



Gemeinsam in die Zukunft

Nachhaltigkeitsbericht 2023



Inhalt

| | |
|---|----|
| Vorwort des Landesrats für Wirtschaft | 5 |
| Vorwort des Südtiroler Speck Konsortium | 7 |
| 1 SÜDTIROLER SPECK | 9 |
| Südtiroler Speck Konsortium - Entwicklung, Geschichte und Gegenwart | 10 |
| Südtiroler Speck g.g.A. - Geschichte, Gegenwart und Zukunft | 12 |
| Das Südtiroler Speck Konsortium - Unsere Produzenten | 21 |
| Produzenten - Landkarte | 22 |
| Die fünf Schritte der einzigartigen Speckproduktion von Südtirol | 24 |
| Produktionszahlen und Absatzmärkte | 27 |
| 2 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE | 37 |
| Die Nachhaltigkeitsziele – UN SDGs – und ihre Bedeutung für den Südtiroler Speck | 38 |
| Die Nachhaltigkeitsstrategie von Südtiroler Speck g.g.A. | 40 |
| Prozess und Nachhaltigkeitsteam | 47 |
| 3 DIE VIER VIERTEL UNSERER NACHHALTIGKEIT | 55 |
| 1. Viertel: Tierwohl und Qualität | 56 |
| 2. Viertel: Nachhaltige Veredelung | 68 |
| 3. Viertel: Wertschöpfung und Konsum | 73 |
| 4. Viertel: Bildung und Kommunikation | 82 |
| 4 EIN NACHHALTIGER AUSBLICK | 89 |
| Das Arbeitsprogramm von Südtirol Speck g.g.A. zur Nachhaltigkeit | 90 |
| Daten und Impressum | 94 |



VORWORT DES LANDESRATS FÜR WIRTSCHAFT

“Südtirol nachhaltig zu entwickeln ist unser Anspruch. Mutige Entscheidungen sind notwendig und gemeinsam zu tragen, um Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt möglichst in Einklang zu bringen, der Klimakrise zu begegnen, ihre Folgen zu bewältigen und die Herausforderungen möglichst in Chancen umzuwandeln.“

2019 hat die Landesregierung diesen Grundsatz formuliert und wer ihn liest, erkennt, dass nachhaltige Entwicklung in Südtirol nur gelingen kann, wenn alle mitwirken: die Politik, die Verwaltung, die Bürgerinnen und Bürger, aber auch die Vertreterinnen und Vertreter der Wirtschaft. Gemeinsam müssen wir Gutes weiterführen, weniger Nachhaltiges verbessern und verändern.

Unsere Aufgabe ist es, Betriebe zu unterstützen, ihre Wettbewerbsfähigkeit durch eine nachhaltigere Produktion zu verbessern. Dazu braucht es die Bereitschaft, Betriebsziele in Richtung Nachhaltigkeit zu optimieren und damit Vorbild zu sein für knapp 1400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Südtirol. Der Umsatz der Mitglieder im Speck Konsortium von bis zu 300 Millionen Euro jährlich, zeigt den beträchtlichen Anteil ihres Sektors an der Wertschöpfung in der Lebensmittelproduktion. Das bedeutet, ihr Handeln hat Einfluss und kann damit wesentlich zu einer nachhaltigen Produktion, zu hoher Qualität und zum Tierwohl beitragen.

Das Produkt selbst, der Speck, ist dafür der ideale Botschafter. Die ursprüngliche Idee dahinter, das Fleisch haltbar zu machen, ist eine sehr nachhaltige, wenn es auch die damaligen Umstände waren, die zur Entwicklung dieser Konservierungsmethode geführt haben. Der Grundgedanke ist jedoch identisch mit der heutigen Philosophie und deshalb Lebensmittelverschwendung, bei guter Lagerung, kein Thema.

Man könnte sagen, die Tradition verpflichtet Speckproduzentinnen und Speckproduzenten, die Nachhaltigkeit stets im Auge zu behalten. Dieser Bericht ist ein wichtiger Schritt dahingehend. Denn wir sind uns bewusst, dass die Produktion von Speck durchaus negative Auswirkungen auf die Umwelt haben kann. Das heißt aber nicht, dass man nichts dagegen tun kann, im Gegenteil. Ihr kontinuierliches Arbeiten daran, das Produkt Speck so nachhaltig wie möglich herzustellen, zeigt, wie wichtig jede einzelne gesetzte Maßnahme ist. Ich denke dabei an die Qualitätskriterien

bei der Fleischauswahl, an die Einführung eines überprüf-
baren Tierwohl-Standards, an den sauberen Transport oder
an die effiziente Verwendung von Materialien, sei es bei
der Reduktion oder beim Einsatz von umweltschonenden,
wiederverwertbaren Verpackungen. Auch im Produktions-
prozess gibt es große Potenziale zur Umwelt- und Ressour-
censchonung, angefangen bei der Nutzung von Energie
aus erneuerbaren Quellen.

Nachhaltigkeit ist ein kontinuierlicher, und zugleich inno-
vationstreibender Prozess. Die stetige Verfeinerung der
hoch entwickelten Produktionsmethoden in der Speckher-
stellung und -verarbeitung zeigt, wie viel bei einem schein-
bar schon „erstklassigen“ Produkt noch verbessert werden
kann – nicht nur was die Qualität des Produktes betrifft,
sondern auch dessen Nachhaltigkeit.

Das Kulturgut Speck soll es auch in Zukunft geben. Und durch
ihr Engagement für eine nachhaltige Produktion kann es auch
als solches bezeichnet und genossen werden. Denn wenn der
Nachhaltigkeitsgedanke noch stärker in den Mittelpunkt
der Speckherstellung rückt, wird nicht nur einer Notwen-
digkeit und einer immer stärker werdenden Forderung der
Konsumentinnen und Konsumenten entsprochen, sondern
auch Qualität vor Quantität gestellt und das hochwertige
Fleischprodukt in den Mittelpunkt gerückt.

Wenn uns die Geschichte der Speckproduktion in Südtirol
eines gezeigt hat, dann dies: dass sich der Mut, neue Wege
zu gehen, lohnt. Ihre Verantwortung gegenüber Mitarbei-
terinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden sowie
der Gesellschaft ist Ansporn, den eingeschlagenen Weg,
trotz vieler Hindernisse und Hürden, weiterzugehen.



Philipp Achammer
Landesrat für Wirtschaft,
Autonome Provinz Bozen - Südtirol



VORWORT DES SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUMS

Das Südtiroler Speck Konsortium und die Produzenten und Produzentinnen haben herausfordernde Jahre hinter sich. 2019 wurde der Sektor von einer außerordentlichen Rohstoffkrise getroffen, damit zusammenhängend ein ruckartiger Anstieg der Rohstoffpreise für die Verarbeitung von Südtiroler Speck. Danach, 2020, wurde der Specksektor, wie alle Sektoren, durch die Covid-19 Pandemie vor große Herausforderungen gestellt. Wichtige Vertriebskanäle und Absatzmärkte sind über Nacht zusammengebrochen. Im Jahr 2022 sollte die Rückkehr zur Normalität nach der Corona-Pandemie gelingen, was aufgrund der angespannten weltpolitischen Lage nur bedingt möglich war. Steigende Produktionskosten setzen dem gesamten Sektor bis heute zu.

Bereits seit der Gründung, aber speziell seit dem Jahr 2019, beschäftigt man sich im Speck Konsortium mit den Themen und Aspekten der Nachhaltigkeit. Die Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit wurde 2020 ins Leben gerufen und hat erstmals eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie für das Südtiroler Speck Konsortium angeregt. In enger Zusammenarbeit mit den Produzenten und Produzentinnen, mit Wissenschaft und Beratung sowie mit verschiedenen Expertinnen und Experten wurden die Eckpfeiler eines Nachhaltigkeitsprogramms definiert. Entstanden sind die „Vier Viertel unserer Nachhaltigkeit“ mit den Headlines:

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

Hiermit haben wir eine erste gesamtheitliche Sensibilisierung zu den Themen der Zukunftsfähigkeit erreicht und eine Intensivierung der Bemühungen für Qualität und Nachhaltigkeit als Mehrwert für den Südtiroler Speck g.g.A. geschafft. Seit 2021 arbeitet nun das Speck Konsortium intensiv an der Erstellung des ersten, detaillierten Nachhaltigkeitsberichts für den Specksektor. Die Ziele dieser Anstrengung sind, die Speckproduktion gesamtheitlich und authentisch zu analysieren, transparent zu präsentieren und gemeinsame Ziele und Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung der Speckproduktion zu entwickeln und in Angriff zu nehmen.

Besonderer Dank gilt hierbei allen Mitgliedern der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit, namentlich Heidi Hafele, Peter und Stefanie Moser, Walter Nocker, Elisa Petrini, Florian Siebenförcher und Günther Windegger, die intensiv zum Gelingen des vorliegenden Berichts beigetragen haben. Bedanken wollen wir uns bei allen Produzenten und Produzentinnen, die durch ihre Teilnahme an den Erhebungen und Befragungen ein repräsentatives Bild des Sektors ermöglichen. Unser Dank gilt den zahlreichen Autorinnen und Autoren, der Handelskammer Bozen, der IDM Südtirol und dem Versuchszentrum Laimburg sowie den Interviewpartnerinnen und -partnern, die diesen Bericht reichhaltig und divers machen. Und schließlich möchten wir uns bei der Nachhaltigkeitsagentur Plenum GmbH, namentlich bei Dr. Alfred Strigl, Mag.a Sylvia Brenzel und DI Floor Wolff, bedanken, die uns über den gesamten Zeitraum professionell unterstützt hat.

Es liegen weiterhin spannende und herausfordernde Jahre vor uns. Klimawandel, Tierwohl und viele sozio-ökologische Aufgaben möchten ebenso gelöst werden wie wirtschaftliche Schwierigkeiten der Energieversorgung, Preissteigerungen und des beruflichen Nachwuchses in unserer Branche. Das Südtiroler Speck Konsortium wird mit Sicherheit auch in den kommenden Jahren gut gefordert sein. Doch immer hat ein Faktor alles andere überwogen, um Herausforderungen gut zu meistern. Es war und ist der Faktor des Gemeinsamen. Gemeinsam haben wir bisher alle Anstrengungen gut gemeistert. Und so richten wir auch gemeinsam den Blick nach vorn mit den Produzenten und Produzentinnen, den Lieferanten und Lieferantinnen, allen Mitarbeitenden, den Familien, der Politik und den Behörden, der Wissenschaft, den Medien, und gemeinsam mit den Menschen, die unser Produkt lieben, schätzen, kaufen und genießen – gemeinsam in die Zukunft.



Paul Recla
Präsident Südtiroler
Speck Konsortium



Martin Knoll
Direktor Südtiroler
Speck Konsortium



1 Südtiroler Speck



Südtiroler Speck Konsortium

Entwicklung, Geschichte und Gegenwart



FRANZ SENFTER,

Gründungsmitglied und 20 Jahre Präsident des Südtiroler Speck Konsortiums, schildert aus heutiger Sicht seine Eindrücke zur Entstehung des Südtiroler Speck Konsortiums:

„Das heutige Konsortium ist die Nachfolge eines bestehenden Konsortiums, welches von den großen Speckherstellern Fa. Schmid, Fa. Christanell, Fa. Gasser und Fa. Senfter gegründet und betrieben wurde. Die genannten Hersteller und Herstellerinnen sahen die Notwendigkeit, den Südtiroler Speck am Markt zu verteidigen. Am Markt gab es eine Vielzahl von Herstellern in den nahegelegenen Provinzen. Die handwerklich-betriebenen Speckhersteller, die sogenannten Dorf-Metzgereien, hatten sich im Verband organisiert. Zur besseren Marktdurchdringung war es notwendig, alle Speckhersteller zu vereinen. Wir baten die Handelskammer in der Person des Doktor Rottensteiner, ein einheitliches Speck Konsortium in Südtirol zu gründen. Dank einer guten Vermittlung gelang es uns, das heutige Südtiroler Speck Konsortium zu gründen.“



WERNER FRICK

Wir haben den **ehemaligen Südtiroler Landesrat für Handwerk, Handel und Fremdenverkehr** um seine Einschätzung zum Südtiroler Speck gefragt. Hier sind seine Gedanken.

„Das Land Südtirol hat Mitte der 1970er Jahre die gesetzliche Einführung der Südtiroler Schutzmarke beschlossen. Damit wurde schon frühzeitig ein entscheidender Impuls für das erfolgreiche Marketing und die Qualitätsorientierung vieler landwirtschaftlicher Produkte gesetzt. Es war für uns wichtig, daraus im Jahre 2004 die Dachmarkenstrategie zu entwickeln, für ein weitgehendes Mittun der verschiedenen Wirtschaftsbereiche zu werben und die europarechtliche Anerkennung durchzusetzen.

Hierbei spielte der Südtiroler Markenspeck eine bedeutende, ja unverzichtbare Rolle. Dank der Visionen und der Überzeugungskraft von Franz Senfter war der Markenspeck ganz vorne dabei, wenn es darum ging, Zusammenhalt und Markenbewusstsein der Produzenten und Produzentinnen zu stärken und die Finanzierung der stark gestiegenen Marketingmaßnahmen gemeinsam mit dem Land auf ein solides Fundament zu stellen. Mit Freude erinnere ich mich an die Konsumenten-Befragungen, die eine enge Korrelation zwischen dem Begriff Südtirol und unserem Speck nachgewiesen haben. Das hat letztlich auch den Tourismus, insbesondere am deutschen Markt, beflügelt.

Unvergessen ist das vom Konsortium mehrere Jahre veranstaltete Speckfest, das uns über die Landesgrenzen hinaus weitere Aufmerksamkeit und Sympathie gesichert hat. Organisiert hat das meisterhaft Franz Mitterutzner. Gerne hab ich bei seinen erfolgreichen Pressekonferenzen und Marketinginitiativen für den Südtiroler Speck mitgewirkt.

Das Speck Konsortium hat mit Weitblick und Konsequenz die positive Entwicklung der Südtiroler Wirtschaft der letzten Jahrzehnte begleitet und hat sich dafür Dank und Anerkennung verdient.“



JOSEF ROTTENSTEINER,
ehem. Generalsekretär
Handelskammer

Der ehemalige Generalsekretär der Handelskammer Bozen, Josef Rottensteiner, war maßgeblich an der Erfolgsgeschichte „Südtiroler Speck g.g.A.“ beteiligt. Er berichtet aus heutiger Sicht zur Erfolgsgeschichte Speck:

„Wer an Südtiroler Qualitätsprodukte denkt, denkt zuerst an den Südtiroler Speck. Um die missbräuchliche Verwendung der geografischen Bezeichnung zu unterbinden, war es erforderlich, diese unter EU-Schutz zu stellen. Das Südtiroler Speck Konsortium garantiert das hohe Qualitätsniveau und überwacht die traditionelle Produktionsmethode. Durch die Alleinstellung, welche der Südtiroler Speck dadurch am Markt erreicht, werden gleichzeitig die Südtiroler Speckproduzenten und Speckproduzentinnen geschützt und den hohen Qualitätsansprüchen der Verbraucher und Verbraucherinnen entsprochen. Die Unterschutzstellung durch die EU und die Tätigkeit des Schutzkonsortiums sind darum von großer Bedeutung für unser Land.“



FRANZ WINDEGGER,
Gründungsmitglied und langjähriger Vize-
Präsident des Südtiroler Speck Konsortiums, schildert die Anfangsjahre des Südtiroler Speck Konsortiums:

„Schon in den 80'ger Jahren waren die Groß- und Industrieproduzenten mit eigener Dachmarke auf dem Markt präsent!

Nachdem von Seiten der kleineren und kleinen Handwerksbetriebe der Wunsch und das Interesse für die Gründung eines Konsortiums laut wurden, hat die damalige Landesregierung, unter Landeshauptmann Dr. Silvius Magnago, die gesetzlichen Richtlinien für die Gründung eines Konsortiums geschaffen, wo alle Hersteller und Herstellerinnen von Speck zusammengeschlossen wurden.

Die Anfangsphase war nicht leicht, denn man musste die Aufbauarbeit leisten und viele Mitglieder gewinnen.

Als dann sich allmählich erste Erfolge abzeichneten, fasste man die Erreichung einer Qualitätsschutzmarke ins Auge.

Zuerst führte uns der Weg nach Rom, wo uns der damalige Landesrat Sepp Mayr viel weiter geholfen hat, und dann der steinige Weg nach Brüssel. Nach mehreren Anläufen erhielten wir die erste Qualitätsschutzmarke g.g.A. = geographisch geschützte Angabe für unser Südtiroler Qualitätsprodukt. Ein Meilenstein!

Mit Direktor Franz Mitterrutzner erreichten wir zudem sehr viel, so z.B. die sehr erfolgreichen Speckfeste am Waltherplatz in Bozen (jetzt im schönen Villnöss).

Dazu konnte man mit den Beiträgen der Mitglieder, Hersteller und Herstellerinnen und der Landesregierung eine sehr erfolgreiche Fernsehwerbung in den nationalen TV Kanälen betreiben, was als weiterer Meilenstein zu bezeichnen ist!

Die Produktion steigerte sich weiterhin und der Markt florierte. Auch das Projekt „Südtiroler Bauernspeck“ sei noch erwähnt, das sehr viel Überzeugungsarbeit forderte, aber unser damaliger Präsident Franz Senfter und Landeshauptmann Dr. Luis Durnwalder waren stets begeistert.

In diesem Sektor sind noch ca. 20 Mastbetriebe in Südtirol zu verzeichnen, doch der Umsatz dieses guten Produktes verläuft immer noch sehr zögerlich.

Das Speck Konsortium ist heute zu einem großen Wirtschaftsfaktor geworden und hat sich international einen Namen gemacht.

Das gilt es in Zukunft zu bewahren, die Qualität weiterhin zu steigern und mit gewinnbringenden Ertägen weiterhin erfolgreich zu sein!“

Südtiroler Speck g.g.A. Geschichte, Gegenwart und Zukunft

AUFGABEN SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM

Zu den Aufgaben des Südtiroler Speck Konsortiums gehören die Qualitätspolitik, der Schutz der Marke und die Durchführung von Werbemaßnahmen, welche von den Richtlinien der EU (Reg. 510/2006), des Staates (Gesetz 526/99) und der Autonomen Provinz Bozen geregelt werden. Oberstes Ziel des Konsortiums ist es, die Qualität vom Südtiroler Speck g.g.A. zu sichern und das Vertrauen der Verbraucher in das Produkt immer weiter zu steigern.

Zur Bewältigung dieser Aufgaben arbeitet das Südtiroler Speck Konsortium eng mit verschiedenen Institutionen auf lokaler und nationaler Ebene zusammen: der Autonomen Provinz Bozen, dem Ministerium für Forst- und Landwirtschaft, dem unabhängigen Kontrollinstitut Istituto Friulano Controllo Qualità (IFCQ) und der IDM Südtirol.

DIE AUFGABEN DES SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUMS

Die Schutzvereinigung „Südtiroler Speck Konsortium“ hat die Aufgabe, die Qualität des Südtiroler Speck g.g.A. zu schützen und zu fördern.

Das geschieht durch drei wichtige Funktionen:

- **Qualitätspolitik**
Das Südtiroler Speck Konsortium definiert die Qualitätskriterien für alle Herstellungsschritte und überwacht die von der Europäischen Union vorgesehenen Produktionstechniken. Dadurch werden Ursprung und Qualität garantiert.
- **Markenschutz**
Die Marke ist Qualitätsgarant für den Südtiroler Speck g.g.A. Das Schutzkonsortium überwacht den Markt und die korrekte Verwendung der Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“. Bei missbräuchlicher Verwendung werden gegebenenfalls gerichtliche Maßnahmen ergriffen.
- **Werbemaßnahmen**
Das Südtiroler Speck Konsortium führt eine breite Palette an Werbemaßnahmen durch: Printkampagnen, TV- und Radiospots, Verkaufsförderungsaktionen, PR-Maßnahmen und Teilnahme an Fachmessen und Veranstaltungen.



Die folgenden sechs Abschnitte wurden von **PAUL ZANDANEL** zusammengestellt, PR Quality Products, IDM Südtirol. Die IDM Südtirol steht für Innovation, Development und Marketing und begleitet den Specksektor seit vielen Jahren im Bereich Kommunikation und Vermarktung.

1 DIE QUALITÄTSPOLITIK DES LANDES SÜDTIROL IM AGRARBEREICH

Die Schutzmarke Südtirol und das Zeichen „Qualität Südtirol“ hat eine bewegte Geschichte. Bereits seit 1976 gibt es die Qualitätsmarke „Südtirol“, welche auf Initiative vom Assessorat für Handel durch das Landesgesetz Nr. 44 im Jahre 1976 eingeführt und gemeinsam mit der Handelskammer Bozen betreut wurde.

Der damalige Wirtschaftslandesrat Werner Frick unterstreicht die Bedeutung der Schutzmarke Südtirol folgendermaßen: „Gerade in Zeiten von Lebensmittelskandalen sucht der Konsument und die Konsumentin genaue Informationen über die Herkunft, die Zusammensetzung und die Verarbeitung der Produkte. Diese Garantie bietet das Markenzeichen „Südtirol“ als Zeugnis für Qualität und Ursprung der Lebensmittel.“

Das runde Südtirol-Etikett wurde bereits im Jahre 1976 für die Südtiroler Äpfel und Birnen eingeführt. Milch, Speck, Brot, Gemüse, Beeren, Grappa und Honig erweiterten nach und nach die Palette der Qualitätsprodukte. Jedes geschützte Produkt muss strenge Kriterien erfüllen, um die Aufschrift „Südtirol“ tragen zu dürfen: So müssen die Produkte in Südtirol unter Einhaltung strenger Regeln produziert und ständig durch rigide Kontrollen geprüft werden.

„Mit dem Südtirol-Logo übernehmen Südtirols Produzenten und Produzentinnen die Verantwortung für die Ware, die sie zum Verkauf anbieten, und versprechen gleichzeitig dem Konsumenten und der Konsumentin einwandfreie Lebensmittel. Für die Erzeuger und Erzeugerinnen bringt die Verwendung

des Gütesiegels den Vorteil eines höheren Marktwertes. Der Konsument und die Konsumentin sollte die Qualität nicht zuletzt auch dadurch fördern, indem er/sie bereit ist, dafür auch etwas tiefer in die Tasche zu greifen.“

Die Schutzmarke hat Zukunft: davon sind die wesentlichen Träger und Trägerinnen des Qualitätssiegels überzeugt. Sie sind derzeit dabei, sich auf ein neues Konzept in Sachen Schutzmarke Südtirol zu einigen. Entsprechende Gespräche zwischen dem Assessorat für Handwerk, Handel und Fremdenverkehr und der Südtirol Marketing Gesellschaft laufen bereits. *„Unser Ziel ist es, die Synergien zwischen den einzelnen Wirtschaftsbereichen bestmöglich zu nutzen, damit wir in Zukunft unter einer eigenen Dachmarke „Südtirol“ im In- und Ausland einen stärkeren Marktauftritt garantieren können“,* sagt Landesrat Werner Frick.

Im Jahre 2001, anlässlich der 25-Jahre-Feier der Schutzmarke Südtirol, stellten die Akteure und Trägerinnen fest: *„Die Markenfamilie Südtirol bündelt verschiedene Marken und Produkte unter einem Dach. Dadurch sollen insbesondere die Synergien zwischen Tourismus und Landwirtschaft gefördert werden: Während die Landschaft die Qualitätsprodukte (Lebensmittel) emotional auflädt, sind die Qualitätsprodukte wiederum authentische Botschafter für Landschaft und Tourismus. Diese Verbindung ermöglicht einen gegenseitigen Imagetransfer, also eine Übertragung positiver Assoziationen.“*

Diese Bemühungen mündeten 2004 in der Einführung der Dachmarke Südtirol mit der Genehmigung durch die Landesregierung am 25. Oktober und der Vorstellung gegenüber einem breiten Publikum im November 2004.

2005 wurde schließlich das Qualitätszeichen Südtirol eingeführt und somit die Markenfamilie Südtirol rechtlich abgesichert und unter ein gemeinsames Dach gestellt.

2 DIE EUROPÄISCHE QUALITÄTSPOLITIK IM AGRARBEREICH

Mit der EU-Verordnung Nr. 2081/92 hat sich die Europäische Kommission zum Ziel gesetzt, landwirtschaftliche Erzeugnisse und Nahrungsmittel, die nach traditionellen

Herstellungsverfahren produziert werden und deren Qualität sich eindeutig geografisch abgegrenzten Gebieten zuordnen lässt, mit einer Ursprungsbezeichnung zu kennzeichnen und dadurch vor Missbrauch zu schützen. Dieser Versuch einer Harmonisierung von unterschiedlichen einzelstaatlichen Schutzverfahren ist, im Hinblick auf einen umfassenden Verbraucherschutz auf europäischer Ebene, richtungsweisend. Gleichzeitig werden dadurch gleiche Wettbewerbsbedingungen für die Hersteller und Herstellerinnen sichergestellt.

Die erwähnte Verordnung sieht die Zuerkennung einer geschützten geografischen Ursprungsbezeichnung (g.U.) oder einer geschützten geografischen Angabe (g.g.A.) vor, die aus dem Namen einer Gegend, eines bestimmten Ortes oder in Ausnahmefällen eines Landes besteht.

Die Zuerkennung einer g.U. setzt im Sinne des Art. 2 der Verordnung voraus, dass die damit gekennzeichneten Produkte „ihre Güte oder Eigenschaften überwiegend oder ausschließlich den geografischen Verhältnissen einschließlich der natürlichen und menschlichen Einflüsse“ verdanken und „in dem begrenzten geografischen Gebiet erzeugt, verarbeitet und hergestellt“ wurden.

Die Gewährung einer g.g.A. setzt hingegen neben der Produktherkunft voraus, dass sich beim Produkt „eine bestimmte Qualität, das Ansehen oder eine andere Eigenschaft aus diesem geografischen Ursprung ergibt und das in dem begrenzten geografischen Gebiet erzeugt und/oder verarbeitet und/oder hergestellt wurde“.

3 WERDEGANG UND MEILENSTEINE DES SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUMS

Bereits 1980 hatten vier Südtiroler Hersteller eine Vereinigung ins Leben gerufen, um sich vor unkontrollierten Produkten zu schützen. Der Erfolg blieb nicht aus. Nachdem bereits in den 1970er Jahren der Wunsch nach einer stärkeren Zusammenarbeit der Speckhersteller und -herstellerinnen bestand, gelang es erstmals im Januar 1986, konkrete Schritte zu setzen. Das Konsortium für die Förderung des Südtiroler Markenspecks wurde durch 4 Großbetriebe gegründet. Im Jahre 1987 kamen weitere 25 Mitglieder dazu.

Bereits im Jahre 1987 konnte durch gemeinsame Vermarktungsaktivitäten unter der Südtirol-Marke mit 85 Mrd. Lire eine Steigerung des Umsatzes von 22 % zum Vorjahr erzielt werden. Gravierende Fehler in der Produktion eines bedeutenden Mitgliedes waren jedoch der Auslöser für die Auflösung im Jahr 1988, obwohl die intensiven Werbeaktivitäten bereits Früchte zeigten. Mit den gleichen Zielsetzungen wurde am 15. Juni 1992 durch 17 Speckproduzenten und Speckproduzentinnen das nach wie vor bestehende „neue“ Konsortium gegründet.

Das Konsortium für den Schutz und die Förderung des Südtiroler Markenspecks mit Sitz in der Handelskammer Bozen, führte in Ergänzung der Werbetätigkeit der Handelskammer weitere Maßnahmen zum besseren Verkauf des Markenspecks durch. Die Handelskammer ihrerseits unterstützte seit 1988 mit einer Werbekampagne die Südtiroler Speckhersteller und Speckherstellerinnen bei der Sicherung der immer anspruchsvoller werdenden Absatzmärkte.

Die Aktivitäten des Konsortiums Südtiroler Speck wurden u. a. durch die Einstellung eines Geschäftsführers im Mai 1997 (Franz Mitterrutzner) und die Schaffung einer eigenen Geschäftsstelle intensiviert, wobei insbesondere im Bereich Kommunikation weiterhin enge Abstimmung und Zusammenarbeit mit dem Amt für Absatzförderung der Handelskammer (Dr. Zandanel) bestand.

Voraussetzung für diese Entwicklung war die Erteilung der g.g.A. „Südtiroler Speck“. Dies und die Lage der Mehrheit der Mitgliedsbetriebe in Berggebieten ermöglichte die Gewährung eines EU- bzw. Landesbeitrages, wodurch für die Jahre 1997, 1998 und 1999 neben der Eigenleistung der Hersteller und Herstellerinnen zusätzliche Finanzmittel zur Verfügung standen. Die intensivere Kommunikation unter den Mitgliedern im Konsortium, insbesondere in der Arbeitsgruppe Marketing, in der alle Kommunikationsaktivitäten diskutiert und für die Entscheidung im Verwaltungsrat vorbereitet wurden, führte u. a. zu einer genaueren Festlegung der Kommunikationsstrategie.

Im Dezember 1997 hat der Verwaltungsrat des Konsortiums und die Fachkommission der Verwendung der neuen Südtiroler Speckmarke bei den Herstellern und Herstelle-

rinnen zugestimmt. Hiermit wurde vereinbart, dass ab der CIBUS in Parma (5.–11.5.1998) 30 % der bedruckten Herstelleretikettenfläche von dieser Marke eingenommen wird. Die Handwerker und Handwerkerinnen überlegten damals die Übernahme dieser neuen Marke auch für ihre Etiketten mit der Überlegung, dass das Bedürfnis nach einer klaren Unterscheidung zu den Großherstellern und Großherstellerinnen, nicht nur bei der Etikette, sondern in der gesamten Kommunikation, berücksichtigt werden.

4 WERDEGANG UND MEILENSTEINE DES GESCHÜTZTEN PRODUKTS SÜDTIROLER SPECK G.G.A.

Begünstigt von den landschaftlich-klimatischen Besonderheiten unseres Landes entwickelte sich schon früh eine bodenständige Tradition der Fleischkonservierung. Der Speck ist der „Gipfel“ dieser Kultur. Die Marktposition des Specks, im Speziellen die des Südtiroler Markenspecks, wurde im September 1992 so umrissen:

- Grundsätzlich ist Südtiroler Speck positiv positioniert.
- Speck hat ein sehr gutes Produktimage, er wird als wertvoll, natürlich und als handwerklich erzeugt eingeschätzt.
- Es besteht noch Entwicklungspotenzial: 10 % der Befragten haben noch nie Speck probiert, würden es aber gerne tun.
- Gerade 30 % der Bevölkerung können als regelmäßige Konsumenten und Konsumentinnen bezeichnet werden. Beim Rohschinken sind es 80 %. 30 % essen Speck sehr selten oder gar nicht, 40 % gelegentlich, aber nur 5 % mehr als einmal in der Woche. Rohschinken essen hingegen 88 % regelmäßig und 40 % mehr als einmal in der Woche.
- Der eigentliche Schwachpunkt scheint das Fehlen eines spezifischen Informationsmanagements von Seiten der Speckproduzenten und Speckproduzentinnen zu sein. Der Speck ist zwar fast jedem Verbraucher und jeder Verbraucherin bekannt, nimmt aber in dessen Aufmerksamkeit keine zentrale Rolle ein.
- Selbst die regelmäßigen Verbraucher und Verbraucherinnen sind noch zu wenig über Herkunft, Eigenschaften und Arten von Speck informiert.

- Eine richtige Kommunikationspolitik muss von der Südtirol-Marke als Wiedererkennungszeichen und als Qualitätsgarantie (DOC) für den Südtiroler Markenspeck ausgehen.

Diese Überlegungen sind nach wie vor aktuell. Seither wurden viele Anstrengungen unternommen (Marktforschung und Kampagnen), Image und Bekanntheitsgrad zu steigern sowie die Distribution zu unterstützen.

1992 erfolgte in Brüssel die Veröffentlichung der ersten 318 landwirtschaftlichen Produkte bzw. Nahrungsmittel, die eine geschützte Ursprungsbezeichnung erhalten haben. Darunter befand sich auch der Südtiroler Markenspeck. Der Südtiroler Markenspeck war eines der sieben italienischen Produkte im Fleischsektor, denen ein europäischer Schutz zuteil wurde.

Der Specksektor hat bereits im Jahre 1993 über die Handelskammer ein Gesuch um Zuerkennung der g.g.A. „Südtiroler Speck“ eingereicht. Das Gesuch um Zuerkennung der g.g.A. für den Südtiroler Markenspeck wurde schließlich nach dem Dringlichkeitsverfahren, das bei bereits bestehenden bilateralen Abkommen zum gegenseitigen Schutz von Erzeugnissen angewandt werden kann, genehmigt.

1994 wurde in Brüssel um die Unterschutzstellung der Bezeichnung „Südtiroler Markenspeck“ in allen Ländern der europäischen Gemeinschaft angesucht. 1995 waren 26 Speckhersteller und Speckherstellerinnen berechtigt, Südtiroler Markenspeck herzustellen. Zusammen brachten es diese Betriebe auf eine Jahresproduktion von ca. 3 Mio. Hammern, das sind rund 13 Mio. Kg. Davon sind rund 30 % Markenspeck. Die Exportquote lag bei 30 %. Hauptabsatzländer waren Deutschland und Österreich.

Der Gesamtumsatz der Speckbranche betrug 1995 etwa 180 Mio. Lire. Die Zahl, der in den Betrieben Beschäftigten lag bei rund 800. 1996 erhielt der Südtiroler Speck schließlich von der EU die Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ zugesprochen.

