widerlegen. Gesagt werden kann jedoch anhand dieser Arbeit, dass die Verdauungsproblematik weit drastischer dargestellt wird, als das sie tatsächlich ist. Und wenn noch bedenkt wird, dass die Symptome zusätzlich gesund sind, relativiert sich die Situation noch mehr.

5.2 Bedeutung von Sauerkraut im Naturpark Gantrisch

Vergleicht man die zwei Fachexpertengespräche und die Besuche in die jeweiligen Sauerkraut-Regionen, könnte interessieren, dass die Bedeutung des Sauerkrautes im Naturpark Gantrisch in die Richtung Lebensmittelverarbeitung zeigt. In Wesselburen rückt, wie schon erwähnt, der Gesundheitsnutzen weiter in den Vordergrund. Mehr als die Hälfte der Produktpalette ist bereits auf Salben, Shampoos oder Cremes ausgerichtet.



Abb. 39 Ein Teil der Produktpalette im Dithmarschen Wesselburen

6. FOLGERUNGEN

Die Folgerungen und möglichen Lösungsansätze werden in Produkt, Distribution, Kondition, Kommunikation, Zielgruppe und Rezeptideen unterteilt. Dort werden jeweils die Ansätze zusammengezogen präsentiert.

6.1 Produkt

Dass Sauerkraut mit der bekannten Fleischplatte tief und fest traditionell in den Köpfen der Leute verankert ist, ist nicht zu bestreiten. Somit sollte die Wichtigkeit fürs Sauerkraut solcher Menus nicht vernachlässigt werden. Ein Festhalten dieser Festtagsgerichte in Zukunft wird unumgänglich empfohlen.

Von einer Produktmodifikation oder einer -diversifikation sollte zusätzlich gesprochen werden. Eine grosse Chance sehe ich im Sauerkraut als Beilage! Das Wort Beilage habe ich im Titel der Arbeit eher als negativ geschildert. Doch hier wird das Wortspiel positiv verwendet. Als Zusatzprodukt für gewisse Spezialitäten oder Produkte würde sich das Sauerkraut super eignen und so könnten die Verkaufszahlen wieder angekurbelt werden. Um spezifisch zu werden könnte von z.B. Tortellini mit Sauerkraut, eine Spätzlipfanne mit Sauerkraut und Pilzen, oder vermehrt Sauerkraut kombinieren mit Fleischgerichten ähnlich dem Szegadiner Gulasch gesprochen werden. Aber auch im Take-Away-Bereich sollte man aktiv werden. Kebabs, Hamburger, Wraps und wie sie alle heissen diese Gerichte, die man über die Gasse isst, sollten als neue Lebensmittel-Zielgruppe fürs Kraut definiert werden. Es kann noch weitergehen, ähnlich der Wurst von Herr Trachsel. Das Sauerkraut gleich in ein Produkt mit einarbeiten.

Sauerkrautsalate in verschiedenen kreativen Formen und Varianten sollte man nach diesen Erkenntnissen dieser Arbeit nicht aus den Augen verlieren. Da liegt eine hohe Akzeptanz und geschmacklich lässt sich hier so einiges herzaubern.

Kohl oder Sauerkrautprodukte zu äusserlichen Behandlung oder für spezielle Kuren könnte in Zukunft ein spannender Ansatz sein, wenn man das Angebot von Hubert Nickels in Wesselburen beachtet. Wie weit Schweizer bereit wären solche Produkte zu kaufen, müsste weiter untersucht werden.

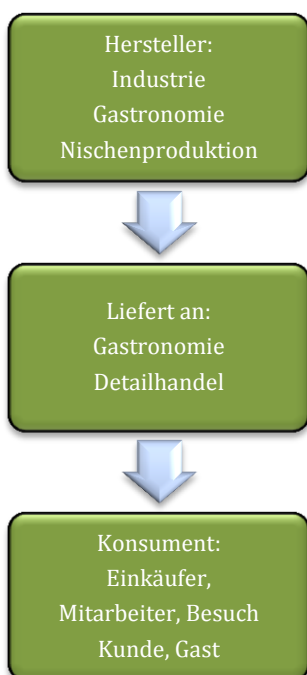
Alle schreien nach Authentizität und Regionalität. Doch weshalb kann man Vielerorts in der Schweiz, aber auch hier in der Region Gantrisch das Sauerkraut nicht auf der Speisekarte finden?

