



Südtiroler Speck Konsortium

Tätigkeitsbericht 2024



Herausgeber

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

Redaktion

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

Fotos

Südtiroler Speck Konsortium, IDM Südtirol

Grafik

Friesenecker & Pancheri

Druck

Ferrari Auer, Bozen



Inhalt

VORWORT	5
PRODUKTION	6
ABSATZMÄRKTE UND VERTRIEBSKANÄLE	7
VERPACKUNGSTYPOLOGIEN	8
QUALITÄTSKONTROLLE	9
NACHHALTIGKEIT	10
MARKTÜBERWACHUNG	12
MARKENREGISTRIERUNG	15
KOMMUNIKATION UND MARKETING	16
Südtirol	16
Italien	26
Deutschland	30
Frankreich	32
USA	34
EU-Projekt	35
Export	36
Marktübergreifende Maßnahmen	37
SONSTIGE AKTIVITÄTEN	42
SpeckPost	42
Zusammengesetzte Produkte	42
Produktsponsorings	43
Mitgliederversammlung	44
Studienreise ins Veltlin	45
Team	46
Mitgliederstand	46
UNSERE PRODUZENTEN	47

Vorwort

In Übereinstimmung mit einer langjährigen Tradition übermitteln wir Ihnen anbei eine Übersicht der Tätigkeiten des Südtiroler Speck Konsortiums im Jahr 2024. Die zentralen Themen des Konsortiums bleiben unverändert: Wir setzen uns weiterhin dafür ein, die Qualität des Südtiroler Specks g.g.A. konstant zu verbessern, die Bekanntheit der Marke zu steigern und vor Missbrauch zu schützen.

Das Jahr 2024 war geprägt von den anhaltenden geopolitischen Unsicherheiten und den damit verbundenen Herausforderungen. Diese hatten Auswirkungen auf Handelsbeziehungen, Rohstoffpreise sowie die Lieferketten der Produzenten. Darüber hinaus stellt der Klimawandel eine immer drängendere Herausforderung dar, wobei der Specksektor weiter an seinem ausgearbeiteten Nachhaltigkeitsbericht und Maßnahmen arbeitet.

Zudem verlangt der hart umkämpfte Lebensmittelsektor nach verstärkten Anstrengungen, um die Nachfrage der Konsumenten nach Südtiroler Speck g.g.A. effizient und effektiv zu fördern und so die Marktanteile zu sichern. Im Zuge dessen wurde für den italienischen Markt die neue TV Kampagne „unespeckted“ lanciert, welche die Bekanntheit des Südtiroler Specks g.g.A. in Italien weiter steigern soll. Durch zusätzliche Werbekampagnen wie „Weil ich Qualität will“ sowie Veranstaltungen wie „Speck Aperitivo“, „Speck Safari“, „Specktag Naturns“, „Speckfest Kronplatz“ und das EU-Projekt „Cheespe“ konnte dem Produkt sowohl auf dem lokalen Markt als auch auf dem europäischen Markt eine breite Sichtbarkeit verliehen werden.

Als Präsident des Speck Konsortiums möchte ich die Gelegenheit nutzen, mich herzlich bei Landeshauptmann Arno Kompatscher, Landesrat Marco Galateo sowie allen Mitarbeitern der Autonomen Provinz Bozen für die enge Zusammenarbeit und tatkräftige Unterstützung zu bedanken. Ein besonderer Dank gilt auch unserem Vize-Präsidenten Günther Windegger, den Verwaltungsräten, dem Aufsichtsrat, den Mitgliedern der Arbeitsgruppen, dem Direktor des Konsortiums Martin Knoll sowie den MitarbeiterInnen Verena Rungger und Sascha Grünfelder. Ebenso möchte ich mich bei all unseren Partnern bedanken, die uns unterstützen. Mein Dank geht vor allem an die Produzenten, die kontinuierlich daran arbeiten, die Qualität des Südtiroler Specks g.g.A. zu verbessern und diesen in der Vermarktung erfolgreich zu fördern.



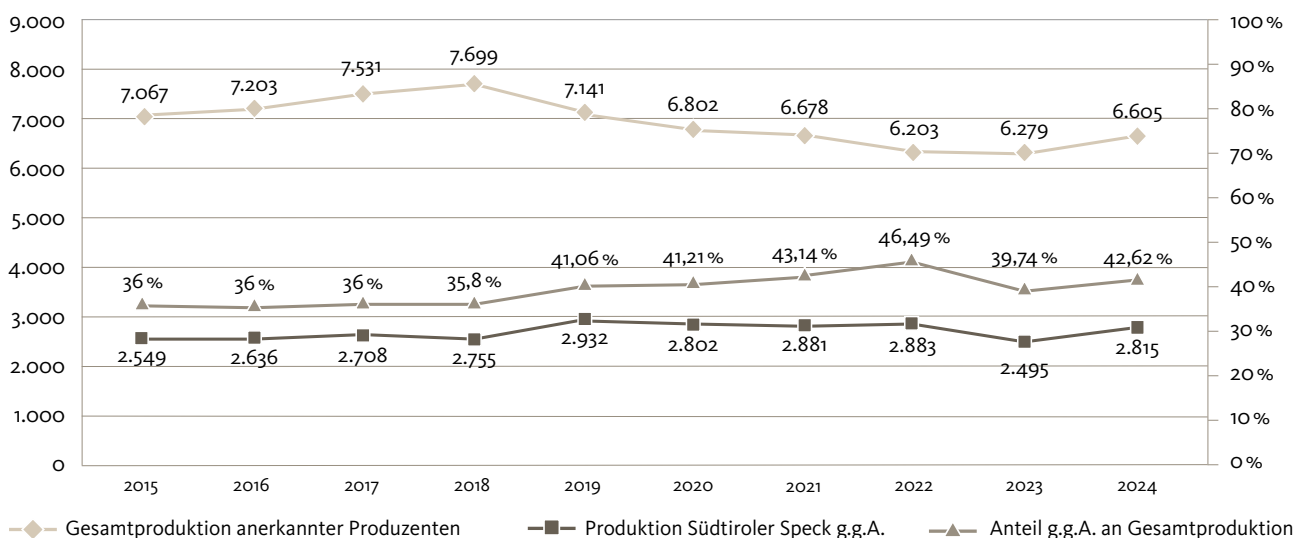
Paul Recla
Präsident Südtiroler Speck Konsortium

Produktion

Im Jahr 2024 wurden insgesamt **2.815.390 Hammen** mit dem Qualitätszeichen „Südtiroler Speck g.g.A.“ ausgezeichnet. Dies entspricht 42,6% der Gesamtproduktion der vom Konsortium anerkannten Hersteller und markiert

eine Steigerung von 12,8% im Vergleich zum Vorjahr. Damit konnte das Wachstum des Anteils an zertifiziertem Speck in diesem Jahr wieder erfolgreich fortgesetzt werden.

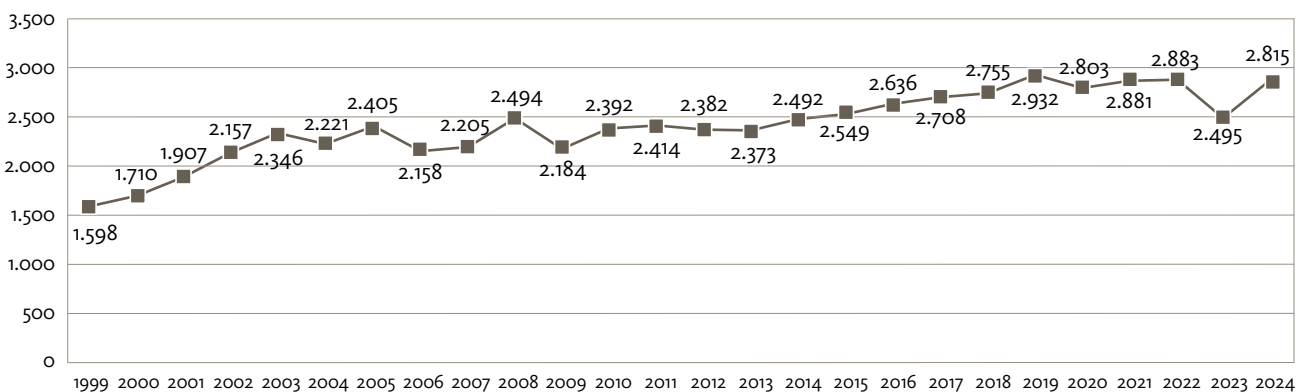
VERLAUF PRODUKTIONZAHLEN



Die Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. hat in den letzten Jahren einen stetigen Aufwärtstrend gezeigt. Nach einem signifikanten Anstieg zwischen 1997 und 2003 stagnierte die Produktion in den darauffolgenden zehn Jahren. Zwischen 2003 und 2013 blieb die Menge nahezu unverändert. In den letzten Jahren hingegen setzte sich ein konti-

nuierliches Wachstum fort – mit Ausnahme des Rückgangs im Jahr 2023 – das sich auch 2024 fortschreiben ließ. Diese positive Entwicklung unterstreicht die erfolgreiche Positionierung von Südtiroler Speck g.g.A. als Qualitätsprodukt auf dem Markt und die wachsende Nachfrage nach zertifizierten Lebensmitteln.

PRODUKTION SÜDTIROLER SPECK g.g.A. - HISTORISCHER VERLAUF 1999–2024



Absatzmärkte und Vertriebskanäle

Absatzmärkte

67,3% der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. werden in Italien verkauft, wobei der Schwerpunkt auf Südtirol und den nördlichen Regionen liegt. In den letzten Jahren stieg jedoch auch die Nachfrage in Mittel- und Süditalien spürbar an.

International bleibt Südtiroler Speck ein stark gefragtes Produkt. Mit einer Exportquote von 32,7% zählt er zu den meist exportierten Wurstwaren Italiens. Wichtigster Auslandsmarkt bleibt Deutschland, das 23,2% der Produktion abnimmt. Andere bedeutende Exportmärkte sind die USA (4,75%), wo die Nachfrage in den letzten Jahren stark gestiegen ist, Frankreich (2,0%), die Schweiz (0,9%) und Österreich (0,6%).

Darüber hinaus wird Südtiroler Speck in über zwanzig weiteren Ländern vermarktet, darunter Belgien, Slowenien, Schweden, die Niederlande und Kanada, die gemeinsam etwa 0,7% der Gesamtproduktion abnehmen. Nach den pandemiebedingten Rückschlägen in den Jahren 2020 und 2021 zeigt sich 2024 wieder ein deutlicher Aufwärtstrend in den Exportmärkten.

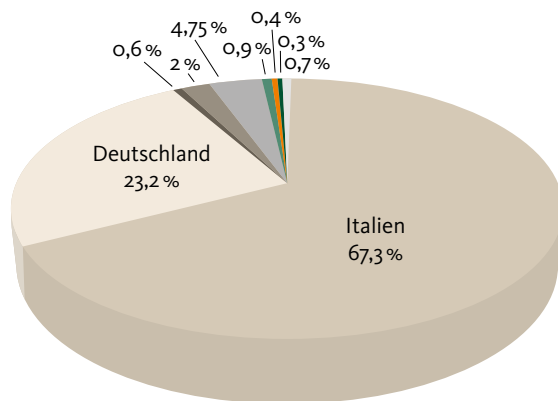
Die kontinuierlich positive Entwicklung der Absatz- und Exportzahlen unterstreicht die erfolgreiche Positionierung von Südtiroler Speck g.g.A. als Qualitätsprodukt sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene.

Die kontinuierlich positive Entwicklung der Absatz- und Exportzahlen unterstreicht die erfolgreiche Positionierung von Südtiroler Speck g.g.A. als Qualitätsprodukt sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene.

Vertriebskanäle in Italien

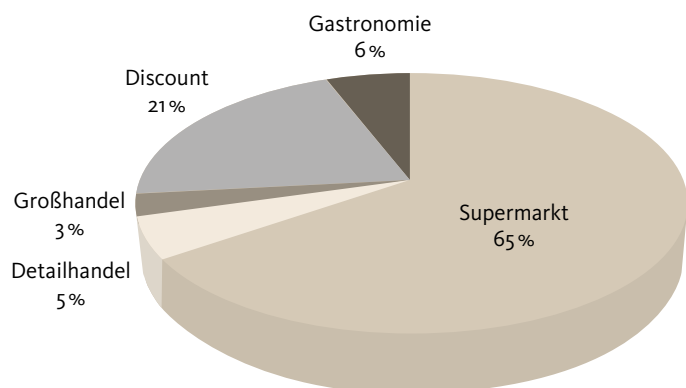
In Italien erfolgt der Vertrieb hauptsächlich über Supermärkte, die 65,0% des Gesamtabsatzes ausmachen. Weitere Vertriebskanäle sind Discounter (21,0%), der Großhandel (3,0%), die Gastronomie (6,0%) und der Detailhandel (5,0%). In Südtirol spielt der Detailhandel eine besonders wichtige Rolle: Rund 33% des Specks, der innerhalb der Provinz verkauft wird, gehen über den Detailhandel. Weitere 14% werden direkt in die Gastronomie beliefert und knapp 20% werden über den Großhandel vertrieben.

