mediadidact:

Deutscher Fachverlag GmbH · Mainzer Landstraße 251 · 60326 Frankfurt am Main · www.mediadidact.de

CONSORZIO SALUMI D.O.P. PIACENTINI

mediadidact:

Lebensmittel Zeitung direkt

MARKENLEHRBRIEF

Spezialitäten aus Piacenza

CONSORZIO SALUMI D.O.P. PIACENTINI

IMPRESSUM/INHALT

Ein Markenlehrbrief von
Mediadidact
Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
Ein Fachbereich der dfv Mediengruppe

In Zusammenarbeit mit dem
Konsortium zum Schutz der Salumi Piacentini g.U.
Via Tirotti 11
29122 Piacenza
ITALIEN
Tel.: +39 0523 591260
info@salumidoppiacentini.it
www.salumitipicipiacentini.it
hello@openairtastemuseum.eu

Bestellservice und Auslieferung:
Herold Fulfillment GmbH
Raiffeisenallee 10
82041 Oberhaching/München
Tel. +49 89 613871-28
Fax +49 89 613871-20
info@mediadidact.de
www.mediadidact.de

Redaktionelle Leitung:
Bernd Nusser

Grafische Gestaltung:
Deutscher Fachverlag,
Harald Klein

1. Auflage 2021

Bildnachweis:
Konsortium zum Schutz der Salumi Piacentini g.U.
Shutterstock (Seite 3: Minerva Studio)
Stock.adobe.com (Seite 24: Sanja,
Montage: Mediadidact)

MARKTDATEN

Italien ist Siegel-Spitzenreiter 4

WARENWISSEN

Ideale Bedingungen für die Wursterzeugung 6
Aller guten Dinge sind drei 8
Herstellung nach ursprünglichen Rezepten 10
Dafür stehen die EU-Siegel 12

POS-PRAXIS

Beim Schmecken lernt man 14
Qualität am POS in Szene setzen 16

GUT ZU WISSEN

Die richtige Lagerung 18
Vielfältige Aufgaben 20

TRAINING

Abschlusstest 1 21
Abschlusstest 2 22

Noch mehr Warenwissen 23

mipaaf
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
REALIZZATO CON IL CONTRIBUTO DEL MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE ALIMENTARI E FORESTALI D.M. n. 20185 del 9.04.2020.

Wussten Sie eigentlich …

… dass italienische Spezialitäten in Deutschland besonders gefragt sind? Ob Pasta oder Wein, Olivenöl oder Fisch, Käse, Schinken oder eben Wurstwaren – die italienische Küche prägt längst auch hierzulande die Essgewohnheiten maßgeblich.

Wurst- und Schinkenwaren (auf Italienisch: Salumi) sind ein wesentlicher Bestandteil der italienischen Gastronomietradition. Sie vereinen Geschmack, Tradition, Vielseitigkeit, Nährwert und Geselligkeit und eignen sich somit übergreifend für die gesamte Bevölkerung und die unterschiedlichen, stets in Weiterentwicklung begriffenen Lebensstile und Verzehrmomente.

In Italien gibt es ein Gebiet, in dem seit jeher erstklassige Wurstwaren produziert werden: Die Provinz Piacenza, die sich zwischen dem Fluss Po sowie dem Gebirgszug Apennin einfügt und bis zum westlichen Ende der Region Emilia-Romagna im Norden der italienischen Halbinsel erstreckt. Die Natur ist geprägt von mit Weinstöcken übersäten Hügeln und Graswiesen. Dieses einzigartige Mikroklima trägt zur perfekten Reifung der Wurstwaren bei. Zu diesen weltweit geschätzten Produkten der italienischen Feinkost zählen die Varianten Pancetta Piacentina DOP, Coppa Piacentina DOP und Salame Piacentino DOP.

Das D.O.P-Logo (Denominazione di Origine Protetta) steht in Italien für das EU-Siegel geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.). Dieses Symbol stellt die höchste Auszeichnung dar, die die Europäische Union einem Lebensmittel zuweisen kann.

Die Landschaft der Region Piacenza trägt zur perfekten Reifung der Wurstwaren bei.

In diesem Markenlehrbrief erfahren Sie alles Wissenswerte über diese einzigartigen Erzeugnisse – und dieses Know-how sollten Sie an Ihre Kunden weitergeben. Die Verbraucher haben die Spezialitäten aus Piacenza vielleicht im Italienurlaub kennengelernt und sind glücklich darüber, dass sie sie bei Ihnen wiederentdecken. Oder sie freuen sich über einen echten „Geheimtipp“ aus Ihrer Bedientheke? Auf jeden Fall beweisen Sie mit dem Angebot Ihre Verkaufskompetenz. Viel Spaß beim Lesen und Lernen!

Ihr Team vom Konsortium zum Schutz der Salumi Piacentini g.U.

Italien ist Siegel-Spitzenreiter

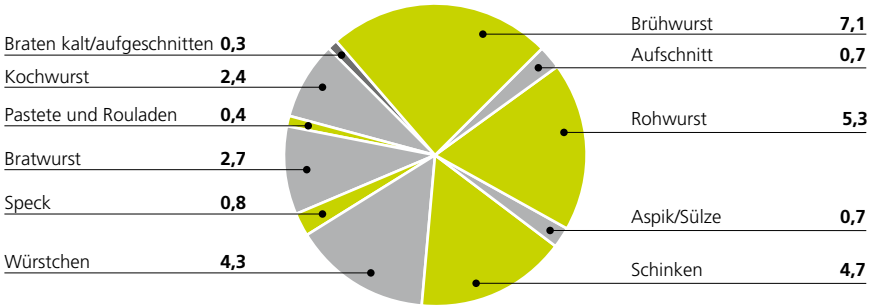
Italien ist das europäische Land mit der größten Anzahl (838) von Lebensmittelprodukten mit Herkunftsbezeichnung und Siegel von der Europäischen Union. Betrachtet man von diesen nur die Wurstwaren, stammt ein Viertel davon aus Italien. Das Land verfügt über eine große Tradition in der Herstellung qualitativ hochwertiger Erzeugnisse. Die Hersteller sind geprägt von einer starken Bindung der italienischen Agrar- und Lebensmittelprodukte an ihr Herkunftsgebiet.