Untenstehend sind mögliche Gericht-Ideen mit Sauerkraut, die in der Gastronomie so anzu-
treffen sein könnten:

- Sauerkrautsalat mit Gantrisch Blaukäse und Williams Birnen
- Kalbsinvoltni gefüllt mit Senf-Sauerkraut und Pistazienkernen
- Rustikale Kartoffel-Speck-Bruschetta mit Sauerkraut- Obazda
- Sautierter Kürbis mit Vanille-Sauerkraut
- Knoblauchkraut Sweet and Souer
- Raclette mit Beilagen, dazu Sauerkraut unter den Käse
- Apéro - Sauerkraut- -Zopf mit Kräuter-Kümmel-Quark
- Tafelspitz am Sauerkraut-Meerrettich-Espuma
- Spätzli-Sauerkraut-Pfanne mit Schinken, Pilzen und

Hier gäbe es sicherlich noch unzählige Möglichkeiten, das Sauerkraut als Produkt attraktiv in
einem Gericht zu platzieren. Lasst euren Ideen freien Lauf.

Fermentieren in der Gastronomieküche gibt sich in der letzten Zeit grosser Beliebtheit bei
bekannten Köchen und Gastronomen in der Schweiz. Beim letztjährigen Swiss Kitchen Talk
stand das Fermentieren von Lebensmitteln im Zentrum. Und da Sauerkraut auch zu diesen
fermentierten Spezialitäten gehört, kommt es nicht von irgendwo, dass ein eigen fermentiertes
Sauerkraut sich von der industriellen Ware abheben kann. Und so könnte ich mir vorstellen,
dass die Chancen gut stehen, aus dem noch so altmodisch eingestuften Sauerkraut wieder ein
kultiges Gemüse zu zaubern.



6.2 Distribution

Die Distribution steht in dieser Arbeit nicht im Zentrum. Doch
durch Rack Jobbing, eine ähnliches Verkaufsart oder –plattform,
wie bereits durch den Naturpark Gantrisch mit den Verkaufshäuschen gepflegt wird, könnte mit dem Sauerkraut in den
Saisonmonaten ebenfalls unternommen werden.

Ausserdem sollten die Hersteller von Sauerkraut aktiv in der
Region mit den potenziellen Käufern wie Gastronomiebetrieben,
Mensen oder kleinere Läden zu der Saisonbeginn Kontakt
aufnehmen und sich nicht nur auf die für sie attraktiveren grossen
Detailhändler konzentrieren. Vielleicht könnte hier der
Naturpark Gantrisch eine Mittlerrolle spielen in der Region.

Abb. 40 Indirekter Absatzmarkt

6.3 Kondition

Ob man z.B. mit Rabattsystemen bei der Problematik um den Sauerkrautkonsum etwas beeinflussen kann, wage ich zu bezweifeln. Es ist nicht Glaubwürdig, dass bei diesem eher günstigen Produkt durch eine Preisoptimierung einen höheren Konsum erreicht wird. Deshalb wurde auch nicht spezifisch zum Preis Fragen gestellt. Ein Premiumprodukt wie unter dem Label „Fine Food“ oder „Selection“ könnte auch ein Verkaufskanal darstellen um ein Sauerkraut mit Trüffel oder sonstigen teuren Produkten zu kombinieren. Dies würde dem Image auch auf die Sprünge helfen, wäre aber in einem ganz anderen Preissegment anzutreffen.

6.4 Kommunikation

6.4.1 Öffentlichkeitsarbeit

In erster Linie geht es hier nicht ums Unternehmen sondern um das hergestellte Produkt Sauerkraut. Trotzdem könnten Überlegungen wie Sponsoring von regionalen Fussballturnieren oder anderen Vereinsanlässen von Interesse sein, sofern das Firmenlogo das Sauerkraut repräsentiert.

6.4.2 Werbung

Hier spielt der bekannte saisonale Einfluss des Sauerkrautes eine wichtige Rolle. Mit einer konzentrierten Werbemassnahme vor und während der Saison sollte von den Sauerkrautherstellern auf das Sauerkraut aufmerksam gemacht werden. Es wird hier zusätzlich von Gastrobetrieben gesprochen, die das Sauerkraut in Zukunft vielleicht wieder für sich selbst herstellen und dies auch an ihre Gäste kommunizieren.

Ich denke, dass Vielerorts zurzeit das Werbebudget der begrenzende Faktor ist. Das kann nur angenommen werden. Es müssten hier Lösungen wie eine enge Zusammenarbeit mit regionalen kulturellen Einrichtungen oder Verbänden, Quer-Subventionierungen vom Schweizer Gemüseverband oder Unterstützung von sonstigen passenden Organisationen oder wohlhabenden Persönlichkeiten angestrebt werden. Nur so lässt sich eine Finanzierung der nötigen Werbemassnahmen zu einer Win-Win-Situation umwandeln.