5 STRATEGISCHE MASSNAHMEN NACH DER ZUERKENNUNG DER G.G.A.

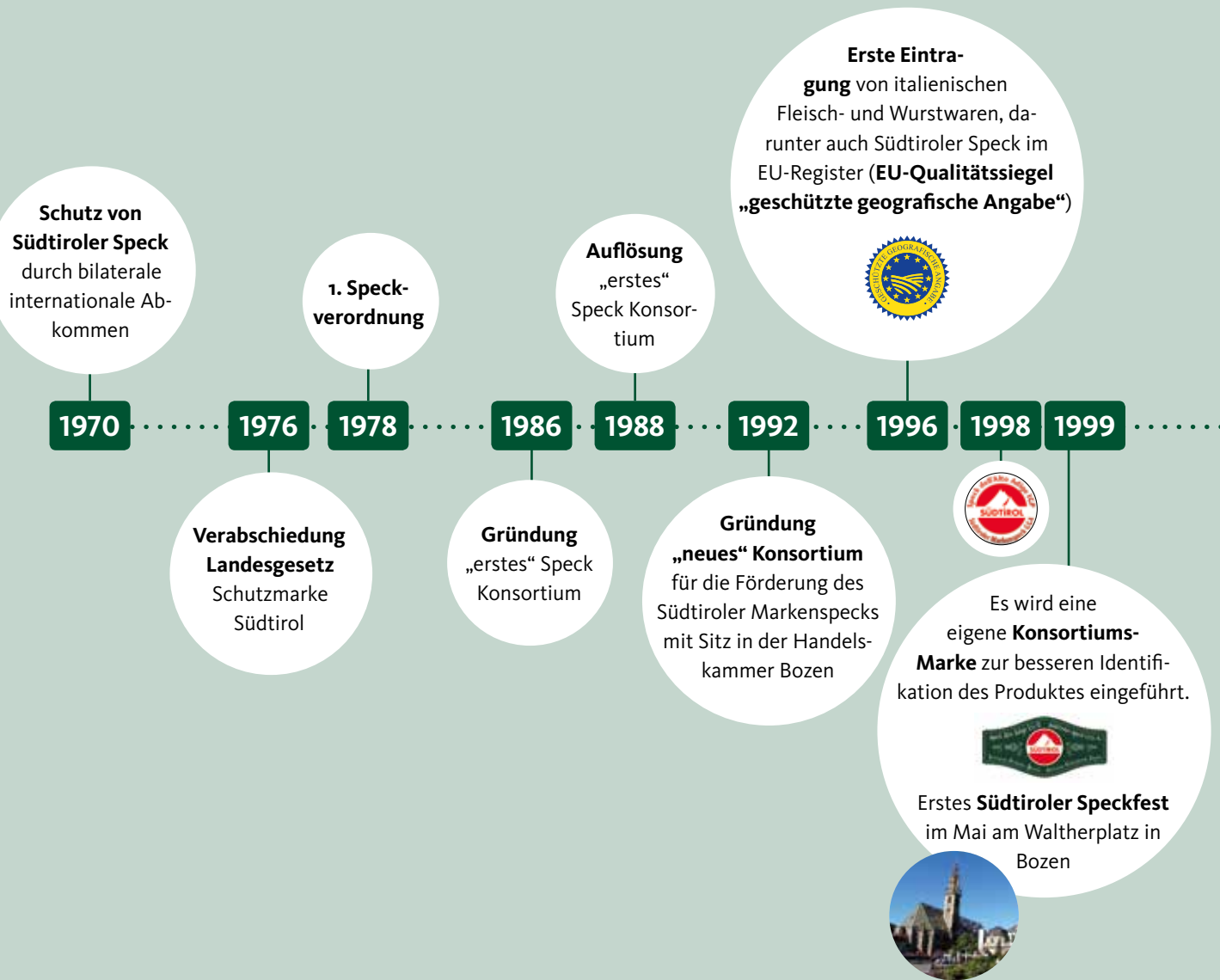
Die Zuerkennung der g.g.A. bedeutete für den Specksektor eine neue Herausforderung im Qualitätsbereich, gleichzeitig ergab sich durch die neuen Rahmenbedingungen eine besondere Chance, neue Märkte zu erobern. Erstes Ziel der Südtiroler Markenspeckproduzenten und -produzentinnen war es von Beginn an, den Anteil von Markenspeck an der Gesamtproduktion deutlich zu erhöhen. Oberste Maxime war dabei die Einhaltung von höchsten Qualitätskriterien.

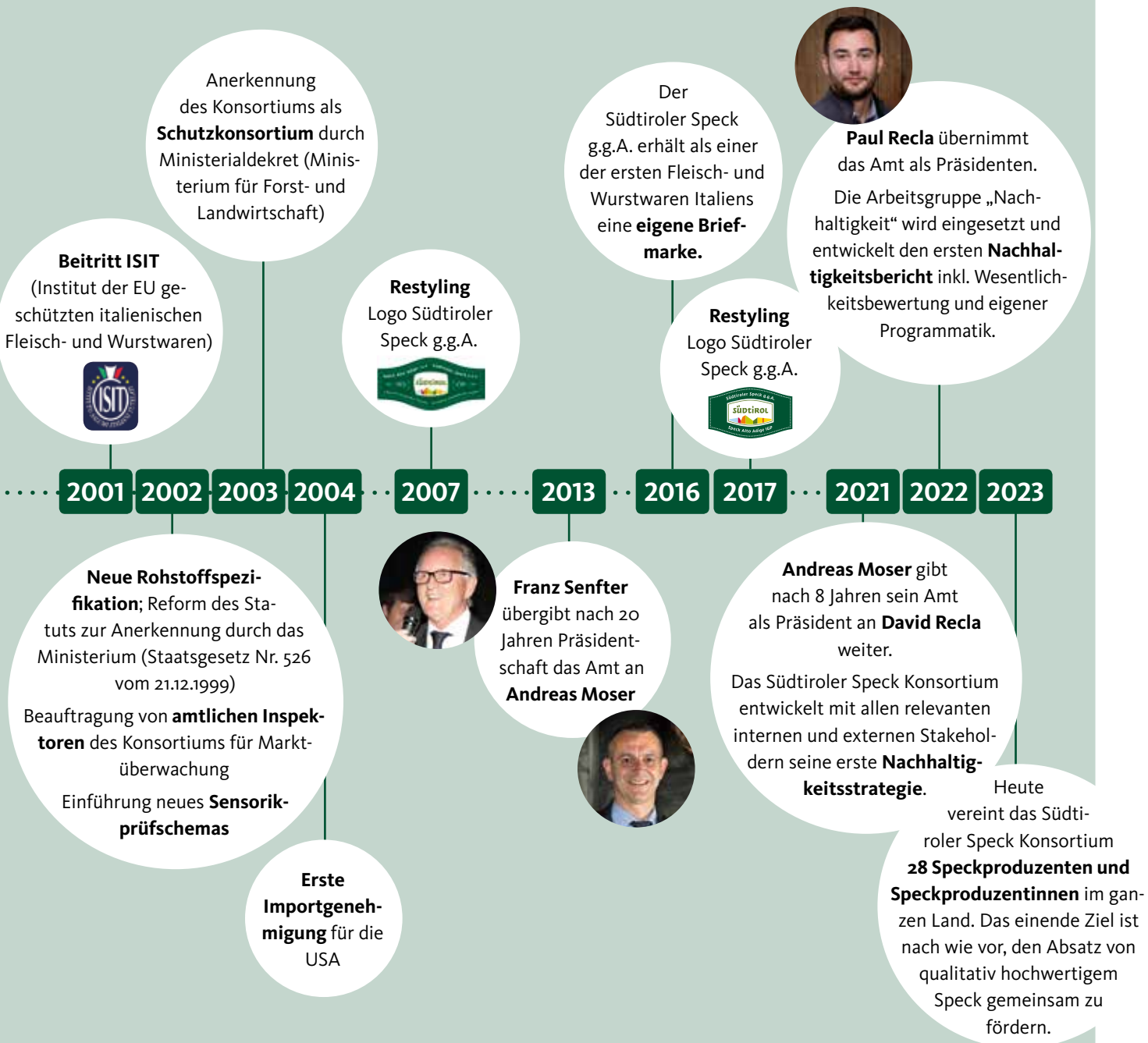
Zur Festigung der errungenen Marktposition und zur Eroberung neuer Kundenschichten wurden seit der Möglichkeit, die Schutzmarke Südtirol zu verwenden (erste Speckverordnung 1978), auf dem nationalen Markt und in den wichtigsten Absatzländern umfassende Marketingaktivitäten, die auf die Erhöhung von Image und Bekanntheitsgrad abzielten, durchgeführt. Dazu zählten Inseratenkampagnen, Rundfunkwerbung, eine kontinuierliche Pressearbeit und Verkaufsförderungsmaßnahmen. Diese Maßnahmen wurden über den Werbefonds bei der Handelskammer abgewickelt.

Die Aktivitäten der Handelskammer gingen ab 2007 nahtlos in die Export Organisation Südtirol (EOS) über, seit 2016 unterstützt IDM Südtirol das Südtiroler Speck Konsortium mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen. Zusammenfassend eine Erfolgsgeschichte, die durch das wegweisende geschickte und weitreichende Zusammenspiel aller Akteure und Akteurinnen (Produzenten und Produzentinnen, Konsortium, Landesverwaltung, Handelskammer, SMG, EOS, IDM) ermöglicht wurde.

Dass der Südtiroler Speck g.g.A. heute gut dasteht und für die zukünftigen Herausforderungen gut aufgestellt ist, verdankt er jahrelangen gemeinsamen Anstrengungen in der Produkt- (Qualität) und Kommunikationspolitik (Marke).

6 MEILENSTEINE







FRANZ JOSEF MITTERRUTZNER

Es war im Jahre 1997, also ein Jahr nach der Veröffentlichung der g.g.A. durch den damaligen EU Kommissar, den Tiroler Franz Fischler, als die Handelskammer in Person von Ihrem Direktor Pepi Rottensteiner und dem Marketingleiter Paul Zandanel vom Konsortium den Auftrag übernahm einen Direktor zu suchen. Nach einem Einführungstreffen mit den beiden Herren, die sich vorher mit dem Konsortium um die Belange des Südtiroler Specks und ganz wesentlich um die Erlangung der g.g.A. gekümmert haben, wurde dem neuen Direktor ein recht ansehnlicher Stapel an Dokumenten und Unterlagen übergeben, von denen gar einige Rechtsstreitigkeiten um den Namen betrafen.

Ökonomische und juristische Nachhaltigkeit des Südtiroler Specks

VERTEIDIGUNG DER G.G.A. VOR GERICHT

Es war eine Firma aus Norddeutschland, die in den späten 1990er Jahren in der Nähe von Hamburg Südtiroler Speck produzierte und mit diesem Namen verkauft hat. Ein international tätiger Speckhersteller nutzte die damals neu im Jahre 1996 eingetragene g.g.A. für in Südtirol hergestellten Speck, ohne sich von der beauftragten Kontrollstelle kontrollieren zu lassen und verkaufte diesen dann an eine große deutsche, international tätige Lebensmittelkette. Er argumentierte, er hätte die Marke Südtiroler Speck schon vor dem Schutz als g.g.A. durch die EU allein für seine Firma eintragen lassen und hätte somit ein sogenanntes „altes Marken Vorbenutzungsrecht“, welches in der betreffenden Verordnung tatsächlich vorgesehen ist, aber nur unter bestimmten Bedingungen, wie wir noch sehen werden.

Das waren nur einige der Beispiele, wo man drastisch sehen konnte, dass beim rechtlichen Schutz und dessen konkrete Umsetzung - wo kein Kläger, dort kein Richter -

dringender Handlungsbedarf bestand. Wenn man damals den erlangten Schutz nicht auch konkret gegen den offensichtlichen Mißbrauch der g.g.A. eingeklagt hätte, so wäre heute diese g.g.A. wohl eben nicht mehr eine geschützte-, sondern eine generische Bezeichnung, von denen es ja - wie zum Beispiel Prager Schinken, Krakauer Wurst, Frankfurter Würstchen u.a.m. - am Markt so viele gibt, eben weil die ursprünglichen Hersteller und Herstellerinnen aus den jeweiligen Herkunftsregionen nicht aktiv dagegen vorgegangen sind. Sobald ein Großteil der Konsumenten und Konsumentinnen annimmt, dass das jeweilige Produkt zwar eine geographische Angabe trägt, aber nicht auch am angegebenen Ort hergestellt wird, besteht offensichtlich auch kein Anlass mehr, diese Herkunft zu schützen, sondern höchstens noch die dort ursprünglich angewendete Methode.

Im Fall der großen deutschen Handelskette konnte das Konsortium nachweisen, dass die vor der Veröffentlichung der g.g.A. erfolgte Registrierung der Marke nicht in gutem Glauben erfolgte – eine der wesentlichen Nebenbedingungen für die Gewährung eines „altes Markenrechtes“ - weil zum gegebenen Zeitpunkt der Südtiroler Speck zwar noch nicht nach EU Recht, aber mit Südtiroler Landesgesetz geschützt war, was der Hersteller wissen konnte. Hätte der Hersteller diesen „guten Glauben“ nachweisen können, so könnte er wohl noch heute immer noch die g.g.A. verwenden, ohne die vorgesehene gesetzlichen Kontrollen zu akzeptieren. Durch diese Rechtslage konnte eine „Einstweilige Verfügung“ beim Landesgericht Bozen und der Rückruf auf allen Märkten der gesamten somit unrechtmäßig mit der g.g.A. ausgezeichneten Produkte auf den relevanten Märkten erreicht werden. Ausserdem mußten die Beklagten dieses Urteil auf eigene Kosten in zwei nationalen Tageszeitungen in Deutschland, Italien und Österreich veröffentlichen, was damals bei einer noch viel höheren Bedeutung, Auflage und Leserzahl der Print Tageszeitungen eine gewaltige Aufmerksamkeit für unser Produkt bedeutete. Es war am Markt mit einem Schlag klar, dass mit dem Namen Südtiroler Speck und dem entsprechenden Konsortium, dem EU Schutz und den Kontrollen „nicht zu Scherzen“, sondern ernsthaft zu rechnen ist. Bei Verlust dieses somit historischen Rechtsstreits, wäre die ganze „Geschichte“ wohl gänzlich anders, oder – wie oben dargestellt – dieser heute so gut geschützte Namen, gene-

risch geworden. Südtiroler Speck könnte mit diesem Namen überall produziert werden und unser Land und unsere Hersteller und Herstellerinnen hätten einen Teil ihrer jahrhundertalten Kultur auf immer verloren. Diese Erfahrung sollte man sich auch heute noch vor Augen halten, wenn es gilt, das kulinarische Erbe unseres Landes und seine typischen, traditionsreichen Produkte zu schützen. Das gilt nur zum Beispiel für Südtiroler Kaminwürsten, - Bauernschinken und Meraner Würstel, die ähnliche Voraussetzungen wie der Speck haben.

Der oben beschriebene Rechtsstreit wurde nach Klärung der Rechtslage übrigens durch tatkräftige und direkte Schlichtung des damaligen Landeshauptmannes Dr. Durnwalder von allen Parteien zurückgezogen.

ABSCHAFFUNG VON ANSPIELUNGEN AUF DIE G.G.A.

Für einen wirksamen Schutz der g.g.A. ist auch wichtig, dass dieser auch gegen sogenannte Anspielungen wirksam ist. Anspielungen sind im konkreten Fall alle am Produkt oder im Zusammenhang mit demselben verwendete Informationen, die den Konsumenten und Konsumentinnen am Markt annehmen lassen, dass das betreffende Produkt aus Südtirol kommt. Dies können zum Beispiel auch typische Bilder, oder Textelemente sein, die an Südtirol erinnern.

In den ersten Jahren nach der Veröffentlichung gab es neben der g.g.A. Südtirol selbst noch eine ganze Reihe von Eisacktaler-, Vinschgauer, Pustertaler-, Dolomiten oder andere eben auf Südtirol anspielende Bezeichnungen, die für Speck verwendet wurden, die nicht von der für die g.g.A. beauftragten Kontrollstelle kontrolliert wurden. Man hat versucht den Schutz dadurch zu „umgehen“, dass man anstelle der g.g.A. selbst, auf sie „anspielende“, auf die Herkunft verweisenden Informationen am Produkt angegeben hat, die den Konsumenten und die Konsumentin eben zeigen sollten, dass das Produkt aus Südtirol kommt, ohne die Qualitätsvorgaben der g.g.A. einhalten zu müssen. Ohne weitere Rechtsstreitigkeiten ist es freiwillig gelungen, bei Gewährung von angemessenen Übergangszeiten und Aufbrauchfristen von Verpackungsmaterial Anspielungen zu vermeiden. Erst nach dem im Konsortiums Klarheit und

„reiner Tisch“ gemacht wurde, konnte auch gegenüber anderen Herstellern und Herstellerinnen außerhalb vorgegangen werden, ohne dafür aufwändige und für alle Beteiligten schädliche Rechtsstreitigkeiten einzugehen.

Insgesamt ist es nicht ganz einfach zu sehen, welche Anspielungen tatsächlich als solche sinnvoller Weise anfechtbar sind und das kann sich auch im Laufe der Zeit ändern. Das gilt auch für den italienischen Namen Alto Adige, der einerseits im Doppelnamen unserer Region Trentino Alto Adige natürlich vom ersten eine Anspielung erfährt. Andererseits wird dieser in den letzten Jahren immer öfter auch im Italienischen durch Sudtirolo ersetzt, welches dieses Problem aufheben würde.



Zur Geschichte von Speck in Südtirol

Speck wurde in der Geschichte Südtirols von den Südtiroler Bauern und Bäuerinnen hergestellt, um das Fleisch haltbar zu machen – der Schinken war für den Hausgebrauch bestimmt. Traditionell wurden die Schweine zur Weihnachtszeit geschlachtet. Durch die Speckherstellung war die Konservierung des Fleisches für das ganze Jahr gesichert. Das Schinken Rezept wurde gut gehütet und von Generation zu Generation weitergegeben. Auch heute noch zeichnet sich der Speck durch das über 100 Jahre alte Gewürzrezept der Vorfahren aus.

Südtiroler Speck hat nichts mit dem im deutschen Sprachgebrauch üblichen fetten Bauchspeck zu tun. Der Speck entstand aus der Verbindung von zwei Konservierungsmethoden für Fleisch: der Reifung, wie für den Rohschinken



im Mittelmeerraum üblich, sowie dem Räuchern, typisch für den Norden Europas. Dadurch entstand ein typischer Schinken aus Südtirol, produziert nach der traditionellen Regel „wenig Salz, wenig Rauch und viel Luft“. Der Speck ist Bestandteil vieler typischer Südtiroler Gerichte, wie beispielsweise der Speckknödel aus Südtirol. Der Schinken ist in Südtirol, zusammen mit Brot, Käse und Wein, der Hauptdarsteller der originalen Marende, der typischen Südtiroler Brotzeit. Der Südtiroler Speck wurde im Laufe der Jahrhunderte immer wieder verfeinert und hielt Einzug in die Sterneküche.

Der Südtiroler Speck g.g.A. verdankt seinen typischen Geschmack vor allem seiner Herkunft Südtirol. Hier treffen die alpenländische und mediterrane Kultur in einzigartiger Weise aufeinander, und nur hier sorgt die Natur für ein ganz spezielles Klima mit viel Sonne und sauberer Luft. Südtirol – kleines Land, großer Genuss mit über 300 Sonnentagen im Jahr. In der nördlichsten Provinz in Italien trifft mediterranes Klima auf alpine Landschaften und urige Gemütlichkeit. In wunderschöner Bergkulisse produzieren die Südtiroler und Südtirolerinnen schon seit Jahrzehnten ihren typischen Schinken und zelebrieren eine wahre Speck-Kultur.

Der Südtiroler Speck g.g.A. lebt von der Leidenschaft und Hingabe der Südtiroler Produzenten und Produzentinnen, die den Speck auf traditionelle Art und Weise herstellen. Während man nördlich der Alpen den Schinken durch Räuchern haltbar macht und im Süden an der Luft trocknet, haben die Südtiroler beides vereint und so den typischen Südtiroler Speck geschaffen: leicht geräuchert und an der frischen Bergluft gereift, nach alter Bauerntradition.

Der Südtiroler Speck g.g.A. ist ein wichtiger Bestandteil typischer Südtiroler Gerichte wie der beliebten Speckknödel. Aber auch in der Sterneküche ist Südtiroler Speck fest etabliert.

PETER SIEBENFÖRCHER

„Der Südtiroler Speck g.g.A. wird nach der traditionellen Regel, mit wenig Salz, wenig Rauch und ganz viel frischer Luft hergestellt.“

Das Südtiroler Speck Konsortium

Unsere Produzenten



Produzenten - Landkarte



PRODUZENTEN UND PRODUZENTINNEN VON SÜDTIROLER SPECK G.G.A.

- Christanell
- Metzgerei Christanell
- Galloni Thomas & Andreas
- Gstör
- Meraner Wurstwaren
- Metzgerei Gruber
- Kofler Delikatessen
- Kofler Viktor & Andreas
- Metzgerei Mair
- Martin Speck
- Merano Speck
- Moser Speck
- Nocker Walter
- G. Pfitscher
- Raich Speck
- Recla
- Rinner Alexander
- Schmid Speck
- Senfter
- G. Siebenförcher
- Metzgerei Silbernagl
- Metzgerei Steiner
- Viumser Speck
- Stephan Von Pföstl
- Vontavon
- Metzgerei Windegger
- Südtiroler Speck
- Mendelspeck



Die fünf Schritte der einzigartigen Speckproduktion von Südtirol

INGE RAUCH

„Ich erkenne unseren Speck an seinem ganz typischen Geschmack.“

SCHRITT 1 SORGFÄLTIGE AUSWAHL DES ROHSTOFFES

Am Anfang steht die Auswahl des Rohstoffes. Ein hochwertiges Ausgangsprodukt ist die Voraussetzung für Qualität. Die Schinkenspeck Herstellung erfolgt in Südtirol nach genau definierten Vorgaben. Damit der Speck zur Spezialität wird, müssen von der Fütterung über die Schlachtung des Schweines bis hin zur Reifung des Fleisches viele Faktoren zusammenspielen. Südtirols Speckproduzenten und Speckproduzentinnen wissen das und praktizieren diesen Grundsatz seit Jahrzehnten. Aus diesem Grund werden für die Südtiroler Speck Herstellung nur magere, vollfleischige Schlegel von Schweinen aus artgerechter Haltung verwendet.

Es wird kein Lebewild und kein tiefgefrorenes Fleisch für die Herstellung von Südtiroler Speck importiert, sondern nur bereits zugeschnittene frische Schweineschlegel von anerkannten Lieferanten und Lieferantinnen. Beim Wareneingang werden der Zuschnitt, der Fettanteil, die Temperatur und der pH-Wert des Fleisches überwacht und erst dann für die weitere Verarbeitung freigegeben.

Die Schlegel werden nach strengen Qualitätskriterien ausgesucht und nach traditionellen Methoden zugeschnitten. Auch die Transportbedingungen für den Rohstoff Fleisch unterliegen einer strengen Regelung. Die Schinkenherstellung erfolgt ausschließlich aus Schweineschlegeln, die nach genau vorgegebenen Kontrollen abgenommen werden. Nur so kann der hohe Qualitätsanspruch bei der Herstellung

CHRISTIAN HANDL

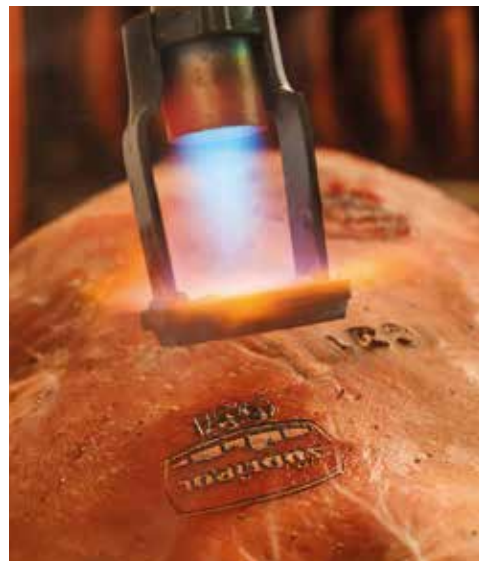
„Natürliche Gewürze wie Rosmarin, Pfeffer und Wacholder sind typisch für das Aroma des Südtiroler Speck g.g.A.“

und der spezifische Geschmack des Südtiroler Specks gewährleistet werden. Die Hammen werden mit dem Datum des Produktionsbeginns markiert, eine unauslöschliche Garantie als Basis für weitere Kontrollen und der Überprüfung der Reifezeit. Zudem ermöglicht es dem Verbraucher und der Verbraucherin die Rückverfolgbarkeit des Produktes.

SCHRITT 2 TYPISCH GEWÜRZT

Die typische Gewürzkruste verleiht dem Südtiroler Speck g.g.A. sein ganz besonderes Aroma. Es riecht nach Wacholder, Rosmarin, Majoran und Lorbeer, wenn die Schlegel sorgfältig eingerieben werden. Manchmal kommt auch Knoblauch, Koriander oder Kümmel dazu. Während die Grundzutaten für diese Schinkenherstellung wie Salz und Pfeffer immer die gleichen bleiben, gibt es in der Abstimmung der speziellen Gewürze viele Unterschiede. In den individuellen Gewürzen des Herstellers und der Herstellerin liegt die persönliche Note des Südtiroler Specks.

Die Schinkenhammen werden vor dem Räuchern bis zu drei Wochen lang in kühlen Räumen gepökelt. Während dieser Zeit werden die Schinken mehrere Male gewendet, um das Eindringen der Pökelmasse zu ermöglichen. Wie häufig das während der Schinkenspeck Herstellung geschieht, ist wiederum das individuelle Rezept des Speckproduzenten und der Speckproduzentin. Während die einen die Pökelmasse immer wieder über die Speckseiten gießen, ziehen es die anderen vor, diese abrinnen zu lassen. Der Salzgehalt darf im Endprodukt nicht mehr als 5 % betragen. Die Würzung bei der Südtiroler Speck Herstellung basiert auf dem eigenen Rezept eines jeden einzelnen Produzenten und einer jeden einzelnen Produzentin. Als Familiengeheimnis gehütet und von Generation zu Generation weitergegeben. Das macht den Speck Stück für Stück einzigartig.



ALEXANDER RINNER

„Der Südtiroler Speck g.g.A. lebt von der Leidenschaft der Produzenten und Produzentinnen, die ihn auf traditionelle Art herstellen.“

SCHRITT 3 TYPISCH GERÄUCHERT

Ein entscheidender Faktor für den Geschmack ist das Speck Räuchern im Anschluss an die Pökelfase. Das Räuchern der Schinken erfolgt dabei traditionell nach der goldenen Regel: wenig Rauch und viel frische Bergluft. Die Schinken-Schlegel werden abwechselnd mithilfe von ausgewähltem, harzarmen Holz leicht geräuchert und luftgetrocknet. So erhält der Südtiroler Speck g.g.A. bei der Herstellung seinen unvergleichlich milden Geschmack.

Noch heute wird vor allem Buchenholz für das Speck Räuchern eingesetzt. Die Temperatur des Rauchs darf 20 Grad Celsius nicht übersteigen. Dabei kann der Rauch in die Poren eindringen, die sich bei höheren Temperaturen schließen würden. Die Hammen werden abwechselnd dem leichten Rauch und der frischen Südtiroler Bergluft ausgesetzt. Nur so erhält der Speck sein einzigartiges Aroma: fein-würzig und mild zugleich. Unverwechselbar eben.

SCHRITT 4 TYPISCH GEREIFT

Nach dem Räuchern braucht der Südtiroler Speck Zeit, um in Ruhe im Einklang mit der Natur zur einzigartigen Spezialität zu reifen. Früher geschah diese Phase der Schinkenherstellung in den Kellern der Südtiroler Bauernhöfe, wo konstant kühle Temperatur und optimale Luftfeuchte herrschte. Noch heute werden die Schinken in gut durchlüfteten, von Südtiroler Bergluft durchströmten Räumen, gereift. Die Reifezeit hängt vom Gewicht der Hammen ab und beträgt durchschnittlich 22 Wochen. Während dieser Zeit verliert der Speck etwa ein Drittel seines Ursprungsgewichtes und erhält so seine typische, feste Struktur. Bei dieser Phase der Schinkenherstellung bildet sich eine natürliche, aromabildende Schimmelschicht auf dem luftgetrockneten Schinken, welche nach der Reifung abgewaschen wird. Sie ist ein Zeichen für die optimalen Reifebedingungen und die hohe Qualität des Specks.

Die Schicht schützt den Speck in der Reifephase davor, dass er zu stark austrocknet und sich an der Oberfläche Trockenränder bilden. Dank des Schimmels reift der Speck gleichmäßig im Inneren. Er ist zudem ausschlaggebend für den Geschmack des luftgetrockneten Schinkens, denn er sorgt dafür, dass die starken Geschmacksnoten der Räucherung und der Gewürze abgerundet werden. So erhält der Südtiroler Speck g.g.A. seinen typischen Geschmack: mild - ausgewogen und leicht nussig.

SCHRITT 5 STRENGE KONTROLLEN UND BESTE QUALITÄT

Was drauf steht, ist auch drin. Bei der Herstellung des Südtiroler Speck g.g.A. kann sich der Konsument und die Konsumentin auf strenge Kontrollen und besiegelte Qualität verlassen. Um die Qualität und die Authentizität des Südtiroler Specks zu garantieren, hat das Südtiroler Speck Konsortium in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Kontrollinstitut IFCQ (istituto Friulano Controllo Qualità) ein Kontrollsystem entwickelt, das die Einhaltung aller Qualitätskriterien gewährleistet: von der Auswahl des Fleisches, über die Schinkenherstellung bis hin zum fertigen Speck.

Die Kontrolleure und Kontrolleurinnen haben jederzeit freien Zutritt zu den Produktionsstätten. Sie prüfen während und nach der Schinkenspeck Herstellung die Reifezeit, das ausgewogene Verhältnis von Mager- und Fettanteil, den Salzgehalt, die Konsistenz, den Geruch und natürlich den Geschmack. Nur Schinkenspeck, der allen Qualitätskriterien entspricht und alle Kontrollen bestanden hat, bekommt das Südtirol-Zeichen an mehreren Stellen in die Schwarte eingebrannt. Nur dieser Qualitätsspeck darf mit dem Südtiroler Specklogo - dem grünen Trägersteg - in den Handel gebracht werden. Die Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“ ist damit Garantie für höchste Qualität und Authentizität.

BRÜDER ANDREAS UND THOMAS GALLONI

„Bei uns lagert der Südtiroler Speck g.g.A. etwas länger als vorgeschrieben: 24–25 Wochen.“

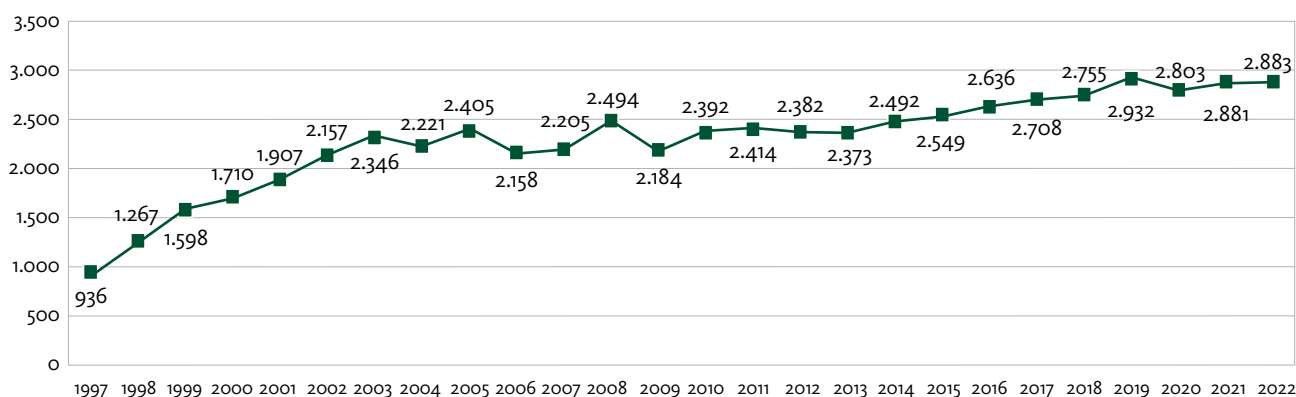
Produktionszahlen und Absatzmärkte

Die Speckproduktion in Südtirol im historischen Verlauf

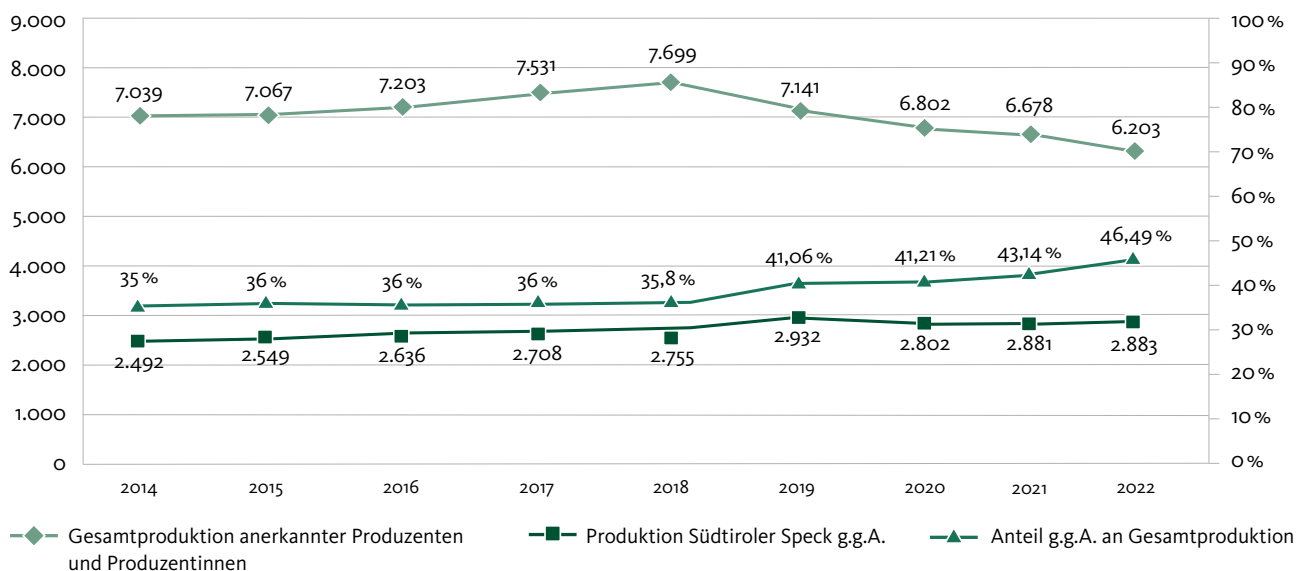
In den letzten Jahren ist die Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. kontinuierlich angestiegen. Nach dem deutlichen Anstieg in den Jahren 1996 bis 2003, kam es in den darauffolgenden 10 Jahren zu einer Stagnation. So ist die

Produktion von 2013 nahezu dieselbe wie jene aus dem Jahr 2003. In den letzten Jahren hingegen hatte sich wieder ein Aufwärtstrend erkennen lassen. Nach einem leichten Rückgang der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. 2020, konnte 2021 wieder ein Aufwärtstrend registriert werden. Die Produktion von 2022 entspricht nahezu jener aus dem Jahre 2021.

PRODUKTION SÜDTIROLER SPECK G.G.A. - HISTORISCHER VERLAUF 1997-2022



VERLAUF PRODUKTIONSZAHLEN



Im Jahr 2022 wurden 2.883.777 Hammen mit dem Qualitätszeichen „Südtiroler Speck g.g.A.“ ausgezeichnet. Dies entspricht 46,5 % der Gesamtproduktion der vom Konsortium anerkannten Hersteller und Herstellerinnen sowie einem Zuwachs von 0,08 % an ausgezeichneten Hammen im Vergleich zum Jahr 2021. Der g.g.A.-Anteil konnte in diesem Jahr wiederum gesteigert werden und entspricht dem höchsten Anteil von Südtiroler Speck g.g.A. aller Zeiten. Der Anteil von Südtiroler Speck g.g.A. an der Gesamtproduktion an Speck in Südtirol (durch die Mitglieder), ist in der Zeit von 2013 bis 2022 von 35 % auf über 46 % gestiegen. Daraus leiten wir ein höheres Bewusstsein und einen gestiegenen Zuspruch für die Qualitätsmarke Südtiroler Speck g.g.A. ab.