1826 Produkte tragen das EU-Siegel „Geschützte Ursprungsbezeichnung g. U." (italienisch DOP für Denominazione di Origine Protetta), davon 649 Lebensmittel und 1177 Weine. 1203 Erzeugnisse (764 Lebensmittel, 439 Weine) dürfen das EU-Gütesiegel „Geschützte geografische Angabe g. g. A." (italienisch IGP für Indicazione Geografica Protetta) tragen. Und 64 Lebensmittel sind mit dem Symbol „Garantiert traditionelle Spezialität g. t. S." (italienisch STG für Specialità Tradizionale Garantita) ausgezeichnet. Weitere Informationen zu den EU-Herkunftskennzeichen erhalten Sie auf den Seiten 12 und 13.

Hierzulande spielen Rohwurst, wozu Salami gezählt wird, und Schinken in der Ernährung eine bedeutende Rolle. Nach den Zahlen des Deutschen Fleischerverbandes verzehrten die Bundesbürger 2019 durchschnittlich 5,3 Kilogramm Rohwurst und 4,7 Kilogramm Schinken pro Kopf. Nur Brühwurst wird noch häufiger gegessen (siehe Grafik unten). 76,2 Prozent der verkauften Rohwurst waren dabei nach Verbandsangaben vorverpackt, 23,4 Prozent wurden als lose Ware abgesetzt.

Fleischerzeugnisse, Pro-Kopf-Verbrauch in Deutschland

Angaben in Kilogramm. Gesamtverbrauch 29,4 Kilogramm.



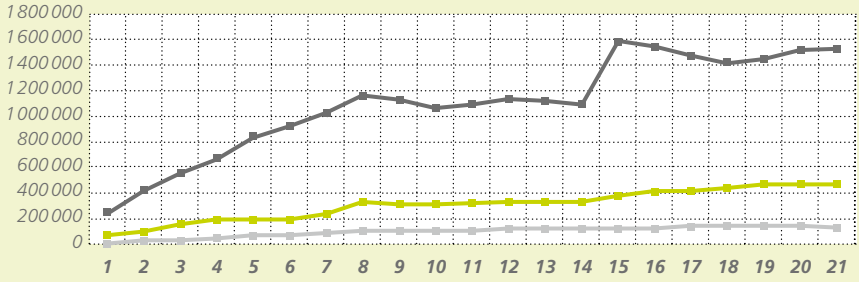
Quelle: Deutscher Fleischerverband, 2019.

Produktion auf hohem Niveau

Salami, Pancetta und Coppa heißen die drei Spezialitäten aus Piacenza, die das DOP-Siegel tragen. Die Produktion bewegt sich seit Jahren auf konstant hohem Niveau, wobei gemessen an der Stückzahl mit deutlichem Abstand am meisten Salami hergestellt wird. Mehr als 1,5 Millionen Stück wurden 2020 von den 13 Produktionsbetrieben (siehe Seite 7) gefertigt. Zudem wurden fast 500 000 Coppa und rund 130 000 Pancetta produziert. Näheres zu den Produkten erfahren Sie auf den Seiten 8 bis 11.

Erzeugung von DOP-Wurstwaren aus Piacenza

Angaben in Stück.



Jahr	Salami	Coppa	Pancetta
2020:	1 523 042	480 721	128 782

Quelle: Konsortium zum Schutz der Salumi Piacentini g.U.

?

WIE VIELE PRODUKTE TRAGEN DAS SIEGEL „GESCHÜTZTE URSPRUNGSBEZEICHNUNG“?

- ◯ 82
- ◯ 826
- ◯ 1826

Ideale Bedingungen für die Wursterzeugung

Ein kontinentales, feuchtes Klima mit nicht übermäßigen Temperaturschwankungen prägte das Gebiet Piacenzas schon in der Antike und bildete so die günstigen Grundlagen für die Entwicklung einer auf Viehwirtschaft und Viehzucht basierenden Wirtschaft. Das Ergebnis ist eine natürliche Umgebung, die sich für die Zucht von Schweinen eignet. Die bevorzugen die Waldgebiete, die reich an Wasser sind, aber keine direkte Sonneneinstrahlung und keine allzu große Hitze aufweisen. Ideale Bedingungen für die Wursterzeugung.

Dank eines relativ mäßigen Klimas ist eine ausgewogene Schweinemast möglich: Die Konsistenz des Fetts ist eng mit dem Wachstumstempo und der Außentemperatur verbunden. Wenn es nämlich sehr kalt ist, wird die tendenzielle Gewichtszunahme reduziert und das Fett wird weicher. Was die Lufttrocknung betrifft, herrschen in allen Tälern der Provinz Piacenza optimale klimatische Bedingungen, um die Herstellung von Coppa, Salame und Pancetta Piacentina mit Gütesiegel g. U. (DOP) zu fördern.

Folglich hat die Schweinezucht rund um Piacenza eine lange Tradition. Die Fähigkeit zum Schlachten und zur Fleischverarbeitung wurde nach und nach in diesem Gebiet ein echter Beruf, der von erfahrenen Schweineschlachtern – im Dialekt „massalein" genannt – ausgeübt wurde.

Die Wurstwaren aus Piacenza, die Anfang des 15. Jahrhunderts von den Händlern aus Mailand und der übrigen Lombardei bevorzugt wurden, waren in den an das Herzogtum Piacenza angrenzenden Staaten bereits gut bekannt und standen in den ersten Jahrzehnten des 18. Jahrhunderts sogar auf den Speiseplänen der französischen und spanischen Elite, was Kardinal Giulio Alberoni zu verdanken war, einem geschickten Diplomaten aus Piacenza. Dem Lauf der Zeit und den Fortschritten der Technik zum Trotz sind die Zubereitungsphasen guter Wurstwaren nicht nur auf handwerklicher, sondern auch auf industrieller Ebene heute noch mit den traditionellen Methoden verbunden.

