

## Auftraggeber des Monats

# «Die Bilder zwischen Weide und Teller klammert man gerne aus»

Überraschende Ideen sind heute mehr denn je gefragt, um überhaupt noch Beachtung zu finden, eine Botschaft zu vermitteln und die erwünschten Reaktionen auszulösen. Der Art Directors Club Schweiz zeichnet jedes Jahr die herausragenden Kampagnen des Landes aus. Und er zeichnet an dieser Stelle jeden Monat einen Auftraggeber aus, der mit einer besonders guten Kommunikationsidee aufgefallen ist. Diesen Monat: Isabelle Zehnder, Marketingleiterin von Betty Bossi.

Interview: **Adrian Schröder** Bilder: **Betty Bossi, Rod**



Die Zürcher Agentur Rod hat mit der PR-Aktion «Bœuf Sous-Vide» ein erstes Projekt mit der Coop-Tochter Betty Bossi realisiert. Gemeinsam liessen sie die Künstlerin Sandra Knecht ein ganzes Galloway-Rind vakuumieren und kunstvoll inszenieren, um auf die Sous-Vide-Garmethode aufmerksam zu machen.

### Frau Zehnder, wie hat das vakuumierte Galloway-Rind geschmeckt, das am 2. November im Kaufleuten aufgetischt wurde?

Ausgezeichnet. Kulinarisch war der Event ein echtes Highlight, wie wir den Rückmeldungen der Besucher und der Medien entnehmen konnten. Wir mussten zum Beispiel schmunzeln, als wir auf Watson lesen durften: «Oh grundgütiger Gott der Gaumenfreuden, ist das gut! Betty Bossi, heirate mich!» Angeboten haben wir sämtliche Fleischstücke des Rinds – von Filet über Zunge bis zu frittierten Rindskopf-Chips war alles dabei.

### Das Rind wurde von der Künstlerin Sandra Knecht als Stillleben inszeniert – nur um zu sagen, dass man praktisch alles vom Rind essen kann?

Nein. Nose to Tail – also die ganzheitliche Verwertung eines Tieres – kennen die Leute bereits. Unsere Botschaft war, dass man mit der

noch wenig bekannten Sous-Vide-Garmethode besonders gut auch die in Vergessenheit geratenen Fleischstücke zubereiten kann. Mit Sous-Vide ist das Garen unter Vakuum bei niedriger Temperatur im Wasserbad gemeint. Für das Stillleben wurde das Rind vakuumiert und als Ganzes gezeigt, um diese zwei Gedanken künstlerisch miteinander zu verbinden.

### Das Bild ist stark. Es spaltet die Gemüter: Manche finden es abstoßend, manche stilvoll. Was sagen Sie jenen, die es abstoßend finden?

Sandra Knecht hat die Idee aus unserer Sicht sehr stilvoll und ästhetisch umgesetzt. Doch wir sind solche Anblicke nicht mehr gewohnt. Ein Rind sehen wir auf der Weide oder als sauber abgepacktes Entrecôte im Kühlregal – die Bilder dazwischen klammert man gerne aus. Dort hinzuschauen, ist aber wichtig, denn nur so können wir ehrlich über das Fleischessen reden.

### Wurde die Aktion von der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen?

Bestimmt – das Medienecho war gross. 20 Minuten und die Blick-Medien haben prominent über die Kampagne berichtet. Die Nachrichtenagentur SDA hat sogar das Stillleben künstlerisch erklärt und auf den Event aufmerksam gemacht, was uns besonders gefreut hat. Ausserdem ist das Making-of-Video unser erfolgreichster Facebook-Post.

### Ganz generell: Wie kann man Fleisch essen und gleichzeitig den Respekt vor dem Tier wahren?

Indem man das Lebewesen Tier nicht ausklammert und verdrängt, sondern sich bewusst macht, woher unser Fleisch kommt. Indem man Fleisch bewusst und vielleicht sogar mit etwas Demut isst. Und nicht zuletzt, indem man das Tier eben als Ganzes versteht und auch die Fleischstücke abseits vom Filet schätzt.

**Seit ein paar Jahren sind die Vegetarier und Veganer auf dem Vormarsch. Manchmal hat man das Gefühl, Fleischkonsum werde heutzutage dämonisiert. Gibt Betty Bossi da Gegensteuer?**

Nein. Betty Bossi gibt keine Ernährungsempfehlungen ab – darüber soll jede Person selber entscheiden. Wir möchten Inspiration zum Kochen und Essen liefern, unsere Freude und Wertschätzung am Essen teilen und den einfachsten Weg zum Genuss aufzeigen.

**Was bedeutet Sous-Vide, und wann eignet sich dieses Verfahren?**

Sous-Vide heisst «unter Vakuum». Dabei wird beispielsweise Fleisch in einem Plastikbeutel vakuumiert und bei niedriger Temperatur im Wasserbad gegart. Es ist die einfachste und gelingsicherste Art, Fleisch besonders zart und saftig zuzubereiten. Die Methode eignet sich auch für Geflügel, Fisch und Meeresfrüchte. Sogar Gemüse wird besonders aromatisch. An unserem Event im Kaufleuten gab es als Dessert Swiss Chocolate Pudding mit Assam-Birnen – alles sous-vide zubereitet.