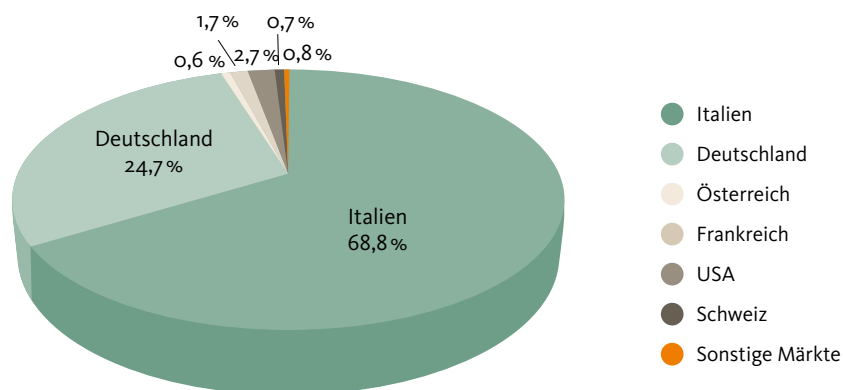
Mit einer Exportquote von 31,2 % im Jahr 2022 ist Südtiroler Speck eines der meistexportierten Wurstwaren Italiens. Wichtigster Exportmarkt für den Südtiroler Speck bleibt weiterhin Deutschland mit 24,7 %. Weitere Exportmärkte sind die USA (2,7 %), bei denen die Beliebtheit von Südtiroler Speck in den letzten Jahren stark zugenommen hat. Frankreich (1,7 %), Schweiz (0,7 %) sowie Österreich (0,6 %) sind weitere Exportmärkte. Die positive Entwicklung der Exportmärkte wurde 2020 und 2021 durch die Covid-19 Pandemie ausgebremst, im Jahr 2022 konnte man bereits wieder einen Aufwärtstrend erkennen. In anderen Märkten wie Belgien, Slowenien, Schweden, Niederlande, Kanada, Japan sowie zwanzig weiteren Märkten werden etwa 0,8 % der Produktionsmenge exportiert.

Absatzmärkte und Vertriebskanäle für Südtiroler Speck g.g.A.

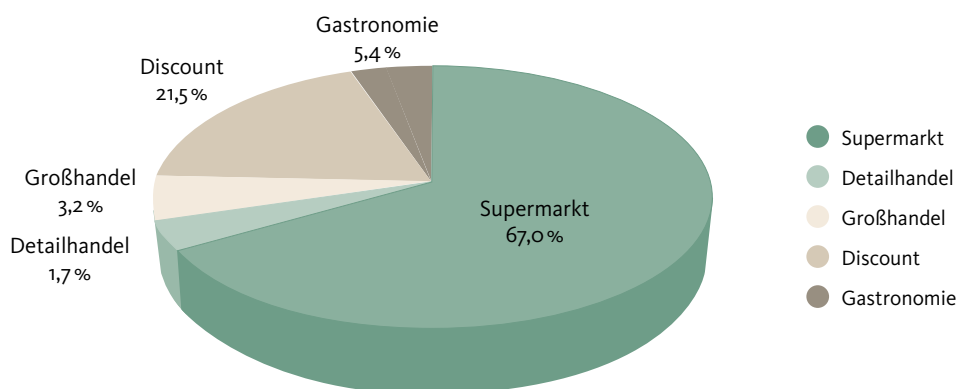
68,8 % der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. wird in Italien abgesetzt. Ein Großteil davon in Südtirol selbst und in den nördlichen Regionen, wobei in den letzten Jahren auch Mittel- und Süditalien vermehrt Südtiroler Speck nachgefragt haben. Der Südtiroler Speck ist jedoch auch über die Grenzen Italiens hinaus ein stark nachgefragtes Produkt.

In Italien werden 67 % der Produktion über die Verkaufsschiene der Supermärkte vertrieben. Weitere Vertriebskanäle sind der Discount mit 21,5 %, der Detailhandel mit 1,7 %, der Großhandel mit 3,2 % sowie die Gastronomie mit 5,4 %. Der Detailhandel ist besonders in Südtirol stark und rund 41 % der verkauften Menge an Südtiroler Speck g.g.A. innerhalb der Provinz wird über den Detailhandel und rund 21,8 % in die Gastronomie verkauft. Damit erreicht der Absatz in der Gastronomie in Südtirol in etwa das Vor-Covid-19 Niveau, was ungefähr einer Verdoppelung des Absatzes im Vergleich zum Vorjahr mit lediglich 10,5 % entspricht.

ABSATZMÄRKTE SÜDTIROLER SPECK G.G.A 2022



VERTRIEBSKANÄLE SÜDTIROLER SPECK G.G.A. IN ITALIEN 2022



Qualitätskontrolle

Die Qualitätskontrollen des Südtiroler Specks g.g.A. werden von Seiten der unabhängigen Kontrollstelle IFCQ-Certificazione (Istituto Friulano Controllo Qualità) durchgeführt und reichen von der Überwachung des Rohstoffes bis zum fertigen Speck. Im Jahr 2022 wurden sieben Rohstofflieferanten und -lieferantinnen auf die Einhaltung der Richtlinien der Rohstoffspezifikation - mit besonderer Aufmerksamkeit auf die Rückverfolgbarkeit des Fleisches - kontrolliert. Zusätzlich wurden im Wareneingang der Herstellungsbetriebe sieben Proben der frischen Schweineschlegel gezogen und auf Salmonellen und Listerien analysiert.

Im Verlauf des Herstellungsprozesses wurden von den drei IFCQ-Kontrolleuren 77.886 Hammen im Zuge von 380 Kontrollbesuchen überprüft. Am Ende des Herstellungsprozesses wurden wiederum 334 Speckhammen der organoleptischen Qualitätsprüfung unterzogen und 63 Hammen auf deren chemische Eigenschaften analysiert. Nur Hersteller und Herstellerinnen, die sich vertraglich zur Schinken Herstellung nach der traditionellen Methode verpflichtet haben und sich den strengen Kontrollen unterziehen, dürfen den Südtiroler Speck produzieren. Die Inspekture kontrollieren neben Reifezeit, Verhältnis von Mager- und Fettanteil und Salzgehalt, auch Aussehen, Konsistenz, Aroma und Geschmack.



Die Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“

REGISTRIERUNG UND ÜBERWACHUNG

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 werden kontaktiert und aufgefordert die Markennutzung zu unterlassen.

Speziell in den letzten Jahren wurde die Erneuerung der IR (international registered)-Marke Südtiroler Speck g.g.A. mit Gültigkeit in der EU, Schweiz, Norwegen, Russland und USA fertig gestellt. Zudem wurden die fälligen Verlängerungen im Vereinigten Königreich und der historischen Wort- und Bild-Marke in Italien fällig, sowie die Verlängerung der Markenregistrierung in Japan. Für die USA und Japan wurde zudem notwendig, einen Benutzungsnachweis zu liefern, um den Markenschutz aufrecht zu erhalten.



ERWIN HINTEREGGER

Der **IDM Südtirol CEO Erwin Hinteregger** vervollständigt den Satz: Die Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“ ist für Südtirol wichtig, weil...

„...das Produkt Südtiroler Speck seit dem Jahr 1996 die Qualitätsmarke g.g.A. (geschützte geografische Angabe) tragen darf. Das bedeutet, dass genau definierte Richtlinien erfüllt werden, wie zum Beispiel die Notwendigkeit, dass einer der Produktionsschritte bei der Herstellung, Verarbeitung bzw. Erzeugung in einem bestimmten geografischen Gebiet erfolgt. Bei der Herstellung des Südtiroler Specks g.g.A. kann sich der Verbraucher und die Verbraucherin daher auf strenge Kontrollen und besiegelte Qualität verlassen, von der Auswahl des Fleisches, über die Schinkenherstellung bis hin zum fertigen Südtiroler Speck. Die Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“ ist somit eine Garantie für Qualität und Authentizität, die zu den wichtigsten Kriterien für die Verbraucherentscheidung gehören.“

In den Jahren 2021 bis 2022 wurde in der EU und in Italien eine neue Unionskollektivmarke sowie eine Kollektivmarke für Australien beantragt. Im Zuge eines Freihandelsabkommens der EU und Singapur konnte die Bezeichnung Südtiroler Speck g.g.A. ebenfalls geschützt werden.

Zum heutigen Stand ist die Bezeichnung und/oder Marke Südtiroler Speck g.g.A. in folgenden Märkten registriert: EU, Schweiz, Norwegen, Großbritannien, USA, Kanada, Japan, Russland, China und Singapur



Marktüberwachung

Seit einigen Jahren arbeitet das Südtiroler Speck Konsortium mit Herrn 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 auf nationaler und internationaler Ebene.

DIE MARKTÜBERWACHUNG IM ÜBERBLICK

Im Jahr 2022 wurden insgesamt 1114 Verkaufspunkte in Italien besucht. Zudem wurden 2022 140 Verkaufspunkte im Ausland (vorrangig Deutschland und Niederlande) 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

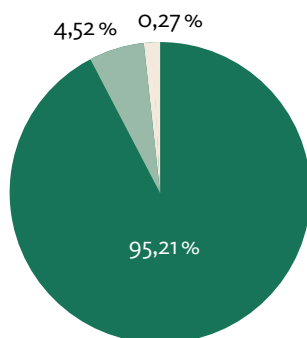
- Konformität der Produktetikette
- Verwendung der Bezeichnung und der Marke in Werbeflyern und in ausgewiesenen Promo-Aktionen
- Verwendung der Bezeichnung auf neuverpackten Produkten.

Insgesamt wurden 56 Verkaufspunkte in der Region Trentino-Südtirol besucht. 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 und Großflächenmärkten. In den vergangenen zehn Jahren wurden verstärkt die Nicht-Konformitäten erhoben. Während in 95,21 % der Kontrollbesuche keine Nicht-Konformität am Produkt und am Preisschild festgestellt werden konnte, wurde in 4,52 % der Fälle die Bezeichnung auf dem Preisschild oder in Werbeflyern unvollständig verwendet.

Bei 0,27 % der kontrollierten Produkte wurden gravierende Nicht-Konformitäten festgestellt: zum einen wurde die geschützte Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ für den im Verkaufspunkt aufgeschnittenen und eingepackten Speck missbraucht; zum anderen die Verwendung der Bezeichnung für nicht-markierten Speck ausgenutzt.

MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG



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



MASSIMO MALNERICH,
Akkreditierter **Kontrolleur des Landwirtschafts Ministeriums MASAF,**
im Interview

Herr Malnerich, können Sie kurz Ihre Aufgabe und deren Ziele erläutern?

„Meine Aufgabe besteht darin, den Markt für das geschützte Erzeugnis Südtiroler Speck g.g.A. zu kontrollieren und zu überwachen. Konkret kontrolliere ich die geschützte Bezeichnung „Südtiroler Speck“ in den Verkaufsstellen des Großhandels und des traditionellen Marktes auf dem nationalen und europäischen Markt. Hauptziel ist die Überprüfung der korrekten Etikettierung des Produkts, die eine wesentliche Voraussetzung für den Schutz des geschützten Erzeugnisses und für den Verbraucherschutz ist. In den letzten Jahren haben sich die Überprüfungen auch auf Websites, insbesondere auf Websites des E-Commerce, erstreckt.“

Welches sind aus Ihrer Sicht die Herausforderungen in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit in der Wurst- und Speckbranche?

„Die wichtigsten Herausforderungen für den Wurstwaren-Sektor sind in Bezug auf die Qualität: vollständige Rückverfolgbarkeit des Produkts, die für den Endverbraucher und die Endverbraucherin leicht nachvollziehbar ist und in Zukunft auch der Verzicht auf synthetische Konservierungsstoffe. In Bezug auf die Nachhaltigkeit: deutliche Reduzierung der Verpackungsmaterialien, Verwendung umweltfreundlicher und wiederverwertbarer Verpackungen und schließlich die Verwendung von Energie aus erneuerbaren Quellen.“

Gab es im Laufe Ihrer Tätigkeit bemerkenswerte Entwicklungen in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit, bzw. welche Entwicklungen wären aus Ihrer Sicht wünschenswert?

„Während meiner Tätigkeit habe ich festgestellt, dass sich die Hersteller und Herstellerinnen von Südtirol Speck g.g.A. mehr auf die Herstellung eines Produkts mit höheren Qualitätsmerkmalen konzentriert haben, und in den letzten Jahren vermehrt begonnen wurde, umweltverträgliche Verpackungen auf dem Markt zu bringen. Wir müssen weiterhin auf Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit setzen.“

Welche Erfahrungen haben Sie mit der g.g.A. Speck gemacht?

„Ich überprüfe fast täglich das landesweite Angebot an Südtirol Speck g.g.A. und verschaffe mir so einen Überblick über den Markt.“

Bekanntheit der Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“

DIE MARKETINGMASSNAHMEN ZEIGEN WIRKUNG

Bereits seit 2019 war das Herzstück der Aktivitäten eine nationale Radio- und Videokampagne. Die Nationale Radiokampagne „In realtà è Speck Alto Adige IGP“ lief mit 20-sekündigem Spot in den größten Radioanstalten Italiens und als Video auf digitalen Kanälen. Die Kampagne konnte eine beeindruckende Reichweite verzeichnen. Die Strategie dieser Kommunikationsmaßnahme wurde auch dieses Jahr von der Arbeitsgruppe Marketing im Speck Konsortium in enger Zusammenarbeit mit IDM Südtirol ausgearbeitet. Die Kampagne war auf drei Jahre ausgelegt und wird 2023 neu bewertet und überarbeitet.

Eine Reihe an Events und Eventreihen wurden in den letzten Jahren entwickelt und erfolgreich in Südtirol etabliert. Allen voran das Südtiroler Speckfest, der Specktag, die Speckaperitivo Winter- und Spring-Edition, die Südtiroler Speck Safari und die Südtiroler Speck Akademie. Diese tragen zur Wissensvermittlung und Identifikation des Südtiroler Speck g.g.A. bei.

Daneben gab es 2022 zahlreiche PR-Maßnahmen 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 Journalistinnen und Journalisten und Fachmedien, den Versand aussagekräftiger Pressemitteilungen sowie die Organisation eines PR Events, eines Gewinnspiels und informativer Presse- und Bloggerreisen nach Südtirol.

Darüber hinaus konnten der Südtiroler Speck und seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten über die Verbreitung ansprechender Rezepte, Bloggerkooperationen, bezahlter Medienarbeit 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 [@visitsouthtyrol](https://www.instagram.com/visitsouthtyrol), die konstant bespielt und erweitert wurden.

VIERTES JAHR DER KAMPAGNE „IN REALTÀ È SPECK ALTO ADIGE IGP“

Anfang November bis Mitte Dezember 2022 wurde die Kampagne „In realtà è Speck Alto Adige IGP“ auf dem italienischen Markt gelauncht. Die Bewerbung erfolgte mittels Radiospot in den wichtigsten nationalen Radiosendern sowie anhand eines Videospots auf Onlinemedien. Durch die Kampagne, die im Jahr 2019 erstmals ausgestrahlt wurde, wird eine breite Öffentlichkeit erreicht und die einzigartigen und authentischen Eigenschaften des Südtiroler Specks g.g.A. kommuniziert/vermittelt. Das Qualitätsprodukt vermag es die Konsumenten und Konsumentinnen mit seinem einzigartigen Geschmack sowie seiner Vielseitigkeit zu überraschen und zu begeistern. Das Primärziel der Kommunikationsstrategie ist darauf ausgelegt den Südtiroler Speck g.g.A. als eigenständiges Segment zu etablieren und dadurch die Anzahl der Käufer und Käuferinnen sowie die Konsumfrequenz der Verbraucher und Verbraucherinnen zu steigern.

Der 20-Sekunden-Radiospot wurde über insgesamt zwei Wochen, vom 6. November bis 19. November 2022 ausgestrahlt. Des Weiteren wurde in diesem Jahr ein neues Video in Synergie zum bestehenden Radiospot produziert, welches man über fünf Wochen, vom 7. November bis 12. Dezember, auf Rai, Mediamond und Sky Italia ausstrahlte. Zudem hat man sich im Rahmen eines neuen strategischen Ansatzes der Kampagne dafür entschieden, die Zielgruppe der Kinder, Lehrer und Lehrerinnen sowie Erziehungsberechtigten für den Südtiroler Speck g.g.A. zu sensibilisieren. Im Zuge dessen wurde im Jahr 2022 ein Schulprojekt für Grundschüler in der Region Lombardei etabliert, für welches didaktische Materialien, ein Wettbewerb sowie Aktivitäten für 250 Schulen ausgearbeitet wurden.

Südtiroler Specktag in Naturns

Am Sonntag, den 22. Mai 2022 luden die Tourismusgenossenschaft Naturns, IDM Südtirol und das Südtiroler Speck Konsortium zur ersten Ausgabe des Specktages in Naturns ein. Der Specktag in Naturns wird als Jahresveranstaltung wiederholt und wurde auch 2023 wieder erfolgreich abgehalten. Ein abwechslungsreiches Programm mit Genussmarkt, Showcooking und Live-Musik unterhielt die Gäste der Veranstaltung bei sommerlichem Wetter auf dem Rathausplatz in Naturns. Die Südtiroler Speckprodu-

zenten und -produzentinnen präsentierten zusammen mit weiteren Herstellern und Herstellerinnen von Produkten mit Südtiroler Qualitätszeichen die kulinarische Vielfalt unserer Heimat. Sowohl Einheimische wie auch Touristen nutzten die Gelegenheit, sich über die Südtiroler Köstlichkeiten zu informieren und diese unmittelbar vor Ort zu verkosten. Thomas Ortler vom Restaurant Flurin stimmte die Gäste beim Showcooking auf die hochwertigen Speckgerichte der Gastronomie ein. Diese wurden unter der professionellen Leitung von Chefkoch Fritz Martin von einem 80-köpfigen Team (Naturner Vereine) an die Kulinarik-Freunde ausgegeben und erfreuten sich großen Zuspruchs.



Speck & Wein Emotion

Original Südtiroler Speck g.g.A. und dazu passend Südtiroler Weine verschiedener Hersteller und Herstellerinnen in ausgewählten Skihütten des Skigebiets Kronplatz genießen: diese spannende Kombination konnte bis Ende März 2023 verkostet werden. Mit der so genannten „Speck & Wine Emotion“ wurden die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten aufgezeigt und mit exzellenten Weinen, in atemberaubenden Panorama aufgezeigt.

SpeckAperitivo

Pur in kleine Stücke oder feine Scheiben geschnitten ist der Südtiroler Speck g.g.A. immer für eine köstliche Überraschung gut. Mit der Initiative „SpeckAperitivo“ inspiriert er zu Genussmomenten. In diesem Jahr präsentiert der Südtiroler Speck sich zusammen mit frischem und cremigem Mozzarella.

Jeden Donnerstag im Mai servierten die Lokale Campofranzin Bozen, Les Arcades in Meran, Alter Schlachthof in Brixen und Waink's in Bruneck ihren Gästen innovative Häppchen mit Südtiroler Speck g.g.A. Dabei wurde die traditionelle Spezialität auf moderne Art und Weise in Szene gesetzt.

SpeckAperitivo Winter Edition

Jeden Samstag und Sonntag im März durften sich die Gäste der Ski- und Almenregion Gitschberg Jochtal wieder auf sportliche Winterfreuden gepaart mit kulinarischen Leckereien rund um den Südtiroler Speck g.g.A. und Brimi Mozzarella freuen. Durch den Partner Brimi Mozzarella konnte das kulinarische Angebot vielfältiger gestaltet und die Sichtbarkeit der Veranstaltung ausgeweitet werden.

Egal ob mediterran interpretiert mit knuspriger Bruschetta und cremiger Ricotta oder mit zartschmelzendem Brie und frischem Salbei, der Südtiroler Speck verwandelte jeden Aperitif in ein kulinarisches Abenteuer mit reizvollen Eindrücken für den Gaumen der wintersportbegeisterten Einheimischen und Touristen.

Speck Safari

Die Specksafari ist eine Veranstaltung, welche eine kulinarisch ausgelegte Altstadtführung der Stadt Bozen mit einer Speckverkostung in einem traditionellen Wirtshaus verbindet. Sie wird in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsamt der Stadt Bozen sowie dem Verein der Gästeführer der Stadt Bozen organisiert. Zudem hat man den Verein der Südtiroler Genussbotschafter als neuen Veranstaltungspartner gewonnen, welcher sich als passionierter und qualifizierter Botschafter des Südtiroler Specks g.g.A. erwiesen hat. Die Location für die Abhaltung der Speckverkostung im historischen Speck-Keller des Waaghauses beziehungsweise des Palais Campofraco, welche einen authentischen Rahmen für die Veranstaltung schafften. Die Lokale Campofranz beziehungsweise Waagcafé unterstützten die Speckverkostung durch die kompetente Präsentation von Südtiroler Speck und Wein.

SPECK AKADEMIE

Rund um den Südtiroler Speck g.g.A. organisiert die Südtiroler Weinakademie in Zusammenarbeit mit dem Südtiroler Speck Konsortium lehrreiche und interessante Ausbildungen. Dazu gibt es grundsätzlich folgende Kursangebote:

- Diplom Speck Experte und Expertin
- Speck & Wein
- Speck ABC
- Kochworkshop
- Speck & Käse.

Die Speck Akademie 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“. Im Zuge dessen vermittelte man den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Abendveranstaltung „Speck & Käse“ in der Feinkäserei Capriz umfassendes Produktwissen und 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 Experte und Expertin“ an der richtigen Stelle. Bei der Besichtigung von Kofler's Delikatessen und Moser Speck wurde den Teilnehmern und Teilnehmerinnen die Speckproduktion nähergebracht. Beim Besuch eines Schweinezüchters, eines Schweinemästers und der Metzgerei Windegger vermittelte man alles Wissenswerte zum Bauernspeck. Abschließend erwarben die Speck-Experten und -Expertinnen in spe bei einem Kochworkshop unter der Leitung der Foodbloggerin Julia Morat praktische Fähigkeiten im Umgang mit der Spezialität. Den diplomierten Speck Experten bzw. Expertin soll zukünftig auch verstärkt die Möglichkeit gegeben werden, ihr Fachwissen bei Veranstaltungen und Verkostungen rund um den Südtiroler Speck weiterzugeben. Den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Veranstaltung „Speck ABC“ wurde bei G. Siebenförcher in Meran die Grundlagen der Speckproduktion nähergebracht. Dabei wurde ihnen schrittweise das Herstellungsverfahren der Spezialität, angefangen bei der fachmännischen Zerlegung des Schlegels bis hin zur vorschriftsmäßigen

Reifung aufgezeigt. Bei der Abendveranstaltung „Speck & Wein“ im Bildungshaus Kloster Neustift erweiterten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen ihren kulinarischen Horizont hinsichtlich der Produkte und experimentierten bei einer Verkostung hinsichtlich ihrer bevorzugten Symbiose zwischen Speck und Wein. Beim „Kochworkshop“ im Gustelier des Hoteliers- und Gastwirteverband Südtirol (HGV) unter der Leitung von Sternekoch Herbert Hintner, bereiteten die 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 Weinanpassung des Sommeliers Paolo Tezzele begleitet.

Insgesamt konnte die Südtiroler Speck Akademie bei den fünf oben angeführten Veranstaltungen im Jahr 2022 vierunddreißig Teilnehmer und Teilnehmerinnen begrüßen, welche durchwegs ein sehr positives Feedback hinsichtlich der besuchten Veranstaltung hinterließen.



SPECK KONSORTIUM UNTERSTÜTZT „SÜDTIROL HILFT“

Seit vielen Jahren wird in der Vorweihnachtszeit eine karitative Aktion zugunsten von „Südtirol hilft“ durchgeführt. Im Jahr 2022 unterstützten die Südtiroler Speck Produzenten und Produzentinnen „Südtirol hilft“ mittels eines Früh Quiz auf Südtirol 1, welches vom 28. November bis zum 23. Dezember auf Sendung ging. Hier hatten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Möglichkeit ein Südtiroler Speck g.g.A.-Paket (Speckstück, Specktuch und Speckschürze) zu gewinnen, sofern sie Fragen zum Qualitätsprodukt richtig beantworten konnten. Darüber hinaus wurde für jede beim Früh Quiz richtig beantwortete Frage ein Spendenbetrag für „Südtirol hilft“ generiert, welcher von den Speckproduzenten und Speckproduzentinnen getragen wurde. Die Spenden an „Südtirol hilft“ kommen Südtirolern zu, welche sich in einer akuten Notlage befinden. Diesbezüglich werden die Spendenempfänger und -empfängerinnen von der Hilfsorganisation akkurat geprüft, um zu garantieren, dass das gespendete Geld sinnvoll eingesetzt wird.

UMFRAGEN ZUM SÜDTIROLER SPECK G.G.A. UND QUALITÄTSPRODUKTEN

Südtirols landwirtschaftliche Produkte: in Deutschland auf Platz 1, in Italien auf Platz 2

Die Bekanntheit Südtirols als Produzent landwirtschaftlicher Lebensmittel ist im Vergleich zum Jahresende 2021 gestiegen und verdrängt Bayern auf Platz zwei. In Deutschland ist Südtirol als Herkunftsort hochwertiger Lebensmittel vor allem in Bayern und Baden-Württemberg bekannt. In Nordrhein-Westfalen ist die Bekanntheit stark gestiegen. In Italien landet Südtirol, wenn es um die Qualität seiner landwirtschaftlichen Produkte geht, auf Platz zwei hinter den Nachbarn aus dem Trentino.

Wein, Speck, Äpfel und Käse mischen ganz vorne mit.

Fragt man unsere deutschen Nachbarn, was sie spontan mit Südtirol verbinden, dann landet der „Wein“ auf Platz 5. Davor können sich nur „Berge“, „Wandern“, „Essen“ und „Ski“ platzieren. Auf dem italienischen Markt kommen „Speck“ und „Äpfel“ sogar auf Platz drei und vier gleich nach „Bergen“ und „Schnee“. Südtirols „Käse“ landet auf

Platz sechs gleich nach „Ski“. Dieses Ergebnis belegt, dass in beiden Märkten das Thema hochwertige Lebensmittel einen hohen Stellenwert einnimmt.

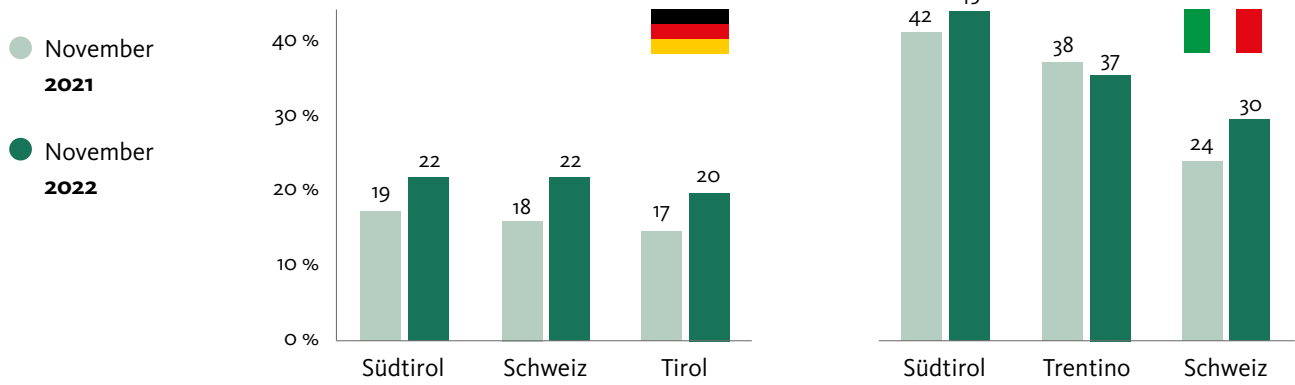
Neue Absatzförderungskampagne „Cheespe“ für den Südtiroler Speck g.g.A. und dem Stilfser Käse g.U. auf dem europäischen Markt genehmigt.

Die Europäische Kommission hat Ende 2022 ein dreijähriges Werbeprogramm für zwei Südtiroler Qualitätsprodukte mit europäischer Ursprungsbezeichnung genehmigt. An diesem Gemeinschaftsprojekt beteiligen sich das Südtiroler Speck Konsortium und das Konsortium Stilfser Käse. Das Gesamtbudget des Förderprogramms beträgt 2 Millionen Euro, davon sind 70 % von der EU finanziert. Die Genehmigung des Förderprogramms ist ein wichtiger Meilenstein für die Marketingaktivitäten der Konsortien. Ab März 2023 stehen die zwei Produkte im Mittelpunkt dieser dreijährigen Informations- und Absatzförderungskampagne, welche durch gezielte Werbemaßnahmen in den Märkten Italien, Deutschland und Frankreich durchgeführt wird.

SÜDTIROL: NACHHALTIGKEITSPIONIER MIT BELIEBTEBEN LANDWIRTSCHAFTLICHEN PRODUKTEN

Südtirol gilt in Deutschland und Italien als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit. In Deutschland muss es sich den ersten Platz allerdings mit der Schweiz teilen. Südtirols landwirtschaftliche Produkte und Lebensmittel sind in Deutschland und in Italien sehr beliebt. Denken Deutsche und Italiener an Südtirol, denken sie nicht nur an Berge, Wandern und Ski, sondern auch an Wein, Speck und Äpfel. Diese überaus erfreulichen Erkenntnisse konnten wir aus der Auswertung unserer Brandkampagne gewinnen. Mit der Brandkampagne entwickeln wir Südtirol von der Destinationen- zur Regionenmarke weiter.

VORREITERROLLE NACHHALTIGKEIT



2

Nachhaltigkeitsstrategie



Die Nachhaltigkeitsziele – UN SDGs – und ihre Bedeutung für den Südtiroler Speck

Im Jahre 2015 haben die UN-Staaten die Ziele für Nachhaltige Entwicklung, die „Sustainable Development Goals“ (SDGs) beschlossen. Mit diesen soll unter anderem bis Ende 2030 Armut und Hunger beseitigt, die Gleichstellung von Frauen vorangetrieben, die Gesundheitsversorgung verbessert und dem Klimawandel entgegensteuert werden. Auch die Entwicklungszusammenarbeit des Landes Südtirol richtet sich nach der Agenda 2030 und den 17 Zielen aus. Diese Ziele beziehen sich auf alle Länder unseres Planeten, die reichen Länder des Nordens ebenso wie die ärmeren Länder des globalen Südens, und sie setzen ihre Schwerpunkte auf eine ganzheitliche Nachhaltigkeit. In der bis zum Jahr 2030 zu realisierenden Agenda stehen neben sozialen und ökonomischen Themen auch ökologische

im Mittelpunkt. Zentrale Themen sind die Tilgung absoluter Armut, Hunger und Mangelernährung, die Förderung von Chancengleichheit, die nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen, ein auf Nachhaltigkeit abgestimmtes Wirtschaftswachstum, das Modell eines nachhaltigen und sozialverträglichen Konsums, ein Leben in vitalen und gesunden Regionen und vieles mehr. Auch das Land Südtirol setzt auf internationale Kooperation und Bewusstseinsbildung sowie globales Lernen für eine faire, solidarische und nachhaltige Welt, die eine am Gemeinwohl orientierte Wirtschaft fördert und auf Werten der Achtung der Menschenrechte, Solidarität, Gerechtigkeit, ökologische Verantwortung und Demokratie aufbaut.

Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen sind:



ALLE ZIELE DER AGENDA 2030 IN DER ÜBERSICHT

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| <p>1 KEINE ARMUT</p> | Kein Mensch muss in Armut leben. | <p>7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE</p> | Alle Menschen haben einen Zugang zu bezahlbarer Energie, die nachhaltig ist und unsere Umwelt nicht schädigt. | <p>13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ</p> | Der Klimawandel wird wirkungsvoll bekämpft, um Mensch und Natur vor den Folgen der Erderwärmung zu schützen. |
| <p>2 KEIN HUNGER</p> | Kein Mensch muss Hunger leiden und alle können sich gesund ernähren. Eine nachhaltige Landwirtschaft wird gefördert. | <p>8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM</p> | Alle Menschen können eine Arbeit finden, die menschenwürdig ist und von der sie leben können. | <p>14 LEBEN UNTER WASSER</p> | Ozeane und Meere werden geschützt und das vielfältige Leben darin bewahrt. |
| <p>3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN</p> | Alle Menschen können gesund leben und sich über Krankheiten und Schutz vor Ansteckung informieren. | <p>9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR</p> | Die Infrastruktur ist so aufgebaut, dass sie den Menschen gibt, was sie brauchen. Die Industrie ist umweltfreundlich und nachhaltig organisiert. | <p>15 LEBEN AN LAND</p> | Landschaften werden geschützt, um ihre Vielfalt zu erhalten und die in ihnen lebenden Arten vor dem Aussterben zu bewahren. |
| <p>4 HOCHWERTIGE BILDUNG</p> | Alle Menschen haben die Möglichkeit einer guten Bildung. Angebote zum lebenslangen Lernen werden gefördert. | <p>10 WENIGER UNGLEICHHEITEN</p> | Alle Menschen haben die gleichen Chancen. | <p>16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN</p> | Überall gibt es unabhängige Gerichte, die für Gerechtigkeit sorgen, damit alle Menschen auf der Welt in Frieden leben können. |
| <p>5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT</p> | Mädchen und Frauen fühlen sich sicher und haben dieselben Rechte wie Jungen und Männer. | <p>11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN</p> | Städte und Siedlungen sind so gestaltet, dass dort alle zusammen gut, sicher und nachhaltig leben können. | <p>17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE</p> | Partner auf der ganzen Welt arbeiten zusammen, um die Ziele für eine bessere Welt durchzusetzen. |
| <p>6 SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN</p> | Alle Menschen haben sauberes Trinkwasser und Sanitäreinrichtungen sowie die Möglichkeit, sich zu waschen. | <p>12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION</p> | Produzent:innen und Konsument:innen handeln verantwortungsvoll. Waren werden ohne Schädigung von Mensch und Natur hergestellt und genutzt. | <p>ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG</p> | |

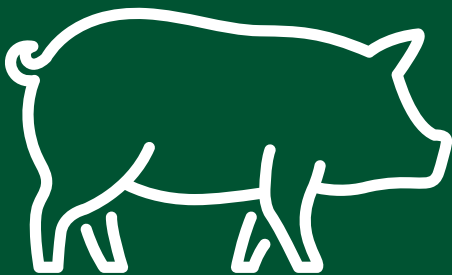
Für die Verwirklichung und Erreichung der Ziele spielen neben den Staaten auch die Unternehmen und die Lebensstile der Privatpersonen selbst eine wichtige Rolle. Deswegen hat das Südtiroler Speck Konsortium, wie auch das Land Südtirol („Every day for future“) beschlossen, der Frage nachzugehen, welchen Impact die Maßnahmen in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortiums auf die Verwirklichung der UN SDGs haben.

In jedem Abschnitt versucht unsere Nachhaltigkeitsstrategie Bezüge zu den relevanten UN-Nachhaltigkeitszielen herzustellen und zu benennen. Eine Abstimmung mit den durch uns ermittelten Kennzahlen und Indikationen mit der vom Land eingesetzten Berichtsplattform des Landesinstituts für Statistik (ASTAT) zu den globalen Indikatoren der UN-Nachhaltigkeitsziele wird angestrebt.

Die Nachhaltigkeitsstrategie von Südtiroler Speck g.g.A.

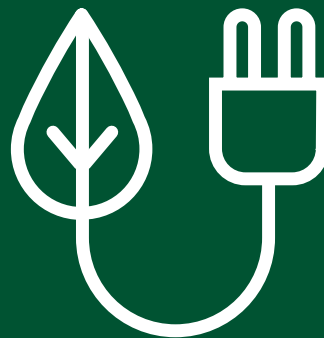
Die Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortium besteht aus den Vier Vierteln:

1. VIERTEL



Tierwohl & Qualität

2. VIERTEL



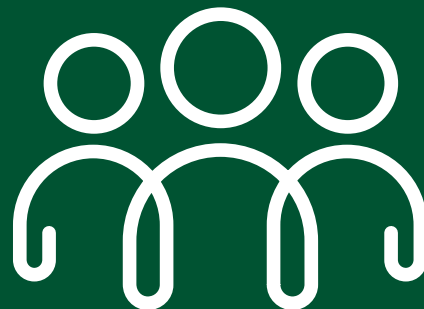
Nachhaltige Veredelung

3. VIERTEL



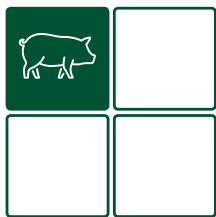
Wertschöpfung & Konsum

4. VIERTEL



Bildung & Kommunikation

Die Inhalte, Ziele und Maßnahmen im jeweiligen Viertel werden im Detail beschrieben.