Wenige TV-Spots, einige Radiopräsents, Werbeplakate oder Filme in öffentlichen Gebäuden wie Bahnhöfe, Flughäfen sowie bspw. Flyer, Emails und Postkarten sind nur einige Beispiele von Werbeträgern und -mittel, die beim hohen Gemüse-Konkurrenzkampf in den Regalen der Verkaufsläden von Nöten sind. Gerade auch um das „Bad Image“ zu verlieren, sollte sich das Sauerkraut-Gewerbe gute Marketingleute zu nutzen machen, die attraktive Werbung kreieren, die zur geplanten Werbebotschaft passt.

6.4.3 Verkaufsförderung

Zielbewusst müssten einige dieser bereits vorhandenen kreativen Rezepte von Sauerkraut an die Kunden verteilt werden. Es bringt also nicht viel, wenn solch kreative Rezepte vorhanden sind, doch niemand hat die Zeit oder nimmt sich die Zeit, diese zuhause zu kochen. Ein gutes Sauerkraut-Produkt, was z.B. trotz den schwierigen Bedingungen im Detailhandel den Gemüsemarkt aufmischen könnte, muss zielstrebig und mit vorerst etwas mehr Aufwand platziert werden. Sprich es wird empfohlen, dort bereits mit einem sogenannten Testimonial zusammen zu arbeiten. Zu diesem Begriff im nächsten Punkt mehr. So könnten sich Bad Image, Konsummenge und vor allem der Durchbruch vom zu Hause „Sauerkraut mal anders kochen“ verbessern. Zusätzlich werden verbraucherorientierte Massnahmen wie Verteilen von kostenlosen Probiernustern, Abgabe von Gutscheinen oder einem Gratis-Einmachtag inkl. Schulung empfohlen.



Abb. 41 Möglicher Familiennachmittag: Kabis aus dem Garten einmachen.

Ob ein Wettbewerb den gewünschten Effekt einer Platzierung eines neuen Sauerkrautproduktes im Detailhandel unterstützen würde, hängt sicherlich von der Qualität dessen ab. Ein mögliches Beispiel: Wer fermentiert das beste Sauerkraut? Auslosung findet unter bekannter Jury statt und der Preis

ist heiss! Ein exklusives Nachtessen mit der Testimonial-Person (z.B. Stress, Bligg, Chrigu Stucki und Christina Rigozzi), gekocht vom Starkoch Ivo Adam.

6.4.4 Sponsoring/Testimonial

Eine/n Sportler/in, oder eine bekannte Persönlichkeit finden, die sich mit dem Sauerkraut eins zu eins identifizieren kann und für diesen wirbt, das wäre meiner Meinung nach ein Lösungsansatz, um dem Bad Image den Krieg zu erklären. Ich habe es im kleinen Rahmen bereits durchgeführt und es war spannend wie die Leute sich darauf mit dem Thema Sauerkraut automatisch auseinandergesetzt haben (Anhang 3 und 4, Abb. 42). Wenn dieser Effekt Schweizweit mit einer grösseren Persönlichkeit ausgeübt würde, kann davon ausgegangen werden, dass sich der eine oder andere Mitläufer schwer tut, das Gegenteil zu behaupten, nämlich dass Sauerkraut altmodisch sei. Zwei in Kombination auftretende Persönlichkeiten wie Christian Stucki, als Bodenständiger Spitzensportler und Christina Rigozzi, als gesundheitsbewusste Feinschmeckerin könnten die Verknüpfung des Sauerkrautes von modern, gesund, traditionell und bodenständig gewährleisten, sofern sie sich mit Sauerkraut identifizieren könnten.



Abb. 42 Zeitschriftenartikel aus der Gantrisch Post (Winterausgabe Nr.39)

Wenn es diese Persönlichkeit, oder die Sauerkraut-Firma oder aber auch die Werbekampagne des Sauerkrautes schaffen würden, dem Sauerkraut einen Spitznamen zu verleihen, der sich in die Konsumentenköpfe einprägen würde, so bin ich überzeugt, hätte man mit dem heutzutage eher als negativ und altmodischen bezeichneten Sauerkraut, ohne etwas am Produkt zu ändern, schon bereits ein cooleres und trendigeres Produkt.

6.4.5 Produkteplatzierung

Etwas abstrakt wäre der Gedanke, dass im neuen James Bond-Film Sauerkraut aus dem Naturpark Gantrisch während eines Essens mit Miss Money Penny konsumiert würde. Doch der Ansatz wäre natürlich wünschenswert. Vielleicht wäre wirklich in unbekannten Filmen, Sendungen, Serien oder Dokus eine Platzierung durch ein gezieltes Vorgehen möglich. Dass Sauerkraut weit weg ist von der einstigen Selbstpositionierung, ist nun mal Fakt. Nehmen wir das Beispiel mit dem Kürbis. Noch vor einigen Jahren haben bei Kürbis in der Schweiz viele Leute die Nase gerümpft. Heute hat er sich wieder als trendiges Gemüse etabliert. Dies vielleicht nicht zuletzt, weil Halloween in der Schweiz auch zunehmend Anklang findet und so den Kürbis jedes Jahr wieder unbewusst platziert.

