



Südtiroler Speck Konsortium

Tätigkeitsbericht 2023



Inhalt

VORWORT	5
PRODUKTION	6
ABSATZMÄRKTE UND VERTRIEBSKANÄLE	7
VERPACKUNGSTYPOLOGIEN	8
QUALITÄTSKONTROLLE	9
NACHHALTIGKEIT	10
MARKTÜBERWACHUNG	11
MARKENREGISTRIERUNG UND MARKENÜBERWACHUNG	13
KOMMUNIKATION UND MARKETING	14
Südtirol	15
Italien	27
Deutschland	32
Polen	34
EU-Projekt	35
Marktübergreifende Maßnahmen	36
Internationalisierung	41
SONSTIGE AKTIVITÄTEN	43
SpeckPost	43
Produktsponsorings	44
Zusammengesetzte Produkte	45
Mitgliederversammlung	45
Team Speckkonsortium	46
Mitgliederstand	46
UNSERE PRODUZENTEN	47

Herausgeber

Südtiroler Speck Konsortium
Lauben 71
39100 Bozen
www.speck.it

Redaktion

Sascha Grünfelder
Martin Knoll
Verena Rungger
Julia Watschinger, IDM Südtirol
Franz Mitterrutzner, FJM Consulting
Alessandra Zanovello, Alpeker

Fotos

Südtiroler Speck Konsortium, IDM Südtirol

Grafik

Friesenecker & Pancheri

Druck

Ferrari Auer, Bozen

Vorwort

Einer mehrjährigen Tradition folgend, übermitteln wir Ihnen anbei eine Übersicht der Tätigkeiten des Südtiroler Speck Konsortium im Jahr 2023. Die Kernthemen im Speck Konsortium blieben dabei unverändert: Wir versuchen die Qualität des Südtiroler Specks g.g.A. konstant zu verbessern, die Bekanntheit der Marke zu steigern und vor Missbrauch zu schützen.

Das Jahr 2023 war geprägt von der angespannten weltpolitischen Lage und damit verbundenen Unsicherheiten. Dies hatte Auswirkungen auf Handelsbeziehungen, Rohstoffpreise sowie Lieferketten der Hersteller. Des Weiteren stellt der Klimawandel die Welt vor große Herausforderungen, welche der Specksektor mit dem im abgelaufenen Jahr erarbeiteten Nachhaltigkeitskonzept angeht.

Zudem macht der hart umkämpfte Lebensmittelsektor es notwendig, die Nachfrage des Konsumenten nach Südtiroler Speck g.g.A. effizient und effektiv zu fördern, um die Marktanteile zu sichern. Im Zuge dessen wurde für den italienischen Markt eine Strategieüberarbeitung der letzten vier Jahre ausgespielten Radiokampagne „In realtà è Speck Alto Adige IGP“ vorgenommen, um für das Jahr 2024 eine neue Kampagne zur Förderung und Steigerung der Bekanntheit von Südtiroler Speck g.g.A. in Italien zu lancieren. Durch weitere Werbekampagnen wie „Südtiroler Art“ und „Weil ich Qualität will“, den Veranstaltungsformaten „Speck Aperitivo“, „Speck Safari“, „Specktag Naturns“, „Speckfest Kronplatz“ sowie dem EU-Projekt „Cheespe“ und gezielten Aktivitäten in Perspektivmärkten konnte dem Produkt sowohl auf dem lokalen Markt, wie auch auf dem europäischen Markt breite Sichtbarkeit gewährt werden.

Auch im Bereich der Qualitätskontrolle konnten wichtige Neuerungen auf den Weg gebracht werden. Das neue Zertifizierungportal der Kontrollstelle IFCQ Certificazioni, ausgearbeitet vom IT Dienstleister Beantech, wird die Qualitätskontrollen sowie die Rückverfolgbarkeit des Produktes optimieren und erleichtert jedem Produzenten die Dokumentation der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A.

Als Präsident des Speck Konsortiums und im Namen aller Hersteller möchte ich dieses Vorwort nutzen, um mich ganz herzlich bei Landeshauptmann Arno Kompatscher und Landesrat Philipp Achammer sowie allen Mitarbeitern der Autonomen Provinz Bozen für die enge Zusammenarbeit und tatkräftige Unterstützung zu bedanken. Ein herzliches Dankeschön gilt auch dem Vize-Präsidenten Günther Windegger und den Verwaltungsräten, dem Aufsichtsrat, den Mitgliedern der Arbeitsgruppen, dem Direktor des Konsortiums Martin Knoll sowie den MitarbeiterInnen Verena Rungger und Sascha Grünfelder. Zudem möchte ich mich bei allen Partnern bedanken, welche uns unterstützen. Ein besonderer Dank geht an alle Produzenten, die ständig daran arbeiten, die Qualität des Südtiroler Speck g.g.A. zu verbessern und dieses Produkt in ihrer Vermarktung fördern.



Paul Recla
Präsident Südtiroler Speck Konsortium

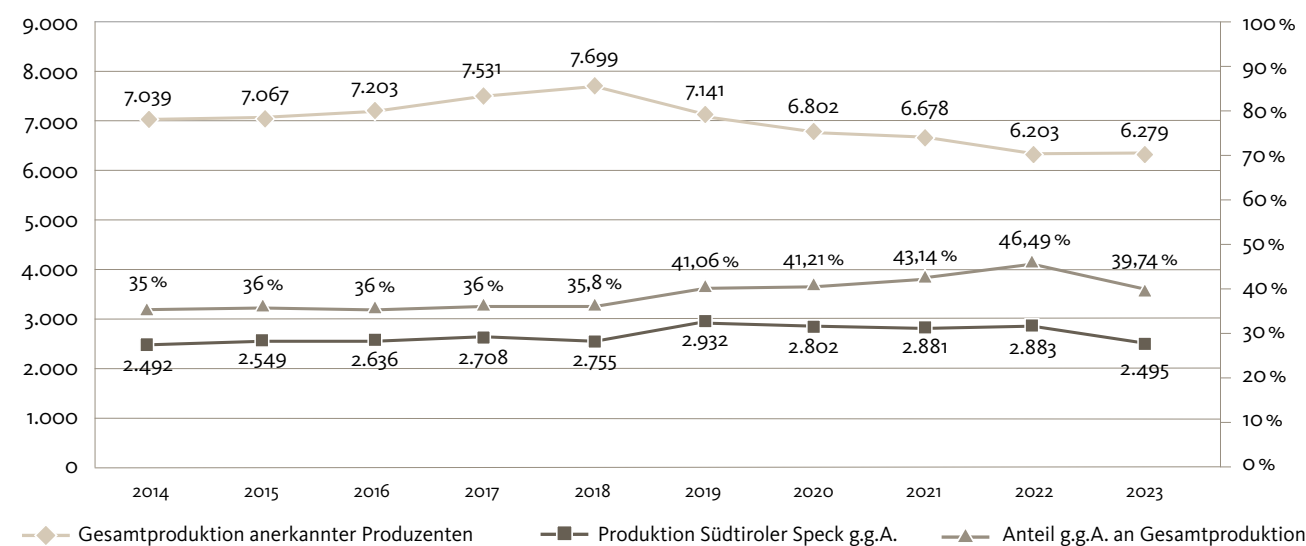


Produktion

Im Jahr 2023 wurden **2.495.561** Hammen mit dem Qualitätszeichen „Südtiroler Speck g.g.A“ ausgezeichnet. Dies entspricht 39,7 % der Gesamtproduktion, der vom Konsortium anerkannten Hersteller sowie einem Rückgang von -13,3 % an ausgezeichneten Hammen im Vergleich zum

Jahr 2022. Das positive Wachstum des g.g.A. – Anteils in den letzten Jahren, konnte in diesem Jahr nicht fortgesetzt werden und entspricht dem Produktionsniveau von vor knapp 10 Jahren.

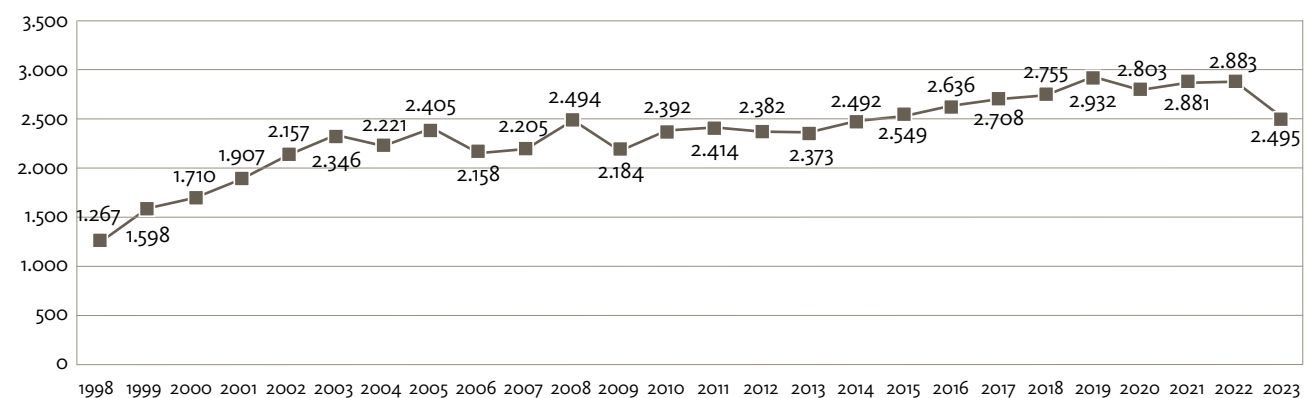
VERLAUF PRODUKTIONSZAHLEN



In den letzten Jahren ist die Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. kontinuierlich angestiegen. Nach dem deutlichen Anstieg in den Jahren 1998 bis 2003, kam es in den darauffolgenden 10 Jahren zu einer Stagnation. So ist die

Produktion von 2003 nahezu dieselbe wie jene aus dem Jahr 2013. In den letzten Jahren hingegen hatte sich wieder ein kontinuierlicher Aufwärtstrend erkennen lassen, der 2023 nicht fortgesetzt werden konnte.

PRODUKTION SÜDTIROLER SPECK g.g.A. - HISTORISCHER VERLAUF 1998–2023



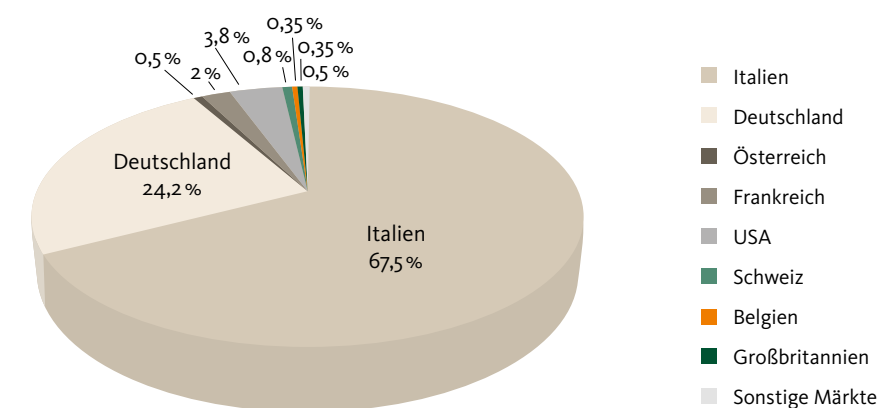
Absatzmärkte und Vertriebskanäle

67,5% der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. wird in Italien abgesetzt. Ein Großteil davon in Südtirol selbst und in den nördlichen Regionen, wobei in den letzten Jahren auch Mittel- und Süditalien vermehrt Südtiroler Speck nachgefragt hat. Der Südtiroler Speck ist jedoch auch über die Grenzen Italiens hinaus ein stark nachgefragtes Produkt. Mit einer Exportquote von 32,5 % ist Südtiroler Speck eines der meistexportierten Wurstwaren Italiens. Wichtigster Exportmarkt für den Südtiroler Speck bleibt weiterhin **Deutschland mit 24,2 %**. Weitere Exportmärkte sind die USA (3,8 %), bei denen die Beliebtheit von Südtiroler Speck in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen hat (Vergleich zum Vorjahr wieder um 1 % Punkt). Frankreich (2 %), Schweiz (0,8 %) Österreich (0,5 %), Belgien (0,35 %) und Großbritannien (0,35 %) sind weitere Exportmärkte. Die positive Entwicklung der Exportmärkte konnte nach der

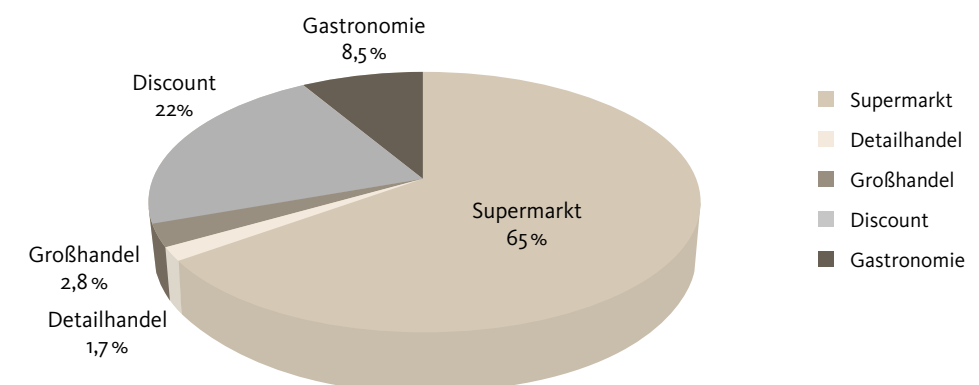
Pandemiejahre erfolgreich fortgesetzt werden und der Aufwärtstrend wurde bestätigt. In anderen Märkten wie Polen, Kanada, Spanien, Griechenland, Niederlande, Hong Kong sowie zwanzig weiteren Märkten werden etwa 0,5 % der Produktionsmenge exportiert.

In Italien werden 65% der Produktion über die Verkaufsschiene der Supermärkte vertrieben. Weitere Vertriebskanäle sind der Discount mit 22 %, der Detailhandel mit 1,7 %, der Großhandel mit 2,8 % sowie die Gastronomie mit 8,5 %. Betrachtet man Südtirol im Detail so ist der Detailhandel hier zu Lande besonders stark und rund 31% der verkauften Menge an Südtiroler Speck g.g.A. innerhalb der Provinz wird über den Detailhandel, 30,8 % über die Supermärkte und rund 27,5 % in die Gastronomie verkauft. Der Absatz in der Gastronomie in Südtirol hat im abgelaufenen Jahr das Vor-Covid19-Niveau übertroffen.