1. Viertel Tierwohl und Qualität

1.1 TIERWOHL

Das erste Viertel befasst sich mit den Themen Tierwohl und Qualität. Die Vorbereitungen zur Einführung eines geregelten und überprüfbaren Tierwohlstandards für das gesamte Speck Konsortium wird durch die Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit seit dem Jahr 2022 konzeptionell betrieben.

Maßnahme #1:

Tierwohlstandards sukzessive einführen

Die Maßnahme #1 umfasst eine vertiefende und systematische Auseinandersetzung mit dem Thema Tierwohl in den kommenden Jahren – im Speziellen durch die Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit. Dazu soll ab 2023 eine nächste Recherche stattfinden, die als Basis zur Einführung eines geregelten und überprüfbaren Tierwohlstandards für das Südtiroler Speck Konsortium dient. Danach wird die Vorbereitung, Ausarbeitung und Prüfung einer international anerkannten Tierwohl-Richtlinie für Südtiroler Speck mit definierten und überprüfbaren Tierwohlstandards angeregt. Ab dem Jahr 2025 ist mit einer Entscheidung bezüglich eines Tierwohlstandards zu rechnen, der die schrittweise Einführung der Tierwohlqualität im Konsortium regeln soll.

Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen von Maßnahme #1

In Bezug auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) trägt die erste Maßnahme der Nachhaltigkeitsstrategie des Speck Konsortiums im Wesentlichen zu den Zielen SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen), SDG 6 (Sauberes Wasser und Sanitärversorgung), SDG 7 (Bezahlbare und Saubere Energie) und SDG 15 (Leben an Land) bei.



1.2 PRODUKTQUALITÄT UND GESUNDHEIT

Der zweite Themenbereich befasst sich mit der kontinuierlichen Verbesserung der bestehenden Qualitätsstandards in Belangen der Produktion, der Gesundheit und des Konsumentenschutzes. Dazu zählen die flächendeckende Überprüfung der bestehenden Qualitätsstandards, die Adaption neuer Qualitätsparameter in den Herstellungsspezifikationen im Segment Südtiroler Speck.

Maßnahme #2:

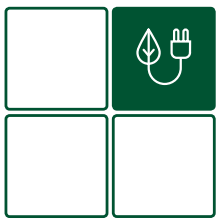
Qualitätsstandards kontinuierlich verbessern

Die Maßnahme #2 nimmt sich zum Ziel, Qualitätsstandards von Südtiroler Speck in punkto Produktionssicherheit, Gesundheit und Konsumentenbelange kritisch zu überprüfen und nach Prüfung entsprechend anzupassen. Neue Qualitätsstandards werden ermittelt, bewertet und gegebenenfalls eingeführt. Die Einführung der gesamtheitlichen Verwendung des Schweins wird forciert und Qualitätsrichtlinien für die Verarbeitung der Teilstücke nach traditioneller Art und Weise erhoben. Die schrittweise Erhöhung des Qualitätsstandards von Südtiroler Speck g.g.A. wird analysiert und eine Produktlinie mit höheren Qualitätsstandards angestrebt.

Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen von Maßnahme #2

In Bezug auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) trägt die zweite Maßnahme der Nachhaltigkeitsstrategie des Speck Konsortiums im Wesentlichen zu den Zielen SDG 6 (Sauberes Wasser und Sanitärversorgung), SDG 7 (Bezahlbare und Saubere Energie), SDG 12 (Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion) und SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) bei.





2. Viertel Nachhaltige Veredelung

Das zweite Viertel befasst sich mit den wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen einer qualitätvollen und zukunftsgerichteten Produktveredelung. Hier haben sich nachhaltige Energieproduktion und -bezug, der Einsatz sauberer, unbedenklicher Materialien und ein umweltschonender Transport als die zentralen Bereiche herauskristallisiert. Das Konsortium plant in den kommenden Jahren entsprechende Analysen und Machbarkeitsstudien zu unternehmen, um Maßnahmen für eine rasche und effektive Umsetzung zu finden.

2.1 NACHHALTIGE ENERGIE

Im Bereich "nachhaltige Energie" liegt der Fokus in erster Linie auf dem Strombezug und die eigene Produktion von grünem Strom aus regenerativen Quellen. Dabei geht es einerseits um den Bezug von „grünem Ökostrom“ und die engagierte Umstellung auf Strom aus Wasserkraft bzw. Strom mit entsprechenden Zertifikaten. Und andererseits geht es um den großflächigen Ausbau der eigenen Produktion von erneuerbarer elektrischer Energie mittels Photovoltaik, Windrädern, Wasserkraftwerken, Geothermie und ggf. weiterer anderer Technologien.

Maßnahme #3: Ökologisierung des Strombezugs

In Maßnahme #3 fokussieren wir uns auf eine kontinuierliche Erhebung des Strombezugs und den schrittweisen Umstieg der elektrischen Energieversorgung auf grünen Ökostrom (Photovoltaik, Biomasse, Biogas, grüner Wasserstoff, Wind, Wasser). Die schrittweise Erhöhung des Anteils und Umstellung wollen wir bis 2025 weitgehend vorantreiben und umsetzen. Vorbereitend dazu wird ab dem Jahr 2023 der gesamte Strombezug der Mitglieder in Menge und Art erfasst werden. Auf Basis der Daten kann die Ökologisierung des Strombezugs evaluiert werden, beispielsweise in Form einer Machbarkeitsstudie. Ziel ist es, die Energieversorgung zu einem mehrheitlichen Teil auf grünen Strom umzustellen.

Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen von Maßnahme #3

In Bezug auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) trägt die dritte Maßnahme der Nachhaltigkeitsstrategie des Speck Konsortiums im Wesentlichen zu den Zielen SDG 6 (Sauberes Wasser und Sanitärversorgung), SDG 7 (Bezahlbare und Saubere Energie), SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) und SDG 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur) bei.



2.2 SAUBERE MATERIALIEN

Im zweiten Teilbereich unserer Strategie, im Feld der ökologischen Nachhaltigkeit, geht es um den Einsatz und die Verwendung sauberer, umweltfreundlicher Ressourcen und Materialien. Hier stellt ein dringender und beeinflussbarer Faktor die Art und Wahl der Verpackung dar. Diese besteht derzeit primär aus Kunststofffolien, sekundär aus Karton. Die Aspekte Recycling und Kreislauffähigkeit, Vermeidung von unnötigem Plastik aus fossilen Ressourcen, Verwendung recycelter Materialien und Reduzierung der Verpackungsmengen sind die zentralen Hebelpunkte in diesem Handlungsfeld.

Maßnahme #4: Ökologisierung der Verpackung

Die Maßnahme #4 sieht eine schrittweise Umstellung auf umweltfreundliche Verpackung vor. Das bedeutet unter anderem eine Plastikreduzierung für den verpackten Speck in erträglich machbarem Maß. Ziel ist es, ab dem Jahr 2024 die Verpackungsspezifikationen sämtlicher Hersteller und Herstellerinnen zu erfassen. Auch soll evaluiert werden, welche realisierbaren Maßnahmen zur Reduzierung der Verpackungsmaterialien im Allgemeinen, maßgeblich aber von fossilem Plastik, beitragen können. Für das Jahr 2025 ist ein Forschungsprojekt zu alternativen Verpackungstypologien angedacht.

- 2023/24: Erfassung der Verpackungsspezifikationen der Hersteller und Herstellerinnen durch das digitale Portal
- 2025: Start eines Forschungsprojekts zu alternativen Verpackungstypologien.

Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen von Maßnahme #4

In Bezug auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) trägt die vierte Maßnahme der Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortiums im Wesentlichen zu den Zielen SDG 6 (Sauberes Wasser und Sanitärversorgung), SDG 7 (Bezahlbare und Saubere Energie), SDG 12 (Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion) und SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) bei.



Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen von Maßnahme #5

In Bezug auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) trägt die fünfte Maßnahme der Nachhaltigkeitsstrategie des Speck Konsortiums im Wesentlichen zu den Zielen SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum), SDG 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur), SDG 12 (Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion) und SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) bei.



2.3 UMWELTSCHONENDER TRANSPORT

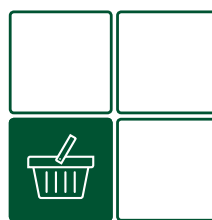
Der ausgewählte dritte Bereich der nachhaltigen Veredelung betrifft den Transport. Hier stehen Maßnahmen auf dem Plan, die zu einer Reduktion der Treibhausgasemissionen, der Feinstaub-, Lärm- und Stickoxidbelastungen beim Zu- und beim Abtransport der Ware führen. Das Konsortium möchte sich auf jene Teile in der Lieferkette konzentrieren, auf die es besonders hohen Einfluss nehmen kann – auf die Hersteller und Herstellerinnen selbst und deren Lieferanten und Lieferantinnen. Im gemeinsamen Dialog gilt es, Lösungen und Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu generieren.

Maßnahme #5: Ökologisierung des Transports

Mit Maßnahme #5 sollen die Emissionen, die der Transport verursacht, also Kohlendioxid, Lärm, Feinstaub, Stickoxide u.a.m. dauerhaft und effektiv reduziert werden. Einfluss haben die Hersteller und Herstellerinnen und Lieferanten und Lieferantinnen vorrangig auf den (/ihren) eigenen Fuhrpark.

In den kommenden Jahren sollen die durch den Transport verursachten Emissionen kontinuierlich reduziert werden. Hier soll beispielsweise rasch auf emissionsärmere Fahrzeuge umgestellt werden.

Für den nächsten Nachhaltigkeitsbericht ist die Erhebung des Status Quo bezüglich der Transportwege im eigenen Fuhrpark und in der darüberhinausgehenden Liefer- und Vermarktungskette vorgesehen.



3. Viertel: Wertschöpfung und Konsum

Das dritte Viertel unserer Strategie zur Nachhaltigkeit befasst sich mit den sozioökonomischen Themen der Wertschöpfung und des Konsums. Dabei wird Wertschöpfung ganzheitlich gesehen und umfasst die sozialen Themen der wertschätzenden Kooperation und gelingenden Zusammenarbeit ebenso wie die wirtschaftlichen Faktoren des unternehmerischen Ertrags, der Rentabilität und des soliden Beitrags zur florierenden Regionalwirtschaft. Der Weg dafür ist vom Konsortium klar mit seiner Positionierung im „Premium-Segment“ vorgezeichnet. Gelingen kann all das nur gemeinsam.

3.1 POSITIONIERUNG IM HOCHWERTIGEN PREMIUM-SEGMENT

Seit den frühen 1970er Jahren ist Südtiroler Speck als Qualitätsprodukt im hohen und leistbaren Premium-Segment positioniert. Natürlich war Speck auch in den Jahrzehnten davor eines der zentralen, hochwertigen Veredelungsprodukte des Landes. Diese Positionierung – was die handwerkliche Produktion ebenso wie die qualitätsvolle Reifung betrifft – soll weiterhin im In- und Ausland ausgebaut werden.

Maßnahme #6:

Positionierung im Premium-Segment der Feinkost

Das Konsortium strebt in den Jahren 2023 bis 2030 an, die Positionierung im Premium-Segment der Feinkost weiter auszubauen und zu forcieren. Dazu sind folgende Aktivitäten geplant:

- Die gemeinsame Bewerbung von Südtiroler Qualitätsprodukten wie Wein, Apfel, Schüttelbrot, Käse u.a.m. als Südtiroler Spezialitäten und Qualitätsprodukte.
- Ausbau und synergistische Vertiefung der Kooperation zwischen Agrar- und Tourismuswirtschaft, wo die Workforce zwischen Südtiroler Speck Konsortium und IDM Südtirol genutzt werden soll.
- Ausbau der regionalen Kreislaufwirtschaft in Zusammenarbeit mit der lokalen Gastronomie und Hotellerie, sowie deren Einkaufsgenossenschaften und Wiederverkäufern und -verkäuferinnen.
- Gezielte Aus- und Weiterbildungen im Bereich der Produktschulungen im Handel, sollen Wettbewerbsfähigkeit und langfristigen Erfolg des Produkts sicherstellen.

3.2 STÄRKUNG DES GEMEINSAMEN

Die vitale Existenz und fruchtbare Arbeit des Südtiroler Speck Konsortiums ist lebendiger Ausdruck des Gedankenguts und der Haltung für ein „Gemeinsames“. Hier hat das Land Südtirol mit seinen zahlreichen Verbänden, Genossenschaften und Vereinen eine lange, herausragende Tradition. Doch sich darauf auszuruhen, bedeutet Rückschritt. Das Gemeinsame braucht zu jeder Zeit und in jedem Handlungsfeld seinen realen Ausdruck. Was steht also heute alles an, das wir nur gemeinsam für eine bessere Zukunft erreichen können?

Maßnahme #7:

Stärkung des Gemeinsamen im Konsortium

Die Maßnahme #7 stellt das „Gemeinsame“ in den Mittelpunkt und will das Commitment der Mitglieder von unten und von innen heraus erhöhen, sodass alle Mitgliedsunternehmen gut und engagiert hinter der Qualitätsmarke „Südtiroler Speck g.g.A.“ stehen können. Die Erhöhung des Commitment zum Südtiroler Speck g.g.A. ist eine immerwährende Kulturaufgabe des Konsortiums. Sie wird dann gestärkt, wenn das Geschäft des Konsortiums nicht als ein vom Unternehmen Getrenntes abgestempelt, sondern als

verlängerter Arm, ja als potenzierte, gemeinsame Kraftanstrengung wahrgenommen und verstanden wird.

- In dieses Maßnahmenfeld fallen alle kulturellen, sozialen und „innenpolitischen“ Agenden des Südtiroler Speck Konsortiums wie die Organisation von Versammlungen, Gremien, Lehrgängen und Workshops, feierliche Würdigungen u.a.m.
- Das Gemeinsame soll vor allem durch eine Wiederbelebung von Exkursionen und Lehrfahrten gestärkt werden, wodurch der Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern zu den Themen der Nachhaltigkeit vertieft wird.

3.3 FORSCHUNG, ENTWICKLUNG UND INNOVATION

In seinem Selbstverständnis sieht sich Südtirol, mit seinen starken, wirtschaftlichen Sektoren, als mutiges, innovatives und von Pionieren geprägtes Land. Der mutige Blick nach vorne und das Finden zukunftsfähiger Lösungen zeichnet Südtirol von jeher aus. Dieses Verständnis prägt auch die Kultur zu den Themen Forschung, Entwicklung und Innovation im Specksegment. Im Süden Bozens, am NOI Techpark Südtirol, wird derzeit eine der modernsten Versuchsanlagen zur Optimierung der Speckherstellung und Speckverarbeitung errichtet. Begleitet wird die Anlage neben dem NOI Techpark auch vom Bereich Lebensmitteltechnologie des Versuchszentrums Laimburg.

Maßnahme #8:

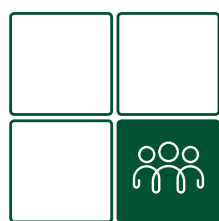
Verbesserung der Qualität durch Forschung und Entwicklung

Die kontinuierliche Optimierung der Qualitätskontrollen und Prozessabläufe sowie die Errichtung einer Versuchsanlage zur Optimierung der Speckherstellung und der Speckverarbeitung wird in Maßnahme #8 gebündelt. Eine zeitliche Agenda dazu sieht wie folgt aus:

- 2024: Fertigstellung der Versuchsanlage zur Speckherstellung im NOI Techpark Bozen Südtirol
- 2025: Start und aktive Nutzung der Versuchsanlage mit unterschiedlichen Prozessabläufen und -parametern
- Verfolgung weiterer Forschungsprojekt wie bspw. Speckherstellung ohne Nitrit und Nitrat oder Anschaffung einer HPP-Anlage für Südtiroler Lebensmittelproduzenten und -produzentinnen.

Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen vom 3. Viertel

In Bezug auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) trägt das dritte Viertel der Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortiums im Wesentlichen zu den Zielen SDG 1 (Keine Armut), SDG 2 (Kein Hunger), SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) und SDG 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur) bei.



4. Viertel: Bildung und Kommunikation

4.1 AUS- UND WEITERBILDUNG

Das vierte Viertel unserer Strategie zur Nachhaltigkeit befasst sich mit den wichtigen gesellschaftlichen und sozialen Themen der Aus- und Weiterbildung sowie der gelingenden Kommunikation. In der Aus- und Weiterbildung sehen wir den wichtigen Schritt von der Pflichtschule in die Berufswahl und damit in die berufliche Lehre. Hier gilt unser Augenmerk der Anstrengung, dass das Berufsbild des Metzgers und der Metzgerin an Attraktivität gewinnt und sich junge Menschen dem Berufsstand zuwenden. Das Thema der Kommunikation umfasst die wichtige gesellschaftliche Relevanz der Bewusstseinsbildung für den sozialen Zusammenhalt, das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit, Zusammenwirken und Dialog. Als Konsortium, das sich per se dem gelingenden Zusammenwirken unterschiedlicher Akteure und Akteurinnen und Betriebe verschrieben hat, ist die Weitergabe und Verbreitung unserer erlernten Dialogkompetenz ein zentrales Anliegen. Durchs Reden kommen die Leute zusammen. Das stärkt Vertrauen, schafft Zusammenhalt und gibt – in einer Zeit großer Veränderungen – Zukunftssicherheit.

Maßnahme #9:

Das Berufsbild attraktiver machen

Maßnahme #9 umfasst Aktivitäten zur Attraktivierung und Bewerbung unseres Berufsbildes und Berufsstandes. Hier sind folgende Agendapunkte im Zeitplan der nächsten Jahre angedacht:

- 2023/24: Forcierung der Kooperationen mit der Landesberufsschule der Metzger und Gastronomie in Brixen, sowie der MetzgerInnung im LVH
- 2024/25: Image-Kampagne in Südtirol zur Attraktivierung des Berufsbildes – ausgearbeitet von Partnern und vom Konsortium Südtiroler Speck.

4.2 KOMMUNIKATION, DIALOG UND BEWUSSTSEINSBILDUNG

Eine authentische und überzeugende Kommunikation zu den Themen der Nachhaltigkeit ist uns ein wesentliches Anliegen. Tierwohl, ökologischer Mehrwert, Klimaschutz und regionale Wertschöpfung müssen und können nur im Einklang, im Einverständnis und im finanziellen „Auftrag“ mit den Konsumentinnen und Konsumenten gemeinsam gelingen. Wer ein durch und durch nachhaltig gestaltetes Lebensmittel von höchster Qualität konsumieren will, muss auch dafür bereit sein, diese Leistungen und Qualität zu bezahlen. Damit wird eine gute und verständliche Kommunikation des Mehrwerts und der Mehrkosten unerlässlich.

Für das Konsortium ist Bewusstseinsbildung für einen gelingenden, sozialen Zusammenhalt, für ein Zusammenwirken in Kooperation und Dialog im ureigensten Interesse des Konsortiums. Wir bringen unterschiedliche Stakeholder (Politik, Wissenschaft, Medien, Bevölkerung, Gäste, Wirtschaftspartner u.a.m.) mit unseren Betrieben in Berührung und gestalten das Gespräch mit ihnen. Die Weitergabe und Verbreitung unserer Gesprächs- und Dialogkompetenz ist ein wesentlicher Baustein im aktiven Management unserer professionellen Stakeholder Einbindung. Wie schon eingangs gesagt, kommen durchs Reden die Leute zusammen.

Maßnahme #10: Sozialen Zusammenhalt stärken

Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit nach innen und gezieltes Marketing nach außen.

- Die Bewusstseinsbildung soll durch unsere Veranstaltungsformate (Speckfest, Specktage, Verkostungen und weiteren Veranstaltungen.) verstärkt auf die Aspekte der Nachhaltigkeit abgestimmt werden, Stichwort „Green Events“.
- Die Gestaltung unseres Kommunikations- und Werbematerials wird auf Nachhaltigkeit gesichtet, überprüft und wo möglich auf qualitativ hochwertigere Angebote umstellt.
- Die Fortbildungsangebote der Südtiroler Speck Akademie sollen qualitativ in Hinblick auf Nachhaltigkeit vertieft und durch Kooperationen mit anderen Produkten (Wein, Apfel, Schüttelbrot, Käse etc.) kontinuierlich erweitert werden.

Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen vom 4. Viertel

In Bezug auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) trägt das vierte Viertel der



Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortiums im Wesentlichen zu den Zielen SDG 1 (Keine Armut), SDG 3 (Gesundheit und Wohlbefinden), SDG 4 (Hochwertige Bildung) und SDG 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele) bei.



Prozess und Nachhaltigkeitsteam

Nachhaltigkeitsprogramm Südtiroler Speck Konsortium

Das Südtiroler Speck Konsortium befasst sich seit dem Jahr 2019 intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit. Dazu holte es sich die professionelle Unterstützung von Dr. Alfred Strigl und Mag. Sylvia Brenzel, Inhaber und Inhaberin der Nachhaltigkeitsagentur Plenum aus Österreich. Zunächst wurde im Jahr 2020 eine ausführliche Stakeholder-Umfrage, sowohl mit internen Anspruchsgruppen (die Südtiroler Speck-Produzenten und Produzentinnen selbst), als auch mit externen Anspruchsgruppen (Wissenschaft, Medien, Experten, Veterinärmediziner etc.) durchgeführt. Anschließend wurde im Zuge einer mehrteiligen Workshopreihe die erste Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortiums erarbeitet. An den Workshops nahmen neben einer Auswahl an Speck-Produzenten und -Produzentinnen, auch die IDM Südtirol und das Versuchszentrum Laimburg teil. Im Jahr 2021 wurde schließlich die Nachhaltigkeitsstrategie „Gemeinsam in die Zukunft – die vier Viertel unserer Nachhaltigkeit“ in ihren Grundzügen fertig gestellt und verabschiedet. Diese Strategie haben wir auf den vorherigen Seiten vorgestellt.

Im Jahr 2022 wurde aktiv damit gestartet, den ersten Nachhaltigkeitsbericht des Konsortiums zu erarbeiten. Auch dazu wurde das Team von Plenum um Unterstützung gebeten. Im Zuge einer tiefgehenden Stakeholdereinbindung, „Befragung und Analyse zur Wesentlichkeit“, wurden die wesentlichen Themen der Nachhaltigkeit im Speck Sektor erhoben und prioritär ermittelt. Eine zweite Befragung im Jahr 2022 befasste sich mit den wirtschaftlichen Themen der Wertschöpfung. Die Befragungen aus den Jahren 2020 und 2022 werden in den noch anschließenden Kapiteln ausführlich im Detail beschrieben – inklusive deren Auswertung.

Zur Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts wurde ein Nachhaltigkeitsteam bestehend aus Vertretern und Vertreterinnen von Mitgliedsbetrieben des Südtiroler Speck Konsortiums zusammengestellt. Das Nachhaltigkeitsteam, das seine Arbeit selbstverständlich auch nach der Berichterlegung weiterhin fortsetzt, besteht aus den folgenden Mitgliedern (alphabetisch):

- Heidi Hafele und Paul Jörg (Recla)
- Walter Nocker (Nocker)
- Elisa Peltrini (Salumifici Granterre - Senfter)
- Florian Siebenförcher (Siebenförcher)
- Günther Windegger (Windegger)
- Peter Moser und Stefanie Moser (Moser)
- Martin Knoll (Gesamtsteuerung).

Datengrundlagen und -erhebung

STAKEHOLDER BEFRAGUNG ZU DEN WESENTLICHEN THEMEN

In den Jahren 2020 und 2022 wurden in Begleitung der Firma Plenum jeweils Befragungen der internen und externen Stakeholder des Konsortiums durchgeführt. Dazu wurde ein Online-Fragebogen erstellt und von einer repräsentativen Anzahl an Stakeholdern aus unterschiedlichen Bereichen (Produzenten und Produzentinnen, Lieferanten und Lieferantinnen, Politik, ...) ausgefüllt. Sie wurden gebeten eine Bewertung von 1 (unwichtig) bis 6 (sehr wichtig) vorgegebener Themen vorzunehmen. Das wichtigste Ergebnis war jeweils eine Wesentlichkeitsmatrix, welche hervorhebt, welche Themen für das Konsortium in nächster Zeit zentral stehen sollten.



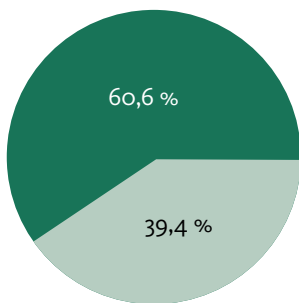
HEIDI HAFELE

„Südtirol ist für mich ein besonderer Ort. Wir sind gesegnet von einer einzigartigen Naturlandschaft und frischer Luft, wir legen Wert auf Kulinarik und pflegen unsere Kultur. Dazu gehören auch viele traditionelle Produkte wie der Südtiroler Speck. Durch einen acht-

samen Umgang mit der Natur und unseren Ressourcen stellen wir sicher, dass wir unser schönes Land an die nächsten Generationen möglichst unbeschadet weitergeben. Der Südtiroler Speck g.g.A. darf nur in Südtirol hergestellt werden. Dadurch bewahren wir die ursprünglichen Herstellungsmethoden, sichern lokale Arbeitsplätze und tragen zur wirtschaftlichen Nachhaltigkeit unserer Region bei.“

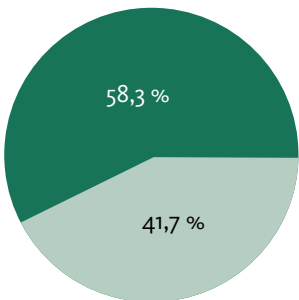
In welcher Relation stehen Sie zum Konsortium Südtiroler Speck?

33 Antworten



- Mitglied im Konsortium Südtiroler Speck
- Sonstige: Kunde, Partner, etc.

Wenn Sie Mitglied im Konsortium Südtiroler Speck sind, bitte geben Sie noch an, wie Ihre Firma im Handelsregister geführt wird!



- als Industriebetrieb
- als Handwerksbetrieb

Im Juni und Juli 2022 wurden insgesamt 72 interne und externe Stakeholder durch die freiwillige Beantwortung des Fragebogens nach ihrer Meinung gefragt. Dieser bestand aus 63 Fragen, eingeteilt in einen allgemeinen und einen speziellen Teil, sowie ein paar Fragen zur Person selbst. Der spezielle Teil bezog sich auf die 4 Vierteln der Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortiums. Kontaktiert wurden alle 28 Mitglieder (interne Stakeholder) sowie 44 externe Stakeholder aus den Bereichen Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft, Medien. Es gab insgesamt 33 Antworten, wovon 12 den internen und 21 den externen Stakeholdern zuzuordnen sind. Das entspricht einer Rücklaufquote von insgesamt 46 %, das heißt 43 % intern und 48 % extern.

Tabelle 1

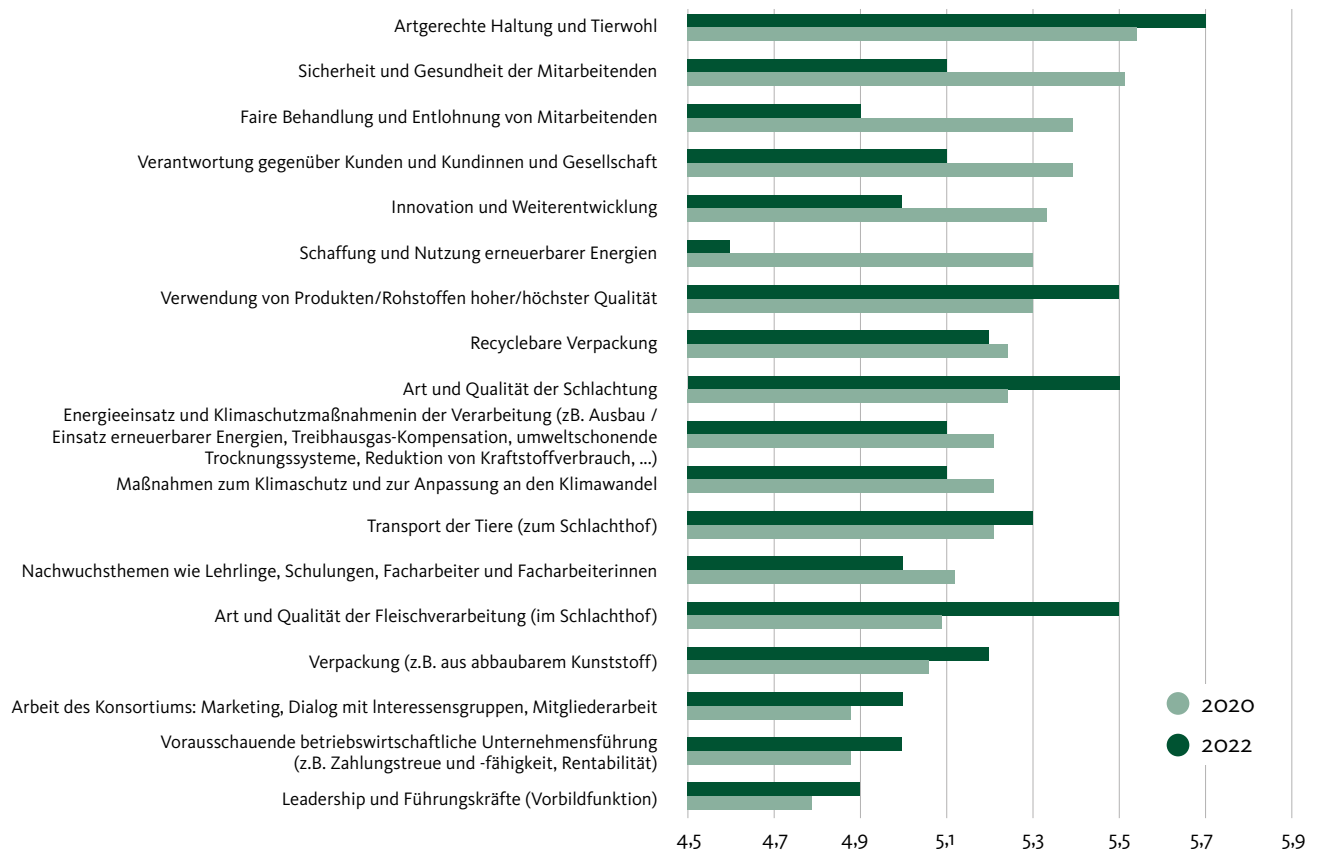
Stakeholderbefragung 2022 - Teilnehmer:innen-Zahlen

| Teilnehmende | intern | extern | gesamt |
|------------------|--------|--------|--------|
| Anzahl Befragte | 28 | 44 | 72 |
| Anzahl Antworten | 12 | 21 | 33 |
| Rücklaufquote | 43 % | 48 % | 46 % |

Die Auswertung wurde der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit präsentiert und die wesentlichen Themen vertiefend erörtert.

Der Vergleich (*Abbildung 1*) der beiden Jahre 2020 (hellgrün) und 2022 (dunkelgrün) zeigt die Wandlung von Prioritäten. Veränderungen werden häufig durch die äußeren Umstände stark beeinflusst. So haben die Coronakrise und die allgemeine Wirtschaftslage einen Anstieg in der Priorisierung der sozialen Themen bewirkt. Die immer stärker hervortretenden Auswirkungen der Klimakrise bringen die ökologischen Themen wie erneuerbare Energien nach vorne. Unverändert an erster Stelle bleibt die artgerechte Tierhaltung und das Tierwohl, welche allen Stakeholdern des Konsortiums am Herzen liegen.