Italienischer Exportschlager

Salami gilt neben Mortadella als Italiens größter Wurstexportschlager. Der Begriff „Wurst" leitet sich aus dem germanischen „wursti" ab, was „durcheinanderbringen, gedreht" und auch „Walze" bedeutet. Das italienische „salame" kommt vom lateinischen „salare" (salzen) und deutet auf die Art der Konservierung hin.

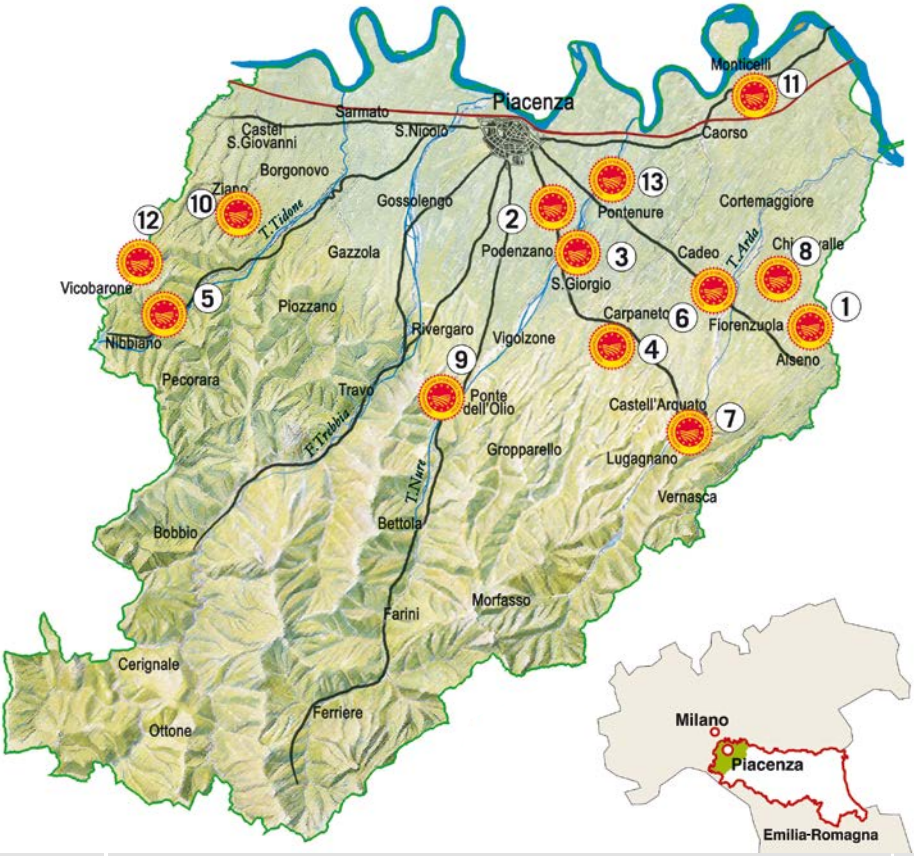
!

WIE VIELE PRODUKTE TRAGEN DAS SIEGEL „GESCHÜTZTE URSPRUNGSBEZEICHNUNG"?

✓ 1826

In der norditalienischen Provinz Piacenza sind die traditionellen Wurstwaren-fabriken angesiedelt. Bis heute ist diese Provinz die einzige in Europa, die im Bereich der Wurstwaren gleich dreimal die Auszeichnung mit dem Herkunftskennzeichen g. U. erhalten hat.

1	Emilia Ovest Salumi Soc. Coop	amministrazione@emiliaovestsalumi.it
2	Salumificio Fiocchi Luigi snc	salumificiofiocchi@gmail.com
3	Salumificio Gagliardi G.P. srl	info@salumigagliardi.it
4	Giordano srl	info@salumigiordano.com
5	Salumi Grossetti srl	info@salumigrossetti.it
6	Salumificio La Coppa srl	lacoppa@lacoppa.it
7	Salumificio La Rocca srl	info@salumificiolarocca.com
8	Salumificio Peveri Carlo sas	info@salumificiopevericarlo.com
9	San Bono srl Bono srl	sanbono@sanbono.it
10	Salumificio San Carlo SpA	info@lepancettesancarlo.it
11	Salumificio Val D'Ongina snc	info@valdongina.com
12	Valtidone Salumi SpA	amministrazione@valtidonesalumi.com
13	Valtidone Salumi SpA	amministrazione@valtidonesalumi.com



?

WELCHE TIERE WERDEN IN DER PROVINZ PIACENZA VOR ALLEM GEZÜCHTET?

- ◯ Rinder
- ◯ Schweine
- ◯ Schafe

Aller guten Dinge sind drei

Wurstwaren aus Piacenza mit dem Herkunftskennzeichen g. U. sind in drei traditionellen Sorten erhältlich: Pancetta Piacentina, die bis zu acht Kilogramm schwer sein kann, Coppa Piacentina mit einem Gewicht von etwa zwei Kilogramm und die deutlich kleinere und leichtere Salame Piacentino. Der Überblick:

Pancetta Piacentina g.U.

Die Pancetta Piacentina weist eine zylindrische Form und ein Gewicht von vier bis acht Kilogramm auf. Beim Anschnitt präsentiert der Bauchspeck seine typischen, sich abwechselnden kreisförmigen Schichten mit leuchtend roten und rötlich-weißen Streifen. Sie kann pur genossen werden, als Antipasti oder mit hausgemachtem Brot, ist aber auch eine ausgezeichnete Basis für traditionelle lokale Rezepte. Mit ihrem typischen Geschmack macht sie jedes Gericht zu etwas Besonderem.

- **Zutaten:** Salz, Gewürze.
- **Produktion:** handmassiert, gerollt, handgebunden.
- **Reifung:** mindestens vier Monate.

Pancetta Piacentina g.U.

Mehr zu den Produktionsweisen für die drei Sorten erfahren Sie auf den Seiten 10 und 11.

!

WELCHE TIERE WERDEN IN DER PROVINZ PIACENZA VOR ALLEM GEZÜCHTET?

