

Molkereiprodukte

Käse gehört zu den wichtigsten Nahrungsmitteln, die Deutschland aus Italien importiert. In der Handelsbilanz kam diese Warengruppe 2012 auf einen Wert von 291 Mio. Euro und steht damit an siebter Stelle. Die Lieferungen nach Deutschland haben sich äußerst positiv entwickelt. Im Vergleich zu 2008 wurde ein fast 45 Prozent höherer Umsatz damit erzielt. Dominiert wird das Segment durch die Hartkäsesorten Grana Padano und Parmigiano Reggiano. Ebenfalls hohe Bedeutung haben Mozzarella sowie Gorgonzola, deren Mengen weiter zugelegt haben.

Konfektionieren nach Kundenwunsch

nt'Ilario d'Enza. „Parmesan ist noch immer ein großes Thema“, erklärt ans Gallorini, Verkaufsleiter der Dal-Alimentari Spa. Das vor 35 Jahren gegründete Unternehmen mit Sitz in nt'Ilario d'Enza ist zwar ebenfalls f den italienischen Hartkäse spezialisiert, doch steht hier weniger die Produktion der Laibe im Vordergrund. Stattdessen hat sich Dalter einen Namen als Konfektionierer gemacht, in dem Produkte individuell nach Kundenwunsch hergestellt werden. Das Sortiment umfasst zum einen eine Vielzahl von Zuschnitten wie Shavings und Filets, Flakes und Confetti, Nug-

Asiago soll bekannter werden

Informationskampagne in Deutschland zeigt positive Ergebnisse

Vicenza/Tezze sul Brenta. Die vor zwei Jahren gestartete Informationskampagne des Consorzio Asiago scheint zu wirken. Für das vergangene Jahr wird allein in Deutschland ein Plus von 15 Prozent gemeldet.

Obwohl Asiago in Italien zu den Hauptkäsesorten zählt und bereits 1978 als DOP-Produkt anerkannt wurde, ist er in Deutschland noch relativ unbekannt. Das will das Consorzio Tutela Formaggio Asiago mit Sitz im norditalienischen

Vicenza ändern und fährt seit gut zwei Jahren eine Kampagne, die sich zunächst nur an Fachleute richtete, inzwischen aber auf Endverbraucher ausgedehnt wurde. In Zusammenarbeit mit der Sopexa als betreuender Agentur sind allein in diesem Jahr 530 Verkostungstage im deutschen Handel geplant. Hinzu kommen 400 Thekendisplays für je eine Woche, so dass sich daraus 2400 Aktionstage ergeben.

Nach Darstellung von Flavio Innocenzi, Direktor des Consorzio, sei es bereits im vergangenen Jahr gelungen, den Export um mehr als 15 Prozent zu

steigern, während der Absatz aller italienischer Käse im Ausland um 7 Prozent stieg. Im Zeitraum der letzten drei Jahre habe der Zuwachs von Asiago sogar bei fast 40 Prozent gelegen.

Typisches Beispiel für einen Produzenten von Asiago ist die Caseificio San Rocco, eine 1966 gegründete Genossenschaftsmolkerei in Tezze sul Brenta. Bei einer Milchverarbeitungsleistung von 36000 kg pro Tag besteuhe auch ausreichend Kapazität, um Kunden aus dem organisierten Einzelhandel zu bedienen, sagt Francesco Turco. Die An-

lieferung der 22 Mitglieder zählenden Genossenschaft, die sich in den Provinzen Vicenza, Padua und Treviso befinden, liegt bei 22 Mio. kg pro Jahr.

Aufgrund der geografischen Ausdehnung ist das Sortiment von San Rocco relativ breit und umfasst neben den DOP-Sorten Asiago Fresco und Grana Padano auch Caciotta und Stracchino. Hinzu kommen kleinere Mengen an Spezialitäten wie Rigatello sowie der von San Rocco entwickelte Collina Veneta. Dabei handelt es sich um einen dem Grana ähnlichen Hartkäse, der vor drei Jahren zum besten italienischen Käse gekürt wurde. Wie

Francesco Turco berichtet, kommt die Käserei auf eine Jahresproduktion von 45000 bis 50000 Laiben Asiago Fresco. Von Grana Padano werden pro Jahr rund 3000 Laibe hergestellt. Dabei legt Turco Wert darauf, dass die Käserei nach weitgehend traditionellen Methoden arbeitet und stärker auf die Erfahrung der Käsemeister baut als auf automatische Produktionssteuerung. Dazu gehöre auch eine längere Reifung, als vorgeschrieben. „Wir wollen den Käse zum Limit bringen“, erklärt Turco.

Die Kunden von San Rocco sind vor allem Einzelhändler in Italien. In Deutschland gibt es bislang nur eine Präsenz bei dem Lebensmittel-Marktplatz Delinero. Den Exportanteil beziffert Turco auf weniger als 5 Prozent. Mit der Umsetzung internationaler QS-Standards sowie der Möglichkeit zur Konfektionierung will das Unternehmen aber auch stärker Kunden aus dem organisierten LEH im Ausland gewinnen.

rb/lz 38-13



FOTO: RALF BENDER

Vorzeigebetrieb: Die Käserei San Rocco bei Vicenza.

Asiago

An der Südseite der Alpen, in der Region Venetien und der Provinz Vicenza, hat die Käserei eine über eintausend Jahre alte Tradition. Von hier stammt auch der nach der Hochebene von Asiago genannte Asiago-Käse. Statt der lange üblichen Schafsmilch wird seit dem 19. Jahrhundert aber Kuhmilch verwendet. Geändert hat sich auch die Reifedauer zu einer kürzeren Lagerung, wodurch der Käse einen frischeren Geschmack behält. Seit 1978 ist Asiago als DOP-Produkt geschützt; ein Jahr später erfolgte die Gründung eines Consorzio.

Deutlich schneller beim Kunden

Eigene Marke hat sich bewährt