Abbildung 1
Vergleich der wichtigsten Themen 2022 mit 2020



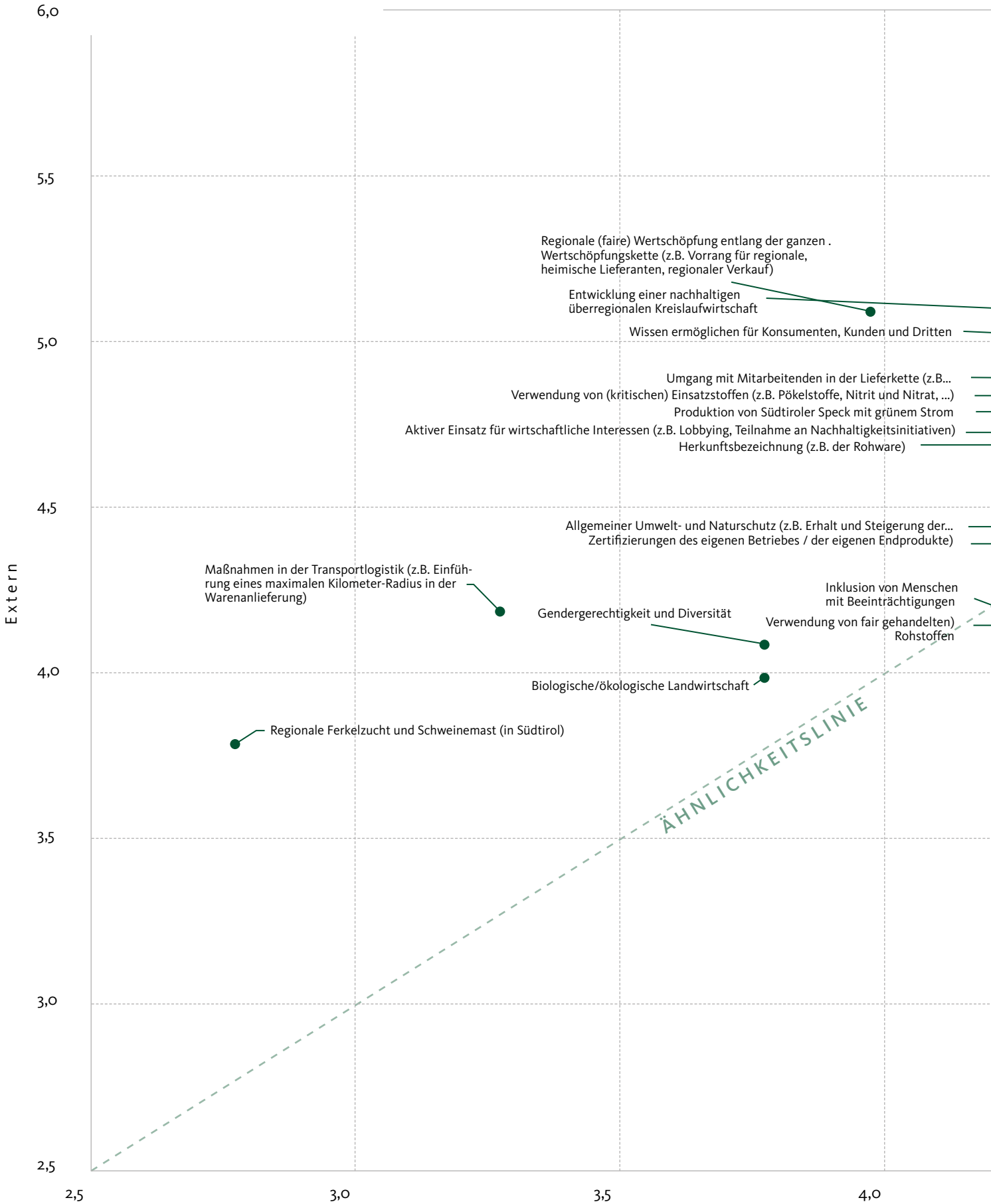
ABLEITUNG DER WESENTLICHKEIT UND WESENTLICHKEITSMATRIX

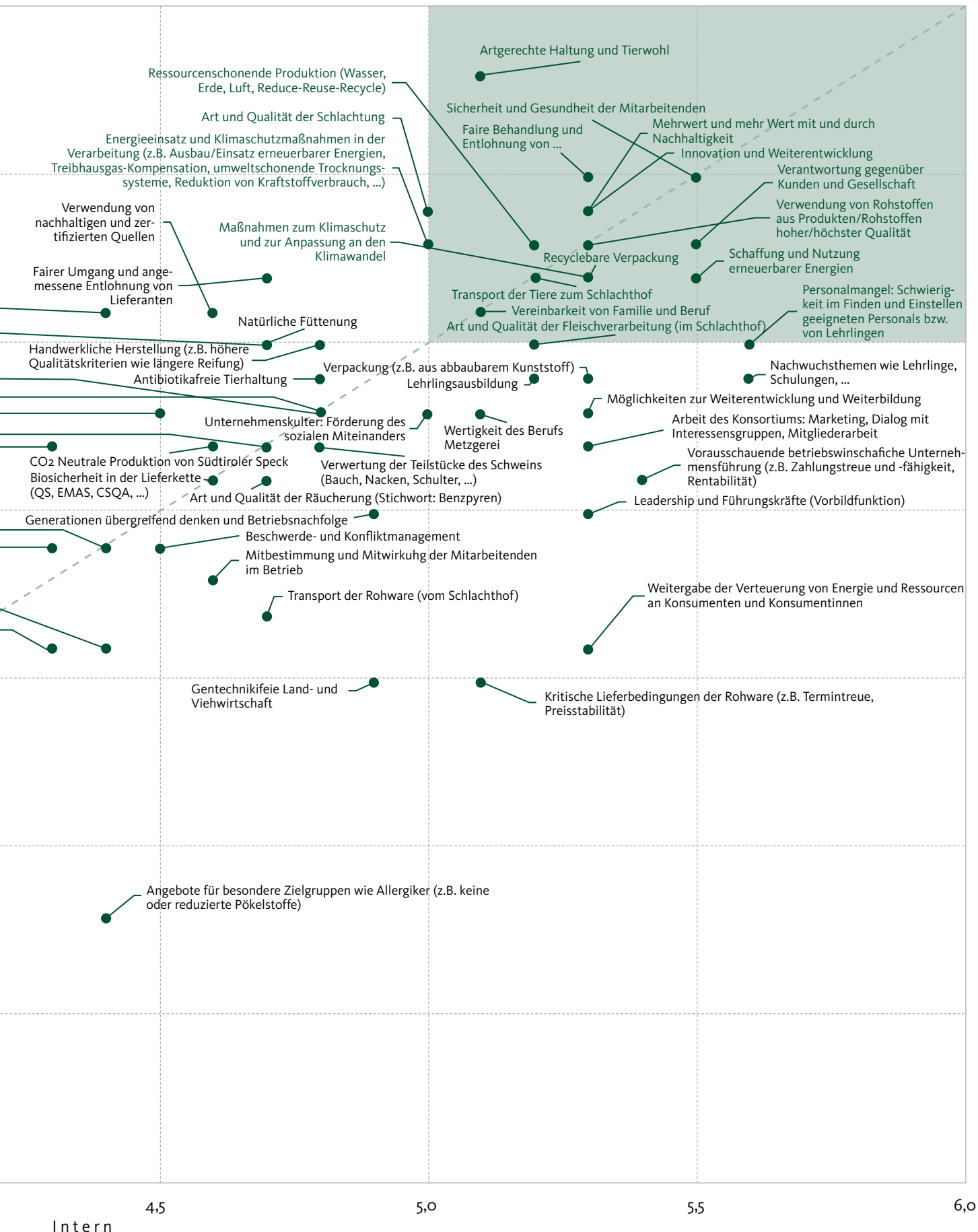
In sämtlichen Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung spielt die Ermittlung der wesentlichen Themen eine zentrale Rolle. Die Wesentlichkeitsanalyse dient als Grundlage für die Identifizierung der Themen für die Nachhaltigkeitsstrategie und -Maßnahmen. Das Ergebnis der Analyse wird in der Wesentlichkeitsmatrix dargestellt. Sie zeigt, welche Themen der Nachhaltigkeit von internen und externen Stakeholdern gleich bzw. unterschiedlich betrachtet werden und hilft dabei, die Lösung besonders dringender Probleme in den Fokus zu rücken.

Auf der x-Achse wird die Nachhaltigkeitswirkung des Konsortiums aus der Sicht der Mitglieder aufgetragen.

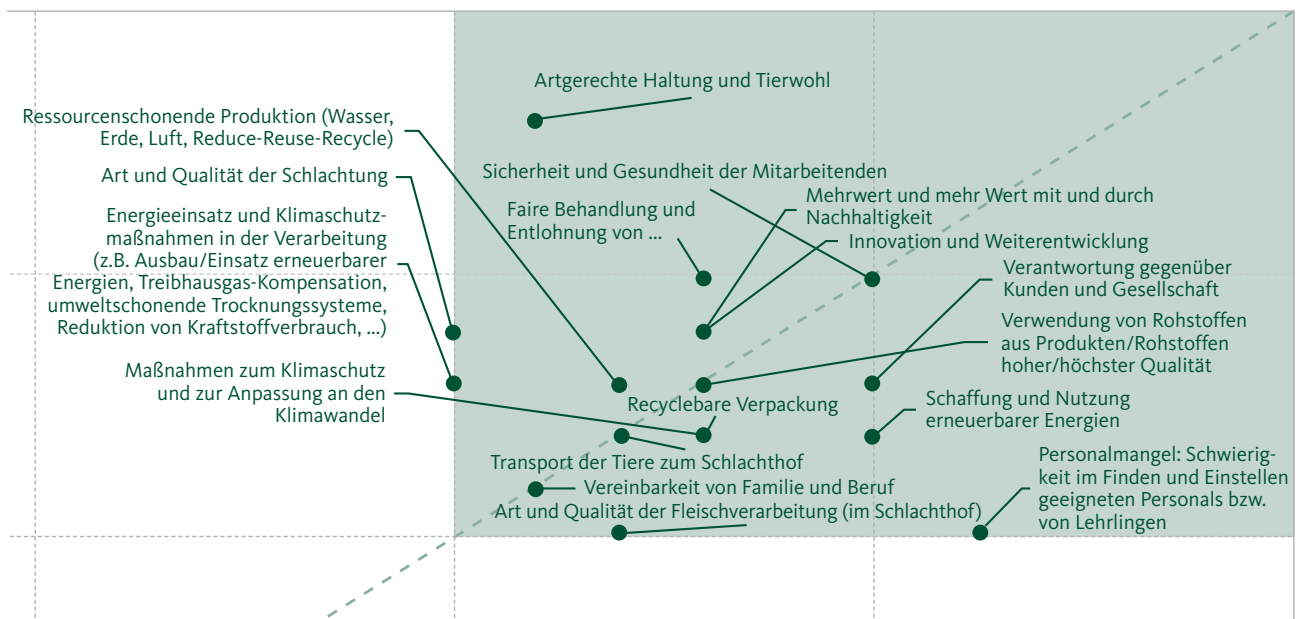
Auf der y-Achse die Stärke des Einflusses auf die Beurteilungen und Entscheidungen der außenstehenden Interessensgruppen, anders ausgedrückt, wie wichtig ein Aspekt den externen Stakeholdern ist. Je stärker also die Nachhaltigkeitswirkung (ökologisch, ökonomisch und/oder sozial) eines Aspektes ist, desto weiter rutscht dieser nach rechts. Je mehr er die Stakeholder beeinflusst, umso weiter rückt er nach oben. Deshalb befinden sich in der Grafik die wesentlichsten Themen in der oberen rechten Ecke des Diagramms (hervorgehoben mittels grüner Schrift und farbigem Quadrat). Auf der Ähnlichkeitslinie befinden sich jene Punkte, die von innen wie von außen betrachtet eine deckungsgleiche Bewertung bekommen. Je weiter sie von der Linie entfernt sind, umso verschiedenartiger wurden sie gewichtet.

DIE WESENTLICHKEITSMATRIX 2022





Die 17 wesentlichsten Punkte 2022 für das Südtiroler Speck Konsortium



Die wesentlichen Aspekte zur Nachhaltigkeit für das Südtiroler Speck Konsortium sind in priorisierter Reihenfolge:

1. Artgerechte Haltung und Tierwohl
2. Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden
3. Faire Behandlung und Entlohnung von Mitarbeitenden
4. Verantwortung gegenüber Kunden und Gesellschaft
5. Mehrwert und mehr Wert mit und durch Nachhaltigkeit
6. Innovation und Weiterentwicklung
7. Verwendung von Produkten/Rohstoffen hoher/höchster Qualität
8. Schaffung und Nutzung erneuerbarer Energien
9. Art und Qualität der Schlachtung
10. Recyclebare Verpackung
11. Ressourcenschonende Produktion (Wasser, Erde, Luft, Reduce-Reuse-Recycle)
12. Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Anpassung an den Klimawandel
13. Transport der Tiere (zum Schlachthof)
14. Personalmangel: Schwierigkeit im Finden und Einstellen geeigneten Personals bzw. von Lehrlingen
15. Energieeinsatz und Klimaschutzmaßnahmen in der Verarbeitung (zB. Ausbau / Einsatz erneuerbarer Energien, Treibhausgas-Kompensation, umweltschonende Trocknungssysteme, Reduktion von Kraftstoffverbrauch, ...)
16. Vereinbarkeit von Familie und Beruf
17. Art und Qualität der Fleischverarbeitung (im Schlachthof).

MITGLIEDERBEFRAGUNG 2022 UND BEFRAGUNG ZUR WIRTSCHAFTLICHEN WERTSCHÖPFUNG

Eine erste, umfassende Mitgliederbefragung wurde seitens des Konsortiums im Juni und Juli 2022 mit Unterstützung der Agentur Plenum durchgeführt. Die Teilnahme an der Befragung war freiwillig. Im Fragebogen wurden insgesamt 142 Angaben abgefragt in drei Teilen, einen allgemeinen Teil mit Fokus auf die wirtschaftliche Wertschöpfung, einen themenbezogenen Teil, unterteilt in die vier Viertel der Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck Konsortiums, sowie einem offenen Teil, mit Fragen zum Nachhaltigkeitsbericht. Kontaktiert wurden alle 28 Mitglieder im Konsortium. Es gab, bei einer Rücklaufquote von insgesamt 38 %, mehr als einen Drittel an vollständigen Rückmeldungen. Das entspricht einer Rücklaufquote von insgesamt 38 %. Bezogen auf die Produktion stellt das gute Drittel der rückantwortenden Betriebe knapp 70 % der Gesamtproduktion von Speck im Konsortium dar. Dadurch kann von einer hohen Repräsentativität der Befragung gesprochen werden.

In einer zweiten, unabhängigen Befragung im Oktober und November 2022, wurden sämtliche 28 Mitglieder des Südtiroler Speck Konsortiums gebeten, Angaben zu Umsatz, Produktion, Rohwaren, Rohstoffbezug, Ressourcen, Mitarbeitende u.a.m. zu machen. Die Teilnahme war freiwillig. In Zusammenarbeit mit der Handelskammer Bozen und dem Institut für Wirtschaftsforschung wurden auf Basis der erhaltenen Daten wichtige Größen im Zuge einer repräsentativen Wertschöpfungsanalyse hochgerechnet. Dadurch konnte beispielsweise die Wertschöpfung des Specksektors in Relation zu anderen Sparten in der Nahrungsmittelindustrie in Südtirol gestellt werden.

Gemeinsam mit dem Wirtschaftsforschungsinstitut (WIFO) der Handelskammer Bozen wurden im Zuge derselben Befragung folgende Parameter je teilnehmenden Betrieb erhoben:

- Umsatz gesamt
- Umsatz Speck
- Mengen produzierter Speck kg Frischgewicht
- Gesamtleistungen des Betriebs.

Außerdem sind folgende Parameter aus dem Handelsregister in die Auswertung eingeflossen:

- Anzahl selbständig Beschäftigte
- Anzahl unselbständig Beschäftigte
- Anzahl Beschäftigte insgesamt
- davon Anzahl in Südtirol gemeldete Beschäftigte insgesamt.

Aus der Erhebung dieser Daten konnten folgende Relationen und Beiträge des Südtiroler Specksektors abgeleitet bzw. hochgerechnet werden:

- Prozent-Anteil Speck Umsatz je Betrieb
- Wertschöpfung gesamt je Betrieb
- Wertschöpfung Speck je Betrieb
- Umsatz mit Speck für gesamtes Südtiroler Speck Konsortium
- Wertschöpfung des Südtiroler Speck Konsortiums
- Anzahl selbständig Beschäftigte im Südtiroler Speck Konsortium
- Anzahl unselbständig Beschäftigte im Südtiroler Speck Konsortium
- Anzahl Beschäftigte insgesamt im Südtiroler Speck Konsortium
- Frauenanteil im Konsortium (Abschätzung ohne Gewichtung der Betriebsgröße/mit Gewichtung der Betriebsgröße).

MONITORING UND WEITERFÜHRUNG DER STRATEGIE

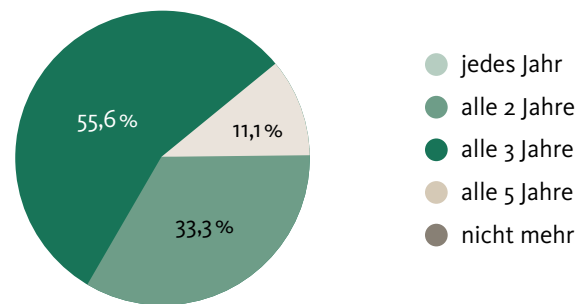
Die systematische Verankerung unserer Nachhaltigkeitsstrategie im gesamten Specksektor, also in den jeweiligen Betrieben, ist ein weiteres, zentrales Anliegen. Denn Nachhaltigkeit hat viele Aspekte und Herausforderungen – insbesondere für Unternehmen mit einer breiten Lieferkette. Die systematische Verankerung von Nachhaltigkeitsaktivitäten und -maßnahmen in der unternehmerischen Tätigkeit und innerhalb des gesamten Produktlebenszyklus ist ein expliziter Anspruch. Die Kriterien der Vollständigkeit und der Wesentlichkeit liegen dabei den definierten Handlungsfeldern – unseren Vier Vierteln – zu Grunde. Wir stellen damit sicher, dass alle wesentlichen Aspekte und Themen der sozialen und ökologischen Verantwortung in

den Unternehmen und in der kompletten Lieferkette identifiziert und adressiert werden.

Auf die Frage, in welcher Regelmäßigkeit das Konsortium über seine Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit berichten soll, antwortet mehr als die Hälfte der Mitglieder „alle drei Jahre“. Aus diesem Grund möchten wir aus derzeitiger Sicht dieser Empfehlung nachkommen und werden voraussichtlich im Jahr 2026 den nächsten, zweiten Nachhaltigkeitsbericht vorlegen.

Die Nachhaltigkeitsarbeit wird federführend von der Geschäftsführung des Konsortiums auch weiterhin koordiniert. Zur Unterstützung der Geschäftsführung dient die seit 2020 eingesetzte „Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit“, welche die strategische Arbeit inhaltlich bespricht und operativ vorbereitet. Maßgebliche Entscheidungen werden im Verwaltungsrat und in der Mitgliederversammlung des Speck Konsortiums beschlossen.

Wie oft soll ein Nachhaltigkeitsbericht erstellt werden, und demnach eine solche Befragung stattfinden?



3

Die Vier Viertel unserer Nachhaltigkeit



1. Viertel: Tierwohl und Qualität

Der Speck mit geprüfter Qualität



Tierwohl. Herausforderung der kommenden Jahre

Das Tierwohl liegt ganz offensichtlich allen Stakeholdern, intern wie extern, am Herzen. Das Thema landet sowohl 2020 als auch 2022 in der Wesentlichkeitsbefragung an erster Stelle. Das widerspiegelt erwartungsgemäß den allgemeinen Trend in Europa, wo sich Regierungen und NGOs zusammenschließen, um entsprechende Zertifizierungen einzuführen und Minimumstandards zu implementieren. Für das Konsortium bedeutet allerdings der Einsatz für mehr Tierwohl in der Schweinezucht (quasi) immer, dass die entsprechende Umsetzung in den Vorstufen der Lieferkette passieren muss. Unsere Produzenten und Produzentinnen beziehen dann die Ware mit der gewünschten Zertifizierung. Und je höher der Standard, umso höher ist auch der Preis.

Damit lässt sich das Befragungsergebnis erklären, welches zeigt, dass unter den Mitgliedsbetrieben des Konsortiums noch kein einheitlicher Umgang im Bereich „Bezug von zertifizierten Rohwaren“ besteht. So gibt es Betriebe, die für sich einen durchgehenden Mindeststandard z.B. nach

QS-Zertifizierung eingeführt haben. Andere weisen solche Standards nicht oder erst teilweise auf. Die Befragung stellt allerdings keinen Bezug zu den individuellen betrieblichen Gründen her, sondern liefert einen neutralen Einblick in den Status Quo des Konsortiums.

Höhere Tierwohlstandards in Form von entsprechenden Zertifizierungen (bio, Deutsche Zertifizierung Haltungsfarm 2 oder höher, etc.) kommen, bezogen auf das gesamte Konsortium, nur in geringen Prozentsätzen zur Anwendung. Ein Großteil der Befragten kann sich allerdings vorstellen, dass Südtiroler Speck g.g.A. in Zukunft Mindestkriterien in puncto Tierwohl erfüllt.

Qualitätsstufen und Tierwohl-Labels Stand und Ausblick

Die in den letzten Jahren zunehmend in den Mittelpunkt gerückte Verbesserung der Nachhaltigkeit der verschiedenen Produktionsprozesse, ist in jüngster Zeit zu einem strategischen Faktor für die effektive Umsetzung der Farm-to-Fork-Ziele der europäischen Union sowie der Missionen des National Recovery and Resilience Plan von Italien geworden. Das nationale Qualitätssystem für den Tierschutz (Sistema di Qualità Nazionale per il Benessere Animale, SQNBA) stärkt die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit tierischer Produkte dank der akkreditierten Zertifizierung von landwirtschaftlichen Betrieben und der Lieferkette.

In Italien wurden die gesetzlichen Voraussetzungen für die Entwicklung eines nationalen Zertifizierungssystems mit Artikel 224 des Gesetzes Nr. 77 vom 17. Juli 2020 geschaffen, mit dem das Nationale Qualitätssystem für den Tierschutz (SQNBA) eingeführt wurde, dessen Ziel es ist, ein nationales Produktionssystem zu definieren, das die allgemeinen Regeln und technischen Anforderungen für das Management des Zuchtprozesses von Nutztieren durch die Bewertung von auf wissenschaftlicher Grundlage ermittelten Parametern festlegt. SQNBA soll noch im Jahr 2023 ausgearbeitet werden und in Kraft treten.

Für Fleisch und andere tierische Produkte gibt es unterschiedliche Label und Siegel von verschiedenen Initiativen.



ELISA PETRINI
(Salumifici Granterre)

„Südtiroler Speck ist ein gastronomisches Spitzenprodukt, das wie nur wenige andere Produkte in der Lage ist, von einem Gebiet, einer Tradition und einem wertvollen Know-how zu erzählen.

Es handelt sich um ein Qualitätsprodukt mit einem starken Nachhaltigkeitspotenzial, das Salumifici Granterre durch Projekte und Investitionen sowohl im Umweltbereich - mit Energieeffizienzverfahren und Verbrauchsreduzierung - als auch im sozialen Bereich - mit besonderem Augenmerk auf die Aufwertung unserer Mitarbeitenden, des Gebiets und der Gemeinschaft, in der das Produkt erzeugt wird - fördert. Der vom Konsortium ins Leben gerufene Prozess der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Südtiroler Speck ist eine wertvolle Gelegenheit, die Verbraucher und Verbraucherinnen über diese Besonderheiten zu informieren sowie Ziele und Ergebnisse im Laufe der Zeit zu teilen.“

Italienisches Tierwohl-Label



Deutsche Tierwohl-Labels



Österreichische Tierwohl-Labels



Niederländisches Tierwohl-Label



Dänisches Tierwohl-Label



Eine schnelle Orientierung kann die in Deutschland eingeführte Haltungsform-Kennzeichnung geben. Sie findet sich auf vielen Frischfleisch-Produkten im deutschen Einzelhandel. Auf diese Kennzeichnung haben sich große Einzelhändler und Discounter geeinigt. Die Haltungsform-Kennzeichnung bezieht sich auf bereits bestehende Programme und Standards mit Anforderungen an die Tierhaltung und ordnet deren Label und Siegel ein. Es gibt vier Stufen von weniger bis mehr Tierwohl.

Die Haltungsform 1, „Stallhaltung“, entspricht dabei den niedrigsten Standards und erfüllt die geltenden Mindestanforderungen oder Branchenstandards. Etwas besser haben es die Tiere in Haltungsform 2 – „Stallhaltung Plus“. Hier sind für Schweine immerhin zehn Prozent mehr Platz vorgesehen als in Haltungsstufe 1. Noch besser wird es mit Haltungsform 3, „Außenklima“. Das bedeutet, dass Schweine mit einem Gewicht von 50 bis 110 Kilogramm immerhin etwas mehr als einen Quadratmeter zur Verfügung haben, außerdem müssen die Ställe mindestens an einer Seite offen sein. Am tierfreundlichsten ist die Haltungsform 4, „Premium“. In dieser Kategorie landet auch – aber nicht nur – biozertifiziertes Fleisch. In Haltungsform 4 müssen jedem Schwein knapp 1,5 Quadratmeter Platz im Stall zur Verfügung stehen. Die Tiere müssen außerdem entweder in Freilandhaltung leben oder aber einen ständigen Zugang nach draußen haben.

BEFRAGUNGSERGEBNISSE ZUM THEMA TIERWOHL IM DETAIL

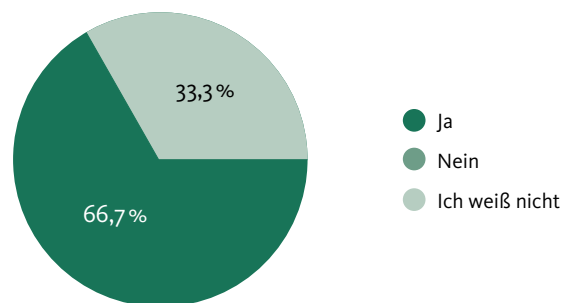
Die Mitglieder im Konsortium wurden im Zuge der Mitgliederbefragung 2022 gebeten, jene Qualitätslabels zu nennen, die in punkto Tierwohl bzw. Fleischqualität beim Bezug ihrer Rohware zum Einsatz kommen.

QS-zertifizierte Ware wird von einem Großteil der Befragten Produzenten und Produzentinnen vollständig oder mehr als die Hälfte bezogen. Mit dem AMA-Gütesiegel zertifizierte Rohware wird von einigen Betrieben nahezu vollständig bezogen und von einigen auf andere Zertifizierungen zum Teil wertgelegt. Weitere Zertifizierungen wie z.B. Bio wird im einstelligen % Bereich bezogen, wie auch Schweine aus Südtirol für den Südtiroler Bauernspeck.

Weiters wird Rohware mit folgenden Zertifizierungen eingekauft: IFS, BRC, DLG, Tesco Animal Welfare und ITW.

In der Mitgliederbefragung 2022 wurde weiters gefragt, ob sich die Mitglieder vorstellen können, dass Südtiroler Speck g.g.A. in Zukunft Mindestkriterien in punkto Tierwohl erfüllt. Zwei Drittel der rückantwortenden Unternehmen können sich Mindestkriterien in punkto Tierwohl vorstellen. Ein Drittel ist noch unentschlossen. Kein Unternehmen hat mit Nein geantwortet. Somit ist kein Unternehmen, das an der Befragung teilgenommen hat, gegen die Einführung von Mindestkriterien.

Können Sie sich vorstellen, dass Südtiroler Speck g.g.A. in Zukunft Mindestkriterien in punkto Tierwohl erfüllt?



Welchen Tierwohl-Mindeststandard Südtiroler Speck g.g.A. konkret anstreben sollte, wurde ebenfalls abgefragt.

Das nationale System SQNBA (Il Sistema di Qualità Nazionale per il Benessere Animale) und die deutsche Haltungsform 2 und 3 bzw. 4 wurden meistens genannt. Die Diskussion in der Arbeitsgruppe zum Tierwohl-Thema kommt zum Schluss, dass es für die Einführung eines Minimumkriteriums oder einer eigenen Südtiroler Tierwohl-Zertifizierung ratsam wäre, die Erhebung der Zertifizierungen kontinuierlich durchzuführen und mit der einheitlichen Zertifizierung z.B. der QS-Zertifizierung und/oder mit der vergleichbaren italienischen Zertifizierung SQNBA zu starten. Nach Erhebung der Zertifizierungen könnten die Anforderungen für Südtiroler Speck g.g.A. schrittweise höher und strenger angelegt werden. Mit Hilfe eines Stufenplans und Pilotprojekten mit einigen Herstellern und Herstell-

lerinnen würden die Mitglieder rechtzeitig darauf vorbereitet werden und könnten entsprechende Maßnahmen in die Wege leiten. Der Stufenplan zur Einführung einer Tierwohl-Zertifizierung bei Südtiroler Speck g.g.A. ist als erste Maßnahmengruppe im Nachhaltigkeitsprogramm verankert.

Qualität der Extraklasse. Monitoring und Kontrolle

EINBLICKE IN DIE QUALITÄTSKONTROLLE DER SQK

IFCQ Zertifizierungen Ltd.

Die IFCQ Certificazioni Srl wurde als Kontrollstelle für den „Prosciutto di San Daniele“ und seine Produktionskette gegründet und zertifiziert große Unternehmen und g.g.A.-Produkte in verschiedenen Bereichen, wie z.B. Rohschinken, Rohwurst, Wurstwaren, Käse, Frischfleisch und Gemüse. Zu den ersten zertifizierten Produkten, die 1999 eingeführt wurden, gehört der Südtiroler Speck g.g.A. IFCQ Certificazioni, das seinen Sitz in San Daniele, Region Friaul Julisch Venetien hat, ist in der Region mit drei Zweigstellen vertreten: Bozen, Fidenza (PR) und Barberino Tavarnelle (FI). Die Zertifizierungsstelle hat 46 Angestellte und 12 Mitarbeitende, die Erfahrungen in diesem Bereich mit Fortbildung verbinden. Die IFCQ-Inspektoren und -Inspektorinnen sind qualifiziert und werden ständig gemäß den einschlägigen Normen fortgebildet.

Vision, Mission und Werte von IFCQ

Vision: Wir investieren in Innovation, um die Qualitätskultur im ganzen Land zu verbessern und zu verbreiten, auch durch die Digitalisierung von Informationen im Zusammenhang mit Produktzertifizierungen.

Mission: Durch unsere Kontroll- und Zertifizierungstätigkeiten, die wir an der Seite von Unternehmen und Erzeugerorganisationen durchführen, fördern und differenzieren wir die italienische Lebensmittelqualität.

Werte: Enthusiasmus, Leidenschaft, verantwortungsbewusstes Handeln, Professionalität, ständige Aktualisierung, Blick in die Zukunft, Aufmerksamkeit für das Gebiet und die Umwelt.

Digitalisierung in der Zertifizierung

IFCQ Certifications hat über seine Tochtergesellschaft SMART DESIGN SOLUTIONS in den letzten Jahren eine Reihe von IT-Lösungen entwickelt, die die Erfassung von Produktionsdaten und die Kontrolldokumentation der zertifizierten geografischen Angaben vereinfachen und dazu beitragen, das Bewusstsein und die Transparenz der Lieferkette zu erhöhen, was dem Verbraucher und der Verbraucherin und der Glaubwürdigkeit des „Made in Italy“ zugutekommt. Zu den vom Softwarehaus SMART DESIGN SOLUTIONS geschaffenen Portalen gehört RIFT (Registro italiano filiera tutelata), das die von den landwirtschaftlichen Betrieben, Schlachthöfen und Zerlegebetrieben erfassten Daten zur Identifizierung und Rückverfolgbarkeit der für Parmaschinken und San-Daniele-Schinken mit geschützter Ursprungsbezeichnung bestimmten Rohstoffe sammelt, zusammenfasst und organisiert.

Freiwillige Zertifizierung

Die SQK führt Kontrolltätigkeiten im Rahmen des SQNPI (Nationales Qualitätssystem für integrierte Produktion) durch, dem man sich als einzelner Betrieb oder in assoziierter Form (Konsortium, Genossenschaft, Verein) anschließen kann. Die Teilnahme an solchen Qualitätsregelungen ermöglicht den Zugang zu Finanzierungsmaßnahmen, die z.B. im Rahmen der Entwicklungsprogramme für den ländlichen Raum vorgesehen sind.

Tierhaltung

Angesichts der Veröffentlichung des Erlasses zur Regelung des nationalen Qualitätssystems für Tierschutz (SQNBA) im November 2022 hat das IFCQ eine Rekrutierungskampagne und einen Schulungskurs gestartet, um sich mit hochspezialisiertem Personal auszustatten, damit es als strategischer Partner für die Akteure und Akteurinnen des Sektors, die dieses neue Zertifizierungssystem nutzen wollen, zur Verfügung steht.

SQNBA-Zertifizierung

Die SQNBA-Zertifizierung ist eine freiwillige Zertifizierung und setzt voraus, dass der Betreiber der Primärproduktion bestimmte Voraussetzungen erfüllt, wie z.B. die Einhaltung des risikobasierten Herdenklassifizierungssystems, das von der zuständigen Behörde im Rahmen der amtlichen Kontrollen durchgeführt wird. D.h. die von den be-



reits verwendeten Systemen (elektronische tierärztliche Verschreibung) zur Verfügung gestellten Daten sowie die vom Betreiber und der Betreiberin auf freiwilliger Basis zur Verfügung gestellten und vom Betriebstierarzt und -ärztin in das System eingegebenen Daten der Selbstkontrolle. Ziel der SQNBA-Zertifizierung ist es, dem Verbraucher und der Verbraucherin eine bewusste Entscheidung beim Kauf des Produkts zu ermöglichen, da die Lebensmittiletiketten sowohl die zertifizierte Herkunft des Produkts als auch das erreichte Zertifizierungsniveau nachweisen können.

DIE IFCQ-ZERTIFIZIERUNG UND DAS KONSORTIUM ZUM SCHUTZ VON SÜDTIROLER SPECK G.G.A. Eine Geschichte mit immer neuen Zielen

Die Inspektionstätigkeiten von IFCQ bei den Betreibern und Betreiberinnen, die dem Kontrollsystem der Südtiroler Speck g.g.A. angeschlossen sind, und die die Eigenschaft haben, ohne vorherige Ankündigung durchgeführt zu werden, betreffen die Überprüfung der Stammdaten und die Aufrechterhaltung der strukturellen und technisch-organisatorischen Merkmale in Bezug auf die zum Zeitpunkt der Anerkennung erworbenen Elemente, wie beispielsweise die Einhaltung der Verfahren der Selbstkontrolle und die Rückverfolgbarkeit. Insbesondere muss das für die g.g.A. bestimmte Erzeugnis so verarbeitet, gehandhabt und/oder gelagert werden, dass es jederzeit identifizierbar ist, um jede Vermischung mit Nicht-g.g.A.-Erzeugnissen zu vermeiden; die Einhaltung der in der Spezifikation festgelegten Anforderungen und die ordnungsgemäße Erfüllung der im Kontrollplan für die geschützte Erzeugung der g.g.A. vorgesehenen Pflichten der Unternehmer; schließlich die ordnungsgemäße Registrierung und Erstellung der vorgesehenen Dokumentation.

Im Jahr 2022 hat die IFCQ-Zertifizierung in Bezug auf den Südtiroler Speck g.g.A. mehr als 380 Inspektionen, 63 ordentliche Analysen, 334 organoleptische Blätter, 7 Analysen von Rohstoffen (Frischfleisch) und 7 Audits in den Schlachthöfen der Lieferanten und Lieferantinnen (sowohl in Italien als auch im Ausland) durchgeführt.

Im Rahmen des Kontroll- und Zertifizierungssystems für Südtiroler Speck g.g.A. hat es die effiziente Zusammenarbeit zwischen IFCQ Certificazioni, dem Schutzkonsortium und den Mitgliedern ermöglicht, im Laufe der Zeit bestimmte Aspekte der Zertifizierung zu vertiefen, wie z.B. die Einführung von Methoden zur sensorischen Bewertung ab dem Jahr 2003. Der Kontrollplan enthält nämlich als Anhang die Spezifikation der Methoden zur Überprüfung der Konformitätsanforderungen der organoleptischen Merkmale.

Unter den von IFCQ Certificazioni in Zusammenarbeit mit dem Konsortium durchgeführten Versuchs- und Forschungstätigkeiten ist die experimentelle Bewertung der Konsistenz von Südtiroler Speck g.g.A. durch Drucktests an Produktmustern hervorzuheben, die in Zusammenarbeit mit dem land- und forstwirtschaftlichen Versuchszentrum Laimburg in Auer durchgeführt wurden. Diese Beispiele für eingehende Untersuchungen und Forschungen belegen die Offenheit der IFCQ-Zertifizierung für einen operativen Dialog mit den Beteiligten, der auf die evolutionäre Entwicklung der Qualität einer geografischen Angabe wie dem Südtiroler Speck g.g.A. abzielt, die für das Gebiet, in dem sie erzeugt wird, sehr repräsentativ ist.

Sonderthema 1: Speck im Bewusstsein von Qualität

Veterinärmediziner begleiten den gesamten Weg der Speckproduktion. Hier ein paar Informationen, die das Veterinäramt Südtirol auf unsere Anfrage hin zusammengestellt hat:

- Im Bereich der **Primärproduktion** kontrolliert und genehmigt die Veterinärmedizin die artgerechten Schweinehaltung. Sie überwacht die Tiergesundheit und deren Management, den Transport der Tiere in Form von Zukauf, Verkauf und Abgang zum Schlachthof.
- Der Betriebstierarzt ist für die **Betriebsbetreuung** in therapeutischer und prophylaktischer Form im Schweinebetrieb zuständig.
- Dem Tierarzt am **Schlachthof** obliegt die Kontrolle des Schlachtprozesses der Schweine in Form der Lebend- und der Fleischschau, die amtliche Probenentnahme und die Freigabe des gewonnenen Fleisches und die Anbringung des Genusstauglichkeitssiegels.
- Der Tierarzt und die Tierärztin als Lebensmittelkontrollleur bzw. -kontrollleurin überwacht **das zugekaufte Importfleisch**, kontrolliert die **Rückverfolgbarkeit und die Richtigkeit** der angekauften Fleischlieferung.
- Im Bereich der **Speckherstellung** kontrolliert der Tierarzt und die Tierärztin den gesamten Prozess der Produktion, Verarbeitung und den Verkauf des hergestellten Produktes. Zudem garantiert der veterinärmedizinische Dienst die Produktsicherheit, gewährleistet durch die amtlichen Kontrollen des Endproduktes und durch die Überwachung der Eigenkontrollen der Hersteller und Herstellerinnen.
- Die Veterinärmediziner stellen internationale Zeugnisse für den **innergemeinschaftlichen Handel** und den **Export in Drittländer** aus, als Voraussetzung für sichere Handelswege.
- Aus **epidemiologischer Sicht** koordiniert die Veterinärmedizin die Überwachung von Infektionskrankheiten und Seuchenausbrüchen im Bereich der Schweinehaltung.
- Bei der tierärztlichen Überwachung stehen die **Lebensmittelsicherheit und das Tierwohl** im Vordergrund, weniger die Qualität des Endproduktes.