Pro Specie Rara, alte Gemüsesorten neu vermarktet, wäre sicherlich beim Kabis eine coole Sache. Eine alte Kabisart würde den einen oder anderen begeistern, bringt aber meiner Meinung nach nicht den gewünschten Mehrkonsum, da es sich nicht um aktives Marketing handelt, sondern fürs Sauerkraut eher eine ungeeignete oder eine zu wenig effektive Plattform darstellt.

Eine Produkteplatzierung sollte zusätzlich auf Verpackungen bei Fisch, Senf, Honig, geeigneten Fleischstücke etc. vorgenommen werden. Durch Rezepte oder nur ganz simplen Klebern, die auf das passende „regionale“ Sauerkraut hinweisen, ähnlich bei den Spargeln, könnte ein zusätzlicher Effekt erzielt werden.

6.4.6 Kochkurse

Durch gezielte Kochkursveranstaltungen oder Showkoch-Events im Naturpark Gantrisch könnte das vorhandene Potenzial des Lernens von der Sauerkrautherstellung, der -zubereitung bis zur exklusiven Spezialisierung umgesetzt werden. Das fehlende Know How, das als Begründung bei Frage 3 angegeben wurde könnte so verringert werden. Über geeignete Durchführungsplattformen müsste diskutiert werden.

6.4.7 Vorträge

Durch Vorträge an Schulen, Kochschulen, Gewerbeschulen könnten Jugendliche oder andere Zielgruppen bereits früh auf Sauerkraut aufmerksam gemacht werden. An anderen Orten wären Lesungen über geschichtliche Hintergründe gleichermassen von Interesse. Ein anderer Blickwinkel, genauso interessant, könnte ein kurzes Porträt vom Küchenchef oder Wirt am Tisch des Gastes über das im Moment gegessene Sauerkraut sein.

6.4.8 Food Festival

Nur hinsichtlich des Sauerkrautes würden die Kunden nicht ins Restaurant kommen, soviel kann nun gesagt werden. Damit ist ein Food Festival oder eine Spezialitätenwoche mit dem Thema Sauerkraut nicht das richtige Mittel, um den Konsum zu steigern. Über das Potenzial des Sauerkrautes integriert in eine Angebotspalette wurde bereits diskutiert. Dies würde auch in Form eines Food Festival funktionieren unter einem Titel wie: „Gantrisch Spezialitäten Woche“.

6.5 Zielgruppe

Wenn wir bedenken, dass das Durchschnittsalter von den Befragten der Umfrage bei 31 Jahren liegt, die Hälfte unter 26 Jahre alt ist und zusätzlich der Schnitt bei 72% liegt, die gerne Sauerkraut mögen, so kann behauptet werden, dass die Zielgruppe durchaus die jüngeren Leute bis 30 Jahre sind. Andere Adjektive wie Junggebliebene, Gesundheitsbewusste, Linienbewusste, Geniesser sowie authentisch und regional ausgerichtete Konsumenten könnten eine Zielgruppe darstellen. Unbewusste Sauerkrautesser, die sich nach dem Essen verwundern, das Sauerkraut so gut schmecken kann, könnte passen mit der Positionierung des Sauerkrautes als Beilage, wie in Kapitel 6.1 bereits geschildert. Nicht-Konsumenten ist wenig Beachtung zu schenken. Sicherlich würde hier eine statistische Auswertung noch genauere Vergleiche zeigen und so detailliertere Einteilung der Zielgruppen möglich machen.

6.6 Rezeptideen





Sauerkrautsalat mit Senf und Kresse

500 g	Sauerkraut roh
80 g	Senf grobkörnig
80 g	Magerquark oder Sauerrahm
60 g	Honig
40 g	frisch geraspelter Apfel
40 g	Rapsöl
10 g	Sambal Oelek
4 g	Knoblauch
4 g	Bouillon
1 x	Rosmarin
1 Prise	Salz & Pfeffer

evtl. 8 Stk. frische Spargeln grün

- Sauerkrautsaft abtropfen lassen
- wenig Rosmarin hacken

Sauerkraut mit allen Zutaten mischen und ca. eine halbe Stunde ziehen lassen. In gewünschtes Glas oder Porzellan anrichten und ausgarnieren.

Bemerkungen:
Im Frühling können Spargeln dazu serviert werden. Lachs oder geräucherter Fisch passt hervorragend zum Salat.