**Betty Bossi gibt es seit 1956 – und man kann wohl sagen, dass sich Bettys Konkurrenz seither ver Hundertfacht hat. Überall geht es nun ums Essen, überall bekommt man Rezepte empfohlen. Wie gehen Sie damit um?**

Betty Bossi steht seit über sechzig Jahren für kulinarische Inspiration sowie einfache und gelingsichere Rezepte. Gerade in Zeiten, in denen Essen als Lifestyle boomt und alle paar Monate ein neuer Food-Hype anklopft, suchen die Menschen Orientierung und Verlässlichkeit – und das bietet Betty Bossi. Wir übersetzen Traditionelles und Trendiges in Machbares, das heisst in Rezepte für den Alltag, die gelingen und kulinarisch hervorragend schmecken.

**Einst sollte Betty «mit einfachen, gelingsicheren Kochrezepten in der butterverwöhnten Schweiz für die vermehrte Verwendung von Margarine und Öl der Marken Astra und Sais werben». Wofür soll sie heute werben?**

Betty Bossi wirbt heute ausschliesslich für ihre eigenen Produkte: Kochbücher, Zeitschriften, Küchen- und Haushaltshelfer sowie Fresh-Convenience- und Backprodukte.

**Ganz generell: Auf welchem Nährboden entsteht gute Werbung?**

Gute Werbung ist immer ehrlich und kommuniziert mit den Menschen auf Augenhöhe. Sie müssen merken: «Das hat etwas mit mir zu tun!» In einer schnelllebigen Welt ist Aufmerksamkeit ein kostbares Gut, das man sich hart verdienen muss. Ungewöhnliche Ansätze wie ein vakuumiertes Rind bleiben im Gedächtnis und sorgen für Gesprächsstoff.

**Wie wichtig ist Kreativität für Betty Bossi?**

Kreativität und Kochen lassen sich nicht trennen. Um die Schweiz in der Küche zu unterstützen und zu inspirieren, tüfteln wir stets an neuen Ideen. Jedes Jahr kreieren wir über 3000 neue Rezepte, entwickeln über 500 neue Produkte für Coop und erfinden rund 60 neue Küchen- und Haushaltshelfer.

**Kleine Zwischenfrage: Wie kreativ sind die Schweizerinnen und Schweizer eigentlich in der Küche?**

Dank Betty Bossi sind sie sehr kreativ! Im Ernst: Diese Frage lässt sich gar nicht so einfach beantworten. Einerseits ist das sehr individuell, andererseits wissen wir aus Umfragen, dass es bei den Schweizern unter der Woche vor allem schnell gehen muss. Am Wochenende nimmt man sich dann mehr Zeit fürs Kochen und Essen.

**Wie sah und sieht der Austausch mit der Agentur genau aus?**

Das Konzept für «Bœuf Sous-Vide» kam von Rod, umgesetzt haben wir es gemeinsam in enger Zusammenarbeit. Dabei hat sich Betty Bossi um das Kulinarische gekümmert und den Event im Kaufleuten gestemmt. Rod hat sich um sämtliche Inhalte gekümmert und für deren stimmige Kommunikation gesorgt.

**Wie wird die Zusammenarbeit mit Rod fortgesetzt?**

Wir haben unsere Büros an derselben Strasse, und nicht nur deshalb pflegen wir einen regen Austausch. Da entsteht natürlich die eine oder andere Idee – von klein bis gross. Ganz allgemein darf man also sicher gespannt sein, was das nächste Jahr alles bringen wird.

**Haben Sie einen aktuellen Geheimitipp aus dem Betty-Bossi-Rezeptuniversum?**


Mein persönlicher Geheimitipp sind Wähen.



Isabelle Zehnder, Marketingleiterin von Betty Bossi.

Sie sind im Handumdrehen zubereitet. Salzig beispielsweise mit Zucchini und Speck, süss die Lebkuchenwähe mit Zitrusfrüchten.

**Und wenn wir schon den direkten Draht zu Betty haben: Was werden die Schweizerinnen und Schweizer nächstes Jahr kochen?**

Welche Rezepte wir kreieren, werde ich Ihnen natürlich nicht verraten – da müssen Sie schon die *Betty Bossi Zeitung* abonnieren. Sicher ist: Lokalität, also Lebensmittel aus der Region, sowie Nachhaltigkeit sind zwei starke Trends. Zu Letzterem zählen auch Nose to Tail sowie die fleischlose Ernährung. 

---

ADC Awards 2018

---

## Zukunftsweisendes gesucht

ADC Awards 2018

Call for Entries

Einsendeschluss: 19. Februar 2018

[www.adc.ch](http://www.adc.ch)

Wir freuen uns auf deine Einreichungen auf [www.adc.ch](http://www.adc.ch) bis 19. Februar 2018. Und auf die Preisverleihung am 24. März 2018, wenn du hoffentlich mit einem der begehrtesten kreativen Gütesiegel der Schweiz – einem ADC Würfel – geehrt wirst.

---