ABSATZMÄRKTE SÜDTIROLER SPECK g.g.A. 2023



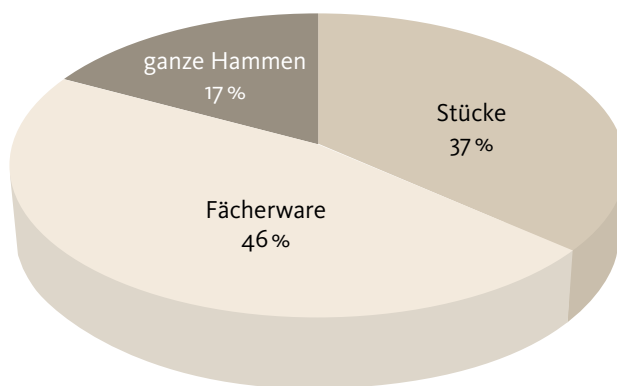
VERTRIEBSKANÄLE SÜDTIROLER SPECK g.g.A. IN ITALIEN 2023



Verpackungstypologien

Im Jahr 2023 wurden **43.005.317 Millionen Verpackungen vorgeschchnittene Speck** hergestellt. Dies entspricht einem Zuwachs von 2,64 % im Vergleich zum Vorjahr. Der Zuwachs ist vorrangig der weiterhin positiven Entwicklung der Fächerware zuzuschreiben. Währenddessen mussten die ganzen Hammen und Stückwaren einen Rückgang von - 17,6 % verzeichnen. Der vorgeschchnittene Speck entspricht somit nach wie vor am besten den Bedürfnissen der modernen Konsumenten, welche einen hohen Wert auf Bequemlichkeit legen. Hinzu kommt, dass die Haushalte immer kleiner werden und die Speckproduzenten im Bereich der Aufschnittmaschinen für die Fächerware weiter investiert haben. Wie in den letzten Jahren bleibt auch 2023 die 100-g-Packung, die am meisten produzierte, Verpackungstypologie. Rund 27,4 Millionen Verpackungen zu je 100g wurden produziert. Insgesamt wurden 46 % der gesamten produzierten Menge von Südtiroler Speck g.g.A. als Fächerware verkauft, was einen Zuwachs von zwei Prozent im Vergleich zum Jahr 2022 entspricht. Als ganze Hammen wurden im abgelaufenen Jahr etwas mehr als 400.000 Stück verkauft, was einem Anteil von 17% entspricht und somit einem Rückgang von -16 % im Vergleich zum Jahr 2022 entspricht. Die Anzahl der vakuumverpackten Stücke ist mit 37 % im Vergleich zum Vorjahr ebenso gesunken und registrierte einen Rückgang von -15 %.

VERPACKUNGSTYOLOGIEN 2023



ÜBERSICHT ANZAHL VERPACKUNGEN 2023

GANZE HAMMEN	2022 Anzahl	2023 Anzahl	Anzahl Verpackungen Änderung
Ganze Hammen	499.237	417.186	-16,44 %
Gesamte Hammen	499.237	417.186	-16,44 %

STÜCKE	2022 Anzahl	2023 Anzahl	Anzahl Verpackungen Änderung
1/2 Speck	765.029	730.004	-5 %
1/3 Speck	0	156	
1/4 Speck	393.736	340.308	-14 %
1/5 Speck	125	0	-100 %
1/6 Speck	242.245	339.561	40 %
1/7 Speck	247.289	232.941	-6 %
1/8 Speck	2.286.019	1.517.308	-34 %
1/9 Speck	67.289	52.777	-22 %
1/10 Speck	1.689.911	1.424.556	-16 %
1/11 Speck	345.851	239.690	-31 %
1/12 Speck	36.762	105.382	187 %
1/13 Speck	16.824	38.906	131 %
1/14 Speck	1.548	32.166	1.978 %
1/15 Speck	106.230	42.552	-60 %
1/16 Speck	265	160	-40 %
1/20 Speck	0	40	
1/30 Speck	0	240	
1/35 Speck	21.486	21.435	0 %
Gesamte Stücke	6.220.609	5.118.182	-17,72 %

FÄCHERWARE	2022 Anzahl	2023 Anzahl	Anzahl Verpackungen Änderung
50 Gramm	411.615	463.522	13 %
60 Gramm	1.751.940	1.632.147	-7 %
70 Gramm	2.892.696	3.110.476	8 %
80 Gramm	1.199.155	1.086.558	-9 %
90 Gramm	6.587.383	6.113.108	-7 %
100 Gramm	26.591.419	27.602.352	4 %
120 Gramm	1.360.799	1.177.361	-13 %
125 Gramm	96.020	99.870	4 %
150 Gramm	493.637	562.942	14 %
180 Gramm	96.148	502.211	422 %
200 Gramm	5.981	5.055	-15 %
240 Gramm	10.117	13.714	36 %
250 Gramm	18.312	96.228	425 %
300 Gramm	373.171	447.995	20 %
350 Gramm	0	83.592	
500 Gramm	12.739	8.186	-36 %
990 Gramm	990	0	-100 %
Gesamte Fächerware	41.901.132	43.005.317	2,64 %

Qualitätskontrolle

Die Qualitätskontrollen des Südtiroler Specks g.g.A. werden von Seiten der unabhängigen Kontrollstelle IFCQ Certificazione durchgeführt und reichen von der Überwachung des Rohstoffes bis zum fertigen Speck.

Im Jahr 2023 wurden 7 Rohstofflieferanten auf die Einhaltung der Richtlinien der Rohstoffspezifikation – mit besonderer Aufmerksamkeit auf die Rückverfolgbarkeit des Fleisches – kontrolliert. Zusätzlich wurden im Wareneingang der Herstellungsbetriebe Proben der frischen Schweineschlegel gezogen und auf Salmonellen und Listerien analysiert.

Im Verlauf des Herstellungsprozesses wurden von den drei IFCQ-Kontrollern 79.456 Schweineschlegel und 41.484 gereifte Hammen im Zuge von 325 Kontrollbesuchen überprüft. Am Ende des Herstellungsprozesses wurden wiederum 285 Speck Hammen der organoleptischen Qualitätsprüfung unterzogen und 68 Hammen auf deren chemischen Eigenschaften analysiert.



ZERTIFIZIERUNGSPORTAL

Im Jahr 2023 ist das neue Zertifizierungportal der Kontrollstelle, ausgearbeitet vom IT-Dienstleister Beantech, online gegangen. Und seit Anfang des Jahres wird das Portal von allen Produzenten verwendet. Die Anpassung an die neuen technologischen Möglichkeiten und Bedürfnisse der Produzenten auf ein zeitgemäßes Portal machten diese Neuerung notwendig.

Nachhaltigkeit

Das Südtiroler Speck Konsortium befasste sich bereits seit dem Jahre 2019 intensiver mit den Themen und Aspekten der Nachhaltigkeit. 2020 wurde die Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit ins Leben gerufen und man hat gemeinsam mit der Nachhaltigkeitsagentur Plenum um Dr. Alfrd Strigl und Mag. Sylvia Brenzel eine erste Nachhaltigkeitsstrategie für das Speck Konsortium ausgearbeitet.

Im Jahr 2022 und 2023 wurde in enger Abstimmung mit den Produzenten, mit Wirtschaft und Wissenschaft sowie verschiedenen Expertinnen und Experten die Eckpfeiler des ersten Nachhaltigkeitsberichts des Speck Konsortiums definiert.

Entstanden sind die „ Vier Viertel unserer Nachhaltigkeit“:

1. Viertel: Tierwohl und Qualität
2. Viertel: Nachhaltige Veredelung
3. Viertel: Wertschöpfung und Konsum
4. Viertel: Bildung und Kommunikation.



Hierbei wurde eine erste gesamtheitliche Sensibilisierung zu den Themen der Zukunftsfähigkeit angestrebt und eine Intensivierung der Bemühungen für Qualität und Nachhaltigkeit als Mehrwert für den Südtiroler Speck geschaffen.

Das Südtiroler Speck Konsortium verfolgt auf der Basis der „Vier Viertel“ die Erfüllung und Verbesserung von insgesamt 10 Maßnahmen:



Marktüberwachung

Seit vielen Jahren arbeitet das Südtiroler Speck Konsortium mit Herr Massimo Malnerich, einem vom Ministerium für Landwirtschaft anerkannten und akkreditierten Kontrolleur, zusammen. Herr Malnerich überwacht die korrekte Verwendung der Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ in den Verkaufspunkten.



M. Malnerich

Insgesamt wurden im Jahr 2023 1116 Verkaufspunkte in Italien besucht. Zudem wurden 2023 214 Verkaufspunkte im Ausland (Deutschland, Frankreich und Österreich) kontrolliert sowie 200 Webseiten auf die korrekte Verwendung der Bezeichnung „Südtiroler Speck“ geprüft.

Die Kontrollen am Markt waren auf folgende Aspekte ausgerichtet:

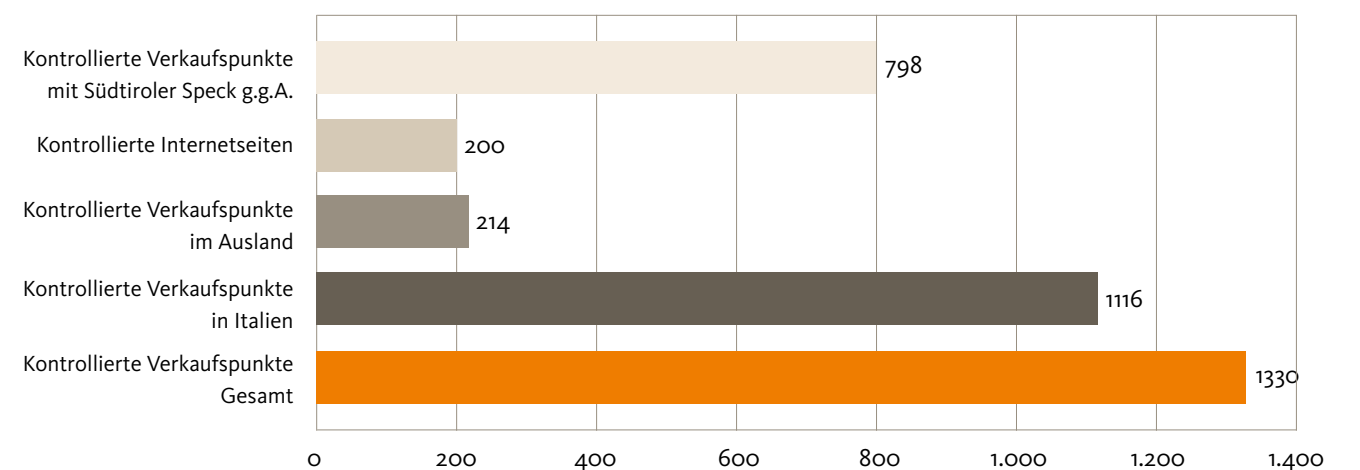
- > Angabe der Bezeichnung auf dem Preisschild der Verkaufspunkte;
- > Konformität der Produktetikette;
- > Verwendung der Bezeichnung und der Marke in Werbeflyern und Promotionsaktionen;
- > Verwendung der Bezeichnung auf neuverpackten Produkten.

Insgesamt wurden 63 Verkaufspunkte in der Region Trentino-Südtirol besucht, wobei es hier keine nicht Konformitäten vorzuweisen gab. Ein Großteil der Kontrollvisiten wurde in Ober- und Mittelitalien durchgeführt.

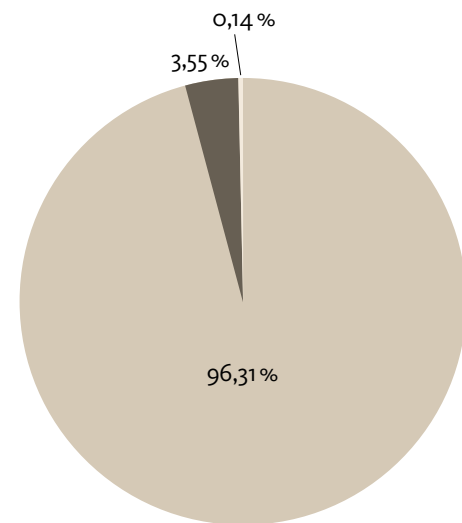
Die Kontrollbesuche wurden übergreifend über die verschiedenen Vertriebskanäle vollzogen. Dabei wurde der Schwerpunkt auf Verkaufspunkte der Supermarktketten gelegt. Geprüft wurden jedoch auch Filialen von Discountern, Einzelhandelsgeschäften, den Grossisten und Großflächenmärkten. In den vergangenen 10 Jahren wurden verstärkt die Nicht-Konformitäten erhoben. Während in 96,31 % der Kontrollbesuche konform waren, wurde in 3,54 % der Fälle die Bezeichnung auf dem Preisschild oder in Werbeflyern unvollständig verwendet.

Bei 0,14 % der kontrollierten Produkte wurden gravierende Nicht-Konformitäten festgestellt: Zum einen wurde die geschützte Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ für generischen Speck missbraucht oder falsch ausgelobt.

MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG VON SÜDTIROLER SPECK g.g.A. 2023



MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG



- Konformes Produkt
- Verwendung von nicht korrekten Abkürzungen der Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“
- Verwendung der Bezeichnung für nicht markierten Speck



Markenregistrierung und Markenüberwachung

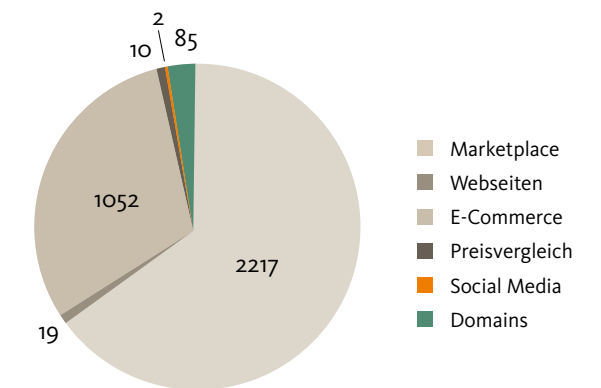
Da der Südtiroler Speck international immer stärker an Bekanntheit gewinnt und die geschützten Bezeichnungen außerhalb der EU großteils nicht anerkannt sind, hat das Südtiroler Speck Konsortium die weltweite Markenüberwachung der Bezeichnungen „Speck“, „Alto Adige“ und „Südtirol“ in der Produktkategorie der Wurstwaren fortgesetzt. Nicht-konforme Markennutzer wurden kontaktiert und aufgefordert die Markennutzung zu unterlassen.

2023 wurde die Erneuerung der Wort- und Bildmarke Südtiroler Speck g.g.A. mit Gültigkeit in Japan für weitere 10 Jahre verlängert. In Australien wurde eine Kollektivmarke beantragt und im Laufe des Jahres 2023 erfolgreich registriert.