ABSATZMÄRKTE SÜDTIROLER SPECK g.g.A. 2024



- Italien
- Deutschland
- Österreich
- Frankreich
- USA
- Schweiz
- Belgien
- Großbritannien
- Sonstige Märkte

VERTRIEBSKANÄLE SÜDTIROLER SPECK g.g.A. IN ITALIEN 2024



- Supermarkt
- Detailhandel
- Großhandel
- Discount
- Gastronomie

Verpackungstypologien

Zuwachs bei vorgeschnittenem Speck

Im Jahr 2024 wurden insgesamt 46.146.223 Verpackungen vorgeschnittenen Specks produziert, was einem Wachstum von 7,3% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dieser Zuwachs ist vor allem der anhaltend positiven Entwicklung der Fächerware zuzuschreiben. Diese entspricht den Bedürfnissen moderner Konsumenten, die Wert auf Komfort legen. Unterstützt wird dieser Trend durch die zunehmende Anzahl kleiner Haushalte sowie Investitionen der Produzenten in Aufschnittmaschinen zur Verbesserung der Fächerwarenproduktion.

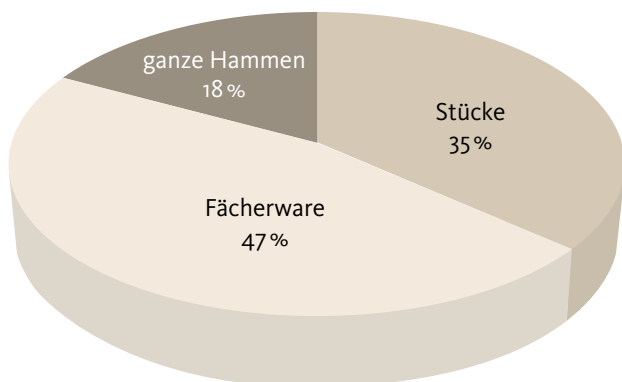
Die 100-g-Packung bleibt weiterhin der am meisten produzierte Verpackungstyp. Rund 30,5 Millionen dieser Verpackungen wurden 2024 hergestellt. Insgesamt entfielen 47% der produzierten Menge an Südtiroler Speck g.g.A. auf Fächerware, was einem weiteren Anstieg im Vergleich zur Gesamtproduktion des Jahres 2023 entspricht.

Aufschwung bei ganzen Hammen und Rückgang bei Stückware

Im Gegensatz zur Fächerware musste die Stückware im Jahr 2024 einen Rückgang hinnehmen. Es wurden etwas mehr als 5,2 Millionen vakuumverpackte Stücke verkauft, was einem Anteil von 35% der Gesamtproduktion entspricht – ein Minus von 5,8% im Vergleich zu 2023.

Die Anzahl der verkauften ganzen Hammen hingegen zeigte eine positive Entwicklung: Im Jahr 2024 wurden knapp 460.000 ganze Hammen verkauft, was einem Zuwachs von 10% im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

VERPACKUNGSTYOLOGIEN 2024



ÜBERSICHT ANZAHL VERPACKUNGEN 2024

GANZE HAMMEN	2023	2024	Anzahl Verpackungen Änderung
	Anzahl	Anzahl	
Ganze Hammen	417,186	459,443	10,13%
Gesamte Hammen	417,186	459,443	10,13%

STÜCKE	2023	2024	Anzahl Verpackungen Änderung
	Anzahl	Anzahl	
1/2 Speck	730.004	723.665	-1%
1/3 Speck	156	96	-38%
1/4 Speck	340.308	274.124	-19%
1/5 Speck	0	0	
1/6 Speck	339.561	414.845	22%
1/7 Speck	232.941	381.972	64%
1/8 Speck	1.517.308	1.258.198	-17%
1/9 Speck	52.777	116.944	122%
1/10 Speck	1.424.556	988.954	-31%
1/11 Speck	239.690	345.343	44%
1/12 Speck	105.382	40.758	-61%
1/13 Speck	38.906	72.099	85%
1/14 Speck	32.166	155.366	383%
1/15 Speck	42.552	8.000	-81%
1/16 Speck	160	64	-60%
1/20 Speck	40	400	900%
1/25 Speck	0	7.824	
1/30 Speck	240	1.050	338%
1/35 Speck	21.435	29.472	37%
Gesamte Stücke	5.118.182	4.819.174	-5,84%

FÄCHERWARE	2023	2024	Anzahl Verpackungen Änderung
	Anzahl	Anzahl	
50 Gramm	463.522	404.119	-13%
60 Gramm	1.632.147	1.790.849	10%
66 Gramm	0	1.050	
70 Gramm	3.110.476	3.668.814	18%
80 Gramm	1.086.558	1.170.518	8%
90 Gramm	6.113.108	6.179.107	1%
100 Gramm	27.602.352	30.525.189	11%
120 Gramm	1.177.361	1.190.839	1%
125 Gramm	99.870	88.810	-11%
140 Gramm	0	18.627	
150 Gramm	562.942	413.236	-27%
180 Gramm	502.211	165.839	-67%
200 Gramm	5.055	16.136	219%
240 Gramm	13.714	3.160	-77%
250 Gramm	96.228	7.128	-93%
300 Gramm	447.995	495.451	11%
350 Gramm	83.592	0	-100%
500 Gramm	8.186	7.351	-10%
Gesamte Fächerware	43.005.317	46.146.223	7,30%

Qualitätskontrolle

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

Im Jahr 2024 wurden 7 Rohstofflieferanten auf die Einhaltung der Richtlinien der Rohstoffspezifikation – mit besonderer Aufmerksamkeit auf die Rückverfolgbarkeit des Fleisches – kontrolliert. Zusätzlich wurden im Wareneingang der Herstellungsbetriebe Proben der frischen Schweineschlegel gezogen und auf Salmonellen und Listerien analysiert. Im Verlauf des Herstellungsprozesses wurden von den drei IFCQ-Kontrollleuten 84.289 Schweineschlegel und 47.369 gereifte Hammen im Zuge von 322 Kontrollbesuchen überprüft.

Am Ende des Herstellungsprozesses wurden wiederum 262 Speckhammen der organoleptischen Qualitätsprüfung unterzogen und 61 Hammen auf deren chemischen Eigenschaften analysiert.



ZERTIFIZIERUNGSPORTAL

Im Jahr 2024 wurde das neue Zertifizierungsportal der Kontrollstelle, entwickelt in Zusammenarbeit mit dem IT-Dienstleister Beantech, erfolgreich eingeführt. Seit Anfang des Jahres nutzen sämtliche Produzenten dieses Portal.

Die Modernisierung des Portals war notwendig, um den steigenden technologischen Anforderungen und den spezifischen Bedürfnissen der Produzenten gerecht zu werden. Durch den Einsatz zeitgemäßer Technologien bietet das Portal nun eine benutzerfreundliche Plattform, die effiziente und nachhaltige Prozesse unterstützt.

Hauptmerkmale des neuen Zertifizierungsportals

- 1) Angebotsregulierung: Das Portal ermöglicht die präzise Überwachung der Produktionsmengen und gewährleistet eine transparente Verwaltung der Zertifizierungen, um den Marktanforderungen gerecht zu werden.
- 2) Nachhaltigkeit: Über integrierte Funktionen wie die jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung können Produzenten Daten zu Energieverbrauch, Materialeinsatz und Transportstrukturen erfassen und einreichen.
- 3) Datenintegration: Die direkte Anbindung an Power BI ermöglicht detaillierte Reportings, die den Produzenten und dem Konsortium wertvolle Einblicke in Produktions- und Vertriebsmuster geben.

Durch diese Innovation hat das Konsortium seine Verpflichtung zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit im Produktionsprozess von Südtiroler Speck g.g.A. unterstrichen. Das Zertifizierungsportal ist ein zukunftsweisendes Instrument, das die Zusammenarbeit zwischen Produzenten und dem Konsortium stärkt und den Weg zu noch höheren Standards ebnet.



Nachhaltigkeitsbericht 2024: Südtiroler Speck Konsortium

Das Südtiroler Speck Konsortium engagiert sich seit 2019 verstärkt für Nachhaltigkeit. Mit der Gründung der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit im Jahr 2020 wurden unter Einbindung einer Nachhaltigkeitsagentur und weiterer Partner erste strategische Ansätze definiert. Aufbauend auf diesen Grundlagen wurden 2022 und 2023 die Leitlinien für den ersten Nachhaltigkeitsbericht entwickelt. Im Zentrum stehen die „Vier Viertel unserer Nachhaltigkeit“:



Ziel ist es, Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Wertschöpfungskette des Südtiroler Specks zu etablieren. Dies wird durch zehn konkrete Maßnahmen verfolgt, die den Fokus auf Qualität, Umwelt und gesellschaftliche Verantwortung legen.

Zusammenfassung der Maßnahmen und aktueller Stand

- 1. Einführung von Tierwohlstandards**
 - > Datenerfassung von Tierwohl-Zertifizierungen im Zertifizierungsportal.
 - > Vorbereitung und Einführung eines überprüfbaren Tierwohl-Standards.
- 2. Sicherung der Produktqualität**
 - > Aktualisierung der Herstellungsspezifikationen, u. a. für die „Riserva“-Linie und „Teilstücke“.
 - > Optimierung der Qualitätsparameter in enger Abstimmung mit Produzenten und Behörden.

- 3. Ökologisierung des Strombezugs**
 - > Datenerhebung zur Nutzung erneuerbarer Energien im Zertifizierungsportal.
 - > Ziel: Weitgehende Umstellung auf grünen Strom.
- 4. Nachhaltige Verpackungslösungen**
 - > Erhebung der aktuellen Verpackungstypologien.
 - > Entwicklung alternativer Verpackungslösungen in Zusammenarbeit mit Forschungspartnern.
- 5. Reduktion von Transportemissionen**
 - > Erhebung der Transportwege und -emissionen über das Zertifizierungsportal.
 - > Maßnahmen zur Reduktion der CO₂-Belastung im Transportsektor.
- 6. Positionierung als Premiumprodukt**
 - > Förderung der Südtiroler Qualitätsprodukte in internationalen Märkten.
 - > Kooperationen mit Hotellerie und Gastronomie zur Stärkung der regionalen Kreislaufwirtschaft.
- 7. Stärkung der internen Zusammenarbeit**
 - > Förderung des Austauschs durch Studienreisen, Workshops und Versammlungen.
 - > Fokus auf Themen der Nachhaltigkeit.
- 8. Innovation und Forschung**
 - > Nutzung der Versuchsanlage im NOI Techpark für die Entwicklung neuer Herstellungsprozesse.
 - > Forschungsprojekt mit SSICA und Laimburg startet 2025.
- 9. Nachhaltigkeitskommunikation**
 - > Anpassung von Veranstaltungen und Werbematerialien an Nachhaltigkeitskriterien.
 - > Webinars für die Speckproduzenten zu den „Vier Vierteln der Nachhaltigkeit“.
- 10. Attraktivierung des Berufsbildes**
 - > Kooperation mit Bildungseinrichtungen und der Metzger-Innung.
 - > Entwicklung einer Image-Kampagne für Berufe im Speck-Sektor.

Ausblick

Das Südtiroler Speck Konsortium wird die Umsetzung dieser Maßnahmen kontinuierlich überwachen und in zukünftigen Berichten transparent über Fortschritte und neue Herausforderungen informieren.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE DES SÜDTIROLER SPECK G.G.A.

Informationsschulungen und neue Landingpage

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie des Südtiroler Speck g.g.A. wurden 2024 Informationsschulungen zu den „Vier Vierteln“ der Strategie durchgeführt. Für jede Schulung wurden spezifische Themen festgelegt und namhafte Referenten eingeladen, um den Mitgliedern des Südtiroler Speck Konsortiums wertvolle Informationen

zu Markttrends, Entwicklungen und aktuellen Themen zu vermitteln. Dieses Format wird auch 2025 fortgeführt. Zudem wurde im Zuge der Strategie auf der Website speck.it eine Landingpage erstellt. Auf dieser Seite können Besucher die neuesten Informationen zur Nachhaltigkeitsstrategie einsehen und den Nachhaltigkeitsbericht herunterladen.



Die Nachhaltigkeitsstrategie von Südtiroler Speck g.g.A.

Seit 2019 verfolgt das [Südtiroler Speck Konsortium](#) eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie, um die [Qualität](#) und [Umweltverträglichkeit](#) des Südtiroler Specks zu fördern. Gemeinsam mit den [Produzenten](#) und Experten wurden Maßnahmen entwickelt, die den [Tierschutz](#), die [Verbesserung der Produktionsstandards](#) und die [Ökologisierung der Prozesse](#) umfassen. Durch den Einsatz erneuerbarer Energien und umweltfreundlicher Verpackungen sowie die [Förderung der regionalen Wertschöpfung](#) leistet das Konsortium einen aktiven Beitrag zu den Nachhaltigkeitszielen (SDGs) der Vereinten Nationen. Entdecke, wie hier Tradition und [Zukunftsverantwortung Hand in Hand gehen](#).



Nachhaltigkeit, die uns am Herzen liegt

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 Produzentinnen und Produzenten sowie verschiedenen Expertinnen und Experten von wissenschaftlichen und beratenden Institutionen wurden die Eckpfeiler eines Nachhaltigkeitsprogramms definiert. Damit haben wir eine erste gesamtthetliche Sensibilisierung zu den Themen der [Zukunftsfähigkeit](#) erreicht und eine Intensivierung der Bemühungen um [Qualität](#) und [Nachhaltigkeit](#) als Mehrwert für den Südtiroler Speck g.g.A.

[Weiterlesen](#) v

Marktüberwachung

Das Südtiroler Speck Konsortium arbeitet seit vielen Jahren erfolgreich mit Herrn Massimo Malnerich, einem vom Ministerium für Landwirtschaft anerkannten und akkreditierten Kontrolleur, zusammen. Sein Hauptauftrag ist die Überwachung der korrekten Verwendung der Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ in Verkaufspunkten sowie im Online-Handel.



