

09.03.2011

## Herkunft, die man schmeckt

**Italienisches, genauer gesagt toskanisches Flair wehte am 24. Februar durch das Wiener Palais Ferstel. Organisiert von der Toscana Promozione und dem Italienischen Institut für Außenhandel ICE präsentierten 30 Lebensmittel- und Weinproduzenten im prunkvollen Ambiente den Einkäufern der österreichischen Handelsketten ihre Köstlichkeiten.**

### Bilder Galerie zum Klicken



Toskana - das klingt nach Sonne, Weinbergen, historischen Städten und last but not least nach kulinarischen Köstlichkeiten. Diese auch in anderen Ländern bekannt zu machen und zu verkaufen, ist das Ziel der Toscana Promozione, der Agentur zur Förderung der Lebensmittelproduzenten aus der Region Toskana.

Auf einer Mini-Europa-Tour, die in Kooperation mit dem Italienischen Institut für Außenhandel ICE organisiert wurde, besuchten rund 30 Erzeuger von toskanischen Spezialitäten und Weinen die Städte Brüssel, Köln und Wien, um ihre Produkte den Einkäufern der hiesigen Groß- und Einzelhandelsketten näher zu bringen. Am 24. Februar 2011 machte die Tour der Toscana Promozione Halt in Wien und lud zum Kennenlernen und Verkosten ins Palais Ferstel.

„Die Toscana Promozione wurde 2000 von der regionalen Regierung ins Leben gerufen, um den Betrieben in Sachen Export und Internationalisierung unterstützend zur Seite zu stehen“, erklärt Silvia Catani, Regional-Verantwortliche der Agentur. „In Kooperation mit dem Italienischen Institut für Außenhandel versuchen wir unsere toskanischen Betriebe und Produkte auch im Ausland bekannt zu machen. Vor allem in den deutschsprachigen Märkten und auch in Osteuropa stoßen Erzeugnisse aus der Region Toskana auf große Resonanz“, freut sie sich. „Die Events in Brüssel, Köln und jetzt auch in Wien konnten jeweils rund 100 Interessierte anlocken. Unsere Betriebe waren damit hochzufrieden. Vor allem die Qualität der Besucher war ausgezeichnet. Das Ziel ist, neue Kontakte auszubauen und bereits bestehende Kontakte zu vertiefen.“



## Aus Liebe zur Tradition

Neben der Herkunft aus der Region Toscana verbindet die Betriebe, die sich im prunkvollen Festsaal des Palais Ferstel präsentierten, außerdem die Liebe zu Qualität und Tradition. So werden von den Erzeugern alte, teilweise längst in Vergessenheit geratene Rezepte wieder zum Leben erweckt. Sei es die Soppresata des Herstellers Accademia del Gourmet, eine würzige Presswurst aus Schweinefleisch, oder die Mortadella aus Prato vom Familienbetrieb Mannori, die durch die Beigabe von Alkermes-Likör und Zimt einen ganz besonderen Geschmack entfaltet. Ebenfalls auf den Präsentationstischen der Wurst- und Fleischwarenproduzenten: Fenchelsalami, der italienische Rohschinken-Klassiker Prosciutto und das in der Toscana überaus beliebte Spanferkel. Auch die Produktlinien aus dem Fleisch der alten Schweinerasse „Cinta Senese“, vermarktet von Sapori della Valdichiana, bestand bis jetzt den Geschmackstest der kritischsten Feinschmecker.

Zu den traditionellen Produkten mit langer Historie zählt auch die Getreidesorte Emmer, auch Zweikorn genannt, die in der Toscana ihren zweiten Frühling erlebt. „Schon bei den alten Römern war das Zweikorn bekannt und sehr beliebt“, erklärt ein Vertreter des neu gegründeten Unternehmens Amici Mieì, das neben dem Urweizen auch noch Süßwaren aus Hefeteig und Kekse, Sorana-Bohnen, biologische Teigwaren und weitere Delikatessen im Sortiment hat. Was man aus Emmer alles machen kann, zeigt der landwirtschaftliche Betrieb Serrata Lunga, der das Getreide zu Fertigsuppen oder Emmer-„Risotto“-Mischungen verarbeitet. Weitere Highlights waren u. a. die Antipasti von Claudio Lombardi, die handgefertigten Backwaren von Amari in Carmignano, die Käsespezialitäten von Il Forteto sowie die Variationen aus getrocknetem Fisch von Typical Italian Fish Food.