Auf Grund der steigenden Präsenz von Südtiroler Speck g.g.A. im World Wide Web und der entsprechenden Markenüberwachung arbeitet das Südtiroler Speck Konsortium seit kurzem auch mit dem Dienstleister „Griffeshield“ zusammen. Dank dem automatischen Algorithmus von Griffeshield werden weltweit E-Commerce-Plattformen kontrolliert und die korrekte Bezeichnung von Südtiroler Speck und der geschützten Marke überwacht, kontrolliert und gemahnt bzw. geahndet.

2023 wurden 3388 Links von Online-Plattformen gefunden. Die meisten dieser Links wurden auf den sogenannten

Marketplace (Ebay, Google etc) gefunden, gefolgt von dem E-Commerce-Seiten, Webseiten, Domains, Preisvergleichsseiten und Social-Media-Plattformen.



In 69 % der Fälle wurde die Bezeichnung „Südtirol“ fälschlicherweise angeführt. Bei 15 % der gefundenen Inserate hat das Kürzel „g.g.A.“ gefehlt oder war nicht korrekt angeführt und wurde richtiggestellt. In 11 % der Inserate von Speck handelte es sich um missbräuchliche Verwendungen von der geschützten Bezeichnung Südtiroler Speck g.g.A. und diese wurden entfernt oder richtiggestellt. In weiteren 4 % der Fälle wurde das Logo nicht korrekt verwendet und richtiggestellt und in 1 % der aufgetretenen Inserate fehlte die korrekte Angabe der Produktkategorie.



Kommunikation und Marketing

Das Südtiroler Speck Konsortium führte im Jahr 2023 zahlreiche Kommunikations- und Marketingmaßnahmen durch und wurde dabei tatkräftig von IDM Südtirol und Alpeker bei der Koordination und Umsetzung zahlreicher Maßnahmen sowie bei der strategischen Planung unterstützt. Im Jahr 2023 wurde für den italienischen Markt eine Strategieüberarbeitung der in den letzten vier Jahre ausgespielten Radiokampagne „In realtà è Speck Alto Adige IGP“ vorgenommen, um für das Jahr 2024 eine neue Kampagne zur Förderung und Steigerung der Bekanntheit von Südtiroler Speck g.g.A. in Italien zu lancieren. Im Jahr 2023 gab es zahlreiche PR-Maßnahmen in Italien und Deutschland mit dem Ziel, die Sichtbarkeit des Südtiroler Speck g.g.A. weiter zu erhöhen und das Image zu stärken. Die Pressearbeit umfasste dabei die kontinuierliche Pflege bestehender und die Etablierung neuer Kontakte zu Journalisten und Fachmedien, den Versand aussagekräftiger Pressemitteilungen sowie die Organisation eines

PR- Events und informativer Presse- und Bloggerreisen nach Südtirol. Zudem erhielt der Südtiroler Speck g.g.A. über verschiedene Veranstaltungen in Südtirol, wie zum Beispiel dem Specktag Naturns, dem SpeckAperitivo oder auch dem Speckfest, breite Sichtbarkeit. Darüber hinaus konnten der Südtiroler Speck und seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten über die Verbreitung ansprechender Rezepte, Bloggerkooperationen und bezahlter Medien weiter bekannt gemacht werden. Wesentlich für die strategische Kommunikation waren zudem die eigenen Kommunikationskanäle, darunter die Website www.speck.it, die produktübergreifende Facebook-Fanpage „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ sowie der Instagram-Kanal [@suedtirol.official](https://www.instagram.com/suedtirol.official), die konstant bespielt und erweitert wurden. Auf den folgenden Seiten werden die Marketing-Tätigkeiten des Jahres detailliert beschrieben.



SÜDTIROL

SPECKTAG IN NATURNS

Am 7. Mai fanden sich zahlreiche Kulinarikfreunde am Rathausplatz in Naturns ein, um den Südtiroler Specktag zu erleben – ein Fest für die Sinne mit lokalen Gaumenfreuden. Die zweite Auflage des Specktags im Vinschgau wurde wiederum in Zusammenarbeit von der Tourismusgenossenschaft Naturns, IDM Südtirol und dem Südtiroler Speck Konsortium organisiert. Von 10 bis 18 Uhr bot das Event ein vielseitiges Programm mit einem Genussmarkt, Showcooking, Kinderbetreuung und Live-Musik. Die Musikkapelle Naturns eröffnete das musikalische Unterhaltungsprogramm der Veranstaltung. Im Anschluss begrüßten die Moderatorinnen der Veranstaltung Silvia Vontanive mit ihrer Tochter Stella bei der offiziellen Eröffnung Landesrat Arnold Schuler, Bürgermeister Zeno Christanell, den Präsidenten des Südtiroler Speck Konsortiums Paul Recla sowie Stephan Wenger, Direktor Agrar von IDM Südtirol. In Folge begeisterte Thomas Ortler vom Restaurant

Flurin das Publikum mit einem faszinierenden Showcooking rund um den Südtiroler Speck g.g.A. Die Gastronomie der Veranstaltung verwöhnte die Gäste unter der Leitung von Chefkoch Fritz Martin mit Team sowie drei Naturnser Vereinen (Musikkapelle, Krampusverein, Bauernjugend) mit hochwertigen Speckkreationen. Zudem präsentierten Südtiroler Speckproduzenten sowie andere Hersteller hochwertiger regionaler Produkte die kulinarische Vielfalt der Heimat auf dem Genussmarkt. Simon Rabanser sowie das Sextett Pamstiddn Kings rundeten das musikalische Unterhaltungsprogramm der Veranstaltung optimal ab. Die Bewerbung des Events erfolgte mittels Flyern, Plakaten, Citylights (Bushaltestellen), Advertorials, Printwerbung, Radio sowie auf verschiedenen Social-Media-Kanälen. Zudem wurden ein Journalist aus Deutschland und zwei Influencer aus Italien eingeladen, um die Veranstaltung zusätzlich zu bewerben.



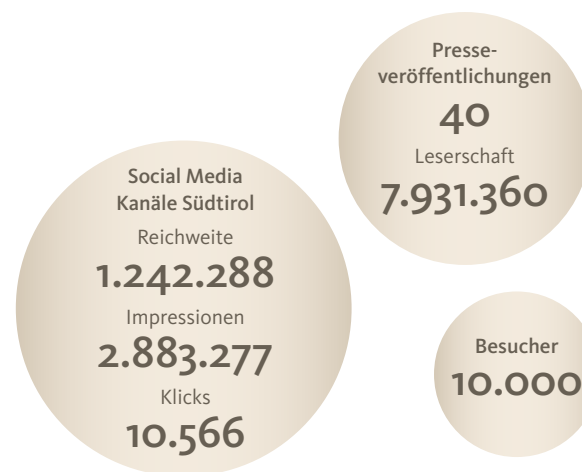
DAS SÜDTIROLER SPECKFEST AUF DEM KRONPLATZ

Das Speckfest, das in den letzten Jahren Speckfans aus nah und fern nach Villnöss lockte, fand dieses Jahr erstmalig auf dem Kronplatz inmitten der Dolomiten statt. Eine Kulisse, die nicht besser sein könnte, um den Südtiroler Speck g.g.A. hochleben zu lassen.

Vom 30. September bis 1. Oktober verwandelte sich der Kronplatz in einen Festplatz. Während Live-Bands für Stimmung sorgten, konnten die Besucherinnen und Besucher an Marktständen Südtiroler Handwerks- und Qualitätsprodukte entdecken. Allen voran den Südtiroler Speck und Bauernspeck.

Aktiv wurde es bei den angebotenen Speck-Wanderungen. Dabei begaben sich Naturliebhaberinnen und -liebhaber mit Bergführern auf einen Spaziergang durch die malerische Landschaft, vorbei an den Marktständen, an denen es Wissenswertes über die Herstellung des Südtiroler Speck g.g.A. und weiterer Qualitätsprodukte zu erfahren gab. Ein Fest rund um den Südtiroler Speck g.g.A. ist natürlich auch ein Fest für den Gaumen. Bei den Speck-Verkostungen ging es auf eine Reise durch die vielfältigen Aromen und Texturen des Traditionsprodukts. Auch wenn der Südtiroler Speck an diesem Wochenende der Hauptdarsteller war, kam er bei den Verkostungen in köstlicher Begleitung: mit erlesenen Südtiroler Weinen und Käsesorten. Am Südtiroler Speck g.g.A. Workshop-Stand kreierten die ausgebildeten Genussbotschafter verschiedene kalte Rezepte mit Südtiroler Speck g.g.A. und anderen Qualitätsprodukten, um die Vielseitigkeit des Südtiroler Speck den Besuchern nahezubringen. An den 4 Umlaufbahnen wurde den Besuchern bei der Auffahrt eine Kostprobe von Südtiroler Speck g.g.A. gereicht, auf dem Speckfest selbst kreierten die 3 umliegenden Hütten verschiedene Speisen zum Südtiroler Speck g.g.A. und verköstigten damit auch die Besucher am Festgelände.

Beworben wurde die Veranstaltung über Radiospots auf verschiedenen Sendern, darunter NBC und Südtirol 1. Werbung über Out of Home und in verschiedenen Printmedien wie Dolomiten, Puschtra, Corriere dell'Alto Adige und L'Adige; auch in den sozialen Medien wurde aktiv Kommunikation betrieben.



SPECKAPERITIVO WINTER-EDITION

Jeden Samstag und Sonntag im März 2023 durften sich die Gäste der Ski- und Almenregion Gitschberg Jochtal auf sportliche Winterfreuden gepaart mit kulinarischen Leckereien rund um den Südtiroler Speck g.g.A. und Brimi Mozzarella freuen. Die Skihütten des Skigebiets bekochten ihre Gäste mit innovativen Speckkreationen wie z. B. einem Südtiroler Specksushi oder der spannenden Kombination aus Jakobsmuschel und Südtiroler Speck g.g.A. Zudem überraschte die Cavallera, Testimonial des Skigebiets, die Gäste der VIP-Gondeln mit einem exklusiven Speckaperitivo. Die Bewerbung der Veranstaltung erfolgte durch die Tourismusgenossenschaft Mühlbach, IDM Südtirol und dem Konsortium auf verschiedenen Radiosendern, den Social-Media-Kanälen sowie STOL on Tour. Zudem wurde die Bewerbung durch Flyer, Tischaufsteller, Menükarten und Plakate unterstützt, wobei der Flyer die Gäste auch über das einzigartige Herstellungsverfahren des Südtiroler Specks g.g.A. informierte. In den Skihütten sowie bei den Berg- und Tal-

stationen wurden Fahnen und Banner angebracht, um die Sichtbarkeit der Veranstaltung zu verbessern. Somit bot der SpeckAperitivo mit seiner einzigartigen Kulisse der Alpen und der regionalen Spezialität wieder ein unvergessliches Erlebnis für die Gäste des Skigebiets Gitschberg Jochtal.



SPECKAPERITIVO SPRING-EDITION

Im Monat Mai boten renommierte Lokale in Südtirol ihren Gästen eine authentische kulinarische Erfahrung: Jeden Donnerstag servierten die Lokale Campofranz in Bozen, Les Arcades in Meran, der Alte Schlachthof in Brixen und Waink's in Bruneck innovative Häppchen mit Südtiroler Speck g.g.A. zu erfrischenden Aperitifs. Dabei vermochte die traditionelle Spezialität selbst die anspruchsvollsten Gaumen zu überraschen und begeistern. Die Bewerbung der Veranstaltung erfolgte über verschiedene Kanäle. Eine Radiokampagne, bestehend aus über 150 Ausstrahlungen auf den Sendern Südtirol 1, Radio Holiday, Radio Tirol und Radio NBC, erreichte eine Gesamttagesreichweite von 179.000 Personen. Parallel dazu erzielten die Bildergalerien auf Stol on Tour beeindruckende 10.700 Seitenaufrufe. Durch eine Social-Media-Kampagne auf Facebook und Instagram erreichte man 192.846 Personen mit 567.751 Impressionen. Die Bewerbung der Veranstaltung wurde zusätzlich durch vielfältige Werbematerialien unterstützt, darunter Flyer, Tischaufsteller, Zahnstocher und Rollups, die den teil-

nehmenden Lokalen zur Verfügung gestellt wurden. Dank dieser umfassenden Marketingstrategie konnte das Traditionsprodukt einem breiten Publikum, in einem modernen Kontext hochwertige und innovativ präsentiert werden.



Stol on Tour
10.700
Seitenaufrufe

Social Media
Facebook + Instagram
192.846
Personen erreicht
567.751
Impressionen

Radio
Gesamttages-
Reichweite von
179.000
Personen

SPECKAKADEMIE

Die Speckakademie gliedert sich in die vom Konsortium verfolgte „4-I-Strategie“ ein, welche folgendermaßen aufgebaut ist: Der Südtiroler soll über die Speckkultur „informiert“ und „instruiert“ sowie auch „involviert“ werden, um sich vollständig mit dem Produkt zu „identifizieren“; ich Südtiroler kaufe selbstverständlich nur Südtiroler Speck g.g.A. Im Zuge dessen vermittelte man den neun Teilnehmer der Abendveranstaltung „Speck & Käse“ in der Almhütte der Sennerei Algund umfassendes Produktwissen. Zudem stellten die Anwesenden ihren eigenen Frischkäse her und lernten was beim Foodpairing von Südtiroler Speck und Käse zu beachten ist. Wer ein noch profunderes Wissen zum Südtiroler Speck anstrebt und/oder dieses auch gerne selbst an Interessierte des Südtiroler Specks weitergeben möchte, war beim 4-tägigen Kurs „Diplom Speck Expert“ an der richtigen Stelle. Bei der Besichtigung von Kofler's Delikatessen und der Recla AG wurde den fünf Teilnehmern die Speckproduktion nähergebracht. Beim Besuch eines Schweinezüchters, eines Schweinemästers und der Metzgerei Windegger vermittelte man alles Wissenswerte zum Bauernspeck. Abschließend erwarben die Speck-Experten in spe bei einem Kochworkshop unter

der Leitung des Sternekochs Herbert Hintner praktische Fähigkeiten im Umgang mit der Spezialität. Die diplomierten Speck Experten werden zukünftig bei den diversen Speckveranstaltungen als Botschafter des Südtiroler Specks g.g.A. eingesetzt. Den sechzehn Teilnehmern der Veranstaltung „Speck ABC“ wurden bei G. Siebenförcher in Meran die Grundlagen der Speckproduktion von Florian Siebenförcher nähergebracht. Dabei wurde ihnen schrittweise das Herstellungsverfahren der Spezialität, angefangen bei der fachmännischen Zerlegung des Schlegels bis hin zur vorschriftsmäßigen Reifung, aufgezeigt. Beim „Kochworkshop“ im Gustelier des HGV unter der Leitung von Sternekoch Herbert Hintner bereiteten fünfzehn leidenschaftlichen Köche ein Weihnachtsmenü rund um den Südtiroler Speck g.g.A. zu, welches die Vielseitigkeit der Spezialität in der Küche aufzeigte. Der anschließende Verzehr der gemeinsam zubereiteten Gerichte wurde von einer Weinanpassung des Sommeliers Judith Unterholzner begleitet. Insgesamt konnte die Südtiroler Speckakademie bei den Kursen im Jahr 2023 fünfundvierzig Teilnehmer begrüßen, welche durchwegs ein sehr positives Feedback hinsichtlich der besuchten Veranstaltung hinterließen.