M. Malnerich

Umfang der Kontrollen

Im Jahr 2024 wurden insgesamt 1.118 Verkaufspunkte in Italien und 137 Verkaufspunkte in den Exportmärkten Deutschland und Schweiz kontrolliert. Zusätzlich erfolgten Prüfungen von 200 Webseiten, um die korrekte Verwendung der Bezeichnung „Südtiroler Speck“ zu gewährleisten.

Schwerpunkte der Marktüberwachung

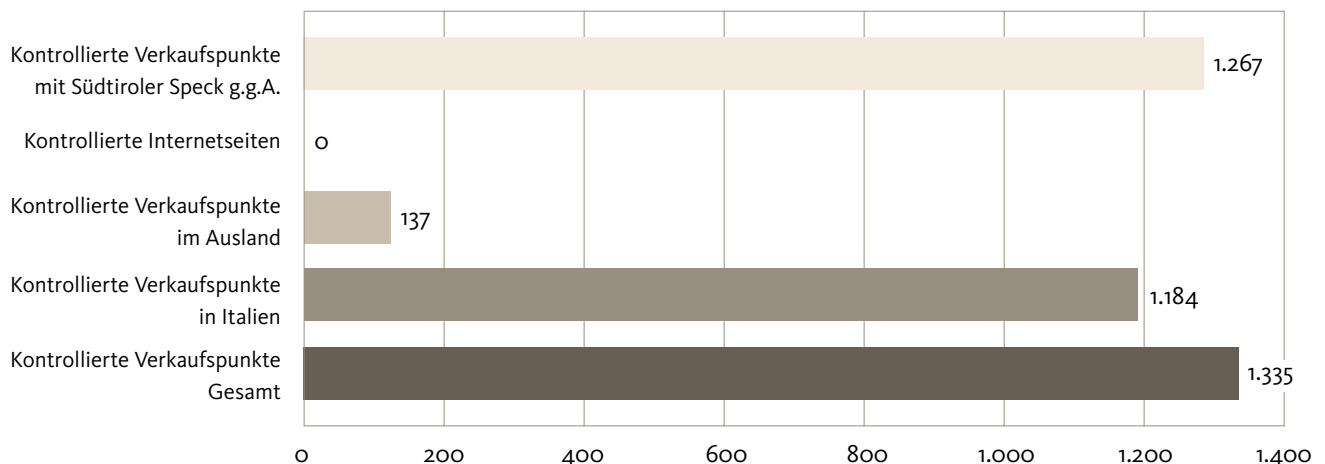
Die Kontrollen konzentrierten sich auf folgende Aspekte:

- > Richtigkeit der Bezeichnung auf Preisschildern
- > Konformität der Produktetiketten
- > Verwendung der Bezeichnung und der Marke in Werbeflyern und Promotionsaktionen
- > Nutzung der Bezeichnung bei neuverpackten Produkten

Ergebnisse der Überwachung

- > In der Region Trentino-Südtirol wurden 63 Verkaufspunkte überprüft, bei denen nur eine geringe Anzahl an Nicht-Konformitäten festgestellt wurde.
- > Der Großteil der Kontrollen fand in Ober- und Mittelitalien statt, mit Schwerpunkt auf Supermärkte, aber auch Discountern, Einzelhandelsgeschäften, Großhändlern und Großflächenmärkten.

MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG VON SÜDTIROLER SPECK g.g.A. 2024

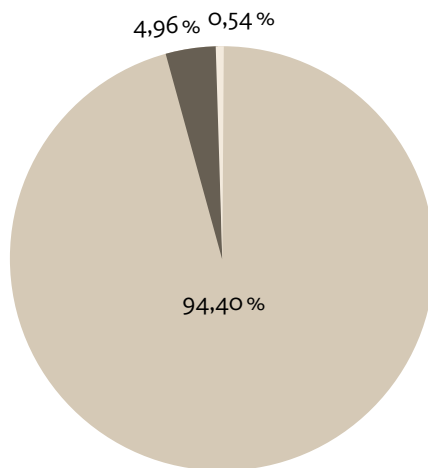


Insgesamt war die Konformitätsquote der überprüften Verkaufspunkte erfreulich hoch:

- > 94,40% der Kontrollbesuche wiesen keine Beanstandungen auf.
- > 4,96% der Fälle zeigten geringfügige Mängel, wie eine unvollständige Bezeichnung auf Preisschildern oder in Werbematerialien.
- > 0,54% der Produkte wiesen gravierende Nicht-Konformitäten auf, z.B. die unrechtmäßige Nutzung der geschützten Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ für generische Speckprodukte oder zusammengesetzte Waren.
- > 0,11% wurde das Produkt verpackt und die geschützte Bezeichnung unrechtmäßig angeführt.



MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG



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

Ausblick

Die kontinuierliche Marktüberwachung bleibt ein zentrales Instrument, um den hohen Qualitätsstandard und die korrekte Verwendung der geschützten Bezeichnung zu sichern. Die gewonnenen Erkenntnisse fließen in Sensibilisierungs- und Schulungsmaßnahmen ein, um Verstöße weiter zu minimieren und das Vertrauen in die Marke „Südtiroler Speck g.g.A.“ zu stärken.



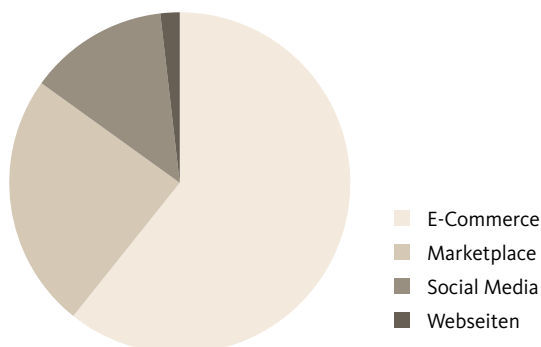
Mit der zunehmenden Präsenz von Südtiroler Speck g.g.A. im Internet hat das Südtiroler Speck Konsortium seine Maßnahmen zur Markenüberwachung verstärkt. Seit kurzem arbeitet das Konsortium mit dem Dienstleister „Griffeshield“ zusammen, der mittels eines automatischen Algorithmus E-Commerce-Plattformen weltweit überwacht. Ziel ist es, die korrekte Verwendung der Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ und der geschützten Marke sicherzustellen, Verstöße aufzudecken und diese zu ahnden.

Ergebnisse der Online-Überwachung 2024

Im Jahr 2024 wurden insgesamt 1.340 Links auf verschiedenen Online-Plattformen identifiziert. Die Mehrheit dieser Links stammte von sogenannten Marktplätzen wie eBay oder Google, gefolgt von E-Commerce-Seiten, Webseiten, Domains, Preisvergleichsseiten und Social-Media-Plattformen.

Häufigste Verstöße und Maßnahmen

- > 57 % der Fälle betrafen eine fehlerhafte Verwendung der Bezeichnung „Südtirol“.
- > Bei 21% der Inserate fehlte das Kürzel „g.g.A.“ oder es wurde nicht korrekt verwendet. Diese Einträge wurden entsprechend korrigiert.
- > 9% der Inserate nutzten die geschützte Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ missbräuchlich. Diese wurden entweder entfernt oder richtiggestellt.
- > 6% der Inserate befanden sich auf betrügerischen Webseiten.
- > 5% der Verstöße bezogen sich auf eine falsche Nutzung des Logos, die ebenfalls korrigiert wurde.
- > In 2% der Inserate fehlte die korrekte Angabe der Produktkategorie.



Zusammenfassung

Die Zusammenarbeit mit Griffeshield hat sich als effektives Mittel erwiesen, um die Markenintegrität von Südtiroler Speck g.g.A. auch im digitalen Raum zu schützen. Durch die automatisierte Überwachung und rasche Korrektur von Verstößen konnte die Marke gestärkt und ein wichtiger Beitrag zur Qualitätssicherung im E-Commerce geleistet werden. Das Konsortium wird diese Maßnahmen weiter ausbauen, um die wachsende Präsenz im Online-Bereich optimal zu begleiten.

Zusammenarbeit mit der Südtiroler Qualitätskontrolle – Fokus Produktqualität

Im Herbst 2024 wurde die Zusammenarbeit mit der Südtiroler Qualitätskontrolle (SQK) erneut aufgenommen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der periodischen Kontrolle von Verkaufsstellen und der Produktqualität der verschiedenen Typologien von Südtiroler Speck g.g.A. Ziel ist es, die vom Konsumenten wahrgenommene Qualität weiterhin in die Kontrolltätigkeit einzubeziehen und die Erreichung eines möglichst einheitlichen Qualitätsstandards für den Verkauf von Südtiroler Speck g.g.A. zu fördern.

Im Herbst 2024 wurden 109 Verkaufspunkte in Norditalien inkl. Südtirol und Süddeutschland besucht und dabei wurden 317 Referenzen kontrolliert.

Die Überwachung wird von der Arbeitsgruppe Qualität begleitet, und die Bewertung erfolgt in enger Abstimmung mit der Südtiroler Qualitätskontrolle. Der Fokus der Kontrollgänge liegt insbesondere auf der Konsistenz der Produkte.

Markenregistrierung

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

2024 wurde die Erneuerung der Wort- und Bildmarke von Südtiroler Speck g.g.A. mit Gültigkeit in der EU und Großbritannien für weitere 10 Jahre verlängert.



Kommunikation und Marketing

SÜDTIROL

SÜDTIROLER SPECKFEST IN BRUNECK

Das Speckfest fand dieses Jahr zum zweiten Mal im Pustertal statt. Wegen schlechter Wettervorhersage wurde das Speckfest vom Gipfel des Kronplatzes auf den Tschurtschenthaler Platz und den Rathausplatz in Bruneck verlegt.

Von 28. September bis 29. September verwandelte sich die Stadt Bruneck in einen Festplatz. Während Live-Bands für Stimmung sorgten, konnten die Besucherinnen und Besucher an Marktständen Südtiroler Handwerks- und Qualitätsprodukte entdecken, allen voran den Südtiroler Speck g.g.A. und Bauernspeck.

Ein Fest rund um den Südtiroler Speck g.g.A. ist natürlich auch ein Fest für den Gaumen. Bei den Speck-Verkostungen ging es auf eine Reise durch die vielfältigen Aromen und Texturen des Traditionsprodukts. Auch wenn der Speck an diesem Wochenende der Hauptdarsteller war, kam er bei den Verkostungen in köstlicher Begleitung mit erlesenen Südtiroler Weinen, Käsesorten und Südtiroler Äpfeln.

Am Sonntag, als besonderes Highlight, fand ein Showcooking statt.

IDM hat gemeinsam mit dem Südtiroler Speck Konsortium und dem Konsortium Skirama Kronplatz die Kommunikation und Bewerbung der Veranstaltung sowie die Organisation betreut. Es wurden Radiospots auf verschiedenen Sendern geschaltet, darunter NBC und Südtirol 1. Dazu kam Werbung auf Citylights und in verschiedenen Printmedien wie Dolomiten, Pustertaler Zeitung, Corriere dell'Alto Adige und L'Adige. Auch in den sozialen Medien wurde aktiv kommuniziert.

SOCIAL MEDIA

Reichweite 197.243

Impressionen 597.066

IMPRESSIONEN 1.813.139

PRINT-AUFLAGEN 263.000

SPOTS RADIO 113

Besucher der
Veranstaltung

10.000



SÜDTIROLER SPECKTAG IN NATURNS

Am 5. Mai 2024 fand der Südtiroler Specktag in Naturns statt – ein Fest für die Sinne mit den besten regionalen Köstlichkeiten. Die dritte Auflage des Specktags im Vinschgau wurde erneut in Zusammenarbeit mit der Tourismusgenossenschaft Naturns, IDM Südtirol und dem Südtiroler Speck Konsortium organisiert. Von 10 bis 18 Uhr bot das Event ein abwechslungsreiches Programm, das einen Genussmarkt, Showcooking, Kinderbetreuung und Live-Musik beinhaltete. Die Musikkapelle Naturns eröffnete das musikalische Programm. Die offizielle Eröffnung wurde von den Moderatorinnen Silvia Vontanive und ihrer Tochter Stella durchgeführt. Anwesend waren unter anderem Landesrat Marco Galateo, Bürgermeister Zeno Christanell, EU-Abgeordneter Herbert Dorfmann sowie der Präsident des Südtiroler Speck Konsortiums Paul Recla. Des Weiteren unterhielt Tina Marcelli vom Gourmet-Restaurant Artifex die Besucher mit einem Showcooking rund um den Südtiroler Speck g.g.A. Auch die kleinen Besucher des Specktages kamen nicht zu kurz. Diese bereiteten unter der Führung des Teams von Tina Marcelli hochmotiviert Südtiroler Speckknödel zu. Das kulinarische Angebot für die

Gäste wurde unter der Leitung vom Catering Tribus sowie zweier Naturnser Vereine (Musikkapelle und Krampusverein Naturns) zubereitet und ausgegeben. Fünf Südtiroler Speckhersteller des Konsortiums (Metzgerei Christanell, Moser, Pfitscher, Recla und Merano Speck) sowie weitere Hersteller regionaler Qualitätsprodukte präsentierten ihre Spezialitäten auf dem Genussmarkt. Musikalisch rundeten das Duo David Frank und Magdalena Oberstaller sowie die Fratelli Stonati das Event ab.

Die Veranstaltung wurde durch vielfältige Marketingmaßnahmen beworben, darunter Flyer, Plakate, Citylights an Bushaltestellen, Advertorials, Printwerbung und auf den Social-Media-Kanälen. Auch verschiedene Journalisten und Influencer aus Deutschland und Italien wurden eingeladen, um das Event zu promoten.

