

# Antipasti - Vom Feinkostladen in den Discounter

## Antipasti - Vom Feinkostladen in den Discounter

01.04.2014



Gefüllte Antipasti gehören zu den beliebtesten Sorten

**Heute sind sie trendige Feinkost - früher waren sie einfach nur haltbar gemachte Lebensmittel, die es im Sommer im Übermaß gab. Die Erfolgsstory der Antipasti ist ziemlich beeindruckend. Ob es da gelegen kommt, dass sie nun auch in immer mehr Discountern zu günstigen Preisen angeboten werden, wird sich zeigen.**

Antipasti sind kleine italienische Gerichte als Vorspeise für ein mehrgängiges Menü. Dazu gehören nicht nur getrocknetes oder eingelegtes Gemüse wie Auberginen oder Paprika, sondern auch Speisen wie getrockneter Rinderschinken, Carpaccio, Caprese (Mozzarella mit Tomaten) oder Bruschetta (Brotcheiben mit gewürfelten Tomaten). Lecker wird es auch bei eingelegten Fischen und Meeresfrüchten. Und das sind nur einige der italienischen Spezialitäten.

Ursprünglich sind Antipasti entstanden, weil überschüssige Waren haltbar gemacht werden mussten durch Einlegen in Öl, durch Trocknen oder Räuchern. Mit der wachsenden Zahl an italienischen Restaurants breiteten sie sich auch hierzulande aus. Und gerade die Feinkostläden waren ein Fundort der kleinen Leckereien. Derzeit findet man die Speisen meistens in den Bedientheken des Lebensmitteleinzelhandels. "Die Bedientheken sind meiner

Meinung nach der beste Ort für Antipasti, weil der Kunde dort genau die Menge zusammenstellen lassen kann, die er braucht", sagt Wolf-Dieter Harrer, Käse-Sachverständiger und Inhaber des Frischdienstes Fritz Harrer.

Das hat durchaus seinen Preis. "Zum einen sind einige Antipasti natürlich von Hand gefüllt - wie Peperoni oder Kirschtomaten. Zum anderen denkt der Kunde auch manchmal: Was nichts kostet, ist auch nichts. Und tatsächlich zuckt er zwar kurz, wenn er sich einige Antipasti ausgesucht hat und den Preis hört, denkt aber: Ich gönne mir ja sonst nichts. Für ihn sind Antipasti etwas Außergewöhnliches", erklärt Harrer.

Neben der sehr individuellen und auch kostenintensiveren Verkaufsvariante habe aber auch das wachsende Angebot in den Selbstbedienungstheken seine Berechtigung. "Denn die Supermärkte übernehmen immer mehr die Felder, die derzeit schrumpfen, wie beispielsweise die Feinkostläden", bemerkt Harrer. Außerdem seien die Antipasti dort halt erschwinglicher.

### **Discounterware vs. Feinkostqualität**

Noch günstiger geht es neuerdings in den Discountern zu, die nun auch Vorspeisen zu sehr günstigen Preisen anbieten. Doch nicht alle Feinkosthändler sehen das als direkte Konkurrenz für die Qualitätsmarken. Wenn auch in den Anfängen Skepsis herrschte, dass dort die Waren so günstig angeboten werden, sieht der ein oder andere es positiv. Denn wenn der Kunde erst einmal auf den Geschmack von Antipasti gekommen ist, probiert er mit Sicherheit auch einmal die Feinkostprodukte.

Neben dem bisherigen Kostenfaktor, der vielleicht abschreckend auf ein breites Publikum wirken konnte, trauen sich erstaunlich viele Kunden nicht an mediterranen Speisen heran, die sie noch nicht kennen. Wolf-Dieter Harrer kennt den Effekt von 'Was der Bauer nicht kennt, das isst er nicht'. "Tatsächlich essen beispielsweise 80 Prozent der Deutschen keine Oliven, weil ihnen irgendwann mal jemand gesagt hat, dass diese nicht schmecken. Ich muss den Kunden schon einen Anstoß geben, damit sie die Produkte probieren, Verwendungstipps geben, die ich neben die Waren lege. Wenn der Kunde weiß, was er mit den Speisen noch alles machen kann und womit er sie kombinieren kann, ist das schon eine große Hilfe."

Metin Albayrak, Vertriebsleiter der MATISS Feinkost GmbH bringt skeptische Einkäufer mit einem einfachen Trick auf den Geschmack: "Der ein oder andere Kunde steht neuen Produkten skeptisch gegenüber. Dann öffne ich einfach eine der Schalen, lasse ihn probieren und siehe da, er sagt: Das schmeckt ja wirklich gut."

Natascha Mörs; m-food