Urs Leuthold

Schildberg 229a
3159 Riedstätt
079 277 31 63
u.leuthold@gmx.ch

*Gastro-Profi aus Leidenschaft,
Food-Science Management-
Student aus Wissenslust*

Abb. 43 Sauerkrautsalat mit Kresse, Urs Leuthold

Rezept von Philippe Berthoud

Schweinsplätzli auf rosa Sauerkraut

Hauptgang: für 4 Personen

Vorbereitungszeit: 10 Minuten

Kochzeit: 15 Minuten

Zutaten:

500 g Sauerkraut gekocht
1 Apfel in Würfel geschnitten
1 Birne in Würfel geschnitten
2 Stängel Thymian
1 EL Butter
2 Teebeutel Hagebuttentee
1 dl Wasser
8 Schweinsplätzli / Stück à ca. 60 g
Salz, Pfeffer, Dijon Senf



Zubereitung:

Das Wasser aufkochen und die 2 Teebeutel für 2 Minuten darin ziehen lassen. Das Sauerkraut in einer Pfanne mit dem Tee, Butter, dem Apfel, der Birne und dem Thymian für 10 Minuten leicht köcheln lassen. Den Thymian entfernen. Das Sauerkraut mit Salz und Pfeffer würzen. In der Zwischenzeit die Plätzli mit Salz und Pfeffer würzen und mit etwas Senf einstreichen. In einer Bratpfanne bei nicht zu hoher Hitze anbraten. Das Sauerkraut mit dem Fleisch auf 4 Teller verteilen.

Pro Person ca.

Kcal: 224
kJ: 935
Eiweiss: 29 g
Fett: 6.2 g
KH: 11 g

Abb. 44 Rezept Rosa Sauerkraut von Philippe Berthoud

7. LITERATURANGABEN

- Dornhauser R M, 2012. Sauerkraut neu entdecken. Frisch, kreativ und gesund. Explorise Grebennikov, Berlin, 127 S.
- Frietsch M, 2011. Kraut und Kohl – Ein Gemüse erobert die Welt, Typisch Sauerkraut. 14.09.2011, abgerufen am 06.04.2014, http://www.planet-wissen.de/alltag_gesundheit/essen/kohlgemuese/sauerkraut.jsp
- Kunz M P, Kessler K, Sommer I, 2010. Die Fermentation von Sauerkraut. Das Experiment. In: Biologie in unserer Zeit 40(2) (Hrsg.). Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, Weinheim, 122-130.
- Martin S, 2004. Sauerkraut. Tradition, Gesundheit, Rezepte. Eugen Ulmer GmbH & Co., Stuttgart, 125 S.
- myswitzerland.com, 2014. Chrut u Chabis im Gürbetal. Abgerufen am 14.11.2014, <http://www.myswitzerland.com/de-ch/querbetal-chruz-chabis.html>
- Nickels H, 2013. Vom Weisskohl zum Sauerkraut. Wissenswertes aus der Wesselburener Krautwerkstatt. Husum Druck- und Verlagsgesellschaft mbH u. Co. KG, Husum, 95 S.
- Perc B, 2013. Schluss mit Blähungen. BookRix, 26 S.
- Sauerkraut Thurnen AG, 2008. Chabis News. Abgerufen am 20.11.2014, http://www.thurnen-sauerkraut.ch/File/chabisnews/Chabis_d_08.pdf
- Sauerkraut Thurnen AG, 2009. Chabis News. Abgerufen am 17.11.2014, http://www.thurnen-sauerkraut.ch/File/chabisnews/Chabis_09_d.pdf
- Schmiedel V, 2008. Verdauung! 99 verblüffende Tatsachen; endlich Klartext: Reizdarm- die häufigste Fehldiagnose, welche Untersuchungen und Therapien wirklich helfen. Georg Thieme Verlag, 135 S.
- Schlichting GmbH, 2014. Geschichte des Sauerkrauts. Abgerufen am 06.04.2014, <http://www.sauerkraut.de/index.php?page=42>
- Schwarz G, 2011. Gesund mit Sauerkraut und Kohl. Immunstärkend, Entgiftend, Darmregulierend. Herbig, München, 174 S.
- Trachsel J, 2014. Betriebsbesichtigung Royal Sauerkraut AG; Gespräch über Sauerkraut und dessen Zukunft. Gehalten am 26.05.2014.
- Uva W F, 2005. Making Old Things New Again–Marketing Specialty Sauerkraut Products. Abgerufen am 17.11.2014, <http://www.marketingpwt.aem.cornell.edu/SmartMarketing/pdfs/uva12-05.pdf>
- Uva W L, Cuellar S, Roberts J, 2006. Evaluating Consumer Preferences and Marketing Opportunities for New Sauerkraut Products. Abgerufen am 17.11.2014, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/8580/1/320101681.pdf>
- VSPG, Verband Schweizerische Gemüseproduzenten, 2012. FAQ – Schweizer Sauerkraut. 30.01.2010, abgerufen am 14.11.2014, <http://www.bielertagblatt.ch/sites/bielertagblatt.ch/files/null/d9/21/d9219e30980223f32f34f2e0ff57b6c.pdf>