SPECKSAFARI

Die Veranstaltung verbindet eine kulinarisch ausgelegte Altstadtführung der Stadt Bozen mit einer Speckverkostung im historischen Speckkeller des Lokals Campofranz. Im Jahr 2023 geht die Specksafari, welche in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsamt der Stadt Bozen sowie dem Verein der Genussbotschafter organisiert wird, bereits in ihr drittes Jahr. Die Veranstaltung erfreut sich steigender Beliebtheit, was die Teilnehmeranzahl belegt. Kontinuierliche Verbesserungen der Bewerbung sowie der Qualität der Veranstaltung tragen ihre Früchte. Im Jahr 2023 konnten an vierundzwanzig Veranstaltungstagen vierhundertdrei Teilnehmer begrüßt werden, was einem Durchschnitt von fast 17 Teilnehmern entspricht. Anfänglich wurde die Veranstaltung ausschließlich an den mit dem Verkehrsamt Bozen vereinbarten Fixterminen abgehalten. Inzwischen erfolgt die Buchung auch immer häufiger auf Anfrage, z. B. durch Reiseveranstalter oder mittels Organisationen im Rahmen

von Teamevents, wie zum Beispiel dem Alumni Homecoming der Freien Universität Bozen oder der Mitgliederversammlung der Biersommeliers. Somit blickt die Specksafari einer erfolgreichen Fortführung im Jahr 2024 entgegen.



SPECK&WEIN EMOTION

Bei der Veranstaltung, welche in Zusammenarbeit mit dem Skirama Kronplatz und dem Südtiroler Speckkonsortium organisiert wird, handelt es sich um eine kulinarische Hüttentour auf dem Kronplatz. Jeden Mittwoch von Mitte Januar bis Ende März erwartete die Sport- und Kulinarikaffinen Gäste des Skigebietes Kronplatz eine unwiderstehliche Kombination ihrer Passionen. Ein Skilehrer begleitet die Teilnehmerin in herrlicher Kulisse zu drei Skihütten, wo ihnen ein diplomierter Genussbotschafter bei einem Food

Pairing edle Südtiroler Weine und original Südtiroler Speck g.g.A. näherbringt. Zudem wird den Teilnehmern allerhand Wissenswertes zu Geschichte, Herstellung und Sensorik der zwei wohl beliebtesten Südtiroler Spezialitäten vermittelt. Beendet wird jeder Hüttenbesuch mit raffiniert in Szene gesetzten Speckhäppchen, welche die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten der Spezialität in der Küche eindrucksvoll aufzeigen.



SÜDTIROLER SPECK IN DER LOKALEN GASTRONOMIE

Die Südtiroler Gastronomie ist ein wichtiger Faktor für die Erfolgsgeschichte des Südtiroler Specks g.g.A., da diese einen hervorragenden Touchpoint sowohl mit der Südtiroler Bevölkerung als auch dem Südtirol-Touristen bietet. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit, den Gast vom Produkt zu begeistern und diese positiven Emotionen mit nach Hause zu geben. Historisch gesehen stehen die Hauptabsatzmärkte Deutschland und Italien für den Südtiroler Speck im direkten Zusammenhang zu den Südtirol-Touristen aus diesen Ländern. Die steigende Anzahl an Touristen aus Ländern wie zum Beispiel England, Frankreich und den Osteuropäischen Ländern bietet somit eine hervorragende Chance den Absatz auch in diesen Ländern zu steigern. Diesbezüglich ist das Konsortium bestrebt, die Anzahl der Partnerbetriebe in der Gastronomie zu steigern, welche Südtiroler Speck g.g.A. einkaufen und diesen prominent in den Speisekarten ausloben. Im Zuge dessen wurde im Jahr 2023 aktiv daran gearbeitet, die Attraktivität der Partnervereinbarung mit dem Südtiroler Speck Konsortium zu steigern. Dazu wurde zum Beispiel die Homepage des Konsortiums überarbeitet, um die Sichtbarkeit der Partnerbetriebe zu erhöhen oder auch Kurse zum Südtiroler Speck g.g.A. für die Gastronomiebetriebsmitarbeiter sowie die Schüler der Hotelfachschulen organisiert. Zudem arbeitete

man daran ein Netzwerk von Speckreferenten aufzubauen, welches den Gastronomen die Organisation von Speckverkostungen im Betrieb erleichtern soll. Des Weiteren arbeitete eine Fachgruppe aus Mitarbeitern von Herstellern sowie des Speckkonsortiums zusammen mit der Agentur Succus an der Ausarbeitung einer Marketingstrategie für den HORECA-Sektor, welche die Weichen für die zukünftige Ausweitung des Partnernetzwerkes stellen wird.



HOTELGRUPPIERUNGEN

Die Kooperationen mit den Hotelgruppierungen der Vinum Hotels und der Dolce Vita Hotels, welche die Verwendung von Südtiroler Speck g.g.A. in den Betrieben vorsieht, konnten 2023 fortgeführt werden. Das Hauptaugenmerk lag dabei weiter auf der prominenten Präsentation des Südtiroler Specks g.g.A. beim Frühstücksbuffet, wo der Großteil der Spezialität im Hotelbetrieb umgesetzt wird. Diesbezüglich stellte man den Hotelbetrieben hochwertiges Werbematerial zur Verfügung, um das Qualitätsprodukt angemessen zu präsentieren. Mittels Produktschulungen für das Personal forcierte man die Sensibilisierung der Mitarbeiter bezüglich des Qualitätsproduktes. Des Weiteren konnte der Südtiroler Speck g.g.A. bei der Veranstaltungsreihe „Weinbergkino“ der Vinum Hotels pro-

minent in Szene gesetzt werden. Zudem konnte mit dem Verband der Privatvermieter Südtirol ein neuer Kooperationspartner dazugewonnen werden, wodurch sich einundsechzig Betriebe mit Frühstücksservice zur exklusiven Verwendung von Südtiroler Speck g.g.A. verpflichtet haben. Darüber hinaus arbeitete das Konsortium weiter an neuen Kooperationen mit Hotelgruppierungen.



WIEDERVERKÄUFER

Die Kooperationen mit den Wiederverkäufern Wörndle Interservice, Foppa Tastesupporter und Gastrofresh umfassten verschiedene Marketingaktivitäten im Gastronomiesektor, in erster Linie auf dem Südtiroler Markt sowie auch im norditalienischen Raum. Im Zuge dessen wurde die Sensibilisierung der Vertreter bezüglich des Qualitätsproduktes forciert. Dazu hat man weiter an der prominenten Platzierung von Südtiroler Speck g.g.A. in

den Katalogen der Wiederverkäufer gearbeitet. Zudem konnten die Vertreter der Wiederverkäufer mit absatzorientierten Gewinnspielen, welche mit einem Wellnesswochenende in einem Südtiroler Vinumhotel ausgeschrieben worden waren, sensibilisiert werden. Die Aktivitäten erreichten ihr Ziel und führten zu einer Sensibilisierung und Steigerung des Verkaufs von Südtiroler Speck g.g.A. bei den Wiederverkäufern.

WEIHNACHTSAKTION

Bereits zum 8. Mal startete das Südtiroler Speck Konsortium in der Vorweihnachtszeit eine Weihnachtsaktion zu Gunsten von „Südtirol hilft“. Im abgelaufenen Jahr war wieder das Ziel, im Zuge einer wohltätigen weihnachtlichen Aktion, das Image des Südtiroler Bauernspecks zu steigern. Dafür wurde ein Spendenbetrag für die Organisation „Südtirol hilft“ generiert, um so Menschen in akuten Notlagen zu unterstützen.

2023 wurden erstmalig in den Filialen der Bauernspeck-Hersteller und online auf den Homepages limitierte Bauernspeck-Boxen im Wert von 40,00 € + MwSt. angeboten. Die Bauernspeckbox und die Aktion wurden beim Morgenquiz, das vom 27. November bis zum 22. Dezember 2023 auf Radio Tirol und Südtirol 1 durchgeführt wurde, beworben. Der Erlös der Bauernspeckbox und der Warenwert wurden vom Konsortium im Auftrag der Produzenten zu Gunsten von „Südtirol hilft“ gespendet.

Die Aktion wurde zudem auf „Südtirol 1“, „Radio Tirol“, IDM Südtirol und Social-Media-Kanälen beworben. Dieses Jahr wurde zudem ein Video bei der Metzgerei Steiner in Rasen/Antholz gedreht. Herr Matha vom Kleintierzuchtverband erklärte den Ablauf vom Züchter bis zum Produzenten und anschließend ging Herr Florian Steiner auf den Produktionsablauf ein. Das Video wurde zur Bewerbung auf den Social-Media-Kanälen veröffentlicht.



FOTOSHOOTING SÜDTIROLER SPECK g.g.A. UND BAUERNSPECK

Im Jahr 2023 fand erstmals nach einer längeren Pause ein Fotoshooting für den Südtiroler Speck g.g.A. statt, da neue Bilder benötigt wurden. Im Rahmen dieser Gelegenheit wurden Aufnahmen für die Produktpräsentation und Speck-Akademie erstellt, ebenso wie für das Keyvisual des Speckfests und speziell für den Bauernspeck. Die entstandenen Bilder wurden nicht nur für bestehende Kommuni-

kationszwecke genutzt, sondern dienen auch als Grundlage für zukünftige Projekte in den kommenden Jahren. Darüber hinaus haben die Produzenten des Südtiroler Speck g.g.A. die Möglichkeit, auf diese Bilder zuzugreifen und sie nach Absprache mit IDM Südtirol in ihrer eigenen Kommunikation zu verwenden.



HOTELFACHSCHULEN SÜDTIROL – SÜDTIROLER SPECK UND SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTE

Die seit einigen Jahren stattfindenden Bildungsveranstaltungen über die Südtiroler Qualitätsprodukte in den Hotelfachschulen wurden im Jahr 2023 fortgesetzt. Das Ziel besteht darin, die Abschlussklassen über die Südtiroler Qualitätsprodukte zu informieren und den Schülerinnen und Schülern durch Verkostungen die sensorischen Eigenschaften ausgewählter Produkte näherzubringen. Die Schulungen und Verkostungen werden von Genussbotschaftern

und Produzenten als Gastreferenten durchgeführt. Der Südtiroler Speck g.g.A. wird in die Schulungen und Verkostungen integriert. Im Jahr 2023 fanden die Seminare an zwei Tagen im März in der Landeshotelfachschule Kaiserhof und jeweils an einem Tag im November in der Landesberufsschule für das Gastgewerbe Savoy und in der Landeshotelfachschule Bruneck statt. Insgesamt wurden mit dieser Aktion rund 120 Schülerinnen und Schüler erreicht.



BREITE AUFMERKSAMKEIT FÜR SÜDTIROLER PRODUKTE: HOME MARKET KAMPAGNE „WEIL ICH QUALITÄT WILL“

Schroffe Gipfel treffen auf Weinberge, sportliche Aktivitäten auf kulinarischen Genuss: Nicht nur Gäste, sondern auch Einheimische schätzen Südtirol. IDM reagierte darauf mit einer sektorenübergreifenden Kampagne für Südtiroler Qualitätsprodukte und Urlaub daheim.

Das langfristige Ziel der Kampagne besteht darin, den Südtirolerinnen und Südtirolern die Vorteile von lokalen Produkten und Dienstleistungen näherzubringen und die Konsumenten dazu zu bewegen, regional zu kaufen. Der Südtiroler Speck launchte zum zweiten Mal im Oktober für den Südtiroler Speck g.g.A. und Südtiroler Bauernspeck eine eigene Imagekampagne unter dem strategischen Dach der lokalen Kampagne „Weil ich Qualität will“. Ziel

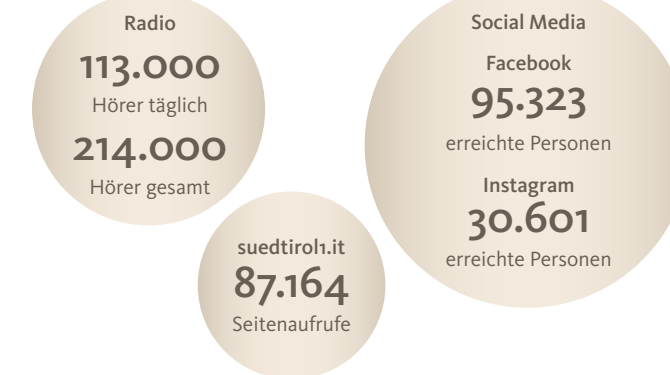
der Imagekampagne war es das Image und die Bekanntheit des Südtiroler Speck und Südtiroler Bauernspeck zu steigern und den Verkauf zu unterstützen. Beworben wurde die Kampagne unter dem Aufhänger „Weil ich Geschmack will“ über Außenwerbung, Radiowerbung und Werbeanzeigen in ausgewählten Fachmedien.



QUALICHECKER: FÜR DEN KAUF LOKALER PRODUKTE SENSIBILISIEREN

Zuhörerinnen und Zuhörer von Südtirol 1 wurden von Anfang bis Mitte September von den so genannten Qualicheckern beim Lebensmitteleinkauf aufgehalten und ihre Einkaufstaschen auf lokale Produkte „gecheckt“. Wer mindestens drei Qualitätsprodukte in der Tasche hatte, hatte automatisch einen Gutschein von 100 € gewonnen. Mit dieser Initiative wurden Konsumentinnen und Konsumenten im ganzen Land für den Kauf lokaler Produkte sensibilisiert.

20 Personen wurden gecheckt, 19 davon hatten mindestens drei Qualitätsprodukte aus Südtirol in der Tasche. Beworben wurde die Kampagne über Südtirol 1, eine Landingpage, die auf der Webseite von Südtirol 1 kreiert worden war und Social Media.



KOCHKALENDER

Der Kochkalender der Südtiroler Frau erscheint alle Jahre am 15. Dezember und enthält für jeden Tag des neuen Jahres einen Rezepttipp, der auf suedtirolerfrau.it nachzulesen ist.

2023 stehen die Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol wie Brot, Eier, Kräuter, Honig, Südtirol Apfel und der Südtiroler Speck g.g.A. im Mittelpunkt.