✓ Schweine

Coppa Piacentina g. U.

Coppa Piacentina g. U.

Die Coppa Piacentina weist eine zylindrische Form und ein Gewicht von mehr als 1,5 Kilogramm auf. Nach dem Schnitt zeigt sich die Scheibe fest und homogen mit leuchtend roter Farbe, durchzogen von rötlichen Fettmaserungen. Der Duft ist süß und charakteristisch; ihr Geschmack verfeinert sich mit fortschreitender Reifung. Das zart-würzige Aroma, der unverwechselbare Duft und die Süße machen die Sorte zu einer schmackhaften Vorspeise. Sie sollte dünn aufgeschnitten serviert werden.

- **Zutaten:** Salz, Gewürze.
- **Produktion:** handmassiert, handgebunden.
- **Reifung:** mindestens sechs Monate.

Salame Piacentino g. U.

Die Salame Piacentino besitzt eine zylindrische Form und ein Gewicht von 400 bis 1000 Gramm. Beim Anschneiden präsentiert sich die Scheibe fest. Im mageren Teil, der eine leuchtend rote Farbe aufweist, sind gut verteilte Fettaugen mit weiß-rötlicher Farbe zu erkennen, die typisch für diese grobe Salami sind. Der Geschmack enthält zarte Knoblauchnoten.

- **Zutaten:** Salz, Gewürze, Knoblauch, Wein.
- **Produktion:** gehackter und gemischter Teig, handgebunden.
- **Reifung:** mindestens 45 Tage.

Salame Piacentino g. U.

?

WIE LANGE REIFT DIE COPPA PIACENTINA?

- ◯ 45 Tage
- ◯ Mindestens vier Monate
- ◯ Mindestens sechs Monate

Herstellung nach ursprünglichen Rezepten

Die drei Wurstwaren aus Piacenza mit Gütesiegel g. U. sind eiweißreich, besitzen einen mäßigen Fettgehalt und enthalten Magnesium, Eisen, Calcium, Zink und andere Mineralstoffe, die sich in die moderne Ernährung integrieren (siehe Tabelle). Sie werden derzeit in 13 verschiedenen Wurstwarenfabriken nach den ursprünglichen Rezepten hergestellt:

Pancetta Piacentina g. U.

Zur Herstellung wird der fette Bauchteil des Schweins verwendet. Verarbeitung: Das Fleisch wird nach dem traditionellen Rezept mit einer Mischung aus Salz und Gewürzen gepökelt. Nach einem Zeitraum der kalten Lagerung und dem Massieren werden die Pancette gerollt, zusammengebunden und in entsprechenden Räumen 10 bis 15 Tage lang getrocknet. Die anschließende Reifung dauert mindestens vier Monate. Aus jedem Schwein können nur zwei Pancette gewonnen werden.

Salz als Konservierungsmittel

Salz trägt neben Trocknung, Räuchern und dem Absenken des pH-Werts wesentlich zur Haltbarkeit bei. Eine schmackhafte Rohwurst soll jedoch mild gesalzen sein. Herstellern sind hier enge Grenzen gesetzt. Experten empfehlen zwischen minimal 15 und maximal 35 Gramm Salz pro Kilogramm roher Wurstmasse. Obwohl Salz kein Entkeimungsmittel ist, trägt der Rohstoff wesentlich zum Gelingen einer schmackhaften Rohwurst bei.

Coppa Piacentina g. U.

Zur Herstellung werden die Muskeln des Schweinehalses verwendet (aus jedem Schwein können nur zwei Coppe gewonnen werden). Verarbeitung: Der Erzeugungsprozess von Coppa Piacentina beginnt mit dem Pökeln des Rohfleisches. Das Fleisch wird mit einer sorgfältig dosierten Mischung aus Salz, natürlichen Aromen und Gewürzen wie Natriumchlorid, Natrium- und/oder Kaliumnitrat, Natriumnitrit, schwarzer und weißer Pfeffer, Zucker, Zimt, Gewürznelken, Lorbeerblatt und Muskatnuss kalt gelagert, um die gleichmäßige Verteilung von Salz und Aromen zu ermöglichen. Dann wird es massiert und anschließend in eine natürliche Schweinepelle, die als „pelle di sugna“ bezeichnet wird, gewickelt. Das Produkt wird abgebunden und für einen Zeitraum von 10 bis 15 Tagen getrocknet. Abschließend erfolgt eine mindestens sechsmonatige Reifung.

!

WIE LANGE REIFT DIE COPPA PIACENTINA?

✔ Mindestens sechs Monate

Coppa: Das Fleisch wird gesalzen und gewürzt.

Pancetta: Das Fleisch wird nach traditionellem Rezept gepökelt.

Salame: Das Fleisch wird grob gehackt und dann gewürzt.

Salame Piacentino g. U.

Zur Herstellung werden nur Fleisch- und Fettstücke vom Schwein verwendet, die grob gehackt werden. Anschließend erfolgt unter Zugabe von Salz, Gewürzen und Wein in fachgerechten Dosierungen die Vermengung. Die so entstandene Masse wird in einen Naturschweinedarm gefüllt, gebunden und in entsprechenden Räumen ungefähr eine Woche lang getrocknet. Die anschließende Reifung dauert mindestens 45 Tage.

Nährwerttabelle

Angaben pro 100 Gramm.

	EIWEISS	FETTE	SALZ	EISEN	VITAMIN B6	BRENN-WERT
Pancetta Piacentina g. U.	14,5 g	51,1 g	3,5 g	0,51 mg	0,07 mg	521 Kcal
Coppa Piacentina g. U.	28,6 g	36,4 g	4,3 g	1,84 mg	0,14 mg	447 Kcal
Salame Piacentino g. U.	31,9 g	29,8 g	4 g	1,18 mg	0,11 mg	398 Kcal

Quelle: Forschungszentrum für Lebensmittel und Ernährung (CREA), 2017.

?

WORAUS WIRD DIE PANCETTA PIACENTINA HERGESTELLT?