## Ja, Ja der Chianti-Wein, da sagt uns keine nein...

So lautet der Text eines bekannten deutschen Schlagers aus den 40er Jahren. Nicht umsonst also wird der Klassiker unter den italienischen Rotweinen bereits seit Jahrhunderten in der Toscana produziert. Rund ein Drittel des dortigen Weinanbaugebiets wird diesem würzig-herben Rotwein gewidmet. Je nach Anbauzone finden sich die unterschiedliche Umgebung auch in den unterschiedlichen Geschmacksnuancen der einzelnen Weine wieder. Außerdem verwendet jeder Winzer sein eigenes spezielles Rezept für die Vinifizierung. Die Weinbauer von Le Fonti a San Giorgio setzen auf eine Mischung von 90 % Sangiovese- und 10 % Merlot-Trauben, während die Fattorie Parri aus der Provinz Florenz u. a. Traubengemische aus den Rebsorten



Sangiovese, Merlot und Cabernet bevorzugt. Wer jedoch denkt, die Toskana hätte an Weinen nur den Chianti zu bieten, der irrt: Auch ein Brunello di Montalcino oder ein Rosso di Montepulciano sowie diverse Rosé- und Weißweine vermittelten bei den Verkostungen italienische Lebenslust. Die Bandbreite des Sortiments reichte von leichten Landweinen mit der IGT-Auszeichnung bis hin zum 6 Jahre im Eichenfass gereiften Riserva mit der kontrollierten und garantierten Ursprungsbezeichnung DOCG. So war bei der Präsentation im Palais Ferstel für jeden Konsumentengeschmack etwas dabei.

Hand in Hand mit dem Weinanbau geht in Italien die Olivenöl-Produktion. So hatten fast alle Winzer auch erstklassige Olivenöl-Produkte auf ihren Präsentationstischen. Produzenten wie Fattoria Ramerino, Buccelletti Società Agricola, Tamburini Emanuela und Montechiaro präsentierten hochwertige extra native Olivenöle mit besonders niedrigem Säuregehalt. Wer in puncto Qualität völlig auf Nummer sicher gehen will, sollte Olivenöle mit der D.O.P.-Anerkennung, einer garantierten Herkunftsbezeichnung, kaufen. Anbau, Ernte und Pressung werden bei diesen Erzeugnissen nach strengsten Auflagen kontrolliert. D.O.P.-Öle sind extrem säurearm und bestechen durch einen besonders intensiven, nussigen Geschmack. Fast alle im Palais Ferstel vertretenen Olivenbauer bieten ihre Erzeugnisse in der D.O.P.-Qualität an.

#### mehr Links

► [TOSCANA PROMOZIONE \(09.03.2011\)](#)

#### Qualität statt Quantität

„Viele Produzenten bieten ihre Produkte nicht in hoher Quantität an, sondern konzentrieren sich lieber auf die Qualität der Lebensmittel“, betont Silvia Cantani. „Deshalb sind wir stolz auf die Erzeugnisse unserer Region und möchten diese auch in anderen Ländern bekannt machen.“ So sind viele der Produzenten mit der Toscana Promozione auch auf internationalen Messen wie der ProWein, der VinExpo und natürlich der Anuga auf einem Gemeinschaftsstand vertreten.

Der nächste große Auftritt wird auf der Tutto Food in Mailand vom 8. bis 11. Mai 2011 sein. Auf gleich zwei Ständen werden sich dort die Unternehmen mit ihren toskanischen Köstlichkeiten präsentieren.

Ausführliche Informationen zu allen Ausstellern finden Sie im Ausstellerkatalog:



► [Ausstellerkatalog \(PDF, 1 MB\)](#)