Quelle Titelbild: Urs Leuthold, 22.11.2014

8. DANK

Einen grossen Dank möchte ich Christine Scheidegger und dem Naturpark Gantrisch aussprechen, die mir diese Arbeit und mein selbst erarbeitetes Thema ermöglichten. Frau Murer, meiner Betreuungsperson seitens der Hochschule, den zwei Experten Hubert Nickels und Jürg Trachsel, dem Berufskollegen Philippe Berthoud für sein Rezept sowie meinen Hilfskräften gehört zusätzlich ein grosses Dankeschön.

ANHANG

Anhang 1: Umfragebogen

Diese Umfrage ist Teil einer Semesterarbeit und wird in Zusammenarbeit mit dem Naturpark Gantisch und der Hochschule für Lebensmittelwissenschaften in Zollikofen durchgeführt.

Die Umfrage dauert ca. 5 Minuten und bezieht sich auf die Thematik Sauerkraut.

Danke, dass Sie sich die Zeit nehmen, diese Fragen zu beantworten.

1. Was kommt Ihnen spontan als erstes in den Sinn, wenn Sie Sauerkraut hören?

Antwort:

2. Wie oft konsumieren Sie Sauerkraut?

Mehrmals in der Woche ☐

Mehrmals im Monat ☐

Mehrmals im Jahr ☐

Seltener ☐

Nie ☐

3. Weshalb konsumieren Sie nicht häufiger Sauerkraut?

4. Konsumieren Sie mehr Sauerkraut in den Saisonmonaten Oktober-März?

☐ Nein, die Saison spielt für mich keine Rolle.

☐ Ja, ich esse tendenziell mehr Sauerkraut in den Saisonmonaten.

5. In welcher Form essen Sie Sauerkraut?

(wenn Sie nie Sauerkraut konsumieren, bitte bei Frage 6 weiterfahren)

- Bspw. als Beilage zu Berner Platte ☐
- Zu Fisch ☐
- Roh als Salat ☐
- Sauerkrautsaft ☐
- Anders _____ ☐

Bemerkungen:

6. Wo essen Sie Sauerkraut?

- Zuhause selbst zubereitet ☐
- Im Restaurant ☐
- Gehobene Küche ☐
- Währschafte Küche ☐
- Bei Freunden ☐
- Anderswo _____ ☐

Bemerkungen:

7. Haben Sie schon mal Verdauungsprobleme nach dem Konsum von Sauerkraut festgestellt?

- | | | | | | | |
|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Gar nie | | | | | | jedes Mal |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

Wenn Ja, ist dies ein Grund für Sie, Sauerkraut zu meiden?

- ☐ Nein
- ☐ Ja

8. Wie gerne mögen Sie Sauerkraut?

Gar nicht

sehr

1	2	3	4	5	6
☐	☐	☐	☐	☐	☐

Bitte begründen Sie Ihre Antwort:

9. Haben Sie schon mal selber Sauerkraut gekocht oder sogar hergestellt/eingemacht?

	Ja	Nein
eingemacht/hergestellt	☐	☐
gekocht/zubereitet	☐	☐
Wenn nein, hätten Sie Lust es zu lernen?	☐	☐

10. Denken Sie, Sauerkraut ist gesund?

Gar nicht

sehr

1	2	3	4	5	6
☐	☐	☐	☐	☐	☐

11. Würden Sie ein Restaurant gezielt besuchen, das Sauerkrautspezialitäten und neue kreative Rezepte mit Sauerkraut anbietet?

Auf jeden Fall	☐
Eventuell	☐
Wahrscheinlich nicht	☐
Nein	☐
Weiss nicht	☐

12. Ich würde es jedoch begrüßen, wenn ich bei einem zufälligen Besuch im Restaurant ein Sauerkrautangebot antreffen würde.

