

"Oftmals wissen die Kunden nicht, was sie mit Antipasti machen können"



"Oftmals wissen die Kunden nicht, was sie mit Antipasti machen können"



01.04.2014 Lebensmittel-Experte Wolf-Dieter Harrer gibt Tipps

Antipasti sind in aller Munde - und dennoch für viele Verkäufer und Kunden ein Buch mit sieben Siegeln. Doch einer kann Abhilfe schaffen: Wolf-Dieter Harrer. Er betreibt einen Frischdienst, den sein Ur-Ur-Ur-Großvater im Jahre 1875 gegründet hat. Zudem ist er Sachverständiger in Sachen Käse. Sein Wissen gibt der "Maitre de Taste Fromage" gerne an Fachverkäufer weiter. Einige seiner Tipps verrät er auch uns: Wie präsentiere ich die Vorspeisen, wie halte ich sie frisch und am wichtigsten: Wie überzeuge ich skeptische Kunden vom

unbekannten Geschmackserlebnis?

Herr Harrer, Antipasti gelten heute als schicke Vorspeisen. Doch die Anfänge sahen viel pragmatischer aus.

Entstanden sind die Vorspeisen, weil man früher in südlichen Bereichen zu gewissen Zeiten Warenüberfluss hatte. Man musste die Waren haltbar machen, damit sie nicht verderben. Kühlschränke gab es noch nicht also griff man zu anderen Methoden. So wurden beispielsweise Schinken und Fleisch getrocknet oder geräuchert. Andere Waren wurden gebraten und dann in Öl, Salzlake oder Essigsud eingelegt. Gerade Olivenöl ist in Italien im Übermaß vorhanden. Durch das Einlegen werden Sauerstoff und Bakterien ausgeschlossen, die die [Lebensmittel](#) zersetzen. Mit den Antipasti begann einfach gesagt die Vorratshaltung.

Warum sind Antipasti bei uns heutzutage so angesagt?

Weil mediterranes Essen allgemein so angesagt ist. Man erzählt uns, dass mediterrane Kost leicht und gesund ist. Wir bringen sie uns aus dem Urlaub mit und verbinden sie mit etwas Schönerem. Der Trend begann, als viele Italiener in ihren Restaurants [hier](#) ihre landestypischen Vorspeisen anboten. Gut geführte Gaststätten bieten in einer Kühltheke im Eingangsbereich verschiedene Antipasti an, aus denen die Gäste [wählen](#) können.

In welchen Verkaufsbereichen sind die Vorspeisen außerdem erhältlich?

Zumeist in den Bedientheken der Salat- oder Käsebereiche. In gut geführten Supermärkten findet man sie heute auch als SB-Ware. Das hat für den Kunden den Vorteil, dass die Waren hier günstiger sind. Allerdings kann er hier die Menge nicht selbst bestimmen. Deshalb halte ich die Bedientheke für den besseren Bereich für Antipasti.

Warum bieten Sie Schulungen für Verkäufer an?

Mit unserem Frischedienst beliefern wir unter anderem Fachgeschäfte. Die Schulungen haben wir ins Leben gerufen, weil ich erkannt habe, dass viele Verkäufer als Antwort auf die Frage "Wie schmeckt denn das?" lediglich antworteten: "gut". So kann ich natürlich nichts verkaufen. Das Wissen, wie ich mit Waren umgehen muss und wie ich ihre Vorzüge beschreiben kann, ist relativ gering. Das wollen wir verbessern.



Heute sind sie hippe Vorspeisen - früher waren Antipasti einfach haltbar gemachte [Lebensmittel](#).

Welche Tipps können Sie in Sachen Präsentation geben?

Wichtig beim [Anbieten](#) in der Theke ist, dass immer mehrere Antipasti beieinander zu finden sind. Mindestens fünf unterschiedliche Sorten sollten es sein. So kann sich der Kunde eine ganze Vorspeisenplatte zusammenstellen.

Ich empfehle immer, die Speisen nicht in den üblichen Feinkostsalatschüsseln, sondern in etwas flacheren Schalen [nebeneinander](#) anzurichten. In der Mitte empfehle ich einen Topbereich, mit beispielsweise der Pasta der Woche, zu präsentieren. Was ganz wichtig ist: das Produkt immer wieder in der Flüssigkeit wenden, sodass es nicht abgetrocknet aussieht! Die Ware soll den Kunden zeigen: Bedien dich, es ist noch genug da. Gleichzeitig soll er aber auch durch eine nicht zu akkurate Präsentation sehen: Hiervon hat schon jemand genommen, das möchte ich auch.

Wie [halte](#) ich die Ware am besten frisch?

Eigentlich halten sich die Waren unter Luftabschluss ewig. Kürzlich wurde in Griechenland eine Amphore gefunden. Darin waren Oliven, die 200 Jahre vor Christus in Öl eingelegt worden waren. Und sie waren noch genießbar!

Aber in Deutschland müssen wir uns an das Mindesthaltbarkeitsdatum halten. Deshalb empfehle ich immer, kleine Wareneinheiten zu bestellen. Das bedeutet: Lieber verschlossene Packungen im Vorratsbereich haben, um wieder neu und frisch nachfüllen zu können. Wenn die Speisen dann abends abgedeckt werden, sollte das - wenn möglich - mit festen Deckeln geschehen. Lege ich nämlich eine Frischhaltefolie auf die in Öl eingelegten Produkte, wird das Öl durch die Viskosität am Rand herunterlaufen.

80 Prozent der Deutschen essen keine Oliven, frei nach dem Motto "Was der [Bauer](#) nicht kennt, das isst er nicht." Wie überzeuge ich Kunden davon, auch einmal neue Speisen zu probieren?

Vorteilhaft kann in solchen Fällen eine verkaufsfördernde Aktion sein. Sie können beispielsweise einen Handzettel in die Nähe der Ware legen, auf dem steht, welche Antipasti wie verwendet werden können und mit welchen Speisen man sie kombinieren kann. Oftmals wissen die Kunden nicht, was sie überhaupt mit Antipasti machen können. Gebe ich ihnen Anregungen und Beispiele, probieren skeptische Kunden eher unbekannte Speisen.

Warum werte ich als Verkäufer meine Bedientheke mit Antipasti auf?

Ganz einfach: Weil es der Nachbar nicht hat und weil es ein Trendprodukt ist.

Wird dieser Trend anhalten?

Ich bin der Meinung, dass es so bleibt und sich auch noch verstärken wird. Denn der Kunde entscheidet heute nach [Vielfalt](#). Wenn ich diese anbiete, kommt der Kunde zu mir. Die Supermärkte versuchen auch das aufzufangen, was es immer weniger gibt: die Feinkostläden.

[Natascha](#) Mörs; m-food