- ◯ Aus dem Bauchteil des Schweines
- ◯ Aus den Muskeln des Schweinehalses
- ◯ Aus den Rippen des Schweines

Dafür stehen die EU-Siegel

Ob Schwarzwälder Schinken g. g. A., Asiago-Käse D. O. P. oder das Trio aus Piacenza D. O. P. – Europa bietet eine Vielzahl bekannter und beliebter landestypischer Spezialitäten. Die g. U.- und g. g. A.-Produkte stehen für die hervorragende Qualität der europäischen Herstellung von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln. Sie alle sind das Ergebnis eines einzigartigen Zusammenspiels natürlicher und menschlicher Einflüsse, die typisch für ein bestimmtes Gebiet sind.

Strenge Vorschriften

Aus diesem Grund legt die Europäische Union seit 1992 strenge Vorschriften für ihren Schutz fest, indem sie geeignete Qualitätskriterien vorsieht, um die Glaubwürdigkeit den Konsumenten gegenüber zu schützen. Sie gibt den Herstellern konkrete Mittel an die Hand, damit diese die Produkte mit spezifischen Merkmalen besser ermitteln und vermarkten können. Außerdem sollen sie vor unlauteren Geschäftspraktiken geschützt werden.

Durch die Gütezeichen (siehe Kasten) soll die Vielfalt der landwirtschaftlichen Produktion gefördert, Produktbezeichnungen gegen Missbrauch und Nachahmung geschützt und die Verbraucher über die besonderen Merkmale der Erzeugnisse informiert werden.

Um diese Symbole tragen zu dürfen, müssen Lebensmittel ein präzises und strenges Anerkennungsverfahren durchlaufen, zunächst auf nationaler und dann auf europäischer Ebene. Bevor sie auf den Markt kommen, müssen sie sich strengen Kontrollen durch Zertifizierungsstellen unterziehen. Für die Kontrolle der Einhaltung der Vorgaben der Verordnung (EU) 1151/2012 ist in Italien das Ministerium für Landwirtschaft, Ernährung, Forstwirtschaft und Tourismus zuständig.

Die Überprüfung der Einhaltung der Spezifikation erfolgt vor dem Inverkehrbringen des Produkts und umfasst Kontrollen auf allen Stufen der Produktionskette, von der Aufzucht bis zur Etikettierung. Die Salumi Piacentini werden seit 1998 von einer Zertifizierungsstelle für Agrar- und Lebensmittelprodukte kontrolliert und zertifiziert, die mit einer speziellen ministeriellen Genehmigung arbeitet.

Seit 1. März 2021 müssen auch an den Frischetheken im Einzelhandel die nicht vorverpackten Erzeugnisse wie aufgeschnittene Fleisch-, Wurst- und Käsewaren auf den Preisschildern mit den einschlägigen Unionszeichen gekennzeichnet werden.

!

WORAUS WIRD DIE PANCETTA PIACENTINA HERGESTELLT?

✔ Aus dem Bauchteil des Schweines

EU-Gütesiegel

Geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.): Das EU-weit einheitliche Kennzeichen geschützte Ursprungsbezeichnung (DOP auf Italienisch) steht für die Herkunft eines Lebensmittels und besagt, dass Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung eines Produkts in einem bestimmten geografischen Gebiet nach einem anerkannten und festgelegten Verfahren erfolgen. Sämtliche Produktionsschritte müssen in der betreffenden Region stattfinden.

Unter einer „Ursprungsbezeichnung" versteht man den Namen, der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendet wird,

- dessen Ursprung in einem bestimmten Ort oder einer bestimmten Gegend liegt,
- dessen Produktionsschritte alle in dem abgegrenzten Gebiet erfolgen und
- das seine Güte oder Eigenschaften überwiegend oder ausschließlich diesem Gebiet verdankt.

Die Umgebungsbedingungen umfassen sowohl natürliche (Klima, Umgebungsmerkmale) als auch menschliche Einflüsse, die im Laufe der Zeit entwickelte Agrartechniken enthalten. Der Zusammenhang zwischen diesen zwei Faktoren gewährt ein unnachahmliches Produkt aus einem bestimmten Produktionsgebiet. Die DOP-Hersteller unterliegen den strengen Vorschriften der Produktionsspezifikation.

Geschützte geografische Angabe (g. g. A.): Bestimmte geografische Namen sind als EU-rechtlich anerkannte „geschützte geografische Angabe" (g. g. A. – IGP auf Italienisch) bestimmten Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln vorbehalten. Dabei handelt es sich um Erzeugnisse, die in einem genau abgegrenzten Gebiet und nach einem bestimmten Herstellungsverfahren produziert werden und aufgrund ihrer Herkunft besondere Eigenschaften und Qualitäten aufweisen. Gebiet und Herstellungsverfahren sind in einer „Produktspezifikation" festgelegt. Mindestens eine der Herstellungsstufen (Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung) muss bei g. g. A.-Produkten im genannten Gebiet erfolgen.

Unter einer „geografischen Angabe" versteht man den Namen, der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendet wird,

- dessen Ursprung in einem bestimmten Ort oder einer bestimmten Gegend liegt,
- bei dem wenigstens einer der Produktionsschritte in dem abgegrenzten Gebiet erfolgt und
- dessen Qualität, Ansehen oder eine andere Eigenschaft wesentlich auf diesen Ursprung zurückzuführen ist.

Bei der geografischen Angabe reicht es daher etwa aus, dass das Erzeugnis in dem Gebiet nur verarbeitet worden ist, das Grunderzeugnis aber aus einem anderen Gebiet stammt.

Garantiert traditionelle Spezialität (g. t. S.): Das Gütezeichen „g. t. S." bezieht sich nicht auf einen geografischen Ursprung, sondern hebt die traditionelle Zusammensetzung des Produkts oder ein traditionelles Herstellungs- und/oder Verarbeitungsverfahren hervor. Der Produktionsprozess ist an kein Gebiet gebunden.

Quelle: Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. November 2012.

?