Erreichte Leser-innen
55.000

INSPIRATION

Südtiroler Speck

Honig und Konfitüren aus Südtirol

NOVEMBER

MO DI MI DO FR SA SO

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

Frau

Ein Jahr voller
QUALITÄT 2024

BEERCRAFT FESTIVAL

Das Beercraft Festival, das seit 2015 besteht, hat sich erfolgreich als Treffpunkt für Bier-Enthusiasten etabliert, die die handwerkliche Kunst des Bierbrauens schätzen. Die Veranstaltung richtet sich an ein breites Publikum, darunter Bierliebhaber, Menschen mit Interesse an verschiedenen Biersorten, Genuss- und kulinarisch interessierte Personen sowie potenzielle Geschäftspartner im B2B-Bereich. Im Jahr 2023 fand das Festival erneut am 19. und 20. Mai im Schloss Maresch in Bozen statt.

Eine bedeutende Neuerung in diesem Jahr war die Teilnahme des Südtiroler Specks g.g.A., der erstmals mit einem Stand auf dem Festival vertreten war. Der Südtiroler Speck präsentierte sich als kulinarischer Partner zu den verschiedenen Bieren, und die Besucher hatten die Gelegenheit, nicht nur handwerklich hergestellte Biere zu probieren, sondern auch Wissenswertes über den Südtiroler Speck g.g.A. und andere Qualitätsprodukte wie Schüttelbrot, Äpfel und Milchprodukte zu erfahren.

Diese Erweiterung des Angebots ermöglichte den Besuchern, ihre kulinarischen Horizonte zu erweitern und verschiedene regionale Produkte zu entdecken. Die Präsenz des Südtiroler Specks g.g.A. als kulinarischem Partner stärkte die Verbindung zwischen Bier und regionalen Spezialitäten, und die Besucher konnten die Vielfalt und Qualität der Produkte aus der Region erleben.



ITALIEN

IMAGEKAMPAGNE SÜDTIROLER SPECK g.g.A.

Im vergangenen Jahr setzte sich die Marketinggruppe des Südtiroler Speck Konsortiums das Ziel, eine neue Kommunikationsstrategie und eine Imagekampagne zur Förderung von Südtiroler Speck g.g.A. zu entwickeln.

Der erste Teil des Jahres war der sorgfältigen Analyse des Marktes und der Verbraucher gewidmet, durch quantitative und qualitative Umfragen wurde folgende Erkenntnis genommen: Die Forschung lieferte sehr interessante Erkenntnisse, die dem Team ermöglichten, die neue Imagekampagne für Südtiroler Speck g.g.A. in den kommenden Jahren zu studieren und zu entwickeln.

Für die Umsetzung der Kreativität der Kampagne, insbesondere für die Medien TV, Radio und Digital, wurde ein Kreativwettbewerb zwischen bekannten italienischen Kommunikationsagenturen durchgeführt, um den leistungsfähigsten Spot zu identifizieren. Anschließend wurde der Spot nach einem Verbrauchertest, durchgeführt vom Forschungsinstitut Nextplora, ausgewählt, um seinen tatsächlichen Durchdringungsgrad und die Wahrnehmung der Verbraucher zu bewerten. Die siegreiche Agentur des Kreativwettbewerbs ist die Agentur Grey aus Mailand, eine bekannte internationale Agentur mit einem sehr bedeutenden Kundenportfolio. Im Herbst wurde auch eine Planungshypothese für die Kampagne und der dazugehörige Mediaplan erstellt, um eine crossmediale Kommunikation zu ermöglichen, die möglichst viele Verbraucher erreichen und ein höheres Bewusstsein für Südtiroler Speck g.g.A. schaffen soll.

Mit Beginn des Jahres 2024 ist das Team bereits damit beschäftigt, Materialien und Inhalte für die Ausstrahlung der Kampagne zu erstellen, die im kommenden Herbst starten wird.

COS'È LO SPECK?

Tratti attribuiti allo speck:

Salume e non insaccato
(quest'ultimo percepito come più grasso e, dunque, meno sano!)

Origine nel territorio altoatesino e nelle sue montagne
→ un prodotto autentico e genuino che segue una ricetta tradizionale

Affumicatura, spezie ed erbe come tratto distintivo
→ gusto forte e particolare, adulto e segmentante → non per tutti!

Di origine animale, dal maiale

Quando si parla di speck non viene citato lo speck IGP (in spontanea)

Salume "più vicino" il prosciutto crudo
percepito comunque come un "prosciutto più nobile" (il prosciutto "nobile" per eccellenza, da cosce selezionate)



OMBRE...

• **I consumatori apprezzano lo speck ma...**

il consumo è limitato per il suo sapore intenso ("dopo 2-3 fette lo speck mi stanca...")

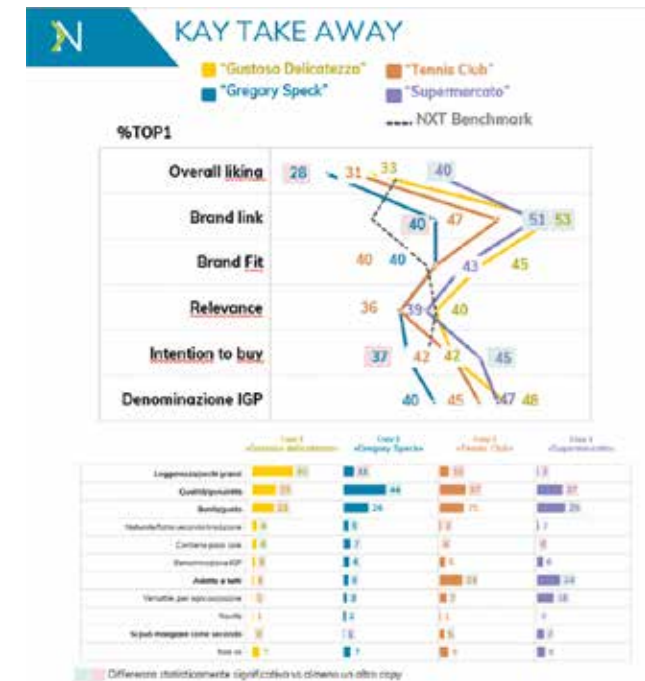
... "altri salumi invece continuo a mangiarli volentieri, come il cotto e il crudo"

• **Alcuni non consumatori...**

lo consumavano, ma si sono stancati

• **I non consumatori si possono dividere in 3 categorie:**

- "Non mi piacciono i salumi affumicati"
- "Lo speck è molto grasso, c'è tanto sale... è poco sano" ovvero un'informazione non corretta sulle proprietà nutrizionali
- "Il gusto dello speck è troppo forte"



- Nel complesso tutti i copy performano in maniera positiva, ognuno con le sue peculiarità:
- **Gustoso Delicatezza** è quello che nel complesso ottiene le performance più positive: piace e in grado di spingere l'intenzione all'acquisto e raccontando lo Speck in maniera più tradizionale con le immagini dell'Alto Adige trasmette di meglio la genuinità del prodotto e la sua leggerezza.
 - **Tennis Club** ottiene buone performance spesso in linea con il benchmark. Racconta di uno speck adatto a tutti e parla di famiglia e condivisione. Nella pair comparison però risulta essere il meno apprezzato.
 - **Supermercato** ha una performance altrettanto positiva e mostra il miglior risultato sul top box. Ha il miglior impatto sull'intenzione all'acquisto raccontando il prodotto in maniera meno classica e più impattante. Trasmette la bontà e la versatilità di un prodotto per tutti a tutti, adatto anche come secondo.
 - **Gregory Speck** ottiene le performance più tiepide. Nonostante il copy sia in grado di veicolare a pieno l'idea di un prodotto IGP dal gusto equilibrato, il personaggio di Gregory Speck sembra essere divisivo e il ritmo della narrazione troppo lento.

EIN STÜCK SÜDTIROLER SPECK IN DEN GRUNDSCHULEN VON MAILAND

Ein gemeinsames Schulprojekt begeistert Schülerinnen und Schüler

In Zusammenarbeit mit den Experten von La Fabbrica (spezialisierte Agentur für Projekte mit öffentlichen Einrichtungen) wurde ein spannendes Schulprojekt ins Leben gerufen, das die Schülerinnen und Schüler der Grundschulen in der Lombardei mit dem Südtiroler Speck g.g.A. vertraut gemacht hat. Gemeinsam mit ihren Lehrern begaben sich die Schüler auf eine faszinierende Reise, um die charakteristischen Merkmale des Südtiroler Specks g.g.A. und die Einzigartigkeit unserer Region zu entdecken. Um diese Erfahrung zu vertiefen, erhielten die 253 Klassen kostenloses Unterrichtsmaterial in Form eines Lehrkits, das während des Unterrichts eingesetzt wurde und insgesamt

6.325 Schüler einbezog. Das Projekt bot auch die Möglichkeit zur Teilnahme an einem Wettbewerb. Die Klassen wurden gebeten, verschiedene Interpretationen von Rezepten vorzustellen, die sowohl in der Schule als auch zu Hause mit ihren Familien erstellt wurden. Die drei Gewinnerklassen wurden mit einem großzügigen Sachpreis im Wert von 1.000 € belohnt und hatten die exklusive Möglichkeit, an einem speziellen Workshop teilzunehmen. Der Workshop, der Ende Oktober in den Gewinnerklassen stattfand, war ein weiterer Höhepunkt des Projekts. Unsere Genussbotschafter und eine erfahrene Erzieherin widmeten sich spielerisch den Besonderheiten des Südtiroler Specks g.g.A. und brachten diesen den Kindern so nochmals näher.



PR-PROGRAMM: EVENT, REISEN UND MAILINGS FÜR JOURNALISTEN UND BLOGGER

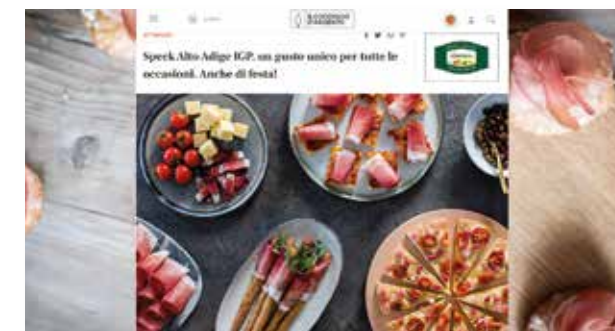
Pressemitteilungen

Pressemitteilungen für die Fach- und Publikumspresse versorgten die Medienlandschaft mit umfangreichen Informationen zum Südtiroler Speck g.g.A. Abwechslungsreiche Inhalte und spannende, zum Teil komplett neue Themen bestimmten die On- und Offline-Pressearbeit.



Per la prima volta la Festa dello Speck arriva a Plan de Corones

(Agen Food) - Bolzano, 05 set. - Manca pochissimo al weekend autunnale più goloso dell'Alto Adige: si tratta della Festa dello Speck, che per la prima volta si terrà a Plan de Corones sabato 30 settembre e domenica 1° ottobre 2023. Un fine settimana che metterà sotto i riflettori il vero protagonista, lo Speck Alto Adige IGP, e si rivelerà luogo d'incontro per buongustai e amanti dello Speck Alto Adige IGP che, per l'occasione, arriveranno a Plan de Corones da ogni dove. Assaggi e degustazioni in mezzo a una panoramica straordinaria nelle Dolomiti, ma non solo. Durante la Festa dello Speck a Plan de Corones sarà infatti possibile assistere a



Pressereisen

Um ausgewählten Journalisten den Südtiroler Speck, seine Herkunft und die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten in der Küche auch vor Ort nahebringen zu können, wurden 2023 fokussierte Pressereisen nach Südtirol organisiert, 2 Journalisten zum Specktag und 3 Journalisten zum Speckfest. Die Journalisten unterschiedlicher Zeitschriften wie „Elle.it“ und „Sale & Pepe“ konnten somit die Welt des Südtiroler Specks kennenlernen.

Pressereisen
spezifisch zum
Südtiroler Speck g.g.A.
5 Journalisten



PR Event - Mailand

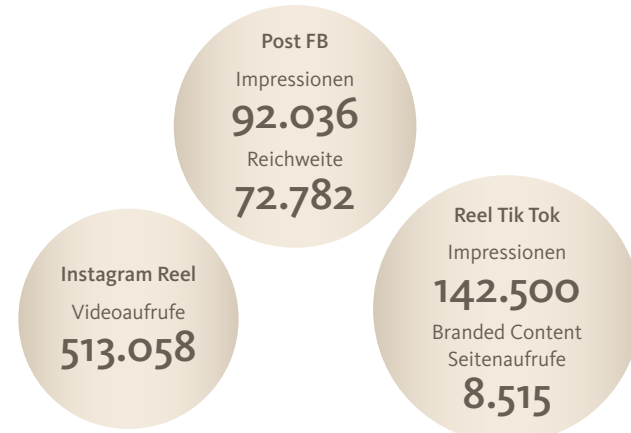
Es wurde auch 2023 ein PR-Event in Mailand geplant, dass unter dem Aufhänger „Speck Aperitivo“ spezifische Journalisten einlud. Es wurden 18 Journalisten in das LAC (Lacorporio Antropologico del Cibo) zu einer Masterclass eingeladen um gemeinsam mit einem Koch verschiedene Aperitivo-Rezepte und Cocktails mit Südtiroler Speck g.g.A. zuzubereiten. An der Veranstaltung nahm der Direktor des Konsortiums sowie IDM Südtirol teil, um die Wichtigkeiten und Merkmale des Südtiroler Speck g.g.A. den Journalisten näherzubringen.

9
Journalisten
Fachpresse



Südtiroler Speck g.g.A. - Ein Fest für die Sinne in der Weihnachtszeit - Il cucchiaino d'argento

In der festlichen Weihnachtszeit rückte „Il Cucchiaino d'Argento“ den Südtiroler Speck g.g.A. in den kulinarischen Fokus. Sowohl auf der Website als auch auf verschiedenen Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und TikTok widmete sich die Plattform dem Südtiroler Speck g.g.A.. Der Monat Dezember stand im Zeichen kreativer gastronomischer Genüsse, wo innovative Rezepte entwickelt wurden, in denen der Speck Alto Adige IGP die Hauptrolle spielt. Diese neuen kulinarischen Kreationen wurden in verschiedenen Formen über verschiedene Kanäle präsentiert, darunter Videos, Stories, Beiträge und Artikel. „Il Cucchiaino d'Argento“ lädt seine Community ein, die Vielfalt und den unvergleichlichen Geschmack des Südtiroler Speck g.g.A. zu entdecken und ihn in die festliche Küche zu integrieren.