SOCIAL MEDIA
160.285
 Reichweite
719.670
 Impressionen



SPECKAPERITIVO WINTER

Jeden Samstag und Sonntag im März 2024 durften sich die Gäste der Ski- und Almenregion auf winterliche Sportfreuden gepaart mit kulinarischen Highlights rund um den Südtiroler Speck g.g.A. Der neue Partner der Veranstaltung, das Südtiroler Schüttelbrot g.g.A., ergänzte die kreativen Speckkreationen schmackhaft und authentisch. Die Skihütten im Skigebiet verwöhnten ihre Gäste mit innovativen Speckkreationen wie zum Beispiel Südtiroler Specksushi und der spannenden Kombination von Jakobsmuschel und Südtiroler Speck g.g.A. Zudem überraschte die Cavaliera, Testimonial des Skigebiets, die Gäste der VIP-Gondeln mit einem exklusiven Speckaperitivo.

Die Veranstaltung wurde durch die Tourismusgenossenschaft Mühlbach, IDM Südtirol und das Konsortium über verschiedene Radiosender, Social-Media-Kanäle und STOL On Tour beworben. Ergänzend erfolgte eine Bewerbung durch Flyer, Tischaufsteller, Menükarten und Plakate. Zudem wurde die Sichtbarkeit der Veranstaltung vor Ort durch Fahnen und Banner in den Skihütten sowie an den Berg- und Talstationen unterstützt. Somit bot der SpeckAperitivo Winter Edition in der einzigartigen Kulisse der Alpen und den regionalen Spezialitäten ein unvergessliches Erlebnis für die Gäste des Skigebiets Gitschberg Jochtal.



SOCIAL MEDIA
201.187
 Reichweite
926.718
 Impressionen

SPECKAPERITIVO SPRING

Jeden Donnerstag im Mai servierten die Lokale Campofranz in Bozen, Café Darling in Meran, Alter Schlachthof in Brixen und COSMO Restaurant & Bar in Bruneck den Gästen innovative Häppchen mit Südtiroler Speck g.g.A. Dabei wurde die traditionelle Spezialität auf moderne Art und Weise in Szene gesetzt. Die Bewerbung der Veranstaltung umfasste eine Radiokampagne auf den Radiosendern Südtirol 1, Radio Tirol, Radio Holiday und NBC, eine Bildergalerie auf Stol on Tour, eine Social-Media-Kampagne und digitale Out-of-Home-Werbung an den Bahnhöfen. Zudem wurde die Bewerbung der Veranstaltung durch verschiedene Werbematerialien wie Flyer, Tischaufsteller, Zahnstocher und Rollups unterstützt, welche man den Lokalen zur Verfügung stellte.

RADIO
 Durchschnittliche
 Tagesreichweite von
213.041
 Personen



SOCIAL MEDIA
85.832
 Personen erreicht
357.526
 Impressionen



SÜDTIROLER SPECKAKADEMIE

Die Speckakademie gliedert sich in die vom Konsortium verfolgte „4-I-Strategie“, die sich aus den Bereichen Informieren, Instruieren, Involvierern und Identifizieren zusammensetzt. Ziel ist es, die Südtiroler mit der Speckkultur, dem geschützten Herstellungsverfahren sowie dem Schutzkonsortium vertraut zu machen, sodass sie sich mit dem Produkt identifizieren. In diesem Rahmen vermittelte die Abendveranstaltung „Speck & Wein“ im Bildungshaus Kloster Neustift den zwölf Teilnehmern umfassendes Wissen über Südtiroler Speck und die Kunst des Foodpairing mit Wein. Beim Kochworkshop, ebenfalls eine Abendveranstaltung, bereiteten vierzehn Teilnehmer unter der Führung von Chefkoch Herbert Hintner das perfekte Weihnachtsmenü mit Südtiroler Speck g.g.A. zu.

Für Teilnehmer, die tiefer in die Materie eintauchen wollten, wurde der 4-tägige Kurs „Diplom Speck Expert“ angeboten. Bei Besuchen verschiedener Speckhersteller des Konsortiums (Koflers Delikatessen, Recla und Viktor Kofler), eines Schweinezüchters, eines Schweinemästers und im Kochatelier des HGV, erhielten die Teilnehmer tiefe Einblicke in die Welt des Südtiroler Speck g.g.A. sowie des Südtiroler Bauernspecks. Bei der abschließenden Abschlussprüfung, welche alle sieben Teilnehmer erfolgreich bestanden, wurde ihr Fachwissen zur Spezialität bestätigt. Die neu diplomierten Speck-Experten werden zukünftig als wertvolle Botschafter des Südtiroler Speck g.g.A. sowie des Südtiroler Bauernspecks fungieren.

Im Jahr 2024 konnte die Speckakademie 33 Teilnehmer bei ihren Kursen begrüßen, die durchweg ein sehr positives Feedback hinterließen.

33

Teilnehmer



SPECKSAFARI BOZEN

Die Specksafari, welche eine Altstadtführung mit einer sensorischen Speckverkostung im historischen Speckkeller des Lokals Campofranz kombiniert, ging 2024 bereits in ihr viertes Jahr. Seit diesem Jahr wird die Veranstaltung organisatorisch von IDM Südtirol unterstützt. Dank kontinuierlicher Verbesserungen konnte die Teilnehmerzahl über die Jahre stetig gesteigert werden. Im ersten Halbjahr begrüßte die Specksafari bei insgesamt 14 Terminen – darunter die festen Termine im April und Mai sowie zusätzliche Termine auf Anfrage – insgesamt 203 Teilnehmer. Das entspricht einem Durchschnitt von fast 15 Teilnehmern pro Veranstaltung. Im zweiten Halbjahr fanden ebenfalls 14 Termine statt, wobei die festen Termine im September und Oktober angesetzt waren. Hier nahmen 249 Personen teil, was einen Durchschnitt von fast 18 Teilnehmern pro Veranstaltung ergibt. Insgesamt wurden im Jahr 2024 bei 28 Terminen 452 Teilnehmer begrüßt, was einem Durchschnitt von etwas mehr

als 16 Teilnehmern pro Veranstaltung entspricht und den Südtiroler Speck einer breiten Öffentlichkeit näherbrachte. Infolgedessen blickt die Specksafari optimistisch auf 2025, um noch mehr Touristen über den Südtiroler Speck g.g.A. zu informieren und zu begeistern.



452
Teilnehmer

SPECK & WEIN EMOTION AUF DEM KRONPLATZ

Im Winter 2024 wurde auf dem Kronplatz erneut die beliebte kulinarische Hüttentour „Speck & Wein Emotion“ durchgeführt, die sowohl Sport- als auch Genussliebhaber gleichermaßen begeisterte. Jeden Mittwoch von Januar bis März begleiteten erfahrene Skilehrer die Teilnehmer zu drei ausgewählten Skihütten – der Geiselbergerhütte, der Lorenzhütte und dem Kron Restaurant. Dort erwartete die Gäste ein Genussbotschafter, der sie mit edlen Südtiroler Weinen und dem hochwertigen Südtiroler Speck g.g.A. vertraut machte. Jeder Hüttenbesuch endete mit

einem raffiniert zubereiteten Speckhäppchen, welches die Vielseitigkeit des Südtiroler Specks verdeutlichte.

Die Veranstaltung stieß auf großes Interesse und konnte an insgesamt zehn Terminen 162 Teilnehmer begrüßen. Das abwechslungsreiche Erlebnis, das den perfekten Mix aus sportlicher Aktivität und kulinarischem Genuss bietet, wurde von den Teilnehmern durchweg positiv bewertet und wird auch in den kommenden Jahren eine feste Größe auf dem Kronplatz bleiben.



STRATEGIEENTWICKLUNG ZUR SENSIBILISIERUNG DER GASTRO- UND HORECA-BETRIEBE FÜR DEN SÜDTIROLER SPECK G.G.A.

Im Jahr 2024 wurde in enger Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur Succus eine umfassende Strategie entwickelt, um Gastro- und Horeca-Betriebe für den Südtiroler Speck g.g.A. zu sensibilisieren. Ziel der Strategie war es, das Bewusstsein für die hohe Qualität und die einzigartigen Merkmale des Südtiroler Specks zu schärfen und dessen Präsenz in der Gastronomie sowie im Horeca-Sektor zu stärken. Für die Finalisierung der Strategie wurden verschiedene wichtige Partner in den Prozess integriert, darunter die Gastronomie- und Marketinggruppe des Südtiroler Speck Konsortiums, die ihre Expertise und ihr Netzwerk eingebracht haben. Im Rahmen der Strategie wurde beschlossen, das Konzept nicht nur intern zu entwickeln, sondern auch gezielt nach außen hin zu bewerben. Die erste Phase der Bewerbung ist für das Jahr 2025 vorgesehen, wobei die Kampagne sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich durchgeführt werden soll. Diese Werbemaßnahmen werden in den Folgejahren fortgesetzt und weiter intensiviert.

Das Hauptziel der geplanten Bewerbung ist es, zusätzliche Partner für den Südtiroler Speck g.g.A. zu gewinnen und das Produkt noch stärker im Markt zu positionieren. Dabei liegt der Fokus darauf, die Qualität und Authentizität des Südtiroler Specks g.g.A. zu betonen und neue Geschäftsmöglichkeiten im Gastro- und Horeca-Sektor zu erschließen.



EISACKTALER KOST 2024: EIN KULINARISCHES FESTIVAL

Im März 2024 war die Veranstaltung Eisacktaler Kost ein bedeutender Auslastungstreiber. Das kulinarische Festival, das von den Eisacktaler Kost-Betrieben organisiert wurde, fand im Frühling statt und brachte die Vielfalt der Region auf den Tisch. Insgesamt nahmen 19 Betriebe an der Veranstaltung teil, die durch Pressemitteilungen und Social-Media-Posts begleitet wurde, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen.

Ein wichtiger Bestandteil der Veranstaltung war die Einbindung von Südtiroler Qualitätsprodukten wie dem Südtiroler Bauernspeck, dem Südtiroler Apfel g.g.A. sowie anderen Produkten mit dem Qualitätszeichen Südtirol. Zu diesen Produkten wurden verschiedene Verkostungen und Schulungen angeboten, um deren Besonderheiten und hohe Qualität näherzubringen.

Die Veranstaltung förderte die Vernetzung der teilnehmenden Betriebe untereinander, mit den Produzenten und mit der Region.

19
teilnehmende
Betriebe



HOTELGRUPPIERUNGEN

Im Jahr 2024 wurde die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Hotelgruppierungen der Vinum Hotels, Dolce Vita Hotels sowie dem Verband der Privatvermieter Südtirol fortgesetzt. Diese Partnerschaften setzen auch weiterhin auf die prominente Integration des Südtiroler Specks g.g.A. in das kulinarische Angebot der Hotels, wobei der Speck insbesondere beim Frühstücksbuffet eine zentrale Rolle spielt und so den Gästen als hochwertiges Produkt nahegebracht wird.

Durch die Bereitstellung von hochwertigem Werbematerial wird der Südtiroler Speck g.g.A. in den Gastbetrieben prominent und authentisch in Szene gesetzt und zudem das Personal hinsichtlich der Spezialität informiert und sensibilisiert. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, den Gästen ein einzigartiges Genusserlebnis zu bieten und das Bewusstsein für das regionale Produkt zu stärken.

Ein Highlight der Partnerschaften war die Integration des Südtiroler Specks g.g.A. bei den Veranstaltungen des

Weinbergkinos sowie den kulinarischen Wochen „Rendezvous mit Südtirols Originalen“. Diese Events boten eine ausgezeichnete Plattform, um die Spezialität einem breiten Publikum näherzubringen und sie in einer hochwertigen und innovativen Weise zu inszenieren.

Zudem arbeitete das Konsortium im Jahr 2024 an neuen Kooperationen mit Hotelgruppierungen. Das damit verfolgte Ziel ist es, das Bewusstsein für den Südtiroler Speck g.g.A. in der lokalen Gastronomie und Hotellerie zu steigern und die Spezialität als Botschafter in den Betrieben zu etablieren.



SÜDTIROL HILFT SPENDENAKTION 2024

Seit 9 Jahren wird in der Vorweihnachtszeit eine karitative Aktion zugunsten von „Südtirol hilft“ durchgeführt. Im Jahr 2024 unterstützten die Südtiroler Speckproduzenten „Südtirol hilft“ mit einer Spende von 10.000,00 €. Mittels eines Frühquiz auf Südtirol 1 und Radio Tirol, das vom 09.09.2024 bis zum 21.09.2024 auf Sendung ging, wurde die Aktion beworben. Dies ermöglichte es uns, gleichzeitig das Speckfest Ende September und die wohltätige Aktion zu bewerben. Hier hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, einen Essensgutschein für zwei Personen am Samstag, 28. September 2024, zu gewinnen, sofern sie Fragen zum Produkt richtig beantworten konnten. Darüber hinaus wurde für jede zum Speck gestellte Frage beim Frühquiz ein Spendenbetrag für Südtirol hilft generiert, der von den Speckproduzenten getragen wurde. Die mediale Kommunikation der Spendenaktion erfolgte über die Radiosender Südtirol 1, Radio Tirol und auf den Social-Media-Kanälen.

Die Spenden an „Südtirol hilft“ kommen Menschen zugute, die sich in einer akuten Notlage befinden. Die mitarbeitenden Hilfsorganisationen haben die Fälle geprüft und

garantieren, dass das gespendete Geld sinnvoll eingesetzt wird. Über das Konsortium wurden sämtliche Kosten der Aktion abgedeckt. Somit kommt jeder gespendete Euro den Bedürftigen zugute! Landeshauptmann Arno Kompatscher bürgt persönlich als Schirmherr für die Organisation.