WELCHES SIEGEL ENTSPRICHT IN DEUTSCHLAND DEM ITALIENISCHEN D.O.P.-ZEICHEN?

- ◯ Geschützte geografische Angabe (g.g.A.)
- ◯ Garantiert traditionelle Spezialität (g.t.S.)
- ◯ Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.)

Beim Schmecken lernt man

Viele Kunden entscheiden über ihren Einkauf spontan an der Wursttheke. Aktive Beratung, kleine Aktionen, Rezepttipps zum Mitnehmen oder auch ein Plattenservice stärken die Kundenbindung und den Absatz. Fast alle Kunden schätzen eine Anregung im richtigen Moment – sei es eine Kostprobe mit kurzer Information zum Produkt oder die Frage nach den persönlichen Salamivorlieben; insbesondere wenn die Produkte aus dem beliebten Urlaubsland Italien stammen.

Auch bei Spezialitäten gilt: Probierhappen machen Appetit, sorgen für Einkaufserlebnis und animieren Ihre Kunden zum Kauf. Kleine Scheiben zum Beispiel auf einem schönen Brett mit Spießchen anbieten. Dafür

Attraktiv aufgeschnittene Proben ziehen die Konsumenten an.

!

WELCHES SIEGEL ENTSPRICHT IN DEUTSCHLAND DEM ITALIENISCHEN D.O.P.-ZEICHEN?

✔ Geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.)

sorgen, dass das Angebot nie „abgegrast“ wirkt. Einen Aufsteller mit Informationen zum Produkt daneben platzieren.

Bieten Sie die Wurstwaren nicht „wahllos“ an, sondern stellen Sie bestimmte Regionen vor – etwa die g.U.-Sorten aus der Provinz Piacenza. Lassen Sie Ihre Kunden mit einem Stimmzettel über deren Favoriten abstimmen. Den Gewinner präsentieren Sie anschließend als „Wurst der Woche“. Auch die Verteilung von Broschüren mit Infos zu den Produkten und Rezepten wird von den Konsumenten gewünscht. Auf Anfrage kann das Konsortium zum Schutz der Salumi Piacentini g. U. Informationsmaterial auf Deutsch liefern.

Wissen als Verkaufshilfe

Wissen über die einzelnen Sorten ist natürlich eine gute Verkaufshilfe. Turnusmäßige interne und externe Schulungen sollten die Regel sein. Dazu zählen unter anderem Kurse der Industrie sowie von Bildungszentren. Warenbezogene Seminare, zum Beispiel „Nationale und internationale Spezialitäten“, „Schnitttechniken“, „Neuheiten“, „HACCP“, „Verkaufsförderung“ etc. sollten für Thekenfachkräfte zum regelmäßigen Schulungsangebot gehören.

Thekentipps

- Kontrollieren Sie bei allen Produkten regelmäßig die Mindesthaltbarkeitsdaten.
- Erstellen Sie Checklisten mit den täglichen Arbeiten. So haben Sie alle Aufgaben unter Kontrolle.
- Ab der Wochenmitte und im Vorfeld von Fest- und Feiertagen sollten Sie Ihre Lagermenge erhöhen.
- Schaffen Sie Ordnung für eine leichte Orientierung, sowohl für den Kunden als auch für das Thekenpersonal. Auf den Arbeitsflächen sollten nach Möglichkeit nur die gerade angebotenen Wurstwaren und das entsprechende Werkzeug liegen.
- Eine saubere, gut sortierte Theke vermittelt Vertrauen. Ordnung und Hygiene am Arbeitsplatz – auch im rückwärtigen Bereich – sind oberste Pflicht.
- Randstücke und Reste aus optischen Gründen frühzeitig aus der Theke aussortieren.
- Beachten Sie alle Vorgaben zur Auszeichnung der Ware mit Herkunftsangaben und Preisen.
- Erheben Sie anhand von Fragebögen oder persönlichen Befragungen regelmäßig die Kundenzufriedenheit. Greifen Sie Verbesserungsvorschläge auf.

?

WAS SCHÄTZEN KUNDEN BEIM WURSTEINKAUF BESONDERS?

- ◯ Kostproben
- ◯ Rezepttipps
- ◯ Plattenservice

Qualität am POS in Szene setzen

Für den Verkaufserfolg gilt es, die Produktvielfalt und das Qualitätsversprechen durch die EU-Siegel am Point of Sale (POS) zu inszenieren. Am erfolgversprechendsten gelingt das als Aktion mit gut aufeinander abgestimmten Maßnahmen: Wurstwaren und Brot, Käse und Wein und so weiter – im Fachjargon spricht man von einer „Cross-Promotion“ (siehe Kasten).

Angesichts des vielfältigen Angebotes bietet sich etwa ein Länderthemenschwerpunkt Italien im Markt an, oder die Provinz Piacenza kann vorgestellt werden. Stellen Sie dabei an jedem Wochentag ein anderes Produkt in den Blickpunkt, bieten Sie Verkostungen an und präsentieren Sie Inspirationen für Verzehranlässe sowie die passenden Verbund- und Zweitplatzierungen.

Im Heimatland Italien werden die Spezialitäten aus Piacenza in einer eigenen Theke angeboten.

!

WAS SCHÄTZEN KUNDEN BEIM WURSTEINKAUF BESONDERS?

- Kostproben
- Rezepttipps
- Plattenservice

Gewinnspiele ausloben

Dabei sollten Sie nicht allein die Ware ins Rampenlicht stellen, sondern auch mit dem guten Ruf der EU-geschützten Produkte und der Bekanntheit der Urlaubsregion werben. So bieten sich zur Aktionswoche, die nachweislich den Absatz der promoteten Produkte steigert, insbesondere Gewinnspiele an: Wird etwa eine Reise an den Herkunftsort der beworbenen Produkte verlost, steigert dies das Einkaufserlebnis für die Kunden erheblich.

Ankündigung im Handzettel

Absolut zentral ist die Ankündigung der Promotionaktionen in den Handzetteln, auf der eigenen Internetseite oder anderen Kommunikationsmitteln. Das erhöht die Frequenz am Verkaufspunkt erheblich.