Beim Lebensmitteleinkauf Südtirol-Urlaub gewinnen - Tailormade

Ein Stück Südtirol im Lebensmittelhandel einkaufen und dabei einen Urlaub in Südtirol gewinnen – das war im dritten Jahr in Folge die Kernaussage der Trade- und Kommunikationskampagne auf dem italienischen Markt. Im November konnten Kunden in einer großen Supermarktkette in der Lombardei beim Kauf von qualitativ hochwertigen Agrarprodukten und Lebensmitteln aus Südtirol bei der Aktion „Vinci l'Alto Adige“ mitmachen, die gemeinsam mit IDM Südtirol und anderen Südtiroler Qualitätsprodukten organisiert wurde. Die Idee dahinter? Weil Qualitätsprodukte aus Südtirol nicht nur für Qualität, Authentizität und Genuss stehen, sondern auch für die Region aus der sie kommen, sind sie sozusagen Markenbotschafter für das Urlaubsland Südtirol. Die Aktion wurde mit gezielten Marketingmaßnahmen beworben. Es wurden Stände in den Verkaufspunkten aufgestellt, auf denen die Qualitätsprodukte aus Südtirol präsentiert wurden. Geschulte Genussbotschafterinnen machten die Kunden in den Verkaufspunkten auf die kulinarischen Schätze aus Südtirol aufmerksam. Zudem wurden gezielte Kommunikationsmaßnahmen in Form von Flyer, Online-Initiative mit Werbebannern und Beiträge samt Rezepten auf der Internet-Plattform der Kette durchgeführt.



DEUTSCHLAND

ALLGEMEINE PR-AKTIVITÄTEN

Der Kontakt mit den Medien wurde das gesamte Jahr über sorgfältig gepflegt. Neben bewährten Ansätzen wurden den Redaktionen auch neue, interessante Themen vorgeschlagen. Durch spezifische Presse-Mailings und die Bereitstellung von neuen Inhalten erhielten die Medien fortlaufend Anlässe zur Berichterstattung. Gezielte PR-Maßnahmen und Kooperationen mit Bloggern trugen dazu bei, die Sichtbarkeit des Südtiroler Specks g.g.A. auf dem deutschen Markt zu stärken.

Zusätzlich wurde durch einen Spot im deutschen Hörfunk, insbesondere in Bayern, eine breite Reichweite erzielt. Diese Maßnahme trug wesentlich dazu bei, die Bekanntheit des Südtiroler Specks weiter zu steigern und seine Präsenz auf dem deutschen Markt zu festigen.

Print + Online
Veröffentlichungen
4
Reichweite
1.114.861

Hörfunk
Radio
39 Ausstrahlungen auf
39 Sendern
6.799.000 Hörer/Tag
Onlineseiten Radiosender
16 Sender
486.984 Seitenaufrufe und
2.696.326 Impressionen



Südtiroler Speck: Deutschland bleibt wichtigster Exportmarkt

Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung des Südtiroler Speck Konsortiums, haben die Klärung Neuauflage im Bereich Köchen die Mitglieder auf die vergangene Jahr zurück und wichtige Weichen für die Zukunft. Das Komitee des Konsortiums wurde durch die 30-jährige Bestehen des Konsortiums geehrt.

Im August des Jahres 2022 berichtete sich eine Rückkehr von Normalität nach der Corona-Pandemie, was aber wegen der anhaltenden politischen Lage nur bedingt möglich war. Der Absatz der Fertige und Rohschinken hatte vorerwartete Auswirkungen auf die Produktion. Im vergangenen Jahr verzeichnete der Südtiroler Speck einen Anstieg um 61,5 Prozent im Wert des Speckumsatzes, was dem höchsten Wert darstellt. Die Gesamtproduktion selbst ging ebenfalls bereits nach einem Mai im Folge zurück. Insgesamt stieg die Fertige Produktion des Südtiroler Speck Konsortiums, positiv mit dem Jahr 2022. Der Markt verlangt auch in Kombination ein Qualitätsprodukt. Für den Verkauf der Konsortiums die Konsortiums im Fokus. „Wir wollen die Produktqualität des Südtiroler Speck verbessern, die Bekanntheit der Marke „Südtiroler Speck“ weiter steigern und so zur Wirtschaft beitragen.“

61,5 Prozent der Produktion wurde in Italien abgesetzt, was Großteil davon in Südtirol selbst. Der wichtigste Exportmarkt bleibt Deutschland (24,7%), was sich der Absatz auch in den letzten Jahren konstant gezeigt hat. Im vergangenen Jahr aber ebenfalls einen vierstellige Wert. Weitere Exportmärkte sind die USA, Frankreich, Schweden und Österreich. Im Jahr 2022 wurde der kleine, regionalen Speck auf den Markt. Man kann, dass die Haushalte immer kleiner werden und besonders kleine Verpackungseinheiten abnehmen. Das ist ein Wachstum. 2022 wurden 41 Prozent des Speck als Fleischwaren verkauft, 19 Prozent als ganze Fleischstücke und 40 Prozent als Fleischwaren. Die 100-Gramm Packung Maße der am meisten verkauften Verpackungseinheit sind 24,2 Millionen verkauften Speckpackungen.

BLOGGERKOOPERATIONEN Life full of goodies & Food & Co.

Am Ende des Jahres 2023 wurden zwei bezahlte Kooperationen mit Bloggern durchgeführt. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wurden jeweils Rezepte erstellt, bei denen der Südtiroler Speck als Hauptdarsteller im Mittelpunkt stand. Bilder, Stories und Reels, die diese Kreationen präsentierten, wurden auf ihren Instagram-Kanälen veröffentlicht.

Life is Full of Goodies
Instagram
Reichweite
63.633
Impressionen
66.589

Food & Co.
Instagram, Facebook,
Pinterest
Reichweite
4.266
Impressionen
4.754



ANUGA 2023 SÜDTIROLER SPECK AUF DER WELTWEIT GRÖSSTEN FACHMESSE FÜR LEBENSMITTEL

Vom 7. bis 11. Oktober 2023 fand mit der Anuga in Köln die Weltleitmesse für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie statt. Unter dem Leitmotto „Sustainable growth“ wurden nachhaltige Lösungen für die Branchen aufgezeigt und in den Fokus gerückt.

Die Anuga bestätigte Ihre Vormachtstellung als Leitmesse Nr. 1 im Lebensmittel und Getränkesektor. Mit einer Besucheranzahl von rund 140.000 Fachbesucher aus 200 Ländern und rund 7.900 Aussteller aus 118 Länder übertraf die diesjährige Messe die Erwartungen. Durch einem Besucheranteil von mehr als 80 % internationalen Gästen konnte die Messe Anuga weit mehr als wieder an die Vor-Pandemie-Besucherzahlen anknüpfen und bot dem Südtiroler Speck eine gebührende Bühne.

2023 haben sich beim Gemeinschaftsstand mit dem Südtiroler Speck Konsortium, organisiert und koordiniert von der Business Development Abteilung von IDM Südtirol, fünf weitere Produzenten beteiligt: Recla, G. Pfitscher,

Moser Speck, Koflers Delikatessen und Mendelspeck. Besonderes Highlight in diesem Jahr war der Besuch von Landwirtschaftsminister Francesco Lollobrigida, am Samstag, 7. Oktober auf dem Stand des Speck Konsortiums.

Bei den zahlreichen Ausstellern muss man sich unterscheiden und das größte Differenzierungsmerkmal unseres Standes ist das Lebensgefühl „Südtirol“. Als Treffpunkt einer mediterranen und einer alpinen Kultur liegt es an uns, dieses Gefühl zeitgemäß und authentisch dem Besucher zu vermitteln. 2023 hat man wiederum einen Banner im oberen Teil des Standes als Fernerkennung platziert, um den Besucher noch klarer zu sagen: „Hier sind die Südtiroler Speckproduzenten“. Zudem wurde wiederum der gemeinsame Gastronomiestand organisiert, bei dem die Speckproduzenten ihren Kunden und Partnern die hochwertige Südtiroler Gastlichkeit und Kulinarik näherbringen konnten.



POLEN

ICE EVENT – MASTERCLASS, DINNER UND TRADE KAMPAGNE

Mit knapp 38 Millionen Konsumenten ist Polen einer der größten osteuropäischen Märkte mit steigender Nachfrage nach hochwertigen Nahrungsmitteln und stark zunehmendem Import von italienischen Fleisch- und Wurstwaren. Auch Touristen – vor allem Skifahrer – kommen immer mehr zu uns, sodass das Konsortium Südtiroler Speck diesen positiven Trend und die Aktivitäten dort verstärken will. Polen steht daher nach Italien, Deutschland und Frankreich an vierter Stelle der Exportmärkte.

Am 13. September trafen sich die Vertreter des Konsortiums mit über 20 Journalisten, Importeuren, Fachverkäufer und anderen Akteure aus dem Food Sektor für eine „Masterclass“ im renommierten Radisson Collection Hotel in Warschau. Nach der Einführung durch ein Südtirol Video – natürlich wurde mit schönsten Bildern auch unser Land beworben – und dem Präsidenten, Paul Recla, konnte Direktor Martin Knoll die Geschichte, die Verbindung mit der Ursprungsregion, die als g.g.A. geschützte Verarbeitungsmethode und die verschiedenen Verpackungsformen erklären und so eine umfassende Produktinformation liefern. Der Sternekoch Herbert Hintner von Restaurant „Zur Rose“ in Eppan legte dann persönlich Hand ans Speckmesser und zeigte wie man das Stück von der Hamme, die Schwarte vom Stück, die Scheiben per Hand oder mit der Aufschnittmaschine gegen die Faser schneidet, und die vielen Arten wie unser Produkt genossen werden kann. Es blieb keine Frage unbeantwortet und weiteres Interesse an Produkt und Herkunftsland wurden geweckt, viele Artikel on- und offline publiziert.

Am Abend lud dann das Italienische Außenhandelsinstitut ICE mit seinem Direktor Paolo Lemma, gemeinsam mit dem Italienischen Botschafter in Polen Luca Franchetti Pardo und dem Konsortium, zum Galadinner. Über 90 Gäste konnten das Menü kreiert von Sternekoch Hintner mit sorgfältig kombinierten Weinen – natürlich ausschließlich aus Südtirol – genießen und einmal mehr feststellen, wie vielseitig ein guter Südtiroler Speck pur, als Gruß aus der Küche, aber auch in weiteren fantasievollen Gerichten ein würdiger Hauptdarsteller ist. Natürlich durfte



der Klassiker von Hintner, der „Südtiroler Speckcarpaccio“ mit fein geschnittenen Speckscheiben auf Feldsalat, Späse von gereiftem Bergkäse und rohen Steinpilzen, gehobelten Walnüssen, garniert mit einer Citronette, nicht fehlen. Das Seminar zu Mittag und das Abendessen waren ein voller Erfolg, sodass wir viele neue Freunde unseres Produktes und neue Partner für die weitere Entwicklung dieses schon jetzt wichtigen Marktes gewinnen konnten.

In den Folgewochen wurde dann – immer finanziert von ICE – eine Anzeigekampagne on- und offline für Südtiroler Speck g.g.A. in den vier wichtigsten Handelsmagazinen Polens gestartet. Ziel war es mit starken Bildern und Informationen Einkäufer, Importeure und andere Akteure am Markt auf unser Produkt aufmerksam zu machen, deren Interesse zu wecken und es so den Herstellern zu erleichtern mit ihnen Termine zu vereinbaren und vielleicht auch auf einen Besuch der Produktionsstätte nach Südtirol zu kommen. Jetzt ist es wichtig, weiter aktiv zu bleiben, um das jetzt gesteigerte Interesse weiter hoch zu halten. Entsprechende Planungen sind schon im Gange, um auch im nächsten Jahr weitere Aktionen umzusetzen.

Jedyny i niepowtarzalny.

Speck Alto Adige CHOG: oryginalny z Dolomitów.

Dojrzejąca szynka delikatnie wędzona: mało soli, mało dymu i dużo świeżego powietrza.

Nasz Speck Alto Adige CHOG, czyli dojrzejąca szynka delikatnie wędzona, jest:

- Generowany przez Konsorzium Ochrony Specku Alto Adige CHOG i reprezentowany przez znakowe „Alto Adige“ wyłożone na słońcu.
- Kontrolowany na każdym etapie wybarwienia w tradycyjny sposób.
- Modelny przykład tradycyjnego wędzenia i tradycyjnego dojrzewania dla uzyskania bogatego i delikatnego smaku.
- Jedyny, tak jak komponacja przypraw, którą każdy producent może opisać, ale nie może dokładnie wykonać dojrzejącej szynki.
- Uniwersalny w kuchni. Jest doskonały sam w sobie i idealny jako składnik w różnorodnych przepisach.
- Znakomity składnik do sekretu przepisu, ponieważ jego smak nie ma sobie równych wśród europejskich wędlin.

madeinitaly.gov.it

EU-PROJEKT SÜDTIROLER SPECK UND STILFSER KÄSE

POSITIVER ABSCHLUSS FÜR DAS ERSTE JAHR DER EU-KAMPAGNE „CHEESPE“

Unter dem Slogan „Originale von den Gipfeln Europas“, bewerben die Konsortien Südtiroler Speck und Stilsfer Käse die europäische Kampagne „CHEESPE“. Diese fördert zwei hochwertige Produkte aus Südtirol: den Südtiroler Speck g.g.A. sowie den Stilsfer Käse g.U. Das dreijährige Projekt zur Förderung von europäischen Qualitätsmarken mit einem Gesamtbudget von 2 Millionen Euro, welches zu 70 % von der EU finanziert wird, startete am 1. Februar 2023. Es wurden verschiedene Arten von Aktivitäten in Italien, Deutschland und Frankreich durchgeführt, die sich an Endverbraucher, aber auch an Journalisten, Influencer und B2B-Betriebe richteten. Die Zusammenarbeit mit „La Scuola de La Cucina Italiana“ war ein großer Erfolg: Dank Kochkursen und einem Aperitif mit den beiden Südtiroler Qualitätsprodukten konnten über 170 Teilnehmer die beiden Produkte persönlich probieren, und mehr als 2.000.000 Nutzer wurden durch die Medienaktivitäten erreicht. Auf dem französischen Markt waren die Restaurantwochen, die in Zusammenarbeit mit

zehn Pariser Restaurants organisiert wurden, von besonderem Interesse. Im Oktober erstellten und präsentierten sie Menüs mit Südtiroler Speck g.g.A. und erreichten dabei über 170.000 französische Verbraucher. Zusätzlich zu diesen Initiativen generierten diverse Kontakte Branded-Content-Aktivitäten mit einigen der wichtigsten Online-Publikationen, wie zum Beispiel Lecker.de in Deutschland und Agrodolce in Italien sowie verschiedene PR-Aktivitäten, insbesondere durch die Zusammenarbeit mit Markenbotschaftern und Mikro-Influencern. Diese hatten die Gelegenheit, das Herkunftsgebiet der Produkte persönlich kennenzulernen und nahmen auch am Speckfest 2023 teil. Zudem konnten mit Kommunikationsaktivitäten in physischen wie auch Online-Verkaufsstellen der größten italienischen Einzelhandelsketten, Informationen und Rezepte zum Südtiroler Speck g.g.A. und Stilsfer Käse g.U. an mehr als zwei Millionen Verbraucher ausgespielt werden. Weitere Informationen finden Sie unter www.europaqualita.eu.