DR.^{IN} GERLINDE WIEDENHOFER
Stellvertretende Landestierärztin vom Veterinäramt der Provinz Bozen, im Interview:

Welche Herausforderungen in punkto Qualität und Nachhaltigkeit gibt es aus Ihrer Sicht?

Gerlinde Wiedenhofer: „Der gesamte Fleischbedarf der Bevölkerung und des Speckhandels Südtirols kann regional nicht abgedeckt werden, so dass der Zukauf unvermeidbar ist. Die Südtiroler Speckbranche benötigt aktuell die Zusammenarbeit des internationalen Großhandels. Der lokale Kreislauf ist begrenzt. Das originale lokal hergestellte Produkt überzeugt in jeglicher Hinsicht. Es bleibt jedoch ein Nischenprodukt, da die Rentabilität leider nicht vollständig gegeben ist und die Beteiligung bzw. Mitgliedschaft auf starke Überzeugung und hohen Idealismus basiert.“

Welche Entwicklungen sind in punkto Nachhaltigkeit von Ihrer Warte aus wünschenswert?

Gerlinde Wiedenhofer: „Der Konsument bzw. die Konsumentin ist der Ursprung vieler Entwicklungsschritte. Durch die Zunahme der Angebote, den kritischen Endkunden und Endkundinnen und den Anforderungen des internationalen Handels steigt das Augenmerk auf die Qualität und die Nachhaltigkeit; z.B. der Transport lebender Tiere zur Fleischgewinnung wird vom Konsumenten und von der Konsumentin immer strenger begutachtet und stößt teilweise auf Ablehnung. Im Gegenzug gewinnen regionale Produkte an Aufwind. Genaue Herkunftsangaben in Form von Gütesiegeln und Erklärungen werden obligatorisch. Das Tierwohl in der Haltung und der respektvolle Umgang mit den Tieren beeinflussen zunehmend die Kaufentscheidung. Eine positive Auswirkung auf die Herkunft, die Haltung, die Gesundheit der Tiere und die Verarbeitung des Fleisches in der Speckproduktion ist daher spürbar.“

Welche Zukunftsthemen stehen aus ihrer Sicht im Fokus?

Gerlinde Wiedenhofer: „Hygiene und professionelle Verarbeitungsmethoden sind dauernd in Entwicklung und Anpassung. Aus veterinärmedizinischer Sicht steht das lebende Tier immer im Mittelpunkt und jegliche Verbesserung in Hinblick auf eine artgerechte Haltung, Verminderung von Stress und Leiden ist aus unserer Sicht unterstützenswert und die Basis für ein qualitativ hochwertiges, gesundes Endprodukt.“

SÜDTIROLER BAUERN SPECK – QUALITÄT DER EXTRAKLASSE MIT 100 % SÜDTIROLER ROHSTOFF

Ein Teil des in Südtirol produzierten Specks wird zusätzlich mit dem Namen „Bauernspeck“ gekennzeichnet. Der Bauernspeck wird aus ausgewähltem Schweinefleisch hergestellt. Die Schweine werden in kleinen Gruppen auf Südtiroler Bauernhöfen gehalten. Bauernspeck ist nur in begrenzten Mengen erhältlich und ist wegen seines höheren Fettanteils, vor allem bei der Südtiroler Bevölkerung und Gastronomie sehr beliebt. Neben dem Schlegelteil, welches die Bezeichnung g.g.A. tragen darf, werden auch Schopf-, Schulter-, Karree- und Bauchteile des Schweins verwertet, ganz wie es die Tradition verlangt. Diese bieten unterschiedlichen Geschmack, aber stets gleichbleibende hohe Qualität. Bauernspeck zeichnet sich durch eine feine Maserung, mürbe Konsistenz und traditionellen Geschmack aus.

Die Herstellung erfolgt nach traditionellen Methoden. Aufgrund der Fütterung und dem unterschiedlichen Alter der Tiere unterscheiden sich die Teile in Größe und Fettanteil. Je nach Gewicht und Dicke der Teilstücke liegt die Reifezeit für Bauernspeck bei mindestens drei bis fünf Monaten; für den Schlegel sogar bei durchschnittlich 8 Monaten. Bei der Herstellung müssen strenge Qualitätskontrollen eingehalten werden. Diese Kontrollen beginnen bereits bei der Auswahl der gentechnikfreien Futtermittel beim Bauern und bei der Bäuerin und begleiten alle Herstellungsschritte. Nur wenn alle Qualitätskriterien erfüllt sind, erhält der Speck die Bezeichnung „Bauernspeck“. Die Kontrollen werden durch das unabhängige Kontrollinstitut IFCQ in Zusammenarbeit mit dem Assessorat für Landwirtschaft der Autonomen Provinz Bozen durchgeführt.

Im Jahr 2005 wird das Projekt in enger Zusammenarbeit mit der Autonomen Provinz Bozen und dem Kleintierzuchtverband ins Leben gerufen. Südtiroler Bauernspeck wird ausschließlich in Südtirol, aus Fleisch von in Südtirol geborenen, gemästeten und geschlachteten Schweinen hergestellt. Durch individuelle Kennzeichnung dieser Ferkel sind die Herkunft und der Lebensweg des Tieres jederzeit nachvollziehbar (bei der Schlachtung ist ein Kontrollorgan der IFCQ anwesend). Das Premiumprodukt ist nur in kleinen Mengen verfügbar und genießt in Südtirol einen hohen Bekanntheitsgrad.



Die Besonderheiten des Südtiroler Bauernspecks sind:

Tradition

Zusätzliche Auswahl an Teilen in der Speckproduktion (nicht nur Schlegel, auch Bauch, Schulter, Karree und Schopf)

Sensorik

Ein besonders mürbes Fleisch mit besonderem Geschmack; höherer intramuskulärer und gesamter Fettanteil

Kontrollen

Lückenlose Kontrollen von der Ferkelproduktion, Futtermittel bis zum fertigen Produkt

Bestands-obergrenzen

max. 150 Mastschweine und max. 50 Zucht-sauenplätze

Rassenauswahl

Kreuzung aus Duroc und Landrasse

Fleischqualität

Nicht maximale Fleischfülle, sondern hohe Fleischqualität

Langmast

Schwere Mastschweine, lebend 140–175 kg; (Schlachtgewicht 110–140 kg), Alter bei Schlachtung 7–9 Monate

Kleinbäuerliche Tierhaltung

895 Schweine, 20 Bauern und Bäuerinnen (Stand 2019)

Mehr Tierkomfort

Mindestfläche pro Schwein ist höher als es der Gesetzgeber vorschreibt (je nach Alter 30–70%).

Kupieren der Schwänze

ist verboten und nicht notwendig.

Vollspaltenböden sind nicht zugelassen.

Gentechnik-freie Futtermittel

Es gibt eine eigene Positivliste für Futtermittel.

Phasenfütterung

führt zu weniger Stickstoff-Ausscheidungen; Mischfutter (Getreide und Eiweißfutter) sowie hoher Rohfasergehalt im Futter führen zur besseren Sättigung und steigern das Wohlbefinden der Schweine.

Freie Futteraufnahme (Ad libitum)

Mindestanzahl an Futterplätzen und Tränken. Jedes Tier kann selbst entscheiden, wann und wie viel es fressen will und auch nach eigenen Vorlieben (trocken oder nass). Dadurch entstehen kein Futterneid und kein Stress unter den Tieren.

HERSTELLER UND HERSTELLERINNEN BAUERNSPECK



Metzgerei Steiner



Viktor Kofler



Kofler Delikatessen



Metzgerei Windegger





FRANZ JOSEF MITTERRUTZNER

Klima- und Tierfreundliche Produktion von Südtiroler Speck im Konsortium bereits seit mehr als 20 Jahren.

Schon in den 1990er Jahren wollten die Mitglieder des Konsortiums neben der Produktion des g.g.A. Produktes, für welches traditionell vor allem mittel- und nordeuropäisches Fleisch verwendet wird, ein möglichst umwelt- und tierfreundliches - heute würde man etwas abgedroschen „nachhaltiges“ - Produkt mit maximalem „Südtirol Gehalt“ auf den Markt bringen. Die grundsätzlichen Überlegungen hierzu waren: Der Erfolg eines Produktes, oder einer Marke hängt von sehr vielen Faktoren ab. Wesentlich ist jedoch, dass deren Qualitätsversprechen bei der betreffenden Zielgruppe attraktiv, differenzierend, glaubwürdig und verteidigbar ankommt (Die Positionierung). Insofern ist natürlich klar, dass die Positionierung von jedem Südtiroler Produkt vor allem, wenn dieses den Namen als Marke trägt, umso erfolgreicher ist, je mehr „Südtirol“ in diesem Produkt enthalten ist. Der dritte Erfolgsfaktor einer Marke, die Glaubwürdigkeit, hat zudem in den letzten Jahren u.a. durch das Internet und die stark gestiegene Verfügbarkeit von Informationen und Transparenz stark an Bedeutung gewonnen.

Unter anderem aus diesem Grunde haben die Hersteller und Herstellerinnen im Konsortium schon vor über 20 Jahren den sogenannten Südtiroler Bauernspeck mit verschiedenen Partnern, der Handelskammer und den Assessoren für Handel und Landwirtschaft weiter entwickelt. Mit der Universität Padova wurde eine Genetik der Schweine definiert, die im Wesentlichen dem hier im Lande bei den Bauern gehaltenen Landschwein und den Voraussetzungen in Bezug auf Fleischqualität entspricht, die am Ende einen gleichzeitig festen „körnigen“ und auch ausreichend fettmarmorierten Speck abgibt. Das Futter ist gentechnikfrei und die Haltungsmethoden bei den kleinen Bauernhöfen sind sehr tier- und umweltgerecht. Auch die Schlachtungsregeln sind besonders schonend und stellen kurze Transportwege und somit kleinstmögliche lokale Kreisläufe sicher. Natürlich kann es auch anderen ähnlich hochwertig produzierten Speck in Südtirol geben, aber keiner

ist auf diese Parameter dann auch von einer öffentlichen Behörde kontrolliert, rückverfolgbar und dokumentiert. Auch wenn die Mengen natürlich immer noch klein sind, ist damit auch heute sichergestellt, dass jeder Konsument einen in Bezug auf qualitäts- UND nachhaltigkeitsrelevante Faktoren optimalen Speck kaufen kann.

Auch aufgrund geographischer und klimatischer Gegebenheiten hatte Südtirol nie eine starke Schweinezucht, sodass u.a. zum Beispiel die Bayerischen Schweinehändler auch schon in früheren Jahrhunderten bei uns guten Absatz fanden, wie Siegfried de Rachwiltz in seinem bedeutenden Buch zum Thema schreibt. Südtirol hat inzwischen mit anderen Wirtschaftsaktivitäten, vor allem dem Autozuliefersektor, der Industrie allgemein, der Landwirtschaft und nicht zuletzt dem Tourismus einen im europäischen Vergleich derart hohen Wohlstand erreicht, dass die Entwicklung einer intensiveren Schweinezucht mit entsprechenden Nebenwirkungen hier geradezu ausgeschlossen ist.

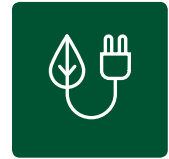
Also stellt sich im Zusammenhang mit der Glaubwürdigkeit des Namens Südtirol nur die Frage, ob wir für den vor allem außerhalb des Landes mit professioneller und glaubwürdiger Marktforschung nachweislich beliebten und hochgeschätzten Speck nur deswegen den Landesnamen nicht verwenden wollen, weil das Fleisch nicht heimisch ist. Wir würden dann nicht nur auf eine kontinuierliche Steigerung des Bekanntheitsgrades, sondern auch des Images unseres Landes verzichten, auch wenn viele „Südtiroler Speckexperten“ natürlich immer und mit unstrittig gutem Recht als besten Speck immer den „eigenen“ ansehen werden, so wie die Langhiranesi es mit dem Parma Schinken halten.

Wenn man den strikten Maßstab der lokalen Herkunft auch des Rohstoffes bzw. des Fleisches anlegen möchte, dann könnte man bei anderen tierischen Produkten zum Beispiel die Frage nach der Herkunft der Futtermittel stellen, oder entlang der Wertschöpfungskette auch bei anderen Produkten die Herkunftsfrage stellen. Im gleichen Sektor gibt es weltweit bekannte und hochgeschätzte Schinken Produkte, die ebenso Fleisch aus anderen Regionen verwenden, die nicht dem geschützten Produktnamen entsprechen.



2. Viertel: Nachhaltige Veredelung

Produktökologie von der Verarbeitung über die Verpackung bis zur Vermarktung



Hochwertige Veredelung ist seit jeher das Markenzeichen von Südtiroler Speck, auch vor der Einführung der g.g.A.-Marke. Bezog sich das früher hauptsächlich auf die sorgfältige Arbeitsweise, die einzigartige Bergluft-Lagerung und die besondere Qualität der Gewürze, so kamen im Laufe der Jahre immer mehr Qualitätskriterien hinzu. In den letzten Jahren finden gleichzeitig mit der Tierwohlethik, auch ökologische Anforderungen immer mehr Einzug in die Speck-Branche. Das Konsortium Südtiroler Speck hat eine Chance seine Vorreiterrolle in der nachhaltigen Veredelung durch entsprechende Strategien und Maßnahmen auszubauen.

Die EU-Qualitätspolitik zielt mit Qualitätssiegeln darauf ab, lokale Hersteller und Herstellerinnen sowie traditionelle Erzeugnisse zu schützen, um deren einzigartige Eigenschaften im Zusammenhang mit dem geografischen Ursprung und/oder den traditionellen Fertigungsmethoden zu fördern. Drei unterschiedliche gesetzlich geschützte Qualitäts- bzw. Herkunftskennzeichnungen zeigt untenstehende Grafik: g.U. (geschützte Ursprungsbezeichnung), g.g.A. (geschützte geografische Angabe) und g.t.S. (garantierte traditionelle Spezialität):



g.U. (geschützte Ursprungsbezeichnung):
Alle 3 Produktionsschritte von Erzeugung, Verarbeitung und Produktion müssen in einem abgegrenztem geografischen Gebiet erfolgen.



g.g.A. (geschützte geografische Angabe):
Mindestens ein Produktionsschritt des Produktionsprozesses muss in einem abgegrenzten geografischen Gebiet erfolgen.



g.t.S. (garantierte traditionelle Spezialität):
Nur das traditionelle Produktionsverfahren wird vorgegeben — kein abgegrenztes geografisches Gebiet.

MATERIALIEN. ROHWARE, GEWÜRZE, SALZ UND HOLZ

Im zweiten Viertel der Nachhaltigkeitsstrategie wurden die Mitglieder im Konsortium zur Nachhaltigkeit ihrer Produkte, Rohware, Rohstoffe und Ressourcenverwendung befragt. Für die Nachhaltigkeit spielen Faktoren wie Lieferwege, Energiegewinnung und -verbrauch, sowie die Art der verwendeten Kraftstoffe und etwaige Klimaschutzmaßnahmen eine wichtige Rolle. Außerdem geht es um die Verwendung von Verpackung sowie die Produktion und Entsorgung von Müll und Abwasser. Mit Hilfe einer CO₂-Bilanz kann man abschätzen, wie stark die Auswirkungen eines Betriebes auf das Klima sind.

Der Rohstoff wird aus naheliegenden Ländern der EU, vorwiegend aus Deutschland, Österreich, Italien und den Niederlanden, bezogen. Dies ist von der Europäischen Union erlaubt und gesetzlich geregelt. Für „Südtiroler Speck g.g.A.“ werden nur magere, vollfleischige Schlegel von Schweinen aus artgerechter Haltung ausschließlich aus anerkannten und kontrollierten Betrieben der Europäischen Union verwendet. Die Zertifizierung erfolgt durch die Kontrollstelle. Zusätzlich werden jährliche Audits durchgeführt.

Aus Daten, die dem Konsortium vorliegen sowie aus den Zertifizierungen (Teil 1, Tierwohl) kann man ableiten, dass der weitaus größte Anteil an Rohware aus Deutschland stammt. Aus dem Nachbarland Österreich beziehen manche mittelgroße Mitgliedsbetriebe den Großteil ihrer Rohware. Weitere wichtige Importländer für Rohware sind Italien, Niederlande und Dänemark.

Für die Veredelung des Specks werden Salz, Gewürze, Holz und weitere Rohstoffe benötigt. Das Salz, hauptsächlich zum Pökeln, wird zu über 80 % aus Italien bezogen. Etwas über 10 % wird aus Deutschland geliefert. Ein geringer Anteil kommt aus anderen angrenzenden Ländern.

Gewürze und Kräuter stammen hauptsächlich aus Italien, Deutschland und Österreich, aber auch aus verschiedenen anderen EU-Ländern. Holz für die Räucherung stammt zu über 50 % aus Deutschland. Etwas über 20 % des Holzes stammt aus regionalen in Südtirol gewachsenen Wäldern,

und rund 10 % aus anderen Teilen Italiens. Nur etwa 10 % wird aus weiteren EU-Ländern importiert.

RESSOURCEN. WASSER, STROM, WÄRME UND ENERGIE

Die Höhe des Stromverbrauchs und die Art der Stromerzeugung lässt wichtige Rückschlüsse auf den Ressourcenverbrauch und damit auf die Klimawirkung beim Faktor elektrische Energie zu. Für eine vollständige und valide Bilanzierung des Ausstoßes von Treibhausgasen in Form von CO₂-Äquivalenten reicht diese Befragung jedoch nicht aus. Das war auch nicht das Ziel und der Zweck der Befragung. Vielmehr konnte stattdessen ein erster grober Überblick über den Status Quo geschaffen werden.

Stromverbrauch: Das Konsortium verbrauchte im Jahr 2021 etwas mehr als 18 Mio. kWh Strom. Das entspricht knapp 0,35 kWh pro kg produzierten Speck. Ein Ziel kann sein, in naher Zukunft so viel wie möglich davon über eigene Photovoltaik-Anlagen und andere regenerative Quellen selbst zu produzieren. Das würde den CO₂-Fußabdruck erheblich senken. Mit diesem Prozess stehen das Konsortium und ihre Mitglieder derzeit, trotz einiger schon vorhandener Anlagen, noch ziemlich am Anfang. Auch was den Strombezug angeht, ist großes Potenzial zur raschen Verbesserung vorhanden, da etwas weniger als 10 % aus sogenannter „Green Energy“ stammt. Der größte Teil wird über einen Strommix bezogen.

Wärme: Die Wärmeproduktion erzeugt im Specksektor Emissionen. Deswegen sollte die Befragung einen groben Einblick liefern, in den aktuellen Stand der Dinge. Es hat sich herausgestellt, dass viele der Befragten große Mühen hatten, valide Aussagen zum gesamten Wärmebedarf, -produktion und -belieferung zu treffen, weil die Daten aus unterschiedlichen Bereichen der Produktion gesammelt werden müssten. Für eine Hochrechnung oder eine gesicherte Aussage zum Thema Wärme reichten die erhaltenen Daten nicht aus.

Fossile Brennstoffe: Zum Verbrauch von fossilen Brennstoffen (Öl, Diesel, Benzin, Erdgas, Biogas) konnten in der Befragung 2022 nicht genügend Daten gesammelt werden, um eine repräsentative Aussage über das gesamte Speck Konsortium zu treffen. Eine detailliertere Befragung dazu wird in den Folgejahren nachgeholt.

Photovoltaik: Von den Befragten gaben lediglich vier an, eine eigene Photovoltaik-Anlage zu besitzen.

Wind- und Wasserkraft sowie **Erdwärme** finden bislang noch keine Anwendung bei den Befragten Speckproduzenten und -produzentinnen.

Als weitere Klimaschutzmaßnahmen, neben Photovoltaik und Blockheizkraftwerke, wurden genannt:

- neue Kühlanlagen
- Hackschnitzelanlage
- energiesparende Gebäudekonstruktion
- energieeffiziente Maschinen
- die Überwachung der Emissionen.

Zwei Betriebe gaben an, gerade eine Energie- bzw. CO₂-Bilanz zu erstellen (Stand Juli 2022). Von den Befragten konnten sich drei vorstellen, dass das Konsortium eine akkumulierte CO₂-Bilanz erstellen lässt.

Wasser/Abwasser: Das Konsortium verbraucht pro Jahr knapp 1 Mio. Kubikmeter Wasser. Das entspricht ca. 2,7 Liter Wasser pro kg produzierten

ca. 2,7 Liter
Wasserverbrauch pro
kg produzierten Speck

Speck. Pro kg Speck entstehen zudem etwa 1,7 Liter Abwasser. Diese Abwässer setzen sich laut Angaben der Befragten in der Regel zusammen aus:

- Kühlwasser aus Umlauf- oder Durchlaufkühlsystemen
- Abwasser aus Dampferzeugern
- Abwasser aus Produktion und Verpackung
- häusliches Abwasser aus betrieblichen Einrichtungen.

Zwei der Befragten gaben außerdem an, dass Abwasser aus Laboratorien (Prozessüberwachung / Qualitätskontrolle) anfällt. Alle Abwässer werden vorschriftsmäßig aufbereitet z.B. mittels Fettabscheider, Schlammfang oder in chemisch-physikalischen Vorbehandlungsanlagen gereinigt und entsorgt.

Zur **Luftreinigung** kommen verschiedenste Methoden und Anlagen zur Anwendung:

- Rauchvernichtungsanlagen
- Filteranlagen
- Luftreinhaltung
- Verwendung von Free Cooling in den Arbeitsräumen und Speckreifezellen
- kontinuierliche Schadstoffmessungen
- elektrostatische und chemische Abscheidungssysteme mit Kontrollsystemen
- kontinuierliche Kohlenmonoxid-Kontrollsysteme (für thermische Anlagen).

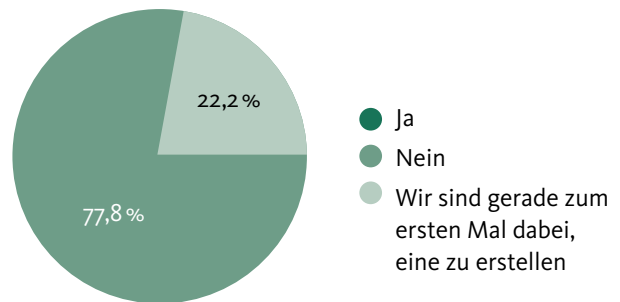
Abfall: Rund 90 % der Befragten geben an, über ein explizites Abfallkonzept zu verfügen, wobei davon ein Drittel der Auffassung ist, dieses sei durchaus verbesserungswürdig. Bei den industriellen Betrieben ist das Abfallkonzept meistens Teil eines Umweltmanagementsystemverfahrens, welches u.a. alle durchzuführenden Praktiken von der Zwischenlagerung bis zur Entsorgung auflistet.

Die Betriebe wurden gefragt, welche Abfallfraktionen im Unternehmen getrennt gesammelt werden.

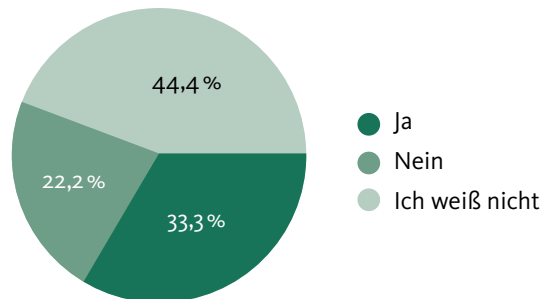
- Dazu gaben alle (100 %) an, nicht mehr zu verwertende Fleischabfälle getrennt zu sammeln.
- 90 % trennt laut eigenen Angaben Papier und Karton, sowie Metall, und
- 80 % auch Restmüll,
- 67 % trennt zudem eigens Plastik und Glas.
- Gut die Hälfte (50 %) der Betriebe trennt die noch verwertbaren Fleischabfälle, die gesondert abgeholt werden.
- Auch gut die Hälfte der Betriebe (50 %) sammelt Giftstoffe.
- Bei Asche sind es ca. 45 % der Betriebe.
- Pflanzliche Bio-Abfälle sammeln 33 % der befragten Betriebe, die eine gesonderte Trennung vornehmen.

Alle Fraktionen werden durch spezialisierte Unternehmen entsorgt.

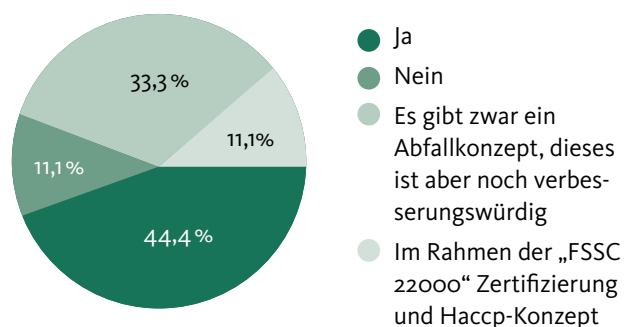
Macht Ihr Unternehmen eine Energie- bzw. CO₂-Bilanz?



Hätten Sie Interesse, dass eine CO₂-Bilanz für das gesamte Konsortium Südtiroler Speck g.g.A. akkumuliert erstellt wird?



Gibt es ein explizites Abfallkonzept?



VERPACKUNG. MATERIALIEN – STAND UND ENTWICKLUNGEN

Für jeden die richtige Verpackung

Die verschiedenen Verpackungsgrößen werden allen Ansprüchen gerecht. Ob es sich nun um kleinere oder größere Familien handelt, um Restaurants oder den Handel. Der Speck ist in ganzen Hammern erhältlich, in kleinen, abgepackten Stücken, vorgeschnitten, frisch oder vakuumverpackt. In der Vakuumverpackung kann man den Speck an einem kühlen, dunklen Ort oder im Kühlschrank über mehrere Monate aufbewahren.

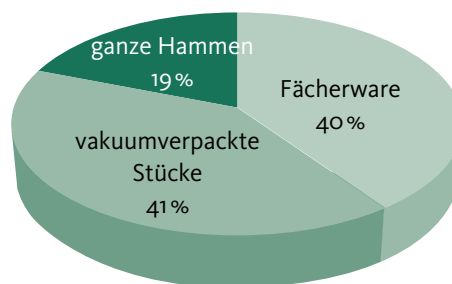
Verpackungstypologien

Im Jahr 2022 wurden 41.901.132 Millionen Verpackungen für den vorgeschnittenen Speck hergestellt. Dies entspricht einem Rückgang von 9 % im Vergleich zum Vorjahr. Dieser Rückgang resultiert aus dem Rückgang der Gesamtproduktion. Dennoch entspricht vorgeschnittener Speck nach wie vor am besten den Bedürfnissen der modernen Konsumenten und Konsumentinnen, welche einen hohen Wert auf Bequemlichkeit legen. Hinzu kommt, dass die Haushalte immer kleiner werden und die Speckproduzenten und Speckproduzentinnen im Bereich der Aufschnittmaschinen für die Fächerware weiter investiert haben.

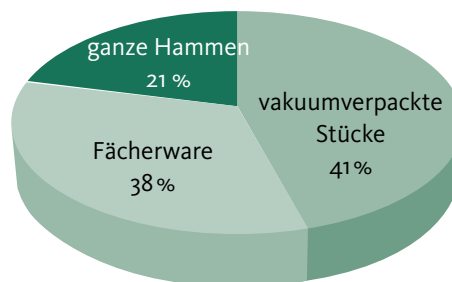
Wie in den letzten Jahren bleibt auch im Jahr 2022 die 100-Gramm-Packung die am meisten produzierte Verpackungstypologie. Rund 26,6 Millionen Verpackungen zu je 100g wurden produziert. Insgesamt wurden 40 % der gesamten produzierten Menge von Südtiroler Speck g.g.A. als Fächerware verkauft, was einen Zuwachs von zwei Prozent im Vergleich zum Jahr 2021 entspricht. Vergleicht man die Anzahl der verkauften Packungen Fächerware mit der Bevölkerung Italiens, so haben im Jahr 2022 69 % aller Italiener mindestens eine Packung konsumiert.

Als ganze Hammern wurden im abgelaufenen Jahr knapp 500.000 Stück verkauft, was einem Anteil von 19 % entspricht und somit einem Rückgang von 2 % im Vergleich zum Jahr 2021 entspricht. Die Anzahl der produzierten Stücke ist mit 41 % im Vergleich zum Vorjahr geradezu unverändert geblieben.

Verpackungstypologien 2022



Verpackungstypologien 2021



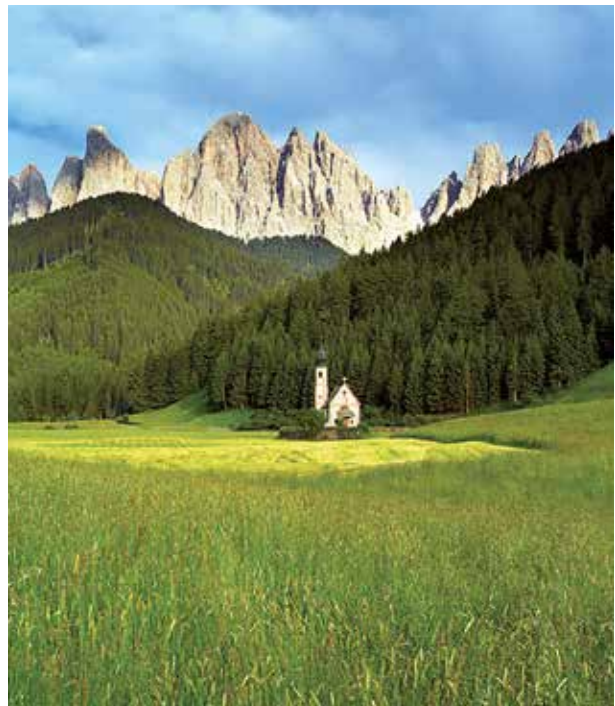
Die Mitgliederbefragung 2022 ergab, dass beinahe alle Mitglieder als primäre Verpackung Verbundfolie und als sekundäre Verpackung Karton verwenden. Es gibt großes Interesse daran, noch nachhaltigere Materialien bspw. Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffquellen zu verwenden. Der Markt ist dabei, auf diesen Bedarf zu reagieren. Einige Mitglieder testen aktuell unterschiedliche Wege der Ökologisierung: von Verpackungsreduktion über Einsatz dünnerer Folien bis hin zur Verwendung recyclebarer Monofolien.

Sonderthema 2: Speck im Auftrag des Klimaschutzes

Wir machen uns ernsthaft Gedanken, welche lokalen, regionalen und globalen Auswirkungen die Produktion und der Konsum von Südtiroler Speck hat. Neben den vielen positiven, wirtschaftlichen, sozialen und kulinarischen Effekten, die unser Produkt hat, verschließen wir nicht die Augen vor den negativen Auswirkungen auf ökologischer Seite. Der Konsum von Fleischwaren aller Art gehört in der westlichen Lebensweise wohl zu den höchsten in der Welt. Ein Überkonsum an tierischen Nahrungsmitteln kann auf individueller Ebene gesundheitlich problematisch sein. Doch er hat auch globale Auswirkungen. Industriestaaten wie Deutschland, Italien und Österreich können ihren Ressourcenbedarf für den hohen Fleischkonsum nicht mehr mit der eigenen landwirtschaftlichen Fläche decken und nutzen daher Flächen im Ausland. So kommen die Futtermittel für die Aufzucht von Schweinen oft aus Übersee.

Wie können wir dem entgegenwirken? Wir sehen ein großes Potenzial einerseits in einem bewussteren Ernährungsverhalten der Konsumenten und Konsumentinnen. Qualität vor Quantität lautet eine handlungsleitende Devise. Wir empfehlen, bewusst hochwertige Fleischprodukte zu konsumieren und regionale, saisonale und ökologische Produkte und Ressourcen dafür einzusetzen. Andererseits kann die Wirtschaft, also die Produktionsunternehmen selbst, durch die Schaffung eines nachhaltigen Angebots eine große Hebelwirkung entfalten.

- Nachhaltigkeit entsteht durch die Nutzung alternativer, **regenerativer Ressourcen** und Materialien. Deshalb werden unsere Produzenten und Produzentinnen den Anteil an grünen Energieformen bei Elektrizität und Wärme sukzessive steigern.
- Die **Weiterbildung für nachhaltige Materialien** und **grünen Strom** soll in den nächsten Jahren eine Entlastung betrieblicher Ausgaben und gleichzeitig eine Reduktion des ökologischen Fußabdrucks bringen.
- Eine erste Evaluierung zur Berechnung **einer Klimabilanz** für den Specksektor ist für die kommenden Jahre angedacht. Dazu sollen Pilotbetriebe sowohl im industriellen als auch im handwerklichen Bereich ausgewählt werden.
- **Bewusstseinsbildung** sowohl bei eigenen Mitarbeitenden als auch bei Lieferanten und Lieferantinnen, Partnern und schließlich unseren Kunden und Kundinnen ist ein wirksames Mittel auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Wir zielen daher auf Bildungs- und Kommunikationsarbeit ab wie beispielsweise Exkursionen und Know-how-Transfer in Bezug auf unterschiedliche Nachhaltigkeitsthemen.



3. Viertel: Wertschöpfung und Konsum

Südtiroler Speck – Genuss und erste Wahl im leistbaren Premiumsegment



Das dritte Viertel der Nachhaltigkeitsstrategie des Konsortiums Südtiroler Speck ist in zwei große Blöcke eingeteilt, die insgesamt die Beziehungen nach außen und nach innen darstellen. Der erste Block sollte den ökonomischen und sozialen Wert des Konsortiums ermitteln. Dazu wurden die Mitglieder um wertschöpfungsrelevante Daten und Angaben gebeten. Im zweiten Block ging es um den Bezug der Betriebe zu ihren Konsumenten und Konsumentinnen und zu den vor- und nachgeschalteten Lieferketten. Auch der Aspekt der innerbetrieblichen Sicherheit wurde hier abgefragt.

Der Wertschöpfungsbeitrag von Südtiroler Speck

WIRTSCHAFTLICHE WERTSCHÖPFUNG

Aufgrund der vorliegenden Daten aus dem Jahre 2021 kann man eine hochgerechnete Wertschöpfung von etwa 60 Mio. Euro des Südtiroler Specksektors ableiten. Diese knapp 60 Millionen Euro Wertschöpfung aus der Speckproduktion der Mitglieder des Speck Konsortiums entsprechen in Bezug auf das Jahr 2020 einem Anteil von 0,27 % der gesamten Südtiroler Wertschöpfung. Betrachtet man lediglich die Branche der Lebensmittelproduktion, Getränkeherstellung und Tabakverarbeitung so beträgt der Anteil 9,57 %.

Der hochgerechnete Gesamtumsatz der Speckproduktion beträgt knapp 300 Mio. Euro. Im Jahr 2022 wurden 2.883.777 Hammen mit dem Qualitätszeichen „Südtiroler Speck g.g.A.“ ausgezeichnet. Dies entspricht 46,5 % der Gesamtproduktion der vom Konsortium anerkannten Hersteller und Herstellerinnen sowie einem Zuwachs von 0,08 % an ausgezeichneten Hammen im Vergleich zum Jahr 2021. Der g.g.A.-Anteil konnte wiederum gesteigert werden und entspricht dem höchsten Anteil von Südtiroler Speck g.g.A. aller Zeiten.