HOTELFACHSCHULEN SÜDTIROL – SÜDTIROLER SPECK UND SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTE

Die seit einigen Jahren stattfindenden Bildungsveranstaltungen über die Südtiroler Qualitätsprodukte in den Hotelfachschulen wurden im Jahr 2024 fortgesetzt. Das Ziel besteht darin, die Abschlussklassen über die Südtiroler Qualitätsprodukte zu informieren und den Schülerinnen und Schülern durch Verkostungen die sensorischen Eigenschaften ausgewählter Produkte näherzubringen. Die Schulungen und Verkostungen werden von Genussbotschaftern und Produzenten als Gastreferenten durchgeführt. Im Jahr 2024 fanden ein zweitägiges Seminar im März in der Landeshotelfachschule Kaiserhof und ein eintägiges Seminar im Dezember in der Landesberufsschule für das Gastgewerbe Savoy statt. Insgesamt nahmen 150 Schülerinnen und Schüler an den Seminaren teil.

150
Schüler*innen



LOKALE IMAGEKAMPAGNE: SÜDTIROLER SPECK G.G.A. UND BAUERNSPECK

Auch in diesem Jahr startete das Südtiroler Speck g.g.A. in den Monaten Oktober und November eine Imagekampagne, die sich auf den Bauernspeck und Rezepte mit Südtiroler Speck g.g.A. konzentrierte. Das Hauptziel dieser Kampagne war es, das Image und die Bekanntheit beider Produkte zu steigern sowie den Verkauf durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen zu unterstützen.

Die Kampagne wurde durch verschiedene Marketingaktivitäten umgesetzt, darunter Out of Home, speziell auf Rezepte ausgerichtete Inhalte in lokalen Medien und die Einbindung von regionalen Zeitungen. Auf diese Weise sollte das Bewusstsein des Publikums für die einzigartigen Eigen-

schaften des Südtiroler Speck g.g.A. und des Bauernspecks geschärft und gleichzeitig die Verbindung zu den lokalen gastronomischen Traditionen gestärkt werden.

AUFLAGEN FACHMEDIEN 208.300

GOOGLE DISPLAY NETWORK 1.763.637

Klicks 13.411

FACEBOOK

Reichweite 159.891

Impressionen 869.420



QUALICHECKER: FÜR DEN KAUF LOKALER PRODUKTE SENSIBILISIEREN

Zuhörerinnen und Zuhörer von Südtirol 1 wurden von Anfang bis Mitte April von den sogenannten Qualicheckern beim Lebensmitteleinkauf aufgehalten und ihre Einkaufstaschen auf lokale Produkte „gecheckt“. Wer mindestens drei Qualitätsprodukte in der Tasche hatte, gewann automatisch einen Gutschein im Wert von 100 €. Mit dieser Initiative wurden Konsumentinnen und Konsumenten im ganzen Land für den Kauf lokaler Produkte sensibilisiert. 20 Personen wurden gecheckt, 18 davon hatten mindestens drei Qualitätsprodukte aus Südtirol in der Tasche. Beworben wurde die Kampagne über Südtirol 1, eine Landingpage, die auf der Webseite von Südtirol 1 kreiert worden war, und Social Media.



SOCIAL MEDIA

Erreichte Personen 148.519

LANDINGPAGE AUFRUFE 58.644

SÜDTIROL 1
214.000
Hörer gesamt

KOCHKALENDER

Der Kochkalender der Südtiroler Frau erscheint jedes Jahr am 15. Dezember und enthält für jeden Tag des neuen Jahres einen Rezepttipp, der auf suedtirolerfrau.it nachzulesen ist. 2023 stehen die Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol wie Brot, Eier, Kräuter, Honig, Südtiroler Apfel und der Südtiroler Speck g.g.A. im Mittelpunkt.

Erreichte Leser*innen
55.000



SÜDTIROLER SPECK

OKTOBER

MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
		1	2	3	4	5
		6	7	8	9	10
		11	12	13	14	15
		16	17	18	19	20
		21	22	23	24	25
		26	27	28	29	30
		31				

Südtiroler Kräuter

Well ich *Qualität* will!

Trübe und Kappes

ITALIEN

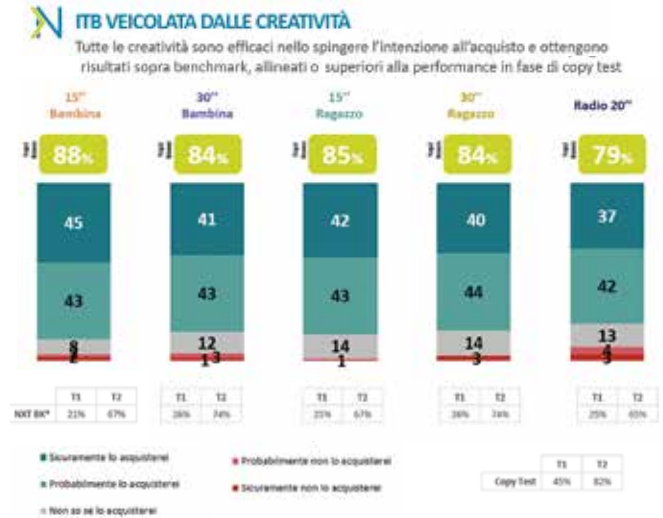
IMAGEKAMPAGNE SÜDTIROLER SPECK G.G.A. „UNESPECKTED“

Das vergangene Jahr war für die Marketinggruppe des Südtiroler Speck Konsortiums ein Jahr voller Herausforderungen. Unser gesetztes Ziel war äußerst ambitioniert, doch wir waren uns bewusst, dass es für uns von grundlegender Bedeutung war, eine neue Kommunikationsstrategie zu entwickeln, um unseren Südtiroler Speck g.g.A. neu zu positionieren – mit einem klaren Fokus: Wertsteigerung.

Daher haben wir einen neuen strategischen Ansatz gewählt, um die Südtiroler Exzellenz auf eine unerwartete Weise zu präsentieren – als eine vielseitige, leichte, raffinierte und für alle geeignete Alternative, sei es für Erwachsene, Kinder oder Sportliebhaber.

Der erste Teil des Jahres war einer sorgfältigen Markt- und Verbraucheranalyse gewidmet. Durch quantitative und qualitative Untersuchungen konnten wir wertvolle Erkenntnisse gewinnen, die es dem Team ermöglichten, eine neue Imagekampagne für Südtiroler Speck g.g.A. für die kommenden drei Jahre zu entwickeln.

Mitte des Jahres konzentrierten wir uns auf die kreative Umsetzung der Kampagne, insbesondere auf die Produktion des



TV-, Radio- und Digital-Spots. Diese wurden von der Agentur Grey konzipiert, mit der Produktionsfirma Filmgood realisiert und von den renommierten Regisseuren Luca und Marcello Lucini inszeniert. Nach 20 Jahren kehrte unser Südtiroler Speck g.g.A. als Hauptakteur auf die Bildschirme der führenden italienischen Fernsehsender zurück – mit einer kreativen Idee, die auf das Unerwartete setzt. Genau wie Südtiroler Speck g.g.A. selbst – ein echtes „Hauptgericht, das du nicht erSPECKst“ (daher der Name des kreativen Konzepts), das alle Verbraucher überraschen kann, indem es die gewohnte Einteilung der Mahlzeiten auf unkonventionelle Weise herausfordert.

Zwischen Sommer und Herbst wurde zudem eine Planungsstrategie für die Kampagne sowie der dazugehörige Medienplan entwickelt, um eine crossmediale Kommunikation zu gewährleisten. Ziel war es, möglichst viele Verbraucher zu erreichen und die Markenbekanntheit des Schutzkonsortiums sowie von Südtiroler Speck g.g.A. zu steigern. Die Ergebnisse der Kampagne wurden durch eine Untersuchung von Nexplora evaluiert, die eine Vorher-Nachher-Analyse durchführte. Wir freuen uns, mitteilen zu können, dass die Daten äußerst positiv ausfallen. Die Kreativität der TV- und Radiospots kam sehr gut an, und ihre Einfachheit hat es ermög-

licht, die Schlüsselbotschaften sowie den Wert von Südtiroler Speck g.g.A. optimal zu vermitteln. Zudem konnte festgestellt werden, dass auch die Markenbekanntheit des Schutzkonsortiums und von Südtiroler Speck g.g.A. gestiegen ist. Uns ist bewusst, dass wir erst am Anfang eines langen Weges stehen und noch viel Arbeit vor uns liegt. Genau deshalb arbeiten wir bereits intensiv am neuen Jahr – mit der zusätzlichen Überzeugung, dass diese Kampagne die Arbeit aller unterstützen kann. Dank gemeinsamer Anstrengung und Zusammenarbeit werden ehrgeizige Ziele erreichbar sein.

PR EVENT – MAILAND

Im Rahmen des Auftakts und der Erstausstrahlung der TV-Kampagne für den Südtiroler Speck g.g.A. wurde ein PR-Event für Mitglieder, Partner sowie Vertreter aus den Bereichen Lifestyle, Food, Trade und Marcom-Medien organisiert. Ziel der Veranstaltung war es, den Fokus der Kampagne vorab zu präsentieren und mit den Journalisten und Gästen nicht nur über die TV-Kampagne zu sprechen, sondern auch über die einzigartigen Merkmale des Südtiroler Speck g.g.A. und die zentrale Rolle des Südtiroler

Speck Konsortiums. Die Präsentation fand in einem Kinosaal statt, und im Anschluss daran gab es einen Umtrunk in besonderer Atmosphäre im Kino-Restaurant. Den Journalisten wurde nach dem Event ein Kit mit Werbematerialien überreicht, und die inhaltlichen Informationen wurden zudem per Pressemitteilung zugesendet.

49
Veröffentlichungen

29
Journalisten
Fachpresse



EIN STÜCK SÜDTIROL IN DEN GRUNDSCHULEN DER LOMBARDEI UND VENETIEN: EIN GEMEINSAMES SCHULPROJEKT BEGEISTERT SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER.

In Zusammenarbeit mit den Experten von La Fabbrica wurde auch in diesem Jahr, zum zweiten Jahr in Folge, das Schulprojekt, das die Schülerinnen und Schüler der Grundschulen in der Lombardei mit dem Südtiroler Speck g.g.A. vertraut macht, weitergeführt. Gemeinsam mit ihren Lehrern begaben sich die Schüler auf eine faszinierende Reise, um die charakteristischen Merkmale des Südtiroler Specks g.g.A. und die Einzigartigkeit unserer Region zu entdecken.

Um diese Erfahrung zu vertiefen, erhielten 427 Schulen kostenloses Unterrichtsmaterial in Form eines Lehrkits, das während des Unterrichts eingesetzt wurde. Das Projekt bietet auch die Möglichkeit zur Teilnahme an einem Wettbewerb. Die Klassen werden gebeten, verschiedene Interpretationen von Rezepten vorzustellen, die sowohl in der Schule als auch zu Hause mit ihren Familien erstellt werden. Die drei Gewinnerklassen werden am Ende des Schuljahres 2024–2025 mit einem großzügigen Sachpreis im Wert von 1.000 € belohnt und haben die exklusive Möglichkeit, an einem speziellen Workshop teilzunehmen.



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

Pressemitteilungen

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

Speck Alto Adige Igp: proteine nobili con gusto

Poco sale, poco fumo e tanta aria fresca di montagna. Lo Speck Alto Adige Igp è uno dei salumi più amati e apprezzati in tutto il mondo. Ogni giorno è lavorato con attenzione e dedizione con l'obiettivo di renderlo sempre più speciale e adatto davvero a tutti: 22 sono in media le settimane di cura, 154 i giorni di delicata attenzione, in tutti i mesi durante i quali lo Speck Alto Adige Igp riposa all'aria di montagna per perdere un terzo del suo peso iniziale e assumere la classica consistenza. Un lungo e lento processo, necessario per certificare un prodotto di qualità a marchio Igp. Un riconoscimento che lo Speck Alto Adige Igp ottiene solo se realizzato con gli ingredienti migliori e nei rispetto di rigidi controlli portati avanti dal Consorzio Tutela Speck Alto Adige. Del gusto delicatamente speziato (grazie all'alloro, al rosmarino e al ginocchio per citarne alcuni), lo Speck Alto Adige Igp contiene un massimo del 9% di sale nel prodotto finale e rappresenta un'ottima fonte proteica (100%), ma soprattutto di alta qualità: fornisce le cosiddette "proteine nobili", ovvero quelle proteine che contengono tutti gli aminoacidi essenziali che l'organismo non è in grado di produrre e che devono pertanto essere introdotte con gli alimenti. Nato dall'unione di due culture gastronomiche, l'affumicatura leggera tipica del nord d'Italia e la stagionatura all'aria utilizzata al Sud, lo Speck Alto Adige Igp resta tra i più magri e leggeri della categoria: solo il 35% sono grassi saturi mentre il restante 65% è composto da insaturi, molto utili per diminuire i valori del colesterolo cattivo a favore di quello buono. Lo Speck Alto Adige Igp contiene macronutrienti e micronutrienti essenziali per un corretto stile di vita, ricco in sostanze nutritive e in sali minerali come sodio, potassio e zinco, è una vera e propria eccellenza della produzione Made in Italy e, come confermato da NFI (Nutrition Foundation of Italy), perfettamente inseribile in una dieta corretta e bilanciata, in ogni fascia d'età.



