

## **Mit Geschmack um die Welt: Internationale Wurstspezialitäten für die Theke**

Von Sucuk bis Boerewors: Wer in der Metzgerei mit globalen Wurstklassikern arbeitet, bringt nicht nur Abwechslung ins Sortiment, sondern schafft auch emotionale Anknüpfungspunkte. Internationale Wurstspezialitäten sind eine Chance, neue Zielgruppen zu begeistern und Kundenbindung nachhaltig zu stärken. Ein Überblick über Sorten, Konzepte und praktische Tipps für den Thekenalltag.



*Wer in oder nach der Urlaubszeit seinen Kund:innen internationale Wurstspezialitäten anbietet, ist gut beraten. © Unsplash / Danielle Suijkerbuijk*

## **Mit Wurstspezialitäten um die Welt - und direkt in die Herzen der Kundschaft**

Viele Menschen verbinden ihre schönsten Urlaubserinnerungen mit kulinarischen Genüssen. Ein Bissen **Chorizo** und schon ist das Tapas-Erlebnis aus Spanien wieder da. Eine gebratene **Salsiccia** erinnert an italienische Sommerabende, während die würzige **Merguez** vom Grill den Duft marokkanischer Märkte ins Gedächtnis ruft. Metzgereien können dieses Urlaubsgefühl direkt in die Theke holen – mit internationalen Wurstspezialitäten, die nicht nur geschmacklich überzeugen, sondern auch emotional berühren.

Vor allem während bzw. nach der Urlaubszeit sind Konsumenten offen für Neues, vor allem wenn es um traditionelle Produkte wie Wurst geht. Wer mit internationalen Sorten arbeitet, zeigt Weltoffenheit und Handwerkskunst – und spricht besonders jüngere, entdeckungsfreudige Zielgruppen an. Entscheidend ist die authentische Herstellung, idealerweise im Naturdarm, kombiniert mit einer klugen Präsentation und kreativen Ideen für den Verkauf.

## Internationale Wurstklassiker im Überblick

Diese Spezialitäten sorgen für Fernweh an der Theke – und punkten mit handwerklichem Profil:

Sucuk (Türkei): Stark gewürzte Rohwurst aus Rindfleisch, verfeinert mit Paprika, Knoblauch und Kreuzkümmel. Typischerweise luftgetrocknet und in Rinderdarm gefüllt. In der Pfanne oder auf dem Grill ein beliebter Klassiker, der auch in der jüngeren Kundschaft bestens ankommt.

- **Sucuk (Türkei):** Stark gewürzte Rohwurst aus Rindfleisch, verfeinert mit Paprika, Knoblauch und Kreuzkümmel. Typischerweise luftgetrocknet und in Rinderdarm gefüllt. In der Pfanne oder auf dem Grill ein beliebter Klassiker, der auch in der jüngeren Kundschaft bestens ankommt.
- **Chorizo (Spanien):** Paprikawurst mit intensivem Aroma und leuchtend roter Farbe. Luftgetrocknet oder leicht geräuchert – ideal als Aufschnitt, Grillwurst oder Zutat

für mediterrane Gerichte.

- **Merguez (Maghreb):** Scharf gewürzte Bratwurst aus Rind und Lamm, traditionell im Schafsdarm. Beliebt bei BBQ-Fans und ideal für Thekenaktionen zur Grillsaison.
- **Salsiccia (Italien):** Grobe Bratwurst mit Fenchelaroma, meist im Schweinedarm. Passt perfekt zu Pasta, Risotto oder Grillgemüse – ein echtes Allroundtalent.
- **Linguíça (Brasilien):** Rauchige Wurst mit Knoblauch, Pfeffer und Paprika. Unverzichtbar beim Churrasco – ein Geheimtipp für mutige Genießer:innen.
- **Boerewors (Südafrika):** Spiralförmige Farmerwurst aus Rindfleisch mit Koriander, Nelke und Muskat. Ein Blickfang in der Theke, der für Gesprächsstoff sorgt – ideal für Grillwochen.
- **Lap Cheong (China):** Süßlich-würzige Schweinewurst mit Sojasauce und Reiswein. Eine Spezialität für neugierige Foodies und Asiaküchen-Fans.
- **Sai Ua (Thailand):** Scharf-aromatische Bratwurst mit Zitronengras, Chili und Kurkuma – kulinarisches Abenteuer inklusive.
- **Andouille (USA/Louisiana):** Geräucherte Schweinswurst mit grober Struktur – perfekt für Eintöpfe und kräftige Gerichte.
- **Chouriço (Portugal):** Verwandt mit Chorizo, aber oft grober, weinlastiger und mit starker Paprikanote. Ideal für deftige Eintöpfe.
- **Kolbász (Ungarn):** Paprikawurst mit Tradition – ideal als luftgetrocknete Spezialität oder für Eintopfgerichte.
- **Morcilla (Argentinien):** Blutwurst mit Zwiebeln und Gewürzen – eine Spezialität für Kenner:innen südamerikanischer Grillkultur.