Wichtige wirtschaftliche Wertschöpfungsdaten im Überblick:

- Im Jahr 2021 beträgt der hochgerechnete Gesamtumsatz der Südtiroler Speckproduktion 295 Mio. Euro.
- Daraus kann eine jährliche Wertschöpfung von etwa 60 Mio. Euro für den Südtiroler Specksektor errechnet werden.
- Bezogen auf das Jahr 2020 entspricht die Wertschöpfung des Specksektors einem Anteil von 0,27 % der gesamten Südtiroler Wertschöpfung.
- Betrachtet man die Branche der Lebensmittelproduktion, Getränkeherstellung und Tabakverarbeitung, so beträgt der Anteil des Specks an der Wertschöpfung der gesamten Branche 9,57 %.
- Im Jahr 2022 wurden 2.883.777 Hammen mit dem Qualitätszeichen „Südtiroler Speck g.g.A.“ ausgezeichnet.
- 46,5 % der Gesamtproduktion der vom Konsortium anerkannten Speckhersteller und -herstellerinnen zeichnet seine Speckware mit der Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“ aus.
- Im Jahr 2021 wurden über 53.000 Tonnen Speck produziert.
- Die Mitglieder des Konsortiums beschäftigen in ihren Betrieben in Südtirol insgesamt etwa 1350 Mitarbeitende.
- Die Beschäftigtenzahlen sind von 2019 bis 2021 jährlich um ca. 3,5 bis 5 % gestiegen.
- Der Anstieg der Beschäftigtenzahlen vor 2019 lag seit dem Jahr 2005 bei etwas mehr als jährlich 10 %.

Gesamtumsatz
295 Mio. Euro

9,57 % an Südtirols
Lebensmittel-
produktion



SOZIALE UND REGIONALE WERTSCHÖPFUNG

Die Speckherstellungsbetriebe leisten neben der wirtschaftlichen Wertschöpfung auch einen wichtigen Beitrag zur regionalen und sozialen Wertschöpfung. Vor allem der Impact der Betriebe geht in der Regel weit über den Bereich Sponsoring hinaus. Viele Speckbetriebe unterstützen kleine und große regionale Veranstaltungen neben finanziellen Mitteln auch durch ihr tatkräftiges Mitwirken. Auf ähnliche Weise werden lokale Vereine unterstützt. Dadurch bekommt z.B. das Dorfleben immer wieder frischen Wind, wird regelmäßiger Sport ermöglicht und gerade junge und ältere Menschen werden vor Ort in die Gesellschaft eingebunden.

Ein weiterer wesentlicher regionaler Beitrag wird geliefert in Form von Direktvermarktung, durch Unterstützung der Gastronomie sowie durch die Zusammenarbeit mit Schulen aus der Region. Auf die Frage „*Tragen Sie neben Ihrer wirtschaftlichen Wertschöpfung, weiters zur Erhöhung der regionalen Wertschöpfung bei? (unabhängig vom Konsortium) Wenn ja, wie?*“, antworten die Mitgliedsbetriebe des Speck Konsortiums:

- Direktverkauf im Geschäft
- Direktvermarktung auf Tagesmärkten, Jahrmärkten und Messen
- Zusammenarbeit mit der Hotellerie und Gastronomie
- Zusammenarbeit mit Tourismusvereinen
- Veranstaltung von Speckverkostung für Touristen
- Unterstützung lokaler Vereine und karitativer Projekte
- Unterstützung von lokalen Veranstaltungen z.B. Reschenseelauf
- Sponsorings bspw. von lokalen Köchen und Köchinnen, Kochbüchern, Sportaktivitäten, Eislaufplatz, Wölfe des Pustertaler Eishockeyvereins, Skischulen und Ski Akademien, Sportzentren, Amateurverbände u.v.m.
- Teilnahme an Karrieretagen an Schulen
- Zusammenarbeit mit Schulen aus der Region, z.B. durch Projekte, in denen Schüler und Schülerinnen an realen Themen in Zusammenarbeit mit den Unternehmen arbeiten.

BEZIEHUNGEN UND SICHERHEIT

Sicherheit und Gesundheit wurde bei den Mitgliedern im Konsortium schon immer großgeschrieben. Nicht nur werden alle Standards eingehalten, die von öffentlicher Hand sowie vom Konsortium vorgeschrieben werden. Die meisten Betriebe machen freiwillig weitere Sicherheits- bzw. Gesundheitsanalysen und nehmen bei den entsprechenden Audits teil, damit es allen Betroffenen weiterhin gut geht. Folgende Sicherheits- bzw. Gesundheitsanalysen und -Audits wurden von den Befragten explizit genannt:

- IFS-Zertifizierung
- FSSC 22000
- ISO45001
- DLG-Prüfungen
- Eigenkontrollen
- Kundenaudits (z.B. lt. GFSI)
- HACCP-Kontrollen
- laufende Kontrollen der Sanitätseinheit
- QS
- BRC
- USDA
- SQMS (McDonalds)
- Analysen lt. Probenahmeplan.

Deklaration der Ware

Auf die Fragen: „*Welche Probleme/Herausforderungen sehen Sie bei der Deklaration der Ware auf den Etiketten? Gibt es beispielsweise Aspekte, die Sie zusätzlich deklarieren wollen würden?*“ gab es folgende (zusammengefasste) Antworten:

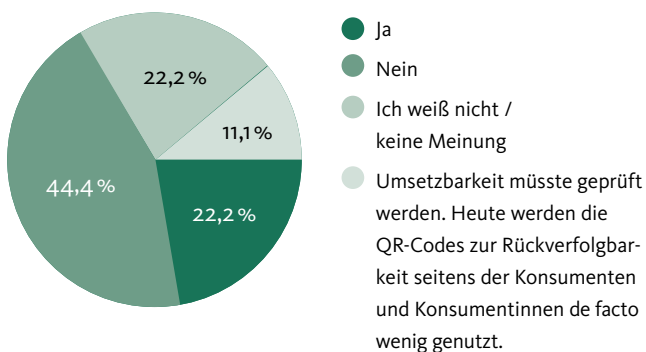
- Eine zusätzliche Auslobung auf den Etiketten sollte möglich sein z.B. ohne Konservierungsstoffe oder Claims, die die Vorteile des Produktes kommunizieren.
- Mehr Flexibilität in der Anwendung der Pflichtangaben und Logos z.B. unter einer bestimmten Verpackungsgröße sollte das Logo auch kleiner sein dürfen.
- Der Produktname soll unter bestimmten Umständen größer sein dürfen z.B. bei Speck geschnitten für Küche, um die Produkte besser unterscheidbar zu machen.

Rückverfolgbarkeit

Bei einem zertifizierten Produkt wie dem Südtiroler Speck g.g.A. ist die transparente Rückverfolgbarkeit vom Ferkel bis zum Endprodukt gewährleistet.

44 % der Befragten wünschen sich keine zusätzliche Rückverfolgbarkeit der Ware, vor allem nicht, wenn dafür Platz auf den Etiketten in Anspruch genommen wird. 22 % der Befragten hat sich für bessere Rückverfolgbarkeit ausgesprochen. 22 % äußerte dazu keine Meinung und eine Person nutzte die individuelle Antwortmöglichkeit, um zum Ausdruck zu bringen, dass die Umsetzbarkeit und die Nutzung durch den Konsumenten und die Konsumentin in Relation gestellt werden.

Sollte die Rückverfolgbarkeit der Ware für den Konsumenten und die Konsumentin - auch am Etikett - sichtbarer offengelegt werden?



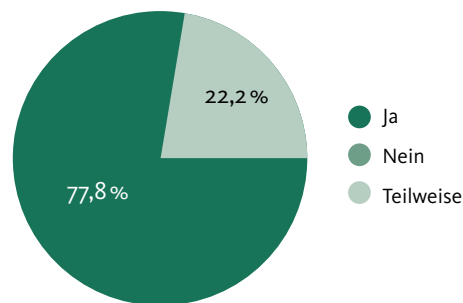
Lieferanten und Lieferantinnen

Die Beziehung zu den Lieferanten und Lieferantinnen ist bei den meisten einwandfrei. In zwei Fällen wurde beanstandet, dass die Lieferzeiten verlängert wurden, was zur Folge hatte, dass die Lagerbestände vergrößert werden mussten und seitdem mehr Kapital im Lager gebunden ist. Eine Antwort wies auf unzuverlässige Lieferungen und hohe Transportkosten hin, dem mit folgenden Maßnahmen begegnet worden sei: Kontrolle der Lieferanten und Lieferantinnen, exakte Wareneingangskontrolle und -optimierungen.

Zahlungstreue

Liefertreue, Zahlungstreue und Termintreue scheinen im Allgemeinen gut gelöst und keine bis kaum Schwierigkeiten zu verursachen. Auch andersherum werden Zahlungstermine verlässlich eingehalten.

Sind die Themen „Liefertreue“, „Zahlungstreue“, „Termintreue“ gut gelöst?



Marktsituation im Jahr 2022

Alle Mitglieder sind stark betroffen von den Entwicklungen am europäischen Markt im Lebensmittelsektor. Die Strompreise sind innerhalb eines Jahres um bis zu 400 % gestiegen. Die Rohwarenpreise sind in den Jahren 2021 und 2022 um mindestens 30 % und bis zu 150 % gestiegen und sie steigen laufend weiter. Bei den Hilfsmitteln wie Pökelfstoffen, Salz u.ä. zeichnet sich ein ähnliches Bild ab.

Familienbetriebe. Rückgrat in Produktion und Innovation

Das Familienunternehmen Recla steht stellvertretend für die vielen Familienunternehmen im Südtiroler Speck Konsortium. **Paul Recla** meint dazu:



„Als Familienunternehmen ist es uns wichtig, über Generationen hinweg zu denken und zu handeln. Wir blicken mit Respekt und Stolz auf die Erfahrungen unserer Vorfahren zurück, ohne dabei den Fokus auf die Zukunft zu verlieren. Die Verbundenheit zur Umgebung mit seiner Umwelt, Gesellschaft und Kultur

im Zusammenspiel mit Innovation bieten die beste Grundlage, damit wir uns stets in unserem Tun verbessern können. Einer der wichtigsten Triebkräfte dabei sind unsere Mitarbeitenden, welche durch flache Hierarchien zu einer schnellen Entscheidungsfindung beitragen. Im Gegenzug bieten wir als Familienunternehmen aufgrund der Verbundenheit zu unserer Heimat und einer langfristigen Denkweise auch in einem ländlicheren Gebiet eine Vielzahl an gesicherten Arbeitsplätzen.“

Familienbetriebe spielen in Südtirol eine wichtige Rolle und die Metzgerei Siebenföcher ist ein typisches Beispiel für solch ein Traditionsunternehmen:



FLORIAN SIEBENFÖCHER

Geschäftsführung G. Siebenföcher GmbH in dritter Generation und Verwaltungsratsmitglied Speck Konsortium.

Gegründet 1930 durch Gottfried Siebenföcher mit dem Geschäft in den

Meraner Lauben, erweitert und ausgebaut unter dem Sohn Gottfried, wird der Betrieb heute mit rund 180 Mitarbeitenden und Sitz in Gargazon bereits in der dritten Generation von den Kindern Barbara, Thomas und Florian geführt.

2006 zog sich Gottfried Junior bereits mit 68 Jahren aus der Geschäftsführung zurück und überließ seinen Kindern die Zügel. Allen 7 Kindern ließ er die Möglichkeit, sich im Unternehmen zu entfalten, jeder durfte, niemand musste. Bereiche und Know-how, gerade auch bei der Speckproduktion, das Wissen und die Erfahrungen, wurden langsam übergeben, es galt der Leitsatz „Learning by doing“. So konnte unter dem wachsenden Auge des Vaters die Übergabe getrost erfolgen, der Generationenwechsel konnte reibungslos vollzogen werden. Das Wissen um die Anwesenheit des Vaters im Betrieb bis ins hohe Alter gab Vertrauen, die frühe Eigenständigkeit verlieh Flügel. Das Traditionsbewusstsein der Familie wurde übergeben, gerade im Umgang mit Mitarbeitenden, Werte wurden vermittelt, Handschlagqualität die galt und gilt - gepaart mit dem Innovationsgeist der jüngeren Generation - machten die Metzgerei Siebenföcher fit für neue Wege und zu einem der erfolgreichsten Fleisch- und Wurstunternehmen Südtirols und einem beliebten Arbeitgeber.

Ein solcher Familienbetrieb muss per Definition nachhaltig handeln. Er ist darauf bedacht, nicht nur kurzfristig zu performen, sondern langfristig zu bestehen, gerade für die Kinder und für die Enkelkinder. Regionale Kreisläufe stehen im Vordergrund, der Betrieb handelt lokal, beschäftigt Einheimische. Dies geht einher mit dem immer bewussteren Umgang mit Ressourcen, Wärmerückgewinnung, Anschaffung von e-Autos, der bewussten Auswahl von Lieferanten und Lieferantinnen und langfristigen Partnerschaften.

Gerade der Speck als traditionelle Südtiroler Spezialität ist aus einem Nachhaltigkeitsgedanken heraus entstanden – man wollte das gute Fleisch nicht verwerfen, wollte es haltbar machen ohne Kühlmöglichkeit und entdeckte so die Möglichkeit der Konservierung mit Salz. Dieses Wissen und Handwerk wurde und wird übergeben, von Generation zu Generation, immer bedacht darauf, Altbewährtes zu schützen und zu bewahren und mit Neuem zu optimieren, für die Zukunft des Unternehmens und der Familie. Denn im Familienbetrieb ist es wie in der Familie: Es sind Menschen, die füreinander Verantwortung übernehmen.



GÜNTHER WINDEGGER

Geschäftsführung Metzgerei Windegger in dritter Generationen und Verwaltungsratsmitglied Speck Konsortium.

Die Familien spielen insofern eine wichtige Rolle in der Speckproduktion,

da sie den gesamten Produktionsablauf mit ihren bewährten Familienrezepten prägen. Diese gibt es oft seit vielen Jahrzehnten. Für den Erhalt der Tradition ist ein guter Familienzusammenhalt wichtig, sowohl für den Betrieb als auch für die Mitarbeitenden und die Reputation. Der Südtiroler Speck ist schon ein tolles Produkt mit Tradition. In den letzten Jahrzehnten floss viel Innovationsgeist in die Herstellungsmethoden, besonders auch im industriellen Bereich, ebenso auch bei den mittelgroßen Betrieben. Die Herstellungsmethoden haben sich zum Teil stark verändert ohne den traditionellen Geschmack zu verlieren. Im industriellen Bereich wurde viel automatisiert, es wird viel maschinell abgewickelt in den verschiedenen Produktionsschritten. Das macht die Speckproduktion sehr rationell. Dies ist insofern auch innovativ, da insbesondere auf die Güte, den Geschmack, die Konsistenz usw. geachtet wurde. Das Traditionsbewusstsein ist für das Endprodukt essentiell, da es sich der Südtiroler Speck nicht leisten kann, Qualität zu verlieren. Bestenfalls muss das Produkt besser werden! Das beginnt schon in der Kinderstube. Als Kind musste ich oft mitarbeiten. Dann entschied ich mich mit ca. 13-14 Jahren den Beruf des Metzgers zu erlernen. Das war meine eigene Entscheidung, niemand hat mich dazu gezwungen. Mir gefiel es und ich war der Einzige in der Familie, der sich dafür interessierte. Somit habe ich dann auch den Betrieb übernommen. Wenn in der Familie positiv über die Arbeit bzw. über den Betrieb gesprochen wurde, hat das mein Interesse geweckt. Die Betriebsübernahme war dann noch ein längerer Weg.

Dass wir nicht nur produzieren, sondern auch Detailverkauf betreiben, wird in den kommenden Jahren an Wichtigkeit zunehmen. Unser Image wird gut sein, wenn wir die Arbeit richtig und ordentlich machen. Natürlich gibt es vor allem bei den kleinen Metzgereibetrieben Aufholbedarf bei den Themen Marketing und Kommunikation. Das ist durch unsere intensive Arbeit manchmal schwierig, da wir nicht die Zeit aufbringen können, uns den Themen zu widmen. Generell ist wichtig zu sagen, dass es für die Betriebsübernahme wichtig ist, dass einem der Beruf des Metzgers reizt. Dann fallen einem die Lernjahre leichter.



SÜDTIROLER SPECK UND TOURISMUS

Südtirol und Speck sind zwei Themen, die zusammengehören. Auch viele Südtirol-Gäste sehen das so und nehmen sich gerne zur Erinnerung an den Urlaub ein Stück Südtirol mit nach Hause.

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 Tourismus 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 im direkten Verhältnis 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 prominente in den Speisekarten ausloben. Im Zuge dessen wurde im Jahr 2022 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. Zudem wurde auch daran gearbeitet, ein Netzwerk von Speckreferenten und Speckreferentinnen aufzubauen, welches den Gastronomien die Organisation von Speckverkostungen im Betrieb erleichtern soll. Dadurch gelang es dem Konsortium im Jahr 2022 prominente Partner in der Gastronomie zu gewinnen und stellte zudem die Weichen, das Netzwerk der Partnerbetriebe weiter auszubauen.

HOTELGRUPPIERUNGEN

Zur Stärkung des lokalen HoReCa-Kanals (HOTel/REstaurant/CAtering) hat das Südtiroler Speck Konsortium die strategischen Kooperationen mit den bekannten Hotelgruppierungen Dolce Vita Hotels und Vinum Hotels Südtirol fortgeführt. Mit den beiden Hotelgruppen und ihren namhaften 33 Mitgliedsbetrieben werden zahlreiche Marketingaktivitäten verknüpft, um den Südtiroler Speck den Gästen und Mitarbeitenden näher zu bringen. Besondere Aufmerksamkeit gilt, den Südtiroler Speck g.g.A. beim Frühstücksbuffet in Szene zu setzen.

WIEDERVERKÄUFER

Im Jahre 2022 konnten die Kooperationen mit den Wiederverkäufern Wörndle Interservice, Foppa Tastesupporter und Gastrofresh verlängert und intensiviert werden. Diese umfassten diverse Co-Marketingaktivitäten im Gastronomiesektor, in erster Linie auf dem Südtiroler Markt sowie auch im norditalienischen Raum. Zudem wurde die Sensibilisierung der Vertreter und Vertreterinnen bezüglich des Qualitätsproduktes forciert. Dazu hat man an der prominenten Platzierung von Südtiroler Speck g.g.A. in den Katalogen der Wiederverkäufer und -verkäuferinnen gearbeitet. Zudem konnte eine Produktschulung für die gesamten italienischen Vertreter und Vertreterinnen von Wörndle Granchef realisiert werden.

Sonderthema 3: Speck als Botschafter Südtirols



REINHOLD MESSNER

(geb. 1944 in Brixen), **Südtiroler Bergsteiger, Politiker, Abenteurer** und **Buchautor** im Interview:

Herr Messner, hat Speck bei Ihren Projekten und Expeditionen eine Rolle gespielt?

Reinhold Messner: „Ja, bei Expeditionen und Bergtouren waren Speck und hartes Brot Basis für die Diät.“

Möchten Sie dazu mit uns eine kleine Geschichte teilen?

Reinhold Messner: „In der Antarktis aßen wir zum Frühstück Brot (trocken), Speck und Lardo. Viel Energie in sich gefroren (bei -40 °C).“

Wie sehen Sie die Rolle und Wertigkeit des Südtiroler Specks heute?

Reinhold Messner: „Am Berg aßen die Bauern, Holzfäller und Heuzieher immer schon Speck. Es gehört zu unserer Kultur.“

Welche Herausforderungen gibt es aus Ihrer Sicht in punkto Nachhaltigkeit zum Südtiroler Speck?

Reinhold Messner: „In der Tierhaltung gilt es auf Nachhaltigkeit zu achten. Die Speckkultur ist südtirolerisch nachhaltig: der Rohstoff wird zwar zugekauft, aber auf alten Rezepten wird aufgebaut.“



LUIS DURNWALDER

(geb. 1941) **ehemaliger Landeshauptmann von Südtirol** (1989–2014), war und ist ein großer Liebhaber vom Südtiroler Speck. Auf unsere Bitte hin schildert er detailreich und tiefenscharf seine Einblicke in die Speckbranche. Und er gibt Ausblicke auf innovative Gestaltungsmöglichkeiten, wie beispielsweise seine „Speckdiade“.

SPECK, EIN SÜDTIROLER AUSHÄNGESCHILD

Wenn heute im In- und Ausland eine Umfrage gemacht wird, was einem Gast bei Nennung des Namens „Südtirol“ einfällt, so bekommt man sofort die Antwort: die schöne gepflegte Landschaft der Dolomiten und der Südtiroler Berge, die freundlichen Menschen, die Schlösser und Burgen usw. Es dauert aber nicht lange bis die typischen Südtiroler Spezialprodukte, vor allem der Speck, der Wein und die Äpfel genannt werden. Ja, der Südtiroler Speck hat die Geschmäcker unserer Gäste erobert und hat heute eine hohe Werbe- und Aussagekraft für unser Land erreicht. Jeder kann sich an eine schmackhafte Speck-Marende bei einer Wanderung auf einer Südtiroler Alm oder eine schöne Feier oder Diskussion mit Freunden bei einem Glas Wein und einer Südtiroler Speck-Jause erinnern. Solche Bilder bleiben in Erinnerung. Wenn man mit Gästen redet, was eigentlich den Südtiroler Speck so beliebt macht, so bekommt man sofort zur Antwort: Der Südtiroler Speck wird nicht nach der mediterranen Methode vom Mittelmeerraum oder Mittel- oder Nordeuropa hergestellt, indem man der Schweinskeule durch Salz und Lufttrocknung das Wasser entzieht und wodurch ein luftgetrockneter Schinken entsteht. Und auch nicht nach der nordischen Methode, welche die Schweinskeule mit Salz, Gewürz und Rauch behandelt. Er unterscheidet sich auch vom Parmaschinken, der mit dem Knochen verarbeitet wird. Der Südtiroler Speck wird dadurch erzeugt, dass durch eine gezielte Auswahl der Rohstoffe die ausgewählten mageren Schlegel gewürzt, geräuchert und für wenigstens 22 Wochen an der Südtiroler frischen Bergluft gereift werden. Der wesentliche Teil eines jeden Speckherstellers und Speckherstellerin ist wohl die Herstellung und die Anwendung der „Würze“. Jeder Speckproduzent und jede Speckproduzentin hat sein bzw. ihr diesbezügliches Rezept, das von den Bauern und Bäuerinnen sowie Handwerkern und Handwerkerinnen seit Jahrhunderten angewandt, erprobt, verfeinert und verkostet und von Generation zu Generation weitergegeben wurde. Salz und Pfeffer sollte nicht zu viel verwendet werden und auch der Rauch soll nicht zu stark und intensiv sein und durch das Verbrennen von örtlich gewach-

sene harzarmen Hölzern (Buchen) oder Sträuchern (Wacholder) erzeugt werden. Durch ein richtiges Abstimmen all dieser Vorgänge entsteht der richtige Südtiroler Speck, d.h. ein mild geräucherter, mindestens 22 Wochen in Südtiroler Bergluft gereifter Rohschinken, der in Südtirol hergestellt wurde und der fest in der Südtiroler Esskultur verwurzelt ist. Dieses in Südtirol so hergestellte Lebensmittel ist schlussendlich auf EU-Staats- und Landesebene durch entsprechende Richtlinien und Gesetze geschützt (g.g.A., Staats- und Landesgesetze), um sowohl dem Produzenten und der Produzentin wie auch den Konsumenten und der Konsumentin einen sicheren Schutz zu gewähren. Ich freue mich darüber, dass ich an der Umsetzung dieser Initiative sowohl als Landesrat für Landwirtschaft wie auch als Landeshauptmann mithelfen konnte. Dieser gesetzliche Schutz hat aber nur dann seine Wirkung, wenn auch entsprechende wirksame Kontrollen durch kompetente, unabhängige Fachorgane durchgeführt werden. Mit diesen Kontrollen wurde das von der EU und vom Staat anerkannte „Istituto Friuliano Controllo di Qualita“ (IFCQ) beauftragt. Dieses Kontrollinstitut führt ständige Kontrollen in den Speckbetrieben und den Verkaufsstätten durch, wo mit aller Objektivität und Strenge festgestellt wird, ob der Südtiroler Speck wirklich in Südtirol hergestellt wurde und ob dabei die geltenden Vorschriften eingehalten wurden. Kritiker und Kritikerinnen bemängeln immer wieder, dass die Schweine, deren Schlegel für die Speckproduktion verwendet werden, nicht zur Gänze aus Südtirol stammen, sondern zum Teil aus anderen Ländern der EU importiert werden. Das stimmt. Aber die Südtiroler Speckproduzenten und Speckproduzentinnen behaupten ja nicht, dass die notwendigen Schweine-Schlegel aus Südtirol stammen, sondern nur, dass sie in Südtirol nach alten Rezepten und Traditionen verarbeitet werden. Auch für andere geschützte Lebensmittel stammen die Primärstoffe nicht alle aus dem betreffenden Land (z.B. Getreide bei Pizza, Spaghetti, Brot usw.). Auch in diesen Fällen wird nicht das Primärprodukt, sondern die Verarbeitung desselben geschützt.

Beim ebenfalls geschützten „Südtiroler Bauernspeck“ hingegen müssen auch die Schweine in Südtiroler Ställen gehalten und mit traditionellem Schweinefutter gefüttert werden.

Die Südtiroler Speckproduzenten und Speckproduzentinnen legen beim Einkauf von Schweinen größten Wert auf die tiergerechte Haltung, Fütterung und Schlachtung in den ausgewählten Schweinebetrieben in den Herkunftsländern. Zudem werden Lebendtransporte von Schweinen schon seit vielen Jahren vermieden. Die Tiere werden in den Herkunftsländern geschlachtet und nur mehr jene Teile nach Südtirol transportiert, die für die Speckherstellung gebraucht werden. Auf diese Weise werden lange, oft nicht tiergerechte Transporte, aber auch Rücktransporte der für die Speckproduktion nicht verwendbaren Schwe-

neteile, vermieden. Die Forderung, die für die Speckproduktion notwendigen Schweine in Südtirol zu züchten, ist unrealistisch und würde außerdem zu einer großen Zersiedelung der Landschaft und zu großen Umweltproblemen durch Luftverunreinigung, Geruchsbelästigung und Wasserverschmutzung führen. In Südtirol werden fast 5 Mio. Hammen Speck produziert. Wollte man diesen Bedarf an Schlegeln in Südtirol produzieren, so bräuchte es 2,5 Mio. Schweine. Dies wäre für die Südtiroler Landschaft und Umwelt sicher unerträglich. Die Südtiroler Speckproduktion ist meiner Meinung nach auf dem richtigen Weg. Sie hat außerdem eine große Bedeutung für die Beschäftigungspolitik (ca. 1300 Beschäftigte) und für das Bruttoinlandprodukt. Wenn man bedenkt, dass nur die 28 Betriebe, die im Südtiroler Speck Konsortium zusammengeschlossen sind, zusammen 6,8 Mio Hammen Speck und davon 2,8 Mio Hammen Markenspeck produzieren (wovon ca 33% in den Export gehen), so kann sich wohl jeder vorstellen, welche wirtschaftliche Bedeutung dieser Sektor für die Südtiroler Wirtschaft hat. Dabei muß noch bedacht werden, dass neben den im Konsortium zusammengeschlossenen Speckproduzenten und Speckproduzentinnen noch einige hundert Bauern und Bäuerinnen sowie Handwerker und Handwerkerinnen Speck und Bauernspeck produzieren.

Man kann davon ausgehen, dass der in Südtirol erzeugte Speck einen Gesamtertrag von über 300 Mio. Euro und somit bei einem Bruttoinland-Produkt (BIP) von ca. 24 Milliarden Euro ungefähr 1,25 % des gesamten BIP Südtirols erbringt. Und das ist wohl eine schöne Summe für einen Teil der Lebensmittelproduktion in Südtirol.

Dabei muß erwähnt werden, dass neben dem BIP auch die Werbekraft dieses regionalen Produktes sehr groß ist. Wie bereits eingangs erwähnt, denken viele Gäste und Freunde unseres Landes beim Namen „Südtirol“ sofort, neben den landschaftlichen Schönheiten der Natur, an die lokalen Qualitätsprodukte und an die vielen Erinnerungen und die schöne Zeit, die sie bei einer typischen Südtiroler „SpeckMarende“ erlebt haben und die sie auch zu Hause durch den Kauf von Südtiroler Speck immer wieder neu erleben. Landschaft, Kultur, und regionale ortstypische Produkte und Lebensmittel gehören einfach zusammen.

Es ist deshalb sinnvoll, dass die beiden Werbegesellschaften IDM und EOS, d.h. Fremdenverkehrswerbung und Werbung für landwirtschaftliche Produkte zusammengelegt wurden.

Ich habe auch persönlich und politisch durch die Beliebtheit der Südtiroler Qualitätsprodukte profitiert. Während der Som-

mermonate in Pfalzen habe ich immer wieder neben persönlichen Freunden Journalisten, Politiker, und andere weltliche und kirchliche Würdenträger empfangen. Dabei wurde nicht nur über Politik, Kultur und Wirtschaft gesprochen, sondern es wurden dabei auch unsere regionalen Qualitätsprodukte wie Wein, Schnaps, Käse und Speck verkostet. Bei solchen typischen und bereits zur Tradition gewordenen Diskussionsrunden wurde natürlich auch über Politik geredet und so manche nützliche neue Idee geboren. Politik wird ja nicht nur im Amtsbüro oder im Landtag gemacht sondern wohl meist durch gemeinsame Gespräche zwischen Entscheidungsträgern und Entscheidungsträgerinnen und praktischen, erfahrenen Fachleuten. Wenn dabei eine gemütliche, entspannte Stimmung geschaffen wird, so geht halt alles schneller und unkomplizierter.

Bei solchen „inoffiziellen“, gemütlichen Treffen, durfte der Südtiroler Markenspeck nie fehlen. Ich kann mich noch erinnern, wie begeistert die Journalisten bei der jährlichen Sommerpressekonferenz über den kredenzten Südtiroler Speck redeten. Aber auch andere illustre Gäste wie Staatspräsident Francesco Cossiga, Nato Generalsekretär Manfred Wörner oder der damalige deutsche Außenminister Frank Walter Steinmeier und Roberto Calderoli u.a.m, waren von den „Speck-Marenden“ begeistert und haben diese gemütlichen kulinarischen Treffen bei verschiedenen Begegnungen immer wieder erwähnt.

Zudem war der Südtiroler Markenspeck immer eine gute Idee für ein sinnvolles Geschenk an verdiente Persönlichkeiten.

Zusammenfassend kann ich nur wünschen, dass die Südtiroler Speckproduzenten und Speckproduzentinnen ihren Weg mit Überzeugung und Begeisterung weitergehen.

Dabei muß bemerkt werden, dass nicht die Menge, sondern die Qualität zählen sollte, also nicht nur Speck sondern Südtiroler Markenspeck. Auf lange Sicht zählt nämlich nicht die Menge eines Produktes, sondern die Qualität, und dies vom Ausgangsprodukt bis zur Reife und zur ständigen, strengen und wirksamen Kontrolle. Die Einhaltung der Produktionsvorschriften und Kontrollen der EU des Staates und des Landes mögen zwar oft unangenehm sein aber auf lange Sicht garantieren sie den Preis und den Absatz des Südtiroler Specks. Ich kann mich noch gut an die Diskussion bei der Weinproduktion erinnern. Wieviel Protest und Einwände hat es gegeben, als die EU, der Staat und das Land strenge Vorschriften über Produktion, Verarbeitung, Vermarktung und Kontrolle

der produzierten Weine erließen. Viele Bauern und Bäuerinnen meinten, dass sie die Weinproduktion aufgeben müssten, wenn sie ihre bisherige Produktionsmenge einschränken und die vorgeschriebene Bürokratie und Kontrollen einhalten müssen. Südtirol hat in den 60iger Jahren mit der gleichen Weinanbaufläche wie heute 720.000 hl Weine produziert; heute sind es noch ca. 340.000 hl. Zwar weniger Menge, aber einen sicheren Absatz und einen guten Preis. Der Bauer bzw. die Bäuerin erhält für weniger Menge einen besseren Preis und letztendlich ein höheres Einkommen.

Dieser Weg der Qualität sollte auch in der Speckproduktion begangen werden. Die Produzenten und Produzentinnen sollten sich in ihrem Speck Konsortium weiterhin zusammenschließen, immer mehr Markenspeck produzieren, die Konsumenten und Konsumentinnen von einer gesunden und tierfreundlichen Haltung, Ernährung und Schlachtung des Ausgangsproduktes informieren und durch eine traditionelle, naturnahe und umweltfreundliche Verarbeitung und strenge Kontrollen die Qualität unseres regionalen Südtiroler Specks garantieren.

SPECKIADÉ

Jahrzehnte hindurch wurde am 23. September, meinem Geburtstag, in meinem Haus in Pfalzen eine sogenannte „Speckkiade“ organisiert.

Der jährlich ernannte „Speck-Zeremonienmeister“ mußte die Gäste, ca. 20-25 ausgewählte Persönlichkeiten aus Politik, öffentlicher Verwaltung, Wirtschaft, Presse und Kultur einladen, die nach Möglichkeit selbst Hersteller bzw. Herstellerin oder wenigstens besondere Liebhaber/Liebhaberinnen und Experten/Expertinnen von Speck waren. Die eingeladenen Teilnehmer/Teilnehmerinnen mußten den selbst produzierten oder den von einem befreundeten Speckhersteller bzw. Speckherstellerin erworbenen Speck mitbringen. Dieser Speck mußte eine genau vorgeschriebene Größe und Form haben, um nicht an der äußeren Form erkannt zu werden und mußte ohne Namen oder Kennzeichen in meiner Küche bei meinem „Kordinator“ abgegeben werden. Dieser vermerkte den Eigentümer bzw. die Eigentümerin der jeweiligen Speckstücke und gab jedem Speck eine nur ihm bekannte Nummer. Alle nummerierten Speckstücke wurden nun auf ein großes Holzbrett gelegt. Es waren meist 20-25 Stücke. Der angelieferte Speck wurde wenigstens 1 Stunde vor Beginn der Verkostung

aus der Verpackung genommen. Der Speck muß nämlich Raumtemperatur atmen, um gut zu schmecken.

Zu Beginn der Feier, setzten sich alle Eingeladenen an den langen Holztisch meiner großen Terrasse meines Hauses und mußten sich die Regeln der Verkostung, aber auch einige Tipps für Produktion, Lagerung, Verpackung, Präsentation, Schneiden und Konsum vom Südtiroler Speck anhören.

Jetzt wurde das große Brett aus Nußholz mit den anonymen aber mit Nummern versehenen Speckstücken auf den großen Tisch gebracht. Jeder Teilnehmer und jede Teilnehmerin erhielt ein kleines „Holzbrett!“ mit einem scharfen Messer.

Jeder konnte sich nun einige Schnitten von der gewünschten Speck-Nummer abschneiden und verkosten. Er/Sie konnte dabei das Gewürz entfernen oder auch nicht. Die Schwarte wurde bereits vorher für alle Stücke zum Großteil entfernt.

Jeder Teilnehmer und jede Teilnehmerin bekam einen Vordruck, auf welchem alle Nummern und die zu bewertenden Merkmale angeführt waren. Die zu bewertenden Merkmale waren: Kleid, Verhältnis Mager-Fett, Reife, Fraulichkeit, Konsistenz, Aroma, Gewürz, Geschmack und Sympathie. Für den Punkt „Sympathie“ konnten 3 Punkte gegeben werden und für alle anderen Merkmale 0-10 Punkte.