Die Wurstwaren aus Piacenza sind Produkte mit langer Tradition und vielen Geschichten rund um die einzelnen Sorten. Lassen Sie die Kunden an Ihrem Wissen teilhaben und zeigen Sie auf Bildern oder Bildschirmen an Waage und Kasse, woher die Erzeugnisse stammen. Gehen Sie bei der Produktauswahl auch auf die Ernährungstrends ein.

So gelingt die Cross-Promotion

Salami ist nicht gleich Salami. Der Verkauf von echten Spezialitäten ist daher kommunikationsintensiv. Immer mehr Konsumenten besitzen ein Basiswissen über Italiens Wurstvielfalt. Beratung durch geschultes Personal ist daher das A und O!

- Legen Sie Verkaufsziele fest und setzen Sie Werbemittel wie Handzettel und Plakate entsprechend ein.
- Sprechen Sie die geplanten Aktionen mit Ihren Lieferanten ab und ordern Sie ausreichend Ware.
- Wählen Sie unter Berücksichtigung des Kundenlaufs einen geeigneten Standort im Markt.
- Bauen Sie einen Verkostungstisch möglichst in der Nähe der Stammplatzierung auf, damit die Kunden die Ware später auch leicht wiederfinden.
- Planen Sie ausreichend Platz ein und stellen Sie eine rechteckige Aktionsfläche auf.
- Nutzen Sie Zweitplatzierungsdisplays, um Impulskäufe auszulösen. Machen Sie Kunden mit Regalstoppern und Deckenhängern darauf aufmerksam.
- Bieten Sie Broschüren oder Flyer mit Rezepten an.
- Verkostungen sind besonders wichtig und gehören selbstverständlich zur Aktion.
- Steigern Sie mit Gewinnspielen oder Informationen über die Herkunft der Produkte das Einkaufserlebnis für Ihre Kunden.

?

WAS VERSTEHT MAN UNTER EINER „CROSS-PROMOTION"?

- ◯ Aktion mit aufeinander abgestimmten Maßnahmen
- ◯ Aktion mit mehreren Produkten
- ◯ Aktion mit gleichen Produkten in der Theke und im SB-Regal

Die richtige Lagerung

In den meisten Fällen sind falsche Lagerung und unzureichend klimatisierte Vorratskammern der Grund für schnell verderbende Rohwurst- und Schinkenwaren. Das beginnt bereits damit, dass nach der Lieferung die Verpackungen ungeöffnet bleiben und zum Teil sogar übereinandergestapelt lagern.

Kühltechnik machts möglich

Ohne die Kühl- und Klimatechnik heutiger Tage wurden früher die sehr festen Dauerwürste im Winter hergestellt, vollständig ausgereift und dann im Sommer verkauft.

Zu dieser Jahreszeit gab es Frischwurst nur begrenzt, eine gekühlte Aufbewahrung in Haushalten oder im Handel war sehr selten möglich.

Mit dem Aufkommen von Kühl- und Klimatechnik ließ sich Rohwurst Ende des 19. Jahrhunderts ganzjährig wirtschaftlich produzieren. Schon bald entdeckten Feinschmecker die harte Dauerwurst für sich.

Salami wird häufig auch als Dauerwurst bezeichnet.

Rohwurst, Schinken und Speck sind kein lebloses Nahrungsmittel, sondern benötigen produktgerechtes Klima, um Optik, Aroma und Geschmack zu bewahren. Da die Ware schon auf dem Transport unterschiedlichen Temperaturzuständen oder gar Feuchtigkeit ausgesetzt ist, stellen die im Folgenden genannten Maßnahmen ein Mindestmaß an Anforderungen dar, um die Haltbarkeit zu garantieren:

- Nach Wareneingang und zur Verkaufsvorbereitung sind die Erzeugnisse sofort aus dem Aromaschutz zu entnehmen und auszupacken, damit die Ware wieder atmen kann.
- Die Produkte dürfen sich nicht berühren und auf keinen Fall liegend lagern. Es empfiehlt sich, die Ware – wie während der Reifung – hängend zu lagern.
- Fertige, schnittfeste Rohwurst muss bei etwa 7 bis 15 Grad Celsius sowie 70 bis 75 Prozent relativer Luftfeuchte lichtgeschützt und luftig hängen.
- Zugluft vermeiden.
- Wenn beschlagen, dann zum Beispiel mit zweiprozentiger Salzwasserlösung abwaschen und trocknen.
- Fühlt sich Rohwurst weich an, gibt kurzes Auftrocknen dem Darm die Spannung zurück, die Wurst fühlt sich wieder wesentlich fester an.

!

WAS VERSTEHT MAN UNTER EINER „CROSS-PROMOTION“?

- ✔ Aktion mit aufeinander abgestimmten Maßnahmen
- ✔ Aktion mit mehreren Produkten

Die Reifung der Wurstwarenspezialitäten erfolgt hängend.

?

WIE SOLLTEN DIE WURSTSPEZIALITÄTEN GELAGERT WERDEN?

- ◯ In der Aromaschutzverpackung
- ◯ Wie während der Reifung hängend
- ◯ In der Verpackung übereinandergestapelt

Vielfältige Aufgaben

Das Konsortium zum Schutz der Salumi Piacentini g. U., das 2007 gegründet und am 15. Februar 2008 vom italienischen Ministerium für Landwirtschafts-, Ernährungs- und Forstpolitik anerkannt wurde, hat seine Tätigkeit im Bereich der Förderung am 1. Januar 2009 aufgenommen und damit die bis dahin von dem 1971 gegründeten freiwilligen Konsortium „Consorzio Salumi Tipici Piacentini" ausgeübte Tätigkeit ersetzt.

Das Hauptziel des Konsortiums ist der Schutz, die Förderung, die Aufwertung und die allgemeine Pflege der Interessen im Zusammenhang mit Coppa Piacentina g. U., Pancetta Piacentina g. U. und Salame Piacentino g. U., die 1996 als g. U.-Produkte anerkannt wurden, nur vier Jahre nach der Veröffentlichung des ersten regulativen Dokuments zu diesem Thema: der Verordnung (EG) 2081 von 1992.