Die häufigsten Fragen zum Südtiroler Speck g.g.A

Mit unseren Antworten wirst du zu einem Speckexperten

Sich vor dem Kauf über die Qualität eines Produktes zu informieren, sollte für jeden zur Gewohnheit werden. Nur mit seinen Eigenschaften, Nährwerte und Kombinationsmöglichkeiten kennst, kann es optimal in seine Ernährung integrieren. Deshalb haben wir hier alles Wissenswerte über den Südtiroler Speck g.g.A. zusammengestellt: So kann jede Scheibe Speck richtig genossen werden. Übrigens, wusstest du, dass sich der Geschmack je nach Schnittart verändern kann?



Also, wie schneidet man ihn?

Bei hauchdünnen Scheiben mit der Aufschnittmaschine oder in etwas dickere Scheiben mit dem Messer geschnitten. Während die dünnen Scheiben auf der Zunge zergehen und die aromatischen und würzigen Noten hervorheben, bringen die dickeren, von Hand geschnittenen Scheiben den intensiven Fleischgeschmack zur Geltung und bieten eine vollere und saftigere Textur. Der Speck kann auch in Würfel geschnitten werden, z.B. für die Zubereitung von Knödeln. Für einen milderen Geschmack ist es ratsam, die gewürzte Schwarte zu entfernen, aber wenn du einen kräftigeren und intensiveren Geschmack bevorzugst, solltest du sie unbedingt dranlassen!

Und welches Stück Schweinefleisch wird verwendet?

Für die Herstellung von Südtiroler Speck g.g.A. werden nur magere Schweinekeulen verwendet, die nach strengen Qualitätskriterien ausgewählt werden. Wer mehr über die einzelnen Produktionsschritte erfahren möchte, findet [hier](#) alle Details.

Wie konserviere ich Speck richtig?

Wenn der Südtiroler Speck g.g.A. nicht vakuumverpackt ist, sollte er sofort in ein Tuch gewickelt oder zwischen zwei tiefen Tellern im Kühlschrank aufbewahrt werden. So ist er einige Wochen haltbar. Vakuumverpackt und ungeöffnet ist er an einem kühlen, trockenen Ort mehrere Monate haltbar. Nach dem Öffnen der Vakuumverpackung, mindestens eine Stunde vor dem Verzehr, sollte er in einem Tuch oder zwischen zwei Tellern im Kühlschrank aufbewahrt oder erneut vakuumverpackt werden.

Veröffentlichungen

99

Leserschaft

130.947.137

Marktwert

311.289

DEUTSCHLAND

ALLGEMEINE PR-AKTIVITÄTEN

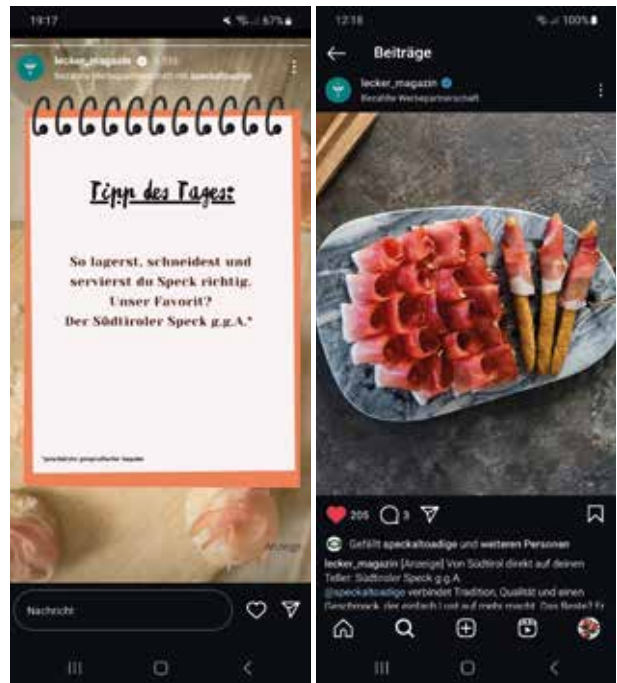
Der Kontakt mit den Medien wurde das ganze Jahr über sorgfältig gepflegt. Neben bewährten Ansätzen wurden den Redaktionen auch neue, interessante Themen vorgeschlagen. Durch spezifische Presse-Mailings und die Bereitstellung neuer Inhalte erhielten die Medien fortlaufend Anlässe zur Berichterstattung. Gezielte PR-Maßnahmen, wie eine Pressereise mit Fallstaff, Medienkooperationen und Bloggerkooperationen trugen dazu bei, die Sichtbarkeit des Südtiroler Specks g.g.A. auf dem deutschen Markt zu stärken.



MEDIENKOOPERATIONEN

Im Laufe des Jahres wurden auf dem deutschen Markt gezielte Kooperationen durchgeführt. Mit Falstaff wurde ein Online-Advertorial umgesetzt, zudem wurde in der Adventszeit ein Türchen im Adventskalender gebucht. Mit Lecker fand im Dezember eine Social-Media-Kooperation statt.

SOCIAL-MEDIA-KOOPERATION LECKER.DE	
Impressionen	634.841
Link-Klicks	183
FALSTAFF ADVENTSKALENDER	
Gesamtaufrufe	15.346
Teilnehmer	6.499
FALSTAFF ONLINE-ADVERTORIAL	
Pageviews	1,5 Mio./Monat
Unique User	1,2 Mio./Monat



BLOGGERKOOPERATION FELIX' KOCHBOOK

Am Ende des Jahres 2024 wurde eine bezahlte Bloggerkooperation durchgeführt. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wurde ein Rezept erstellt, bei dem der Südtiroler Speck als Hauptdarsteller im Mittelpunkt stand. Bilder, Stories und Reels, die diese Kreation präsentierten, wurden veröffentlicht.

Blogaufrufe
39

INSTAGRAM

Erreichte Konten

1.917

Impressionen

2.204

FACEBOOK

Erreichte Konten

133

Impressionen

137

TRADE-AKTIVITÄTEN

Der Südtirol Shop in Shop verbindet regionale Spezialitäten mit einer authentischen Genussskultur und war bereits im dritten Jahr in Folge in Deutschland unterwegs. An 14 Standorten in drei EDEKA-Regionen präsentierte der Shop die Vielfalt und Qualität der Südtiroler Agrarprodukte direkt den deutschen Konsumenten. Die Produkte wurden unter einem einheitlichen Konzept angeboten, das die Herkunft und die herausragende Qualität in den Mittelpunkt stellte. Von köstlichen Weinen und Speck bis hin zu traditionellen Spezialitäten lud das Sortiment zum Entdecken und Genießen ein.

Das ganze Jahr über aktiv, ermöglichte der Südtirol Shop in Shop bei 35 durchgeführten Verkostungen, die Produkte hautnah zu erleben. Diese Verkostungen waren Highlights

für Genießer und boten zugleich spannende Einblicke in die Tradition und Herstellung der Südtiroler Spezialitäten. Parallel dazu setzte die Südtiroler Agrarwelt auf exklusive Kooperationen mit Feinkost Käfer im Süden und Lindner Esskultur im Norden Deutschlands, um die Produkte im Premiumsegment zu positionieren.

Diese Partnerschaften und die Präsenz in den EDEKA-Märkten stärken nicht nur das Image der Südtiroler Agrarprodukte, sondern fördern auch den Vertrieb in wichtigen Märkten. Sie schaffen Vertrauen und unterstreichen den Anspruch an höchste Qualität und Genussskultur. Der Südtirol Shop in Shop bringt die Einzigartigkeit Südtirols direkt zu den Kunden und macht die Genusswelt der Region auf innovative Weise erlebbar.



FRANKREICH

SÜDTIROLER SPECK AUF DER WELTWEIT FÜHRENDEN LEBENSMITTELMESSE SIAL

Vom 19. bis 23. Oktober 2024 war das Südtiroler Speck Konsortium erneut auf der internationalen Fachmesse SIAL in Paris vertreten. Als eine der bedeutendsten Plattformen für Ernährung und Lebensmittel weltweit bot die SIAL eine ideale Gelegenheit, den Südtiroler Speck g.g.A. einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren. Auch in diesem Jahr nahm das Konsortium gemeinsam mit IDM Südtirol und dem Produzenten Recla am Südtiroler Gemeinschaftsstand teil.

Die SIAL 2024: Innovation und Trends im Fokus

Mit rund 265.000 Fachbesuchern aus über 200 Ländern bestätigte die SIAL 2024 ihren Status als führende Fachmesse der Lebensmittelbranche. Die Veranstaltung setzte Schwerpunkte auf zukunftsweisende Themen wie nachhaltige Produktion, innovative Technologien und Verpackungslösungen sowie auf neuartige Geschmackserlebnisse.

Erweiterung internationaler Netzwerke

Für das Südtiroler Speck Konsortium bot die SIAL eine wertvolle Gelegenheit, Kontakte zu potenziellen Partnern und Agenturen weltweit zu knüpfen. Die Messe unterstützte die Produzenten dabei, neue Märkte zu erschließen und die Bekanntheit des Südtiroler Speck g.g.A. international weiter auszubauen. Der direkte Austausch mit Branchenexperten und Fachbesuchern lieferte zudem wichtige Impulse für zukünftige Marktstrategien.



PROMACO – MASTERCLASS UND DEGUSTATIONEN EPICERY

Förderung von Südtiroler Speck g.g.A. in Frankreich: Ein Herbst voller Initiativen

Im Herbst 2024 hat das Konsortium unter dem Motto „Speck Alto Adige PGI. L'authenticité a une saveur inimitable“ eine Reihe von Werbeaktivitäten in Frankreich gestartet, die zu 70% vom italienischen Ministerium für Unternehmen und Made in Italy im Rahmen des Förder-

programms für Kollektivmarken im Ausland finanziert wurden. Ziel dieser Initiativen war es, eine echte Kultur für Südtiroler Speck g.g.A. zu schaffen und zu stärken, ihn vom generischen Speck abzugrenzen und Köche, angehende Köche, Fachleute und Fachjournalisten für seine einzigartigen Eigenschaften zu sensibilisieren.

Verkostungen in Fachgeschäften und Veranstaltungen in Paris

Am 14. und 15. Oktober fanden in Paris zwei Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit epicery statt. Dabei wurde der Südtiroler Speck g.g.A. über 100 Teilnehmern vorgestellt und verkostet, darunter Feinkostgeschäftsinhaber, Gastronomen, Influencer und Fachjournalisten. Gleichzeitig wurden im Oktober und November Verkostungstage für Endverbraucher in den wichtigsten Feinkostgeschäften der bedeutendsten Pariser Arrondissements organisiert.

Hauptakteur bei der Semaine du Goût

Am Freitag, den 22. November, spielte der Südtiroler Speck g.g.A. eine Hauptrolle bei der Semaine du Goût. Die Veranstaltung fand in der Kochschule Lycée Guillaume Tirel in Paris statt und richtete sich an Köche, angehende Köche und Gastronomiebegeisterte. Der Tag umfasste zwei Schulungs-Masterclasses sowie praktische Küchenerfahrungen, die vom italienisch-französischen Chefkoch Denny Imbroisi geleitet wurden. Die Teilnehmer hatten die Möglichkeit, direkt mit dem Produkt zu arbeiten und wertvolle praktische Fähigkeiten zu erwerben. Die Veranstaltung endete mit einem Degustationsmenü für renommierte Köche und Journalisten, die das Engagement und die Kreativität der Studenten zu schätzen wussten.

Workshops an Kochschulen

Zwischen November und Dezember weitete das Konsortium die Förderaktivitäten auf weitere französische Kochschulen aus, indem Workshops und Kurse organisiert wurden, um den Studenten die einzigartigen Eigenschaften des Südtiroler Specks g.g.A. näherzubringen. Zu den beteiligten Schulen gehörten das Ceproc und die EPMT in Paris sowie das Institut Lyfe (ehemals Institut Paul Bocuse) in Lyon. Während dieser Workshops lernten die angehenden Köche die organoleptischen Eigenschaften des Produkts, seine Herkunft und den strengen Kontrollprozess kennen, der ihn vom generischen Speck unterscheidet.

Diese Initiativen zeigen das Engagement des Konsortiums, das Bewusstsein für Südtiroler Speck g.g.A. auf dem französischen Markt – einem der wichtigsten Exportmärkte für italienische Wurst-spezialitäten – zu schärfen und Synergien zwischen Verbrauchern, Fachleuten und angehenden Köchen zu schaffen. Die Arbeit geht mit dem Ziel weiter, das Produkt aufzuwerten und seine internationale Präsenz zu festigen.

Anzahl der Schulungsseminare in Hotelfachschulen

8

Anzahl der Teilnehmer an den Schulungsseminaren

210

Erreichte Kontakte durch Produktverkostungen in Feinkostläden

3.600

Leser von B2B-Printanzeigen

337.500



USA

MESSE SUMMER FANCY FOOD NEW YORK

Der Auftritt des Konsortiums auf der wichtigsten Messe der USA im Sektor, der Fancy Food Show in New York vom 23. bis 25. Juni 2024, war erfolgreich und es konnten Hunderte Interessierte über unser Produkt informiert werden. Allen Besuchern, die ihre Kontaktdaten bereitstellten, wurde nach der Messe zusätzlich eine kurze allgemeine Information (Fact Sheet) zum Produkt und eine Liste mit allen Mailadressen der 5 Hersteller zugeschickt, die den US-Markt bedienen können. Alle Interessierten konnten somit direkt mit den Herstellern Kontakt aufnehmen. Es wurden zusätzlich viele alte Kontakte, auch zu Medien und im Handel, wieder aufgefrischt, da das Konsortium schon 2004 einmal auf der Messe war. Das Interesse am Produkt war dieses Mal wesentlich größer als vor 20 Jahren, aber es zeigt sich auch, dass das Land mit 335 Millionen Einwohnern zwar sehr groß ist, der Markt für europäische Spezialitäten jedoch noch relativ klein, aber stetig wachsend ist. Das zeigt sich auch darin, dass die wichtigen Personen und Unternehmen im Grunde ein relativ kleiner Kreis sind. Insofern ist es wichtig, neben dem Spezialitätenmarkt auch den wesentlich größeren US-Gesamtmarkt anzusprechen. Die Messe selbst und die Stadt New York, mit ca. 20 Millionen Einwohnern, sind zudem immer ein Sprungbrett und Schaufenster für ganz Nordamerika, einschließlich Kanada, woher auch viele Besucher kamen.