Während der Verkostung durfte nicht geredet werden, um niemanden zu beeinflussen. Zudem gab es nur ein Stück Brot zur Neutralisierung des Gaumens und ein Glas Wasser oder ein Glas leichten Wein.

Am Ende wurden die ausgefüllten Bewertungszettel eingesammelt und von einer zu Beginn der Veranstaltung ernannten Jury, bestehend aus 3 Personen, ausgewertet.

Das „Urteil“ wurde mit großer Spannung erwartet. Der Sieger bzw. die Siegerin erhielt natürlich einen großen Applaus und einen angemessenen Erinnerungspreis. Natürlich war auch eine ehrende Erwähnung mit Foto in der Zeitung garantiert.

Die Sieger bzw. die Siegerin kamen aus sehr verschiedenen Kreisen aus Groß- und Kleinbetrieben und vielfach auch aus kleineren oder mittleren Bauernbetrieben. Interessant war, dass die Sieger dieser Verkostung von den meisten benotenden Experten und Expertinnen an erster Stelle gesetzt wurden.

Um die Kenntnisse der „Fachleute“ zu testen, habe ich immer von einem gelieferten Speck eine zweite Portion mit einer eigenen Nummer gemacht. Ich wollte feststellen, ob diese gleichen Stücke verschieden bewertet werden. Ich mußte zugeben, dass es in der Bewertung dieser „gleichen“ Stücke fast nie einen Unterschied gegeben hat. Ein Kompliment an die „Experten und Expertinnen“.

4. Viertel: Bildung und Kommunikation

Handwerkliche Kompetenzen, Bildung und Dialog mit Zukunftschancen



Das vierte Viertel der Nachhaltigkeitsstrategie des Konsortiums Südtiroler Speck trägt den Namen Bildung und Kommunikation. Darunter verstehen wir aber nicht nur die klassischen Aus- und Weiterbildungsaufgaben und die notwendigen professionellen Aufgaben der Kommunikation, sondern auch Themen der Innovation und des Pioniergeists unseres Sektors. Wir haben die Mitglieder nach den Herausforderungen gefragt, in denen sie im dauerhaften Krisenmodus der letzten Jahre stehen.

Innovation. Pioniergeist gepaart mit Tradition

Zur gesunden Weiterentwicklung im Bereich der Innovation werden von den Betrieben verschiedene Ansätze angewendet. Die Betriebe nannten auf Nachfrage folgende, innovative Projekte:

- Photovoltaikanlagen und Blockheizkraftwerke (mehrmalige Nennung)
- Digitalisierung interner Prozesse als Weg zur Verbesserung, Arbeiterleichterung sowie gegen Papierverschwendung und zwecks besserer Rückverfolgbarkeit
- Weiterentwicklung neuer Produkte
- Mitarbeiterausbildung und Schulungen
- Tägliche Beobachtung des Arbeitsplatzes durch den Betriebsleiter bzw. der Betriebsleiterin
- Fokus auf wichtige Kunden für langfristige Zusammenarbeit
- Langfristige Zusammenarbeit mit zuverlässigen Lieferanten und Lieferantinnen
- Zusammenarbeit mit lokalen Schulen u.ä. bzgl. Thema Personalentwicklung
- Projekte zum Aus- und Neubau von Infrastrukturen und Gebäuden
- Nachhaltigkeitsplan und damit verbundene Projekte in allen Bereichen: sozial, ökologisch und wirtschaftlich.

HERAUSFORDERUNGEN IN DER LIEFERKETTE

Die Betriebe wurden befragt, welche Probleme und Herausforderungen sie in ihrer eigenen Lieferkette, d.h. im Bezug von Waren und Materialien haben:

- Verlängerung der Lieferzeiten, dementsprechende Erhöhung der Lagerbestände und somit mehr Kapital in Lager gebunden
- lange Lieferzeiten sowie hohe Preise, somit muss ein größeres Lager angelegt werden
- Probleme: unzuverlässige Lieferungen, hohe Transportkosten
- Maßnahmen, die zur Lösung der Probleme ergriffen werden, sind strengere Kontrollen der Lieferanten, exakte Wareneingangskontrolle und weitere Optimierungen.

ROHSTOFF- UND ENERGIEPREISE

Auch unser Sektor leidet unter den gestiegenen Energie- und Rohstoffkosten. Die Maßnahmen, die bezüglich der gestiegenen Energie- und Rohstoffpreise in den Unternehmen des Specksektors verfolgt werden, sind:

- Mitgliedschaft im Unternehmerverband Südtirol und in der Einkaufsgruppe Energie
- Einsparpotenziale bei Preiserhöhungen ausloten und ausnutzen
- Projekt Photovoltaikanlage und Nutzung von Alternativenenergien
- Maßnahmen zur Reduzierung des Energie- und Stromverbrauchs
- Eintritt in eine Einkaufsgenossenschaft für Energie
- Preiserhöhung der Produkte für die Kunden und Kundinnen
- Personaleinsparung
- Intensivierung der Marktbeobachtung und Lieferantbewertung
- Investitionen in erneuerbare Energien.

Forschung. Im Dienst von Qualität und Kulinarik

Die Mitglieder des Südtiroler Speck Konsortiums wurden in Hinblick auf ihre Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten befragt. Auf die Frage „Welche Forschungsprojekte würden Sie sich für den Südtiroler Speck wünschen?“ kamen folgende Antworten:

- Speckproduktion ohne Nitrit/Nitrat
- Speckproduktion mit einer Reduzierung von Salz
- Milbenbekämpfung zu 100 %
- Fleischanalyse von Tieren, die ordentlich gehalten worden sind (Stichwort: Tierwohl) sowie antibiotikafrei und gentechnikfreies Futter erhalten haben
- HPP-Anlage (Anlage zur Hochdruckpasteurisation von Produkten)
- Nachhaltige Verpackungslösungen.

Bildung. Handwerk hat goldenen Boden

Die Mitglieder des Konsortiums beschäftigen in ihren Betrieben insgesamt etwa 2500 Mitarbeitende, davon rund 1350 in Südtirol. Die Beschäftigtenzahlen sind von 2019 bis 2021 jährlich um ca. 3,5 bis 5,0 % gestiegen. Davor lag der jährliche Anstieg seit 2005 bei etwas über 10 %. Jeweils übers Jahr gesehen zeigen sich konstante Beschäftigtenzahlen, woraus sich ableiten lässt, dass eine geringe Fluktuation vorliegt. Im Konsortium selbst konnten stets sichere Arbeitsplätze angeboten werden. Tatsächlich in Südtirol beschäftigten Personen (Zahlen Stand September 2022) des Südtiroler Speck Konsortiums sind laut Handelsregister:

| | |
|--|-------|
| Selbständig Beschäftigte im Konsortium | 30 |
| Unselbständig Beschäftigte im Konsortium | 1.316 |
| Beschäftigte insgesamt im Konsortium | 1.346 |

ZAHL DER BESCHÄFTIGTEN

Die Anzahl der Angestellten in den Mitgliedsbetrieben des Konsortiums ist im Zeitraum von 2011 bis 2021 stetig gestiegen, von 539 im Jahr 2011 auf 1373 im Jahr 2021 (hochgerechnete Zahlen). Der größte Zuwachs war im Zeitraum von 2016 bis 2019 zu verzeichnen, wo die Zahl der Angestellten pro Jahr im Schnitt um 16 % gestiegen ist.

Die hochgerechneten (absoluten) Zahlen für das gesamte Konsortium können von den tatsächlichen Zahlen (aufgrund der Rechenlogik) leicht abweichen. Die Größenordnungen sollten jedoch stimmen. Es lassen sich Entwicklungen, Verhältnisse und Tendenzen gut an den hochgerechneten Zahlen ablesen, solange die Befragten eine ausreichend große und repräsentative Gruppe bilden und passende Vergleichsdaten für die Hochrechnung vorliegen, was hier der Fall ist.

ZAHL DER LEHRLINGE

Die Anzahl der Lehrlinge im Specksektor ist im Vergleich zu anderen Branchen eher gering. Tendenziell ist die Zahl der Lehrlinge über die letzten Jahrzehnte dauerhaft sinkend und die Lehrlinge verteilen sich auf wenige, immer in etwa denselben Betrieben. Für das Konsortium bedeutet es, dass auf 1000 Mitarbeitende im Jahr 2021 etwa 11 Lehrlinge kommen. Im Vergleich dazu kamen im Jahr 2016 noch etwa 20 Lehrlinge und im Jahr 2011 sogar knapp 39 Lehrlinge auf 1000 Mitarbeitende.

| Jahr | 2021 | 2020 | 2019 | 2016 | 2011 |
|---|-------|-------|-------|------|------|
| Anzahl Angestellte | 1.373 | 1.330 | 1.270 | 810 | 539 |
| Anzahl Angestellte in Vollzeitäquivalenten | 1.344 | 1.301 | 1.249 | 839 | 579 |
| Zuwachs Angestellte auf Vorjahr bezogen | 3 % | 4 % | 16 % | 9 % | / |
| Anzahl Lehrlinge | 15 | 21 | 16 | 16 | 21 |
| Anzahl Lehrlinge auf 1000 MA | 11 | 16 | 13 | 20 | 39 |
| Anzahl der Leiharbeitskräfte | 52 | 46 | 60 | 19 | / |

ZAHL DER LEIHARBEITSKRÄFTE

Auch die Leiharbeitskräfte verteilen sich auf einige wenige Betriebe. Eine klare Entwicklungstendenz bzw. ein Trend ist auf den ersten Blick nicht erkennbar.

FRAUENANTEIL IM SPECKSEKTOR

Das Verhältnis von Frauen zu Männern bei den Mitarbeitenden je Betrieb bewegt sich zwischen 3:4 und 1:4. Über das gesamte Konsortium gesehen überwiegt der Männeranteil deutlich mit ca. 75 %, das entspricht einem Verhältnis von Männern zu Frauen von 3:1. Der Gender Gap bezeichnet den in der Arbeitswelt häufig auftretenden Fall, dass Frauen weniger Gehalt bekommen als Männer für dieselbe Stelle und Arbeit. Das Konsortium setzt sich dafür ein, dass sich der Gender Gap gegen Null neigt. Dies zeigt sich u.a. darin, dass wir in diesem Bericht insbesondere auch die Frauen hervorheben. Beispiel: Im Südtiroler Speck Konsortium und den jeweiligen Arbeitsgruppen - z.B. Marketing, besteht eine 50% Frauenquote bei 6 Mitgliedern. In der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit haben wir ebenfalls 50% Frauenanteil. Diese Arbeitsgruppen übernehmen themenbezogen die Erarbeitung der Aktivitäten und Maßnahmen und haben Entscheidungskompetenz bei Abstimmungen mit dem Verwaltungsrat.

MANAGEMENT UND BELEGSCHAFT

Die Beziehung des Managements zu den Mitarbeitenden ist den eigenen Angaben zu Folge allgemein vorbildlich. Es werden individuelle Mitarbeitenden-Gespräche angeboten, in unterschiedlicher Frequenz. Die fachliche und persönliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden wird gefördert. In einigen Betrieben soll durch Arbeits- und Rekrutierungspläne die Überbelastung oder die Unterbesetzung von Arbeitspositionen verhindert werden.

AUSWIRKUNGEN DER CORONA-PANDEMIE

Den Antworten der Befragten zu den Auswirkungen und zum Umgang mit der Corona-Krise ist zu entnehmen, dass diese Krise sie verschieden stark getroffen hat. Die Antworten reichen von „kaum gemerkt“ bis „stark betroffen“ und/oder „viele Ausfälle“ und sogar „völlig weggebrochenen Absatz“. Damit lassen sich auch die großen Unterschiede im Umgang mit der Pandemie erklären. Wo manche den Normalbetrieb fortsetzen konnten, haben andere reduzierte Arbeitszeiten und/oder Green-Passpflicht eingeführt. Einige reagierten mit periodischen Sitzungen eines Covid-Komitees, andere mit Umstellungen im Produktsortiment.





STEPHAN WENGER, Direktor Agrar und Member of the Management Board. Im Interview beantwortet er folgende Fragen.



Stephan Wenger, wie nehmen Sie das Image des Südtiroler Speck g.g.A. wahr?

Stephan Wenger: „Der Südtiroler Speck g.g.A. ist eines jener Produkte, das sich durch eine enge Verbindung mit den Südtiroler Traditionen auszeichnet und Teil der Südtiroler Identität ist. Der Begriff Speck ist in Südtirol sehr bekannt und wird weit über die Grenzen hinaus mit Südtirol assoziiert. Speck und die damit verbundenen Konsumgewohnheiten wie zum Beispiel der Speck zur Marende ist urtypisch für Südtirol und wird auch so wahrgenommen.“

Mit welchen heiklen Themen müssen Sie in der Kommunikation und im Marketing umgehen?

Stephan Wenger: „Kritische Berichterstattungen betreffen in erster Linie die Herkunft des Rohstoffs aus dem Ausland. Hier ist es wichtig, die zweifelsohne lückenlose Qualitätssicherung entlang des gesamten Produktionsprozesses, auch die Rohstoffseite betreffend, hervorzuheben. Jeder Produktionsschritt wird nach klar definierten Qualitätskriterien umgesetzt, was durch das g.g.A. Siegel garantiert wird. Somit ist Transparenz und Rückverfolgbarkeit in jedem Moment gegeben.“

Wie war die Resonanz auf die nationale Radiokampagne, einem Kernstück der Kommunikationsstrategie?

Stephan Wenger: „Die nationale Radiokampagne „In realtà è Speck Alto Adige IGP“ wurde 2022 von Anfang November bis Mitte Dezember zum vierten Mal auf dem italienischen Markt ausgespielt. Sie ist das Herzstück der Kommunikationsstrategie für den Südtiroler Speck g.g.A. auf dem nationalen Markt. Das Ziel ist die Bekanntheit und das Image des Südtiroler Specks zu steigern und ihn in die alltägliche Küche

zu integrieren. Die Anzahl der Käufer und Käuferinnen des Produkts soll erhöht und die Häufigkeit des Konsums bei den bestehenden Speckkonsumenten und Speckkonsumentinnen gesteigert werden. Der 20-Sekunden-Spot wurde zwei Wochen lang mit einer geplanten Gesamtreichweite von 83,07 % ausgestrahlt. Dabei wurden 114.037.000 Kontakte erreicht. Die Kampagne wurde zudem mit Video unterstützt und generierte mit dieser zusätzlichen Werbemaßnahme weitere 8.8 Millionen Impressionen. Das Kampagnentracking bestätigt, einen hohen Wiedererkennungsgrad sowohl des Radiospots als auch des Videos bei den Befragten und in der Folge auch des Südtiroler Speck g.g.A. und ist somit eine der wichtigsten Marketingmaßnahmen für den Südtiroler Speck g.g.A.“

Wie nehmen Sie den Stellenwert der Nachhaltigkeit für KonsumentInnen wahr?

Die Nachhaltigkeit wird zu einem immer wichtigeren Kaufkriterium für Konsumenten und Konsumentinnen, insbesondere im Lebensmittelsektor. Die Interpretation der Nachhaltigkeit ist bei den verschiedenen Produkten sehr unterschiedlich. Die Konsumenten und Konsumentinnen aus Deutschland und Italien nehmen Lebensmittelprodukte aus Südtirol generell als nachhaltig wahr. Dies ergibt die Marketmind-Studie „Qualitätssiegel, EU-Ursprungs- und Herkunftsbezeichnungen“. Eine gute Basis auf der aufgebaut werden kann, doch können und müssen wir hier noch viel mehr machen. Nachhaltige Entwicklung bedeutet nicht nur Verantwortung zu übernehmen, sondern auch neue Chancen und langfristige Wettbewerbsfähigkeit zu gewinnen und zu nutzen. Verschiedene Umfragen ergeben, dass Konsumenten und Konsumentinnen bereit sind mehr für Produkte zu bezahlen, wenn diese in allen Produktionsschritten nachweislich nachhaltig hergestellt wurden.

Sonderthema 4: Südtiroler Speck von der Tradition bis in die moderne Sternenküche



Interview mit HEINRICH GASTEIGER, GERHARD WIESER, HELMUT BACHMANN aus (SKS) So kocht Südtirol Team (www.so-kocht-suedtirol.it)

Welche Rolle spielt der Speck in der Küche bzw. Sternenküche?

„In unserem Verständnis ist gehobene Küche authentische Küche, eine Küche mit tiefen Wurzeln, die neu interpretiert wird. In Südtirol kommt eine solche Küche nicht ohne Speck aus, er ist – und bleibt! – eine wichtige Zutat vieler Südtiroler Gerichte, verleiht ihnen einen herzhaften, würzigen Touch und lässt sich wunderbar mit so vielem kombinieren. Zudem fasziniert, dass Speck ja nicht gleich Speck ist, sondern es ihn in so vielen Varianten und Nuancen gibt, dass man zu jedem Gericht den perfekt passenden Speck finden kann.“

Ist Südtiroler Speck als Bindeglied zwischen Tradition und Moderne auch eine wichtige Zutat der zukünftigen Küche?

„Der Speck ist ein unglaublich wichtiges Produkt für Südtirol, auch weil er für dieses Land so typisch ist. Schließlich hat man oft versucht, Südtiroler Speck zu kopieren, erreicht hat diese Qualität aber niemand. Das liegt wohl an der langen Tradition und dem damit verbundenen Know-how, aber auch am einzigartigen Klima. Wegen dieser Einzigartigkeit, seines unvergleichlichen Aromas und der Schmackhaftigkeit, wird Speck in der Südtiroler Küche auch künftig eine zentrale Rolle spielen, da sind wir uns sicher.“

Anwendungsmöglichkeiten des Südtiroler Specks in der Küche?

„Eines der herausragenden Prädikate des Südtiroler Specks ist seine Vielseitigkeit. Klassisch ist, ihn roh zu genießen, am besten mit Schüttelbrot. Speck passt aber auch bestens zu einem säuerlichen Apfel, zu Eingelegtem oder Fermentiertem. Dazu bringt er Würze in Gemüsegerichte, sorgt mit Kartoffeln für einen intensiven Geschmack und eine feine Räuchernote, verfeinert Saucen und Fleischgerichte. Beim Fleisch sorgt das Einwickeln in Speck für ein intensiveres Aroma und verhindert, dass Fleisch trocken wird.“

Können Sie uns Ihr Lieblingsrezept mit Südtiroler Speck nennen und erklären warum?

„Wir genießen Speck alle drei am liebsten roh – zur Marenade oder mit Vinschgerle, verwenden ihn aber auch intensiv in der Küche. Daraus ist sogar ein ganzes Kochbuch entstanden: 33 x Speck – So genießt Südtirol“. Darin haben wir unsere Lieblingsgerichte mit Speck gesammelt: von Mascarpone mousse im Speckmantel über Risotto mit Kastanien und Speck sowie Ravioli mit Fondutafüllung, Trüffel und Speck bis zu in Speck gebratenen Garnelen. Und auch daran sieht man wieder, wie unglaublich wendig und flexibel der Speck in der Küche ist.“

Welche innovative Idee zum Speck in der Kulinarik möchten Sie gerne ausprobieren?

„Es wäre sicher interessant, ausprobieren zu können, wie sich der Geschmack von traditionellem Speck variieren ließe. Wir denken etwa daran, ihn anders zu marinieren, z. B. mit ätherischen Bio-Ölen aus Zirbe usw., also beim Pökeln etwa schon exotische Gewürzen wie Muskatblüte, Kardamom, Koriander... einzubeziehen. Und auch beim Räuchern könnte man andere, neue Methoden einsetzen, um zu testen, wie sie sich auf den Geschmack auswirken. Allerdings blieben all diese „Eingriffe“ Experimente, in das Herstellungsverfahren von klassischem Speck sollte und braucht man nicht eingreifen.“

Fällt Ihnen ad-hoc eine Geschichte rund um Speck in Ihrem Tätigkeitsbereich ein, die Sie mit uns teilen möchten?

„Wer in Südtirol aufwächst wie wir, kommt schon von klein auf mit Speck in Berührung, vor allem, wenn dieses Aufwachsen einen Bauernhof einschließt. Dort wurde früher (und wird

oft heute noch) selbst Speck hergestellt und so konnten wir schon als Buben helfen, die Schweine zu zerlegen, einzusuren und Feuer zu machen, um den Speck zu räuchern. Nur: Monatlanges Reifen mag dem Speck sein unvergleichliches Aroma geben, für Jugendliche ist es aber eine sehr, sehr lange Zeit, bis sie kosten können, wie der „selbstgemachte“ Speck schmeckt.“



Interview mit **THOMAS ORTLER, Chefkoch**

Welche Rolle spielt der Speck in der Küche bzw. Sterneküche?

„Speck spielt nach wie vor eine sehr große Rolle, deswegen habe ich ihm auch ein eigenes Kapitel in meinem

Kochbuch „Südtirol fine & fancy. Gerichte und Geschichten von Berg, Tal und Welt“ gewidmet. Jeder von uns ist mit ihm aufgewachsen. Man erinnert sich an den Geruch in der Räucherammer, an seinen Geschmack im Pausenbrot oder bei der klassischen Marende. Das sind Dinge, die man nach wie vor nicht missen möchte. So ist er auch in meiner Küche nicht wegzudenken und das wird er womöglich auch nie sein.“

Südtiroler Speck als Bindeglied zwischen Tradition und Moderne auch eine wichtige Zutat der zukünftigen Küche?

„Tendenziell gehen die Trends klar in Richtung vegetarische und vegane Küche. Das muss aber nicht heißen, dass jene Gesinnung ewig halten wird. Ich glaube, dass der Speck sich vor allem aufgrund seiner Tradition trotzdem durchsetzen kann. Dabei werden Themen wie Qualität und Herkunft immer wichtiger werden. Wenn Fleisch auf den Tisch kommt, dann wird der Konsument und die Konsumentin mehr darauf achten, woher es kommt, welchen Hintergrund die Produktion hat und er bzw. sie wird dafür wahrscheinlich auch bereit sein, mehr Geld für Qualität auszugeben.“

Anwendungsmöglichkeiten des Südtiroler Specks in der Küche?

„Alle. Wir sind mittlerweile von allen Kochstilen der Welt beeinflusst. Der Räuchergeschmack des Specks passt perfekt in die aktuellen „Umami-Trends“. Er kann die bereits etablierten Ibericos und Parmaschinken an vielen Stellen in der Küche ersetzen, weil er eigentlich noch spannendere Geschmacksrichtungen ermöglicht.“

Können Sie uns Ihr Lieblingsrezept mit Südtiroler Speck nennen und erklären warum?

„Am liebsten esse ich ihn pur im Herbst zum Törggelen mit Kastanien und Butter. Von Hand geschnitten und mit einem guten Gläschen Rotwein dazu. Jemand schneidet ihn auf und alle am Tisch stehen mit Vorfriede Speckstücke vom Schneidebrett. Das ist für mich die schönste Art ihn zu essen. Umgekehrt verwende ich ihn in allen möglichen Varianten in meinem Restaurant. Ich verwende Enden und Schwarte, um ein Dashi zu kochen (befindet sich ebenfalls im Kochbuch) oder ich fülle zu Weihnachten auch meine Tortellini damit (ebenfalls im Kochbuch). Speck kann halt noch viel mehr als „nur“ Südtirolerisch.“

Fällt Ihnen ad-hoc eine Geschichte rund um Speck in Ihrem Tätigkeitsbereich ein, die Sie mit uns teilen möchten?

„Ich ärgere mich eigentlich immer, dass Kunden und Kundinnen gelegentlich das schöne, essenzielle Fett des Specks entfernen. Das macht mich traurig. Es wertet ihn ab und ist verschwenderisch. Jeder der so etwas mit einem Jamon Iberico versuchen würde, würde wahrscheinlich des Lokals verwiesen. Man muss vermitteln, dass der Südtiroler Speck ein „körniges“ Fett braucht, um noch als solcher bezeichnet zu werden.“

4

Ein nachhaltiger Ausblick



Das Arbeitsprogramm von Südtirol Speck g.g.A. zur Nachhaltigkeit

Die Maßnahmen im Überblick

Je Themenbereich, d.h. je Viertel der Strategie, wurden vom Nachhaltigkeitsteam, in Rücksprache mit den Betrieben des Konsortiums, jeweils zwei bis drei Maßnahmen entwickelt. Daraus ergibt sich unser erstes Nachhaltigkeitsprogramm 2023 mit insgesamt zehn Maßnahmen in den vier Vierteln.

1. VIERTEL: TIERWOHL UND QUALITÄT

1.1 Tierwohl

Maßnahme #1: Tierwohlstandards sukzessive einführen

1.2 Produktqualität und Gesundheit

Maßnahme #2: Qualitätsstandards kontinuierlich verbessern

2. VIERTEL: NACHHALTIGE VEREDELUNG

2.1 Nachhaltige Energie

Maßnahme #3: Ökologisierung des Strombezugs

2.2 Saubere Materialien

Maßnahme #4: Ökologisierung der Verpackung

2.3 Umweltschonender Transport

Maßnahme #5: Ökologisierung des Transports

3. VIERTEL: WERTSCHÖPFUNG UND KONSUM

3.1 Positionierung im hochwertigen Premium-Segment

Maßnahme #6: Positionierung im Premium-Segment der Feinkost

3.2 Stärkung des Gemeinsamen

Maßnahme #7: Stärkung des Gemeinsamen im Konsortium

3.3 Forschung, Entwicklung und Innovation

Maßnahme #8: Kontinuierliche Qualitätsverbesserung durch Forschung und Entwicklung

4. VIERTEL: BILDUNG UND KOMMUNIKATION

4.1 Aus- und Weiterbildung

Maßnahme #9: Das Berufsbild attraktiver machen

4.2 Kommunikation, Dialog und Bewusstseinsbildung

Maßnahme #10: Sozialen Zusammenhalt stärken



Kommunikation. Im Dialog mit der Welt

In unserem Ausblick wollen wir zeigen, wie und wo Nachhaltigkeit überall hineinwirkt. Wir haben dazu den Direktor der IDM Südtirol, Erwin Hinteregger, um seine Einsichten und Ausblicke gefragt.



ERWIN HINTEREGGER,
Generaldirektor IDM Südtirol,
im Interview:

Welche Recherchen bzw. Studien belegen die Bedeutung des Südtiroler Speck für die Destination Südtirol?

Erwin Hinteregger: „2020 wurde erstmalig die Brandkampagne Südtirol auf den wichtigsten Märkten ausgespielt, mit der Südtirol als einzigartige Urlaubsdestination, als Herkunftsland von qualitativ hochwertigen landwirtschaftlichen Produkten und als innovativer Standort für Industrie und Handwerk positioniert wird. Anhand der Trackingstudie von Nielson, die von 2020 bis 2022 jeweils zur Kampagne gemacht wurde, konnten wir feststellen, dass vor allem auf dem italienischen Markt das Produkt Speck als eines der wiedererkennbarsten Produkte Südtirols genannt wird.

Auch die Kampagne „Südtiroler Art“ verfolgt das Ziel Südtirol als Herkunftsland qualitativ hochwertiger Agrarprodukte immer stärker zu positionieren. Mit „Südtiroler Art“ ist zum einen die Art und Weise wie Produkte hergestellt werden gemeint, aber auch den unverwechselbaren Charakter der Menschen, die hinter den Produkten stehen. Auch bei dieser Kampagne bestätigten die durchgeführten Studien einen hohen Wiedererkennungswert mit der Destination Südtirol.

Nicht zuletzt belegt eine weitere Studie zur Abfrage der Bekanntheit der Qualitätssiegel EU-Ursprungs- und -Herkunftsbezeichnungen und des Qualitätszeichens Südtirols, dass das Thema Herkunft in Italien deutlich präsent ist. Zudem verdeutlicht die Studie, dass die Südtirol Marke meist besser abschneidet als die EU-Gütesiegel.“

Wie wichtig wird der Aspekt Nachhaltigkeit für die Regionenmarke Südtirol?

Erwin Hinteregger: „Die Nachhaltigkeit ist längst kein Trend mehr, sondern eine regelrechte Realität. Wird sie als Gleichgewicht all ihrer Facetten konzipiert, ökologisch, ökonomisch und sozial, so ist die Nachhaltigkeit zum Maßstab für Zukunftsfähigkeit und Enkeltauglichkeit geworden. Die Nachhaltigkeit steht auch für Qualität und bestimmt zunehmend das Kundenverhalten. Aus diesem Grund ist sie auch das zentrale Element der Marke Südtirol.

IDM Südtirol ist seit geraumer Zeit bestrebt die Marke Südtirol weiterzuentwickeln. In den letzten Jahrzehnten konnte sich die Marke vor allem als Destinationsmarke auf dem internationalen Markt etablieren. Nun wird sie als ganzheitliche Marke weiterentwickelt, die alle Kernsektoren des Wirtschaftsstandorts Südtirol repräsentiert und kommuniziert. Damit kann die gesamte Wirtschaft Südtirols von der großen Strahlkraft der Marke profitieren.

Für die Weiterentwicklung der Marke Südtirol wurden Stakeholder, Partner, Unternehmen und Institutionen in einem intensiven Prozess involviert – und gemeinsam wurde der neue Markenkern definiert. „Qualität fürs Leben“ ist der Kern der Markenidentität, die Südtirol mit seinen Kompetenzen darstellt und die Exzellenzen der Region in den Fokus rückt. Nachhaltigkeit, Qualität und Innovation stehen somit im Mittelpunkt. Obgleich Südtirol laut Studien sowohl in Italien als auch in Deutschland als Vorreiterregion zum Thema Nachhaltigkeit angesehen wird, stellt die Nachhaltigkeit nach wie vor eine große Herausforderung dar, die Mut zur Entscheidung verlangt. Nur im Zusammenspiel aller, von den Stakeholdern bis hin zu den Produzenten und Produzentinnen und Institutionen, kann die Herausforderung zu einer Chance umgemünzt werden mit der Überzeugung, dass der Weg der Nachhaltigkeit für die Entwicklung Südtirols und all seiner Exzellenzen der einzig richtige ist.“

Mut machen zum Ausblick

Das Südtiroler Speck Konsortium ist eng eingebunden in ein ganzes Netzwerk aus produzierenden Unternehmen, Kunden und Kundinnen, Lieferanten und Lieferantinnen, Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen, Verbänden, Politik und Verwaltung, Medien und Zivilgesellschaft. Viele davon beeinflussen unsere Arbeit oder werden auch von uns beeinflusst. Wir haben versucht, alle Anspruchsgruppen mit Bezug zum Specksektor in den Befragungen 2020 und 2022 zu adressieren und in diesen Bericht zur Nachhaltigkeit zu Wort kommen zu lassen. Deren Meinungen und Anregungen bilden sich in diesem Bericht ab. Wir nutzen die regelmäßige Stakeholder Befragung auch dazu, um festzustellen, welche Themen für die Nachhaltigkeitsarbeit besonders relevant sind, und über welche Aspekte wir auch berichten sollten. Wir wissen, dass wir in manchen Bereichen wohl noch einiges an eigenen Hausaufgaben zu machen haben. Doch nachhaltige Entwicklung ist ein Prozess. Und diesem Prozess haben wir uns mit der nötigen Sorgfalt und mit begeistertem Engagement angeschlossen.

Bei der Erstellung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und des vorliegenden ersten Nachhaltigkeitsberichts wurden Anforderungen und Erwartungen interessierter Stakeholder in Form einer Wesentlichkeitsanalyse zentral berücksichtigt. Daher umfasst unser Nachhaltigkeitsbericht nicht nur Ziele und Maßnahmen in Bezug auf die Umwelt, sondern auch zu den zwei weiteren Säulen der Nachhaltigkeit, Wirtschaft und Soziales. Ein vorrangiges Umweltziel ist der Klimaschutz und die Nutzung erneuerbarer Ressourcen. Weitere wichtige Ziele liegen in der weiteren Verringerung des Energieverbrauchs und einer Ökologisierung in den Verpackungslösungen. Im wirtschaftlichen Bereich umfassen die Maßnahmen vorrangig die Themen des weiteren Ausbaus der regionalen Wertschöpfung und einer nachhaltigen Beschäftigungssituation.

Auch unsere Mitarbeitenden im Sektor sollen direkt und indirekt in die Umsetzung des Nachhaltigkeitsprogramms involviert werden. Ausgewählte Maßnahmen sorgen beispielsweise dafür, das Bewusstsein und die Kompetenz der Mitarbeitenden hinsichtlich Nachhaltigkeit kontinuierlich gestärkt werden, oder auch dass das Fachwissen in der Branche und in den Unternehmen erhalten bleibt. Darüber hin-

aus bildet die Förderung von Chancengleichheit und Gleichbehandlung wichtige Zielsetzungen im sozialen Bereich.

Zukünftig soll der Nachhaltigkeitsbericht des Südtiroler Speck Konsortiums in einem Publikationszyklus von drei Jahren erscheinen. Der erste Bericht wurde noch nach keinem fixen Berichtsstandard verfasst. In Europa wird vom Europäische Rat und dem Europäischen Parlament derzeit an einer Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD) gearbeitet. Die CSRD wird die bereits bestehende nichtfinanzielle Berichterstattung ausweiten und eine Konkretisierung der Berichtsinhalte inklusive externer Prüfungspflicht mit sich bringen. Vielleicht werden wir für den nächsten Bericht im Jahr 2026 bereits diesen Standard anwenden. Bis dahin bleibt viel zu tun.

Wie schon im Vorwort erwähnt, liegen herausfordernde Zeiten vor uns. Das Südtiroler Speck Konsortium ist auch dank der vorliegenden Strategie angetreten, die Herausforderungen gut zu meistern. Dabei zählen wir auf die Stärken unseres Landes und seiner Menschen:

- Pioniergeist, der immer wieder Innovationen hervorbringt,
- Mut und Weitblick, gepaart mit Demut und Fleiß,
- Sorgsamkeit, Achtung und Traditionsbewusstsein sowie der Faktor,
- gemeinsam an einem Strang zu ziehen, wenn es um die Zukunft geht.

Gemeinsam haben wir bisher alle Anstrengungen gut gemeistert. Und so richten wir auch gemeinsam mit allen Produzenten und Produzentinnen im Land, mit den Lieferanten und Lieferantinnen und Geschäftspartnern, mit allen Mitarbeitenden in unseren Betrieben und Verkaufsstellen, mit den Familienmitgliedern – ob groß oder klein, jung oder alt – mit der Politik und den Behörden unseres Landes, mit den Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Forschung, mit den Kommunikatorinnen und Kommunikatoren und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in und aus den Medien und gemeinsam mit allen Menschen in Südtirol und oft weit darüber hinaus, die unser Produkt „Südtiroler Speck g.g.A.“ schätzen, kaufen, lieben und genießen, den Blick nach vorne – gemeinsam in die Zukunft.



Daten und Impressum

Die Datenerhebung und Befragung der Mitglieder 2020 und 2022 sowie die Ableitung der wesentlichen Themen wurde durch die Plenum GmbH durchgeführt.

Wir bedanken uns herzlich für die Zurverfügungstellung der Daten bei: WIFO - institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen, IDM Südtirol und Versuchszentrum Laimburg.

Herausgeber

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

Inhaltliche und redaktionelle Begleitung

Plenum GmbH

Fotos

Südtiroler Speck Konsortium/ K. Peterlin; IDM Südtirol / K. Peterlin, H. Rier, F. Blickle, A. Mierswa, P. Schvienbacher, A. Moling, P. Schatzer, C. Zahn, M. Ferrigato; G. Pichler

Grafische Gestaltung

Friesenecker & Pancheri

Druck

Medus, Meran



Südtiroler Speck Konsortium

I-39100 Bozen, Lauben 71 | Tel. +39 0471 300 381 | info@speck.it | www.speck.it