Ja	☐
Nein	☐

13. Welche Produkte würden Sie kaufen, wenn diese im Detailhandel anzutreffen wären?

- Sauerkrautsuppe ☐
- Sauerkrautsalat fix fertig ☐
- Sauerkraut in kleineren Packungen (aktuell in 500g Packungen) ☐
- Sauerkrautplätzli (z.B. wie Findus-Plätzli) ☐
- Andere _____ ☐

14. Was könnten ihrer Meinung nach die Gründe für einen rückläufigen Sauerkrautkonsum in der Schweiz sein?

Gründe:

15. Abschliessende Fragen

- Sind Sie...? männlich ☐ weiblich ☐
- Darf ich nach Ihrem Jahrgang fragen?
- nach Ihrer Postleitzahl fragen?
- nach Ihrer Wohnsituation fragen? Alleinwohnend ☐
- Familie ☐
- Partnerschaft ☐
- Anders _____ ☐
- Kochen Sie selbst Zuhause? immer ☐
- an 5 Tagen in der Woche ☐
- an 3 Tagen in der Woche ☐
- weniger als 3 Tage ☐
- nur am Abend ☐
- nie ☐

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Anhang 2: Fragen an Hubert Nickels

- **Wie ist Ihrer Meinung nach das Interesse an Sauerkraut allgemein? Wie sieht es aus im Kreis Dithmarschen?**

Die Tradition spielt hier in der Region zum Glück noch eine grosse Rolle. Wir sprechen immer noch von der grössten zusammenhängenden Kohlanbaufläche Europas. In einer Saison werden ca. 80 Mio. Kohlköpfe geerntet. Von der Gärtnerei, die die Kohlpflanzen aufziehen, bis zum Landwirt und der Industrie sind hier in der Region immer noch viele mit dem Sauerkraut und dem Kohlanbau tagtäglich konfrontiert. Trotzdem nehmen auch wir hier in Wesselburen eine Abnahme von Konsum des Krautes war. Wir konnten hier im Kohlosseum durch die Vorantreibung an verschiedenen Produkten aus Sauerkraut sowie auch durch das Kraut-Museum das Sauerkraut gut positionieren.

- **Was sind Ihre Beobachtungen vom Sauerkrautkonsum? Spielt der gesundheitliche Aspekt eine grosse Rolle in Bezug auf die Konsumation?**

Ja. Unsere Produktpalette bezieht durchwegs den gesundheitlichen Aspekt mit ein. Verschiedene Hautpflegeprodukte wie Salben oder Lotions oder auch Sauerkrautsaft verkörpern regelrecht die Gesundheit. Auch im Bereich Bio sind wir sehr aktiv. Seit 2008 stellen wir unsere Sauerkrautprodukte in Bio-Qualität her.

- **Aus Ihrem Buch kann ich eine gewisse Bodenständigkeit herauslesen. Es sind auch eher klassische Gerichte von Sauerkraut aufgeführt. Wie wichtig sind innovative Gerichte für Ihre Region?**

Diese sind wichtig. Wie die verschiedenen Salate aus dem Glas, gibt es auch noch andere Produkte die wir hier produzieren, die für uns ein enorm wichtiges Standbein geworden sind. Aber klassische Gerichte wie Eisbein, Bratwurst mit Sauerkraut und Kasseler sind immer noch sehr wichtig in unserer Region und werden oft gegessen.

- **Bei uns im Gürbetal, ja sogar Schweizweit sind die Verkaufszahlen rückläufig. Sie als aussenstehender Sauerkrautspezialist, wie erklären Sie sich das?**

Traditionen gehen verloren. Ein globaleres Denken wird gepflegt. Die Leute haben weniger Zeit, oder sie nehmen sich weniger Zeit zum Kochen. All dies denke ich, führt zu der Problematik, das man das Sauerkraut ein stetig an der Zeit angepasstes Image verleihen sollte.

- **Welches Produkt ist Ihr Aushängeschild? Welches Produkt lässt sich am besten Verkaufen?**

Mit unserer Glasgärung haben wir verschiedene Produkte geschaffen, die in die neuzeitlichen Konsumeigenschaften der Menschen gut hineinpassen und die für uns essenziell geworden sind.

- **Wie sehen Sie den Sauerkrautkonsum in 50 Jahren?**

Es wird meiner Meinung nach eine grosse Chance sein für das Sauerkraut, im gesundheitlichen Bereich noch mehr Fuss zu fassen. Auch im Bereich Salate oder ungekochtes rohes Sauerkraut, mit seinen unzähligen Vorteilen für die Gesundheit, spricht für das Trendverhalten der nächsten Jahre. Jedoch wird die Positionierung viel abverlangen und es wird sicherlich schwierig sein, mit dem eher imagegeschädigten Sauerkraut die Zukunft zu begeistern.

- **Wie wird das Sauerkraut in der Region Wesselburen am häufigsten konsumiert?**

Wie schon erwähnt, wird es meistens noch klassisch zu Fleischgerichten serviert. Doch durch die Glasvergärung konnten wir die Konsumation von Salaten ankurbeln.

- **Kennen sie den Schöni Sauerkraut? Sprich kennen sie das Gürbetal?**

Nein leider nicht. Ich war noch nie in der Schweiz.