Originale von den Gipfeln Europas.
Genuss-Momente mit Südtiroler Speck g.g.A. und Stilsfer Käse g.U.

Entdecke Tipps für eine abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung.

Kofinanziert von der Europäischen Union

DE EUROPÄISKE UNION UNDERSTØTTER KAMPAGNER TIL FØRDELINGEN AF ARBEJDETS LØNHED OG HØJERE KVALITETSSTANDARDER



MARKTÜBERGREIFENDE MASSNAHMEN

SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTE BEI EATALY

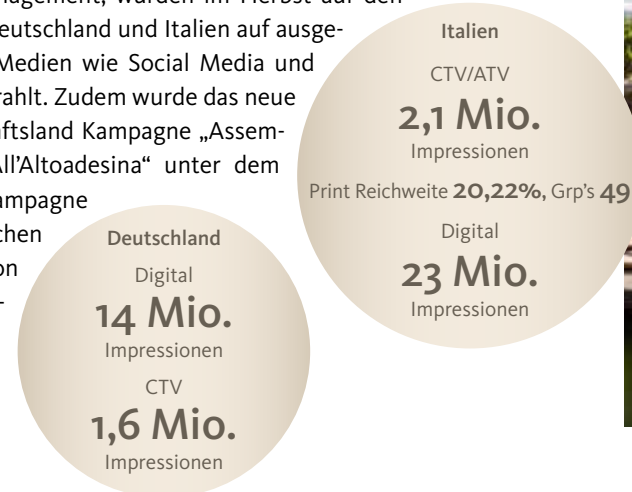
Eataly setzte diesen August und November auf Qualitätsprodukte aus Südtirol und auf Südtiroler Produkte mit europäischer Ursprungsbezeichnung. In ausgewählten Filialen der renommierten Einzelhandelskette in Deutschland, Italien, Frankreich, USA und UK wurden Produkte wie Südtiroler Speck und Äpfel g.g.A., Südtiroler Wein DOC, Apfelsaft und Apfelessig, Sauerkraut und Käse mit dem Südtiroler Qualitätszeichen den Eataly-Kunden vorgestellt. Die Produkte fand man nicht nur in den Regalen, sondern konnte an bestimmten Tagen diese auch gleich verkosten. Darüber hinaus wurde ein Südtirol-Menü entwickelt, das einen Monat lang in den Restaurants der beteiligten Geschäfte präsentiert wurde. Neben der Kommunikation wurde ein besonderes Augenmerk auf Fortbildungsveranstaltungen gelegt: In jeder Filiale wurden Vorträge für das Ladenpersonal gehalten um die Konsumenten für die Südtiroler Qualitätsprodukte zu sensibilisieren.

Insgesamt waren Filialen in 11 Städten beteiligt, darunter die berühmten Eataly-Geschäfte in Mailand, München, New York, Chicago und Los Angeles.



AGRARKAMPAGNE: HERKUNFTSLAND „SÜDTIROLER ART“

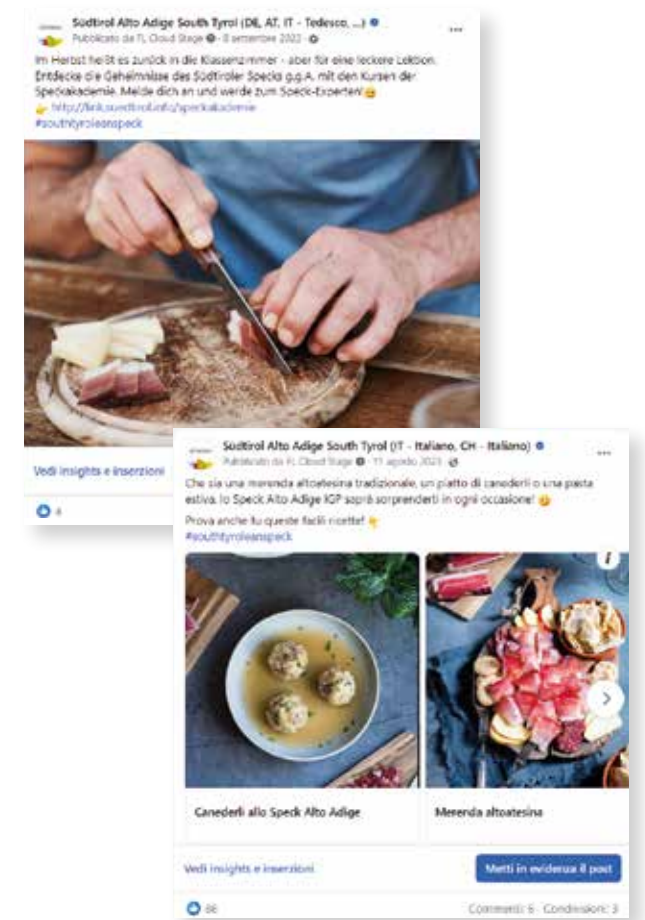
Die Kampagne „Südtiroler Art“, die 2021 erstmals gelauncht wurde, hat zum Ziel Südtirol als Herkunftsland qualitativ hochwertiger Agrarprodukte zu positionieren. Die Botschaft lautet: In Südtirol werden die Produkte nachhaltig mit viel Wissen und Begeisterung hergestellt. Die verschiedenen Videos der Südtiroler Qualitätsprodukte, die jeweils ein Thema repräsentieren, wie der Südtiroler Speck das Qualitätsmanagement, wurden im Herbst auf den Hauptmärkten Deutschland und Italien auf ausgewählten Online-Medien wie Social Media und Youtube ausgestrahlt. Zudem wurde das neue Sujet der Herkunftsland Kampagne „Assemblea generale. All'Altoadesina“ unter dem Dach der Brandkampagne auf dem italienischen Markt in Form von Printmedien ausgestrahlt.



DER SPECK IM WORLD WIDE WEB: WEITERE MARKETINGMASSNAHMEN IM ONLINE-BEREICH

Weitere Marketingmaßnahmen im Online-Bereich betrafen die offizielle Facebook-Seite „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ und den Instagram-Kanal @suedtirol.official sowie die Suchmaschinenoptimierung (SEO). Für Instagram stand der Kanal @speckaltoadige im Fokus mit dem IDM Südtirol mit der Facebook-Seite „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ und dem Instagram-Kanal @suedtirol.official stark interagierte. Auf der Facebook-Seite und dem Instagram-Kanal @suedtirol.official wurden über mehrere Monate verschiedene Themenblöcke rund um den Südtiroler Speck kommuniziert. Dabei wurde darauf geachtet, jedes Thema im besten dafür geeigneten Werbeformat (Foto, Video, Slide-show oder Karussell) zu bewerben. Schwerpunkte bildeten bei der Aktion spannende neue Rezeptideen, die Rubriken „Geschichten des Südtiroler Speck g.g.A.“ und „Hinter den Kulissen“, die Veranstaltungen SpeckAperitivo, Specktag Naturns, Speckfest und SpeckSafari.

Im Zuge der SEO-Optimierung wurden Maßnahmen ergriffen, um die Platzierung der Seite www.speck.it in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen zu verbessern und damit den Traffic zu steigern. Auf der speck.it Webseite wurde zudem stetig die Partner auf der Gastronomie-Seite aktualisiert und neue Inhalte eingepflegt sowie Veranstaltungen und dergleichen stetig auf den aktuellen Stand gehalten, um den Usern die aktuellen Informationen zur Verfügung zu stellen.



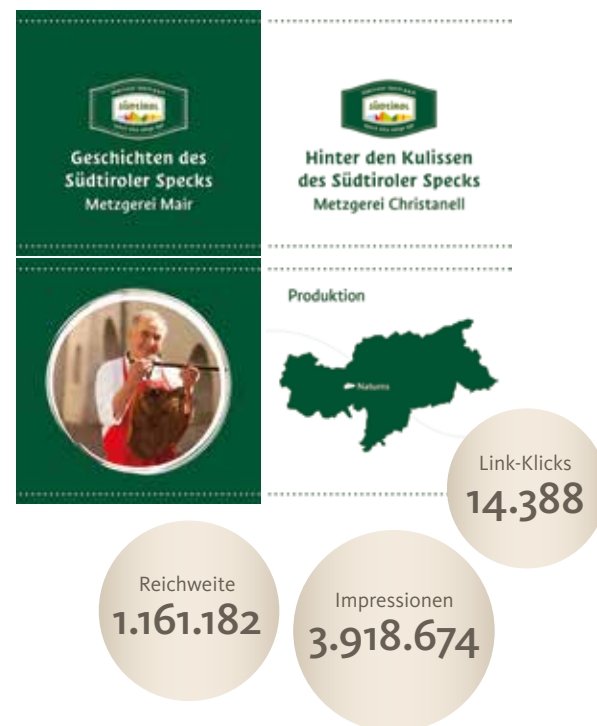
FACEBOOK Südtirol Alto Adige South Tyrol
Anzahl Posts: 22
Impressionen: 641.099
Reichweite: 623.469

INSTAGRAM suedtirol.official
Anzahl Posts: 14
Impressionen: 354.503
Reichweite: 319.851



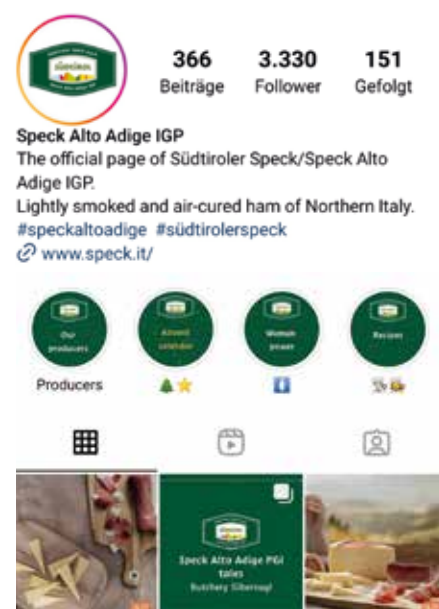
SPECKGEFLÜSTER AUS ERSTER HAND: „GESCHICHTEN DES SÜDTIROLER SPECK g.g.A.“ UND „HINTER DEN KULISSEN“

Welche Bedeutung hat das europäische Gütesiegel „geschützte geografische Angabe“ für jeden einzelnen der 28 Produzenten? Wer sind eigentlich die Personen hinter dem Südtiroler Speck g.g.A.? Was beinhaltet die richtige Gewürzmischung für Südtiroler Speck g.g.A.? Was verbindet die Produzenten des Südtiroler Speck g.g.A. mit den Besonderheiten Südtirols? Um die Produzenten den Gesellschaften in Süddeutschland und Norditalien näherzubringen, wurden auf den Social-Media-Plattformen „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ auf Facebook und „@speckaltoadige“ auf Instagram zwei neue Kampagnen gestartet. Die „Geschichten des Südtiroler Speck g.g.A.“ stellen die individuellen Produzenten vor, während die Kampagne „Hinter den Kulissen“ einen Einblick in die touristischen und geschichtlichen Besonderheiten der jeweiligen Orte gibt, an denen der Speck hergestellt wird. Diese Kampagnen wurden in Form von monatlichen Karrussell-Beiträgen präsentiert und werden bis 2025 fortgesetzt.



INSTAGRAM-KANAL @SPECKALTOADIGE

Instagram hat im Jahr 2023 fast zwei Milliarden Nutzer und ist damit eines der größten sozialen Netzwerke. Der im Jahr 2020 eröffnete Instagram-Kanal @speckaltoadige ging 2023 in sein viertes Jahr. Dabei setzte man weiterhin auf hochwertige und authentische Inhalte zum Südtiroler Speck. Im Mittelpunkt standen auch in diesem Jahr wiederum die Produzenten, Rezepte, Veranstaltungen, Genussmomente und Tipps rund um den Südtiroler Speck. Ziel des Kanals ist der Aufbau einer Business to Customer Community, in erster Linie zur Imagesteigerung von Südtiroler Speck g.g.A., speziell bei der jüngeren Zielgruppe der Speckkonsumenten. Die Anzahl der Follower konnte in diesem Zeitraum auf 3.332 Personen gesteigert werden, welche zu 50,1 % Frauen, 49,9 % Männer und vorrangig im Alter zwischen 35 und 44 Jahren sind. National gesehen stammen die Follower vorrangig aus Italien mit 67,1 %, Deutschland mit 12,7 % sowie den USA mit 3,7%.



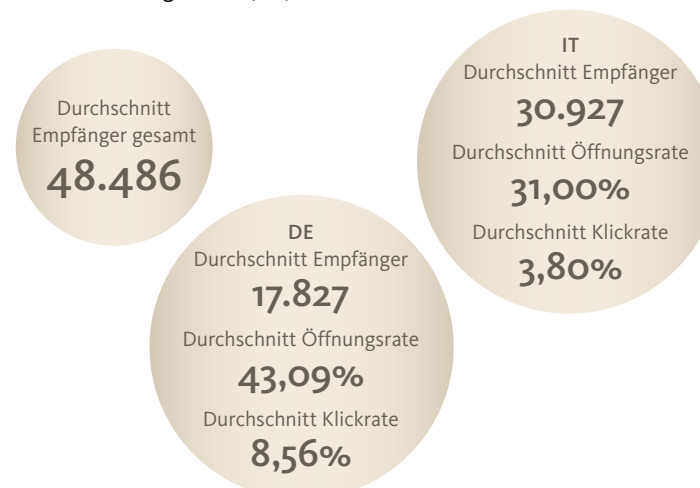
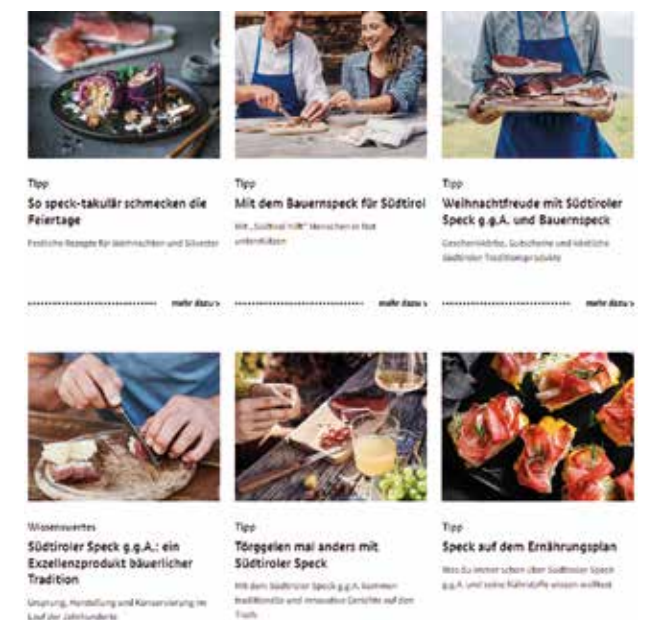
SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM AUF LINKEDIN

LinkedIn ist die größte berufliche Social Media Plattform mit über 920 Mio. Nutzer im Jahr 2023. Der 2020 gegründete Kanal des Südtiroler Speck Konsortiums ging 2023 in sein viertes Jahr. Ziel des Kanals ist es ein Business-to-Business-Netzwerk zwischen Lebensmitteleinzelhandel, der Gastronomie, den Wiederverkäufern, der Werbebranche, den Reiseunternehmen, den nationalen Konsortien, der Kontrollinstitute sowie den Produzenten von Südtiroler Speck aufzubauen. Die Partner beziehungsweise Follower beliefen sich im Jahr 2023 auf 1489 Personen, welche über aktuelle Inhalte wie Kampagnen, Veranstaltungen, Marktdaten, Messeauftritte sowie Neuigkeiten rund um das Thema Südtiroler Speck g.g.A. informiert wurden.



IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND: NEWS & NEWSLETTER

Um alle Interessierten regelmäßig mit aktuellen Informationen rund um das Thema Südtiroler Speck zu versorgen, erscheinen auf www.speck.it zweimal im Monat News zu unterschiedlichen Themen: von Veranstaltungen, Events und Rezepten über kuriose Fakten, Tipps und Tricks bis hin zur Vorstellung von Produzenten und Kampagnen. Zudem wird zweimal im Monat ein Newsletter in Deutsch und Italienisch verschickt, der sich dem Thema Südtiroler Speck und den anderen Südtiroler Qualitätsprodukten widmet, und insgesamt 48.486 User erreicht.



BRANDKAMPAGNE VON IDM SÜDTIROL

Die Südtirol Brandkampagne wird in den Hauptmärkten Italien und Deutschland auch 2023 wieder beworben. Mit dieser Kampagne setzte IDM einen Meilenstein: Die Marke Südtirol wandelt sich von der Destinations- zur Regionenmarke, mit dem Ziel, das Land als Ganzes darzustellen und die Marke ganzheitlich erlebbar zu machen, langfristig und übergeordnet Südtirol als Herkunftsland qualitativ hochwertiger Made-In- und Agrarprodukte zu positionieren und ein Imagetransfer der Werte der Regionenmarke auf all ihre Produkte zu bewirken.

Die gute Sichtbarkeit garantieren die Platzierungen in renommierten Print- und Onlinemedien, wie CTV, Youtube und über Social Media.

DEUTSCHLAND

Print, CTV, Onlinevideo, Display: 55 % Reichweite, Frequenz: 4,6x

Print-Auflage: > 8,5 Mio. Exemplare

Vollständige Ansicht Video: > 16 Mio.

ITALIEN

Print, CTV, Onlinevideo, Display: 90,7 % Reichweite, Frequenz: 4,9x

Print-Auflage: > 10 Mio. Exemplare

Vollständige Ansicht Video: > 12,5 Mio.



Innovationen, die bleiben.

Südtirols Unternehmen und Betriebe sind bis heute vor allem eines: echte Pioniere. Sie wissen: Jedes Projekt braucht eine eigene, innovative Lösung. In Südtirol nennen wir das Findigkeit – die Leidenschaft, immer wieder neu zu denken. Dieser Erfindergeist vereint die Menschen in unseren über 50.000 Unternehmen. Sie erschaffen mit Qualitätsanspruch, Können und Kreativität Dinge von echtem Wert. Dinge, die bleiben – für uns und die Generationen nach uns.

Mehr über Südtirol auf [suedtirol.info](https://www.suedtirol.info)



INTERNATIONALISIERUNG

EXPORT AKTIVITÄTEN 2023

Prämissen

Im Jahre 2022 wurden gemeinsam mit der Arbeitsgruppe Export im Konsortium die Grundlagen für eine Intensivierung der Aktivitäten auf neuen Märkten neu ausgerichtet, wobei insbesondere definiert wurde, was, auf welchen Märkten, mit welchen Partnern und mit welchen Mitteln sinnvollerweise zu tun ist. Nachdem alle Ressourcen wie Zeit, Geld, Personal etc. immer begrenzt sind und ein Mindestumfang für jede einzelne Aktion zur Sichtbarkeit und Wirkung notwendig ist, wurden die Märkte und Aktivitäten entsprechend priorisiert. Hierbei wurde auch berücksichtigt, welche Aktivitäten im vielseitigen „Werkzeugkasten“ des Exports gut vom Konsortium und weniger von den einzelnen Herstellern eingesetzt werden können.

In den Tourismus-Herkunftsländern

Südtiroler Speck und alle anderen typischen heimischen Produkte kann man überall dort gut verkaufen, wo Menschen zuhause sind, die diese in der emotional aufgeladenen Urlaubsatmosphäre im Lande kennengelernt haben. Ein Urlaub in Südtirol ist fast immer auch eine Speckverkostung (leider nicht immer g.g.A.) und vermittelt somit die Tradition und die Verwurzelung des Produktes im Lande. Umgekehrt ist eine Speckverkostung, wo die Touristen zuhause sind, wie „ein Minutenurlaub in Südtirol“. Aus diesem Grunde sind die wichtigsten Zielmärkte Süd-

Deutschland neben unserem Heimmarkt Norditalien, von denen ca. 90 % aller Südtirol-Touristen herkommen.

Wo bereits viel italienische Wurstwaren verkauft werden

Als nächst-wichtiges Kriterium wurde der jeweilige Konsum bzw. Export von anderen italienischen „Wurstwaren“ herangezogen, weil jeder Importeur in dem betreffenden Land Speck zumindest dort kennt, weil er das italienische Sortiment kennt, sofern er diesen nicht schon über seinen Lieferanten bezieht und wir dann die Umstellung auf g.g.A. Speck leichter schaffen, als jene zur Erstlieferung von unserem Produkt. Nach Deutschland, kristallisiert sich in Europa Frankreich als wichtigster Exportmarkt von Wurstwaren, dann das größte Mittel-Osteuropäische Land Polen, wo diese in den letzten Jahren am stärksten wachsen, dann USA, Kanada und UK.

Für das Konsortium stehen mehr öffentliche Beiträge und Gelder als für einzelne Produzenten im Allgemeinen und speziell für die Exportförderung bereit. Um diese bestmöglich auszuschöpfen, bedarf es der laufenden Monitorierung lokaler, nationaler sowie von EU-Quellen.

Bestimmte öffentlichen Beiträge stehen dem Konsortium in Form von Dienstleistungen bei öffentlichen Einrichtungen wie IDM oder ICE zu. Im Zuge dessen hat man die Zusammenarbeit mit diesen intensiviert. Mit ICE Rom wurde eine Grundsatzvereinbarung formuliert, wo die wesentlichen



SONSTIGE AKTIVITÄTEN

SPECKPOST

Im Jahr 2023 informierte das Südtiroler Speck Konsortium seine Mitglieder sowie Südtiroler Speck g.g.A. affine Externe wieder über die wichtigsten News, Tätigkeiten und Termine des Konsortiums. Dazu wurden 4 Ausgaben der SpeckPost, im vierteljährlichen Rhythmus, verfasst.

Aktivitäten und unsere Ziele definiert wurden. Zwischen den wichtigsten ICE-Berater/Innen auf den für uns wichtigsten 7 Märkten, dem Konsortium und den Export Managern unserer Mitglieder wurde ein direkter persönlicher Kontakt durch einen strukturierten Videocall beim ersten CONSORTIUM EXPORT DAY hergestellt. Aus EU-Mitteln (EU VO 1144/2014) konnte gemeinsam mit dem Stilfser Käse ein Dreijahresprogramm in Italien, Deutschland und Frankreich in Höhe von ca. 2 Mio. € acquiriert werden. Aus der Vielzahl von Ansuchen der letzten beiden Jahre konnten außerdem ca. 150.000 € für Polen acquiriert werden, wo mit dem italienischen Außenhandelsinstitut ICE

Seminare, Workshops, ein Abendessen und eine Anzeigenkampagne in Handelsmedien, gerichtet an Einkäufer und ähnliche Akteure (B2B), realisiert werden.

Entsprechend der definierten Export-Prioritäten wurde im Frühjahr 2023 ein umfangreiches, dreijähriges Projekt mit dem Asiago Käse und dem Pinot Grigio delle Venezie (wichtigster Importweißwein in USA) ausgearbeitet und bei der EU eingereicht. Nachdem wir dort keinen direkten Zuschlag erhalten haben, aber an zweiter Stelle der „Reserveliste“ mit guter Genehmigungswahrscheinlichkeit gereiht wurden, arbeiten wir zur Zeit an einem alternativen Projekt auf den gleichen Märkten nur mit dem Asiago Käse.



MARKTÖFFNUNG AUSTRALIEN

Eine spezielle Anerkennung für ein einzelnes Produkt, außerhalb von allgemeinen, staatlichen bilateralen Abkommen ist grundsätzlich natürlich sehr aufwändig, weil entsprechende Tests und Prüfungen durchgeführt und Dokumentationen nach den Vorgaben – in unserem Fall – von 3 Staaten (Australien, Italien und Holland) erstellt werden müssen. Aus diesem Grunde wurde in einem auch sehr zeitaufwändigem Verfahren unter Einbeziehung des Ministeriums in Rom und Sydney, ASSICA, ICE Sydney, dem Landestierärztlichen Dienst in Bozen und der Arbeitsgruppe Export versucht, andere, weniger aufwändige Wege zu finden. Mit dem Ministerium in Rom und dem EU-Abgeordneten in Brüssel Dr. Dorfmann wurde auch geprüft, ob es bald einen Abschluss des allgemeinen Freihandelsabkommens zwischen der EU und Australien geben wird,

wobei sich leider Ende 2023 herausgestellt hat, dass dieses von Australien abgebrochen und erst nach den Wahlen des EU-Parlamentes wieder aufgenommen wird. Aus diesem Grunde wurde die Einzelanerkennung nochmal forciert und nach Prüfung verschiedener Alternativen – u.a. Stazione Sperimentale in Parma – mit jenem aus Teramo, das auf die Analysen von Viren ausgerichtet ist, ein Projekt definiert. Die Umsetzung ist allerdings zeitlich und arbeitsmäßig aufwändig. Aus diesem Grunde werden jetzt nochmal eventuell günstigere Alternativen und öffentliche Finanzierungen geprüft, um auf dieser Grundlage dann zu entscheiden.



PRODUKTSPONSORING

Produktsponsoring Fußballverein FC Ingolstadt

Catering VIP Bereich
Rückrunde Saison 22/23



Fußballverein Bologna FC

Catering VIP Bereich
Hinrunde Saison 23/24



Fleischerschule Landshut (Deutschland)

Produktschulungen
2. März + 9. November



Presseevent - Mailand

4. Mai



Südstern Jahrestreffen Südtiroler im Ausland Geschenkkorb

28. Dezember



Schulprojekt Hotelfachschulen

Meran - Brixen - Bruneck



Weinbergkino Vinum Hotels

Speckverkostung
30. + 31. August +
1. September



Weingut J. Hofstätter Südtiroler Genussreise

Speckverkostung
8. + 9. Dezember



Südtirol kocht

Brixen - Sterzing -
Sand i. T. - Glurns
5. Juli + 26. Aug. +
14. + 20. Sept.



Tag des Weins Eppan Speckverkostung

15. April



Berlinale Film Festival Berlin

Catering VIP Bereich
21. Februar



Aspiag

Mitarbeiter-Schulung
in Bozen
14. + 15. Juni + 17. Oktober



Trade-Kampagne Einkäufer Polen IFE

Gala Dinner –
Masterclass
12. September



Maratona dles Dolomites

Rennradtour
26. Juni bis 02. Juli



ZUSAMMENSETZTE PRODUKTE

Die Bekanntheit und Vielseitigkeit des Südtiroler Speck g.g.A. ist in den letzten Jahren bei namhaften europäischen Lebensmittelfirmen stark angestiegen. Der Südtiroler Speck ist eine beliebte Zutat bei zusammengesetzten Produkten von Firmen, wie Italpizza, Bertongello und Il Pastaio. Auch eine namhafte Firma aus Südtirol, die Fa. Strauss Josef GmbH hat mit uns einen Vertrag abgeschlossen und bietet Knödel mit Südtiroler Speck g.g.A. an. Zurzeit hat das Speck Konsortium genau 27 Verträge mit europäischen Firmen abgeschlossen, die von der Bezeichnung Südtiroler Speck g.g.A. und der geschützten Marke auf Ihrem Produkt profitieren. Auf Grund der steigenden Nachfrage und den damit zusammenhängenden steigenden Kontrollkosten erhält das Speck Konsortium von Seiten der Firmen, seit Ende des Jahres 2020 einen jährlichen Unkostenbeitrag von 1.000,00 €.



JÄHRLICHE MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2023

Am Samstag den 18. Februar 2023 waren die Mitglieder des Konsortiums anlässlich der jährlichen Mitgliederversammlung im altherwürdigen Kloster Neustift zu Gast. Der Rahmen der Veranstaltung wurde zum einen genutzt, um auf das abgelaufene Jahr zurückzublicken, aber auch um die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen. Im Zuge dessen thematisierte man bei der ordentlichen Mitgliederversammlung die Festlegung der Konsortialbeiträge 2023 und einigte sich bei der außerordentlichen Mitgliederversammlung auf eine Statutänderung.

Nach der Sitzung hatten die Gäste die Möglichkeit, bei einem geführten Rundgang mehr über die lange Geschichte der historischen Klosteranlage in Erfahrung zu bringen. Zudem bot die Mitgliederversammlung einen gebührenden Rahmen, um beim anschließenden gemeinsamen Abendessen die langjährigen Mitglieder des Südtiroler Speck Konsortium zu ehren; 30 Jahre: Windegger, Gstör, Recla, Moser, Nocker, Senfter, Vontavon, Meraner Wurstwaren, Stephan von Pfössl, - 10 Jahre: Viktor Kofler, - 5 Jahre: Viumser, Raich.



Unsere Produzenten

DAS SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM STELLT SICH VOR



Paul Recla
Präsident



Günther Windegger
Vizepräsident



Martin Knoll
Direktor



Sascha Grünfelder
Marketing



Verena Rungger
Verwaltung und Mitgliederbetreuung

MITGLIEDERSTAND

Im Jahr 2023 vereint das Südtiroler Speck Konsortium 26 Mitglieder. Der Mitgliederstand blieb unverändert.





Südtiroler Speck Konsortium

Lauben 71, 39100 Bozen

Tel. +39 0471 300 381

info@speck.it | www.speck.it