Das entsprechende Jubiläum „20 YEARS SPECK ALTO ADIGE IN THE USA“ wurde am Sonntagnachmittag mit einer Pressekonferenz direkt am Stand von ICE auf der Messe gemeinsam mit ca. 50 Gästen gefeiert. ICE hatte dazu ca. 600 Personen aus ihrer Adressdatei eingeladen. Anerkennungsdiplome für Verdienste um den Südtiroler Speck des Konsortiums und des Landes Südtirols wurden vom Landwirtschaftsminister Lollobrigida und dem Vize-Landeshauptmann und Landesrat für Wirtschaft, Marco Galateo, persönlich an den ersten Importeur Cesare Gallo und den ersten Detailhändler in den USA, Lou di Palo, überreicht. Die Anwesenheit des Präsidenten von ICE, Zoppas, der italienischen Botschafterin, des ASSICA-Direktors Calderone und anderer wichtiger Persönlichkeiten bestätigten die Bedeutung unseres Produkts auf diesem Markt. Landesrat Galateo wollte durch diesen Besuch vor Ort auch prüfen, ob und wie diese Messe und der Markt in Zukunft auch von IDM stärker bearbeitet werden sollten. Er konnte dazu auch durch unsere Vermittlung viele persönliche Gespräche führen und den Aufenthalt insofern optimal nutzen.

Kurzfristig wurden wir von ICE New York auch zu einer Abendveranstaltung eingeladen, bei der die offizielle Kandidatur der italienischen Küche zur Aufnahme in das kulturelle Welterbe der UNESCO bekannt gegeben wurde. Mit Landesrat Galateo wurde in diesem Zusammenhang auch besprochen, dass die Südtiroler Marende mit unserem Speck als Spezialität auch dort ihren Platz finden soll. Welch große Werbewirkung der UNESCO-Schutz bewirken kann, sehen wir an der touristischen Entwicklung der Dolomiten in den letzten Jahren.

EU-PROJEKTE

EU-PROJEKT CHEESPE MIT STILFSER KÄSE

Originale, von den Gipfeln Europas: Highlights des zweiten Jahres der europäischen Kampagne

Das zweite Jahr der EU-Kampagne „Originale von den Gipfeln Europas“, vom Südtiroler Speck Konsortium und dem Konsortium Stilsfer Käse g.U., wurde erfolgreich abgeschlossen. Durch eine gezielte und marktspezifische Strategie in Italien, Deutschland und Frankreich sowie innovative Initiativen und wirkungsvolle Kooperationen konnte die Exzellenz der Produkte Südtiroler Speck g.g.A. und Stilsfer Käse g.U. effektiv hervorgehoben werden.

Italien: Partnerschaften und Verkostungsevents

In Italien wurde die Partnerschaft mit La Cucina Italiana weiter gestärkt, indem die Produkte im Rahmen von drei speziellen Events präsentiert wurden. Diese Veranstaltungen, meisterhaft geleitet vom Chefkoch Marco Cassin, richteten sich an Endverbraucher. Expertenbotschafter aus Südtirol vermittelten dabei die Besonderheiten der beiden Produkte. Darüber hinaus wurde durch gezielte Product-Placement-Aktivitäten die Sichtbarkeit der Produkte bei zahlreichen Veranstaltungen der La Scuola de La Cucina Italiana erhöht, wobei ihre Vielseitigkeit in der Küche eindrucksvoll demonstriert wurde.

Im Herbst 2024 wurden in Italien 106 Verkostungstage in Verkaufsstellen der Ketten Aspiag und Coop Nord-Ovest erfolgreich organisiert. Hierbei führten speziell geschulte Promoter die Verbraucher durch ein Geschmackserlebnis.

Deutschland: Workshops und Verkostungstage

Auch in Deutschland erzielten die Kooperationen mit führenden Einzelhandelsketten im Herbst 2024 hervorragende Ergebnisse. Insgesamt fanden 100 Verkostungstage in 50 Filialen von Edeka und REWE statt. Ein weiteres Highlight waren drei Workshops in Berlin, Hamburg und Bad Überkingen, die in Hotelfachschulen für zukünftige Köche veranstaltet wurden. Nach einer theoretischen Einführung durch die charismatische Markenbotschafterin Stefania Lettini und den Koch Martin Kaak-Wingeyer konnten die Teilnehmer mit Kreativität und Begeisterung ein komplettes Menü mit originellen Rezepten auf Basis von Südtiroler Speck g.g.A. und Stilsfer Käse g.U. zubereiten.

Frankreich: Restaurant Weeks und Eataly Paris Marais

In Frankreich fanden die Restaurant Weeks im Januar 2025 als Abschluss des zweiten Kampagnenjahres in Zusammenarbeit mit zehn Pariser Restaurants statt. Besonders hervorzuheben ist die Kooperation mit dem renommierten Pariser Chefkoch Denny Imbroisi, der originelle Rezepte mit Südtiroler Speck g.g.A. und Stilsfer Käse g.U. in seinen exklusiven Restaurants Ida, Malro und Epoca präsentierte.

Ende Januar waren die beiden Produkte zudem Ehrengäste der Festa della Pizza im Eataly Paris Marais. Dort konnten die Teilnehmer eigens kreierte Pizzen in den Restaurants La Piazza und Pasta e Pizza genießen sowie die Produkte pur an einem speziell dafür eingerichteten Stand probieren.

Zusätzliche Kommunikations- und PR-Maßnahmen

Die zahlreichen Kontakte, die durch PR-Aktivitäten, Kooperationen mit Markenbotschaftern und Mikro-Influencern generiert wurden, trugen wesentlich zur Verbreitung der Kampagnenbotschaft bei. Social-Media-Kommunikation und programmatische Kampagnen förderten die Verbreitung von Rezepten und Wissenswertem über Südtiroler Speck g.g.A. und Stilsfer Käse g.U. zusätzlich.



EXPORT

EXPORTAKTIVITÄTEN ALLGEMEIN

Neben den Aktivitäten in Deutschland, Italien und Frankreich im Rahmen des EU-Projektes (CHEESPE EU VO 1144) mit dem Stilsfer Käse g.U., das noch bis Ende 2025 läuft und bei dem wir 70% öffentlichen Beitrag erhalten, konnten wir einige weitere öffentliche Projekte ausarbeiten und Beiträge akquirieren.

Immer in Abstimmung mit der Arbeitsgruppe Export, wo repräsentativ für alle Hersteller 4 Exportmanager u.a. ihr Know-how einbringen und eine ausgewogene Definition der Aktivitäten im Sinne des gesamten Konsortiums sicherstellen, konnten im Jahre 2024 wieder 2 Projekte ausgearbeitet werden, für die wir bedeutende öffentliche Beiträge in Höhe von ca. € 400.000,- für Exportförderaktivitäten (vor allem Verkostungen in Geschäften) in Polen und Deutschland akquirieren konnten. Mit dieser Zielsetzung wurden bei allen für uns zugänglichen Ausschreibungen der verschiedenen Ministerien Projekte ausgearbeitet und eingereicht, und es gelingt nun immer öfter auch, einen Zuschlag zu erhalten. Leider nicht genehmigt wurde ein neues EU-Projekt mit dem Asiago Käse für die Märkte USA und UK, wo wir aber weiter versuchen werden, aktiv zu bleiben.

Nachdem der Stilsferkäse erst kurz vor Weihnachten 2024 die Ausarbeitung eines Antrages auf Verlängerung des oben genannten Projektes beim nächsten Termin im April 2025 abgelehnt hat, haben wir inzwischen entschieden - wie immer in den letzten Jahren - den nächsten Termin nicht ungenutzt verstreichen zu lassen, auch weil der nächste erst wieder April 2026 ist. Aufgrund der inzwischen kurzen Zeit nach der Absage, in der wir keinen anderen Partner finden können, werden wir ein neues EU-Projekt alleine für unser Produkt in Italien und Deutschland ausarbeiten und einreichen, wobei als Hauptaktivität Radiowerbung auch zur Unterstützung der TV-Kampagne in Italien eingesetzt werden soll. Dies ist auf diesen Märkten sinnvoll, weil wir hier eine ausreichende Distribution und Verfügbarkeit des Produktes haben, um sicherzustellen, dass die durch unseren Radiospot angesprochenen Konsumenten das Produkt auch vor Ort kaufen können.

MARKTÜBERGREIFENDE MASSNAHMEN

SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTE BEI EATALY

Eataly setzte diesen Oktober auf Qualitätsprodukte aus Südtirol und auf Südtiroler Produkte mit europäischer Ursprungsbezeichnung. In ausgewählten Filialen der renommierten Einzelhandelskette in den USA und Kanada wurden Produkte wie Südtiroler Speck, Südtiroler Wein DOC und Käse mit dem Südtiroler Qualitätszeichen den Eataly-Kunden vorgestellt. Die Produkte fanden sich nicht nur in den Regalen, sondern konnten an bestimmten Tagen auch gleich verkostet werden. Darüber hinaus wurde ein Südtirol-Menü entwickelt, das einen Monat lang in den Restaurants der beteiligten Geschäfte präsentiert wurde. Neben der Kommunikation wurde ein besonderes Augenmerk auf Fortbildungsveranstaltungen gelegt: In jeder Filiale wurden Vorträge für das Ladenpersonal gehalten, um die Konsumenten für die Südtiroler Qualitätsprodukte zu sensibilisieren.

Insgesamt waren 8 Filialen in 7 Städten beteiligt, darunter die berühmten Eataly-Geschäfte in New York, Toronto, Chicago und Los Angeles.

AGRARKAMPAGNE: HERKUNFTSLAND „QUALITÄT FÜRS LEBEN“

Produkte mit der Marke Südtirol haben ein sehr gutes Image, können aber nicht immer die Wertschöpfung erzielen, die aufgrund der hohen Qualität gerechtfertigt wäre. Eine eigene Kampagne zu den Südtiroler Qualitätsprodukten Südtiroler Wein DOC, Südtiroler Apfel g.g.A. sowie Südtiroler Milch und Milchprodukte mit dem Qualitätszeichen Südtirol soll die Bekanntheit dieser Produkte erhöhen und ihre Qualität herausstellen. Die Kampagne startete Anfang Oktober in Italien mit einem TV-Spot. Im deutschen Markt wurde diese auch über Podcasts und digitale Videokanäle wie YouTube beworben.



DEUTSCHLAND	
Podcast	306.886 Impressionen
Digital Video	12.459.319 completed Views
Digitale Banner	3.968.720 Impressionen

INSTAGRAM-KANAL @SPECKALTOADIGE

Im Jahr 2024 hat der Instagram-Kanal @SpeckAltoAdige, der 2020 ins Leben gerufen wurde, seine Arbeit fortgesetzt und weiter an Bedeutung gewonnen. Instagram bleibt mit fast zwei Milliarden Nutzern eine der größten und wichtigsten Plattformen für die Kommunikation mit der Endverbraucher-Zielgruppe.

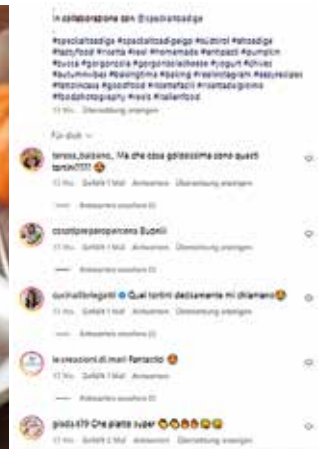
Der Kanal, der in diesem Jahr vom erfahrenen Business- und Communication-Coach Roberta Creazzo betreut wird, setzte weiterhin auf hochwertige und authentische Inhalte rund um den Südtiroler Speck, wobei der Fokus auf den Produzenten, Rezepten, Veranstaltungen und kulinarischen Genusslebnissen lag. Ziel des Kanals war und ist es, eine Business-to-Consumer-Community aufzubauen, insbesondere bei jüngeren Zielgruppen, die sich zunehmend für regionale Spezialitäten und Nachhaltigkeit interessieren. 2024 konnte die Followerzahl auf 3.709 Personen gesteigert werden.

Insgesamt wurden im Jahr 2024 beeindruckende 73.619 Aufrufe erzielt. Die Reichweite lag bei 28.761, und 2.737 Mal wurde das Profil besucht. Die Zahl der Follower stieg um 377 an, wobei sich ein nahezu ausgeglichenes Geschlechterverhältnis zeigt: 49,6 Prozent der Follower sind Frauen und 50,4 Prozent Männer.

Auch die geografische Herkunft der Follower verdeutlicht die internationale Bedeutung des Kanals. Die meisten Follower stammen aus Italien mit 69,3 Prozent, gefolgt von Deutschland mit 12,3 Prozent, den USA mit 3,5 Prozent, Österreich mit 1,8 Prozent und Frankreich mit 1,5 Prozent. Unter den Städten führen Rom mit 3,8 Prozent, Bozen mit 3,4 Prozent, Meran mit 1,9 Prozent, Mailand mit 1,6 Prozent und München mit 0,9 Prozent.