Das Konsortium hat die Aufgabe, die Produktionsregeln zu schützen und sicherzustellen, dass niemand die Bezeichnungen missbräuchlich verwendet. Es unterstützt daher die Hersteller bei der Erstellung und Organisation des Dokumentationswesens, das notwendig ist, um die Einhaltung der Bestimmungen der Produktionsspezifikationen nachzuweisen und damit die Zertifizierung zu erreichen. Das Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini ist das einzige in Europa, das drei g. U.-Wurstwaren gleichzeitig fördert. Aktivitäten sind unter anderem:

- Teilnahme an internationalen Lebensmittelmessen.
- Organisation von Konferenzen.
- Präsenz auf nationalen Medienkanälen.
- Schulungen für Verbraucher, für Schüler in Berufsschulen des Sektors und für Grundschulen.
- Organisation von Kursen für den Verkauf und die Promotion von Feinkostprodukten.
- Schulung von Gruppen von Richtern zur Durchführung von sensorischen Tests.

!

WIE SOLLTEN DIE WURSTSPEZIALITÄTEN GELAGERT WERDEN?

✔ Wie während der Reifung hängend

Spezialitäten aus Piacenza Abschlusstest 1

IN WELCHEM LAND GIBT ES DIE MEISTEN LEBENSMITTELPRODUKTE MIT EU-HERKUNFTSBEZEICHNUNG?

- ◯ *Spanien*
- ◯ *Deutschland*
- ◯ *Italien*

VON WELCHER WURSTWARENSPEZIALITÄT AUS PIACENZA WERDEN AM MEISTEN STÜCK PRODUZIERT?

- ◯ *Salame*
- ◯ *Coppa*
- ◯ *Pancetta*

WO LIEGT DIE PROVINZ PIACENZA?

- ◯ *In Süditalien*
- ◯ *In Norditalien in der Nähe von Mailand*
- ◯ *Auf der Insel Sizilien*

WAS GILT NEBEN MORTADELLA ALS GRÖSSTER WURSTEXPORTSCHLAGER ITALIENS?

- ◯ *Leberwurst*
- ◯ *Fleischwurst*
- ◯ *Salami*

MIT WELCHEN ZUTATEN WIRD DIE SALAME PIACENTINO HERGESTELLT?

- ◯ *Pfeffer, Paprika, Petersilie*
- ◯ *Salz, Gewürze, Knoblauch, Wein*
- ◯ *Mehl, Zucker, Eier*

WORIN WIRD DIE COPPA PIACENTINA EINGEHÜLLT?

- ◯ *Natürliche Schweinepelle*
- ◯ *Natürlicher Kalbsdarm*
- ◯ *Kunstdarm*

Zum Feststellen der richtigen Lösung diese Randlasche nach innen umklappen!

Spezialitäten aus Piacenza Abschlusstest 2

WELCHE AUSSAGE TRIFFT AUF DAS EU-SIEGEL „GESCHÜTZTE URSPRUNGSBEZEICHNUNG“ ZU?

- ○ *Das Zeichen steht für die Herkunft eines Lebensmittels*
- ○ *Das Zeichen hebt nur die traditionelle Zusammensetzung des Produktes hervor*
- ○ *Sämtliche Produktionsschritte müssen in der entsprechenden Region erfolgen*

WELCHE REGELUNG GILT AN FRISCHTHEKEN?

- ○ *Auch nicht vorverpackte Erzeugnisse müssen mit den EU-Gütesiegeln gekennzeichnet werden*
- ○ *Nicht vorverpackte Ware muss generell nicht mit den EU-Gütesiegeln gekennzeichnet werden*
- ○ *Produkte mit EU-Gütesiegeln dürfen an den Frischetheken nicht verkauft werden*

WAS MUSS AN DER FRISCHETHEKE BESONDERS BEACHTET WERDEN?

- ○ *Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) aller Produkte regelmäßig prüfen*
- ○ *Ab der Wochenmitte und im Vorfeld von Feiertagen die Lagermenge erhöhen*
- ○ *Vorgaben zur Auszeichnung der Ware mit Herkunftsangaben und Preisen umsetzen*

WIE KÖNNEN WURSTSPEZIALITÄTEN AM BESTEN IN SZENE GESETZT WERDEN?

- ○ *Möglichst viele Produkte aus unterschiedlichen Regionen präsentieren*
- ○ *Bestimmte Regionen und ihre Erzeugnisse mithilfe von Informationsmaterial vorstellen*
- ○ *Immer nur die wichtigsten Umsatzbringer bewerben*

WIE WIRD EINE CROSS-PROMOTION ERFOLGREICH UMGESETZT?

- ○ *Ausreichend Ware ordern*
- ○ *Geeigneten Standort im Markt auswählen*
- ○ *Verkostungen, Broschüren und Flyer anbieten*

WAS FÖRDERT DAS INTERESSE DER KUNDEN UND DEN ABVERKAUF DER WARE ZUSÄTZLICH?

- ○ *Gewinnspiele, etwa eine Reise in den Herkunftsort der beworbenen Produkte*
- ○ *Ankündigung der Promotionaktion im Handzettel*
- ○ *Beworbene Ware im Lager aufbewahren*

Zum Feststellen der richtigen Lösung diese Randlasche nach innen umklappen!

Noch mehr Warenwissen …

… gibt es unter www.mediadidact.de. Dort finden sich:

- Die kompletten Markenlehrbrief-Boxen,
- interessante Fachbücher und Nachschlagewerke,
- nützliche Basis- und Prüfungstrainer sowie
- die Zugänge zu allen verfügbaren E-Learning-Angeboten.

Die digitalen Lernportale ergänzen auf ideale Weise das in den Markenlehrbriefen erworbene Fachwissen.

Also: Klicken Sie gleich mal rein auf www.mediadidact.de!

mediadidact: ist der Spezialist für Aus- und Weiterbildungsthemen innerhalb der dfv Mediengruppe.