Diese Vielfalt lässt sich saisonal, thematisch oder als wechselnde „Wurst der Woche“ hervorragend in Szene setzen – mit klarer Beschreibung, Rezeptkarten oder Probierhappen. Besonders wirkungsvoll: eine Kundenabstimmung, welche Sorte als Nächstes ins Sortiment aufgenommen wird.

# Naturdarm als Qualitätsmerkmal nutzen

Internationale Wurstspezialitäten leben von Authentizität – und genau hier spielt **Naturdarm** eine zentrale Rolle. Ob Saitling, Schweine- oder Rinderdarm: Diese Hüllen stehen für handwerkliche Tradition, Geschmack, Nachhaltigkeit und den beliebten „Knackeffekt“.

Anders als Kunstdärme ermöglichen Naturdärme eine optimale Reifung, bessere Aromenbildung und einen sensorischen Unterschied, der spürbar ist.

Gerade bei internationalen Sorten wie Sucuk, Merguez oder Salsiccia ist der Naturdarm Teil der regionalen Identität. Wer das offen kommuniziert – etwa auf Thekenschildern oder in Social Media – kann das Vertrauen in die Qualität zusätzlich stärken.

## Praxistipps für den Thekenalltag

Kleine Aktionsfläche gestalten: Ein „Welt-Wurst“-Bereich mit Landesflaggen, bunten Schildern und passenden Deko-Elementen macht neugierig.

- **Probierhappen anbieten:** Wer schmeckt, kauft eher. Ideal in Kombination mit einer kurzen Erklärung zum Produkt.
- **Rezeptkarten auslegen:** Einfache Ideen wie „Pasta mit Salsiccia“ oder „Couscous mit Merguez“ zeigen die Vielseitigkeit der Produkte.
- **Wurst der Woche:** Jede Woche ein neues Land – per Aushang oder Social Media angekündigt.  
Kunden einbinden: Mit Abstimmungen, Gewinnspielen oder Treuekarten wird aus dem Einkauf ein Erlebnis.
- **Storytelling nutzen:** Erzählen Sie etwas zur Herkunft – das bleibt im Kopf und fördert den Wiederkauf.

## Marketingideen für mehr Aufmerksamkeit

Internationale Würste sind nicht nur kulinarisch spannend, sondern auch ideale Aufhänger für kreative Kommunikation. Eine „Mediterrane Woche“ mit Chorizo, Salsiccia & Co. oder eine „Afrikanische BBQ-Woche“ mit Boerewors und Merguez beleben die Theke. Dazu passende Gewürze, Beilagen oder Getränke im Cross-Selling runden das Angebot ab. Auch auf Instagram und Facebook sorgen Bilder aus der Theke oder Rezepttipps mit internationalen Spezialitäten für Reichweite und Nähe zur Kundschaft.

Internationale Wurstspezialitäten sind weit mehr als nur ein kulinarischer Trend. Sie sind ein Werkzeug, um Kunden emotional zu binden, das Sortiment zu differenzieren und neue Zielgruppen anzusprechen. Wer Sucuk, Chorizo & Co. klug präsentiert, zeigt nicht nur Weltoffenheit, sondern auch handwerkliche Exzellenz. Eine Investition, die sich bezahlt macht – nicht nur geschmacklich, sondern auch wirtschaftlich.

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://fleischundco.at)**