Anhang 3: Zeitungsartikel Sensetaler „Suurchabis“ macht sexy!

JUNI 2014
SCHWARZENBURGERLAND
KÖNIGER ZEITUNG DER SENSETALER **37**

«Suurchabis» macht sexy!

Urs Leuthold will wissen, weshalb in der Region immer weniger Sauerkraut genossen wird

SCHWARZENBURG – Sauerkraut ist ein typisches Produkt des Naturparks Ganttrisch. Und trotzdem wird es hier immer weniger gegessen. Urs Leuthold versucht zu ergründen, weshalb das so ist.

«Was kommt Ihnen spontan in den Sinn, wenn Sie das Wort Sauerkraut hören?», will Urs Leuthold wissen. Das ist die erste Frage, die er in seiner Umfrage stellt, die im Internet über die Website www.ganttrisch.ch abgerufen werden kann. Hintergrund dieser Umfrage ist eine Arbeit, die Urs Leuthold aus Guggisberg für seine Ausbildung zum Eidg. Dipl. Lebensmitteltechnologien FH an der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften in Zollikofen macht. Er hofft, mit den eingehenden Antworten Rückschlüsse ziehen zu können, weshalb das Sauerkraut in der Region (in der Schweiz) immer weniger gegessen wird. «Es ist in der Tat so, dass das Sauerkraut an Beliebtheit eingebüsst hat. Einerseits liegt das sicher an den Essgewohnheiten der Leute. Viele essen nebenher schnell etwas und nehmen sich



Urs Leuthold im Element: Jetzt kreiert er neue Sauerkraut-Rezepte. Foto: MH

dafür kaum Zeit. Auf der anderen Seite ist es aber wohl auch die Tradition, dass Sauerkraut meist nur mit Berner Platte in den Wintermonaten gegessen wird.» Und das findet er schade. Denn er ist überzeugt, dass Sauerkraut sexy macht. Diese These hat er von einem Lied aus der Volksmusik wie auch vom deutschen Sauerkrautpate Hubert Nickels übernommen. Aber für Urs Leuthold stimmt sie. «Es geht dabei um gesundheitliche Aspekte», klärt der 32-Jährige auf. Das Sauerkraut habe viele Vitamine und sei verdauungsfördernd, zählt er Vorteile des gegorenen Kohls auf.

Gemeinsam mit dem Naturpark Ganttrisch hat er das Thema für seine zweite Arbeit an der Hochschule ausgewählt. Denn die Naturpark-Verantwortlichen interessieren es natürlich brennend, wie der Konsum des Naturpark-Produktes wieder angekurbelt werden kann. «Ich finde das Thema sehr spannend», erklärt Urs Leuthold. Das Sauerkraut wird seiner Ansicht nach als Lebensmittel unterschätzt. «Es gibt sehr viele Möglichkeiten, wie es zubereitet werden kann», weiss der gelehrte Koch und Absolvent der Hotelfachschule Thun. Wer es nicht so recht glauben mag, der



«Suurchabis-Salat» mit Senf und Spargeln

Rezept für vier Personen

Zutaten	Menge
rohes Sauerkraut	500 g
grobkörniger Senf	80 g
Magerquark oder Sauerrahm	80 g
Honig	80 g
frisch geraspelter Apfel	40 g
Papstli	40 g
Sambel Olek	10 g
Knoblauch	4 g
Bouillon	4 g
Rosmarin	wenig
Salz & Pfeffer	1 Prise
ca. 8 Stk. frische Spargeln grün	

Vorbereitung

- Spargel-Hinterteil je nach Qualität ca. 4 cm abschneiden und bei Holzger Haut etwas abrubeln.
- Sauerkrautsaft abtropfen lassen.

Zubereitung

- Spargeln 7 Minuten im Salzwasser kochen.
- Die Spargeln aus dem Wasser nehmen, mit Salz und Pfeffer würzen und in die gewünschte Form schneiden.
- Sauerkraut mit allen Zutaten mischen und ca. eine halbe Stunde ziehen lassen.
- Beides zusammen in gewaschenem Glas oder Porzellan anrichten und ausgemieren.

Martin Hasler

INFO:
www.ganttrisch.ch

Abb. 45 Zeitungsartikel „Suurchabis“ macht sexy! 18. Juni 2014, Sensetaler und Königerzeitung

Anhang 4: Zeitungsartikel Wettbewerbsessen Sensetaler



Abb. 46 Zeitungsartikel Gluschtiges Verwöhnprogramm, Oktober 2014, Sensetaler und Könizerzeitung

Digitaler Anhang

Per USB-Stick wurde die Excel-Auswertungstabelle der Umfrage an die Betreuungsperson abgegeben.