Besonders erfolgreich waren Inhalte, die Rezepte von Influencern in Form von Reels präsentierten. Auch allgemeine Rezeptbeiträge erzielten große Aufmerksamkeit. Stories spielten eine entscheidende Rolle, um die Engagementrate zu steigern, die Community aktiv einzubinden und die Publikationsfrequenz zu erhöhen.

Mit der professionellen Betreuung durch Roberta Creazzo ist der Instagram-Kanal des Speckkonsortiums bestens aufgestellt, um auch in Zukunft digital erfolgreich zu sein und dadurch Imagewerbung beim jüngeren Publikum zu betreiben.



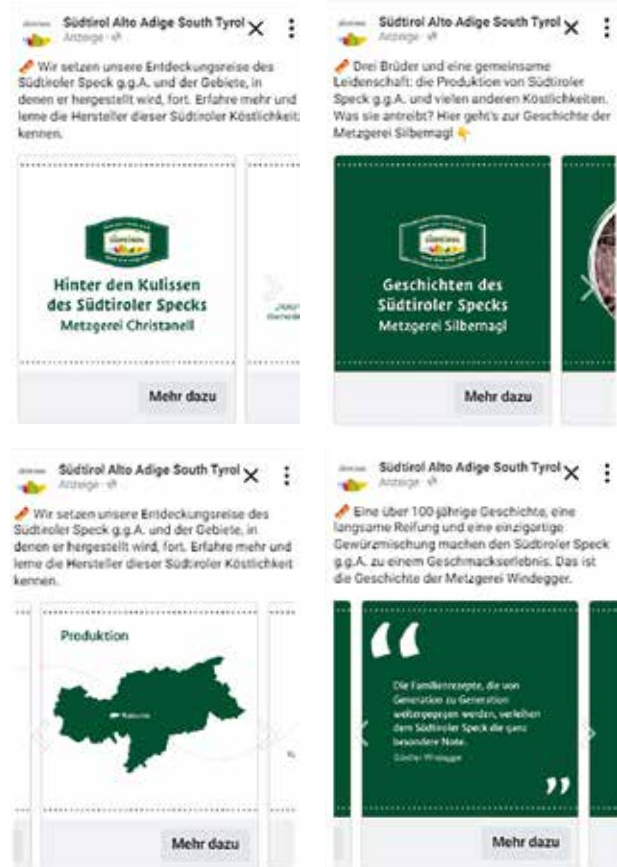
The land of
Speck Alto Adige PGI
Galloni



SPECKGEFLÜSTER AUS ERSTER HAND: „GESCHICHTEN DES SÜDTIROLER SPECKS“ UND „HINTER DEN KULISSEN DES SÜDTIROLER SPECKS“

Welche Bedeutung hat das europäische Gütesiegel „geschützte geografische Angabe“ für jeden einzelnen der 27 Produzenten? Wer sind eigentlich die Personen hinter dem Südtiroler Speck g.g.A.? Was beinhaltet die richtige Gewürzmischung für Südtiroler Speck g.g.A.? Was verbindet die Produzenten des Südtiroler Speck g.g.A. mit den Besonderheiten Südtirols? Um die Produzenten den Gesellschaften in Süddeutschland und Norditalien näherzubringen, wurden auf den Social-Media-Plattformen „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ auf Facebook und „speckaloadige“ auf Instagram zwei neue Kampagnen gestartet. Die „Geschichten des Südtiroler Speck g.g.A.“ stellen die individuellen Produzenten vor, während die Kampagne „Hinter den Kulissen“ einen Einblick in die touristischen und geschichtlichen Besonderheiten der jeweiligen Orte gibt, an denen der Speck hergestellt wird. Diese Kampagnen wurden in Form von monatlichen Karussell-Beiträgen präsentiert und werden bis 2026 fortgesetzt.

Reichweite	791.237
Impressionen	2.741.011
Link-Klicks	26.082



SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM AUF LINKEDIN

Der LinkedIn-Kanal des Südtiroler Speck Konsortiums ging 2024 in sein viertes Jahr. LinkedIn, mit mehr als 920 Millionen Nutzern, ist die weltweit größte berufliche Netzwerkplattform. Ziel des Kanals ist es, ein Business-to-Business-Netzwerk zwischen Akteuren aus dem Lebensmitteleinzelhandel, der Gastronomie, den Wiederverkäufern, der Werbebranche, Reiseunternehmen, nationalen Konsortien, Kontrollinstituten und den Produzenten von Südtiroler Speck aufzubauen.

Im Jahr 2024 entwickelte sich der LinkedIn-Kanal des Speckkonsortiums dank der professionellen Betreuung durch die Business- und Kommunikationscoachin Roberta

Creazzo positiv. Mit einem Zuwachs von 94 neuen Followern stieg die Gesamtanzahl der Abonnenten auf 1.583. Der Kanal erreichte beeindruckende 14.852 Ansichten und verzeichnete 298 direkte Besuche, was die steigende Relevanz der Plattform für die Marke unterstreicht.

Die Analyse der Follower-Herkunft zeigt, dass die größte Community aus Bozen stammt, wo 18,9% der Abonnenten ansässig sind. Weitere wichtige Städte sind Mailand (9%), Rom (3,3%), Verona (2,9%) und Bologna (2,3%), gefolgt von Modena, Turin, Parma, Trient und München. Diese Verteilung verdeutlicht die nationale und grenzübergreifende Reichweite des Kanals.

Besonders erfolgreich waren Beiträge zu Events sowie Inhalte, die die Beziehung zur Community stärken. Diese Postings konnten ein hohes Maß an Engagement erzeugen und die Verbindung zwischen Marke und Zielgruppe weiter festigen. Der LinkedIn-Kanal zeigt somit auch im Jahr 2024 seine zentrale Rolle in der Kommunikationsstrategie des Speckkonsortiums.



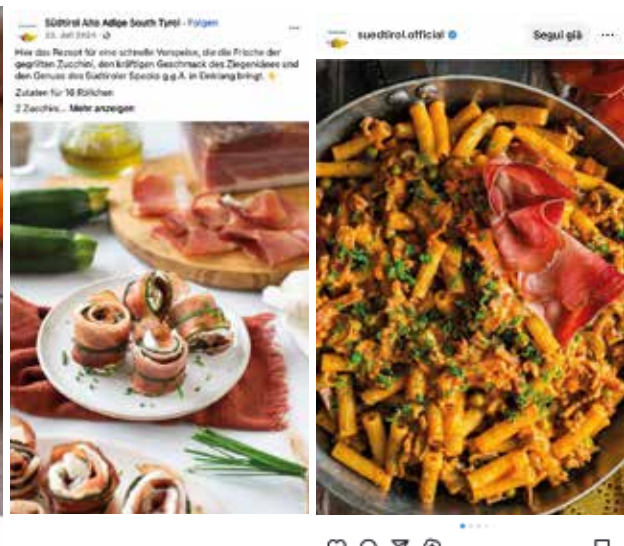
DER SPECK IM WORLD WIDE WEB: WEITERE MARKETINGMASSNAHMEN IM ONLINE-BEREICH

Weitere Marketingmaßnahmen im Online-Bereich betreffen die offizielle Facebook-Seite „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ und den Instagram-Kanal @suedtirol.official sowie die Suchmaschinenoptimierung (SEO). Für Instagram stand der Kanal @speckaltoadige im Fokus, mit dem IDM Südtirol, mit ihrer Facebook-Seite „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ und ihrem Instagram-Kanal @suedtirol.official, stark interagierte. Auf der Facebook-Seite wurden über mehrere Monate verschiedene Themenblöcke rund um den Südti-

roler Speck kommuniziert. Dabei wurde darauf geachtet, jedes Thema im besten dafür geeigneten Werbeformat (Foto, Video, Slideshow oder Karussell) zu bewerben. Schwerpunkte bildeten bei der Aktion spannende neue Rezeptideen, die Rubriken „Geschichten des Südtiroler Speck g.g.A.“ und „Hinter den Kulissen“, die Veranstaltungen Speck Aperitivo, Specktag Naturns, Speckfest und Speck Safari.

FACEBOOK Südtirol Alto Adige South Tyrol	
Anzahl Posts	24
Impressionen	690.588
Reichweite	654.055

INSTAGRAM visitsouthtyrol	
Anzahl Posts	16
Impressionen	454.034
Reichweite	330.024



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



IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND: NEWS & NEWSLETTER

Um alle Interessierten regelmäßig mit aktuellen Informationen rund um das Thema Südtiroler Speck zu versorgen, erscheinen auf www.speck.it einmal im Monat News zu unterschiedlichen Themen: von Veranstaltungen, Events und Rezepten über kuriose Fakten, Tipps und Tricks bis hin zur Vorstellung von Produzenten und Kampagnen. Zudem wird zweimal im Monat ein Newsletter in Deutsch und Italienisch verschickt, der sich dem Thema Südtiroler Speck und den anderen Südtiroler Qualitätsprodukten widmet und insgesamt 52.204 User erreicht.

Durchschnitt Empfänger gesamt 52.204

DEUTSCHLAND

Durchschnitt Empfänger	19.331
Durchschnitt Öffnungsrate	43,24 %
Durchschnitt Klickrate	7,98 %

ITALIEN

Durchschnitt Empfänger	32.873
Durchschnitt Öffnungsrate	31,07 %
Durchschnitt Klickrate	3,41 %

Die häufigsten Fragen zum Südtiroler Speck g.g.A

Mit unseren Antworten wirst du zu einem Speckexperten

Sich vor dem Kauf über die Qualität eines Produktes zu informieren, sollte für jeden zur Gewohnheit werden. Nur wer seine Eigenschaften, Nährwerte und Kombinationsmöglichkeiten kennt, kann es optimal in seine Ernährung integrieren. Deshalb haben wir hier alles Wissenswerte über den Südtiroler Speck g.g.A. zusammengestellt: So kann jede Scheibe Speck richtig genossen werden. Übrigens, wusstest du, dass sich der Geschmack je nach Schnittart verändern kann?



Also, wie schneidet man ihn?

Bei hauchdünnen Scheiben mit der Aufschnittmaschine oder in etwas dickere Scheiben mit dem Messer geschnitten. Während die dünnen Scheiben auf der Zunge zergehen und die aromatischen und würzigen Noten hervorheben, bringen die dickeren, von Hand geschnittenen Scheiben den intensiven Fleischgeschmack zur Geltung und bieten eine vollere und saftigere Textur. Der Speck kann auch in Würfel geschnitten werden, z.B. für die Zubereitung von Knödeln. Für einen milderen Geschmack ist es ratsam, die gewürzte Schwarte zu entfernen, aber wenn du einen kräftigeren und intensiveren Geschmack bevorzugst, solltest du sie unbedingt dranzulassen!

Und welches Stück Schweinefleisch wird verwendet?

Für die Herstellung von Südtiroler Speck g.g.A. werden nur mager Schweinekeulen verwendet, die nach strengen Qualitätskriterien ausgewählt werden. Wer mehr über die einzelnen Produktionsschritte erfahren möchte, findet [hier](#) alle Details.

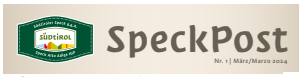
Wie kasserviere ich Speck richtig?

Wenn der Südtiroler Speck g.g.A. nicht vakuumverpackt ist, sollte er sofort in ein Tuch gewickelt oder zwischen zwei tiefen Tellern im Kühlschrank aufbewahrt werden. So ist er einige Wochen haltbar. Vakuumverpackt und ungeöffnet ist er an einem kühlen, trockenen Ort mehrere Monate haltbar. Nach dem Öffnen der

SONSTIGE AKTIVITÄTEN

SPECKPOST

Im Jahr 2024 informierte das Südtiroler Speck Konsortium seine Mitglieder sowie Südtiroler Speck g.g.A.-affine Externe wieder über die wichtigsten News, Tätigkeiten und Termine des Konsortiums. Dazu wurden 4 Ausgaben der SpeckPost im vierteljährlichen Rhythmus verfasst.



SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM | CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Südtiroler Speck Konsortium zieht Bilanz – Paul Recla als Präsident wiedergewählt

Im Zuge der jährlichen Mitgliederversammlung des Südtiroler Speck Konsortiums, die dieses Jahr in der Eremiten-Kapelle in Tramin abgehalten wurde, lösten die Mitglieder auf das abgelaufene Jahr zurück und schufen die Weichen für die Zukunft.



Die Mitgliederversammlung des Südtiroler Speck Konsortiums fand am 27. März 2024 in der Eremiten-Kapelle in Tramin statt. Die Mitglieder haben die Bilanz des vergangenen Jahres abgefragt und die Weichen für die Zukunft gestellt. Paul Recla wurde als Präsident wiedergewählt.



SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM | CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Südtiroler Specktag in Naturns

Am Sonntag, 5. Mai 2024 feierte man im Vinschgau zum dritten Mal den Specktag.



Am Sonntag, 5. Mai 2024, feierte man im Vinschgau zum dritten Mal den Specktag. Die Teilnehmer haben sich über die Produktion und den Genuss von Speck informiert.



SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM | CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Das Südtiroler Speckfest 2024 in Bruneck



Das Südtiroler Speckfest 2024 in Bruneck war ein großer Erfolg. Die Teilnehmer haben sich über die Produktion und den Genuss von Speck informiert. Die Veranstaltung wurde von der Speck Post unterstützt.



SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM | CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Lo Speck Alto Adige IGP torna in TV dopo 20 anni: presentata a Milano la nuova campagna "Il secondo che non ti aSpeckti"

Il Consorzio dello Speck Alto Adige IGP il 28 ottobre ha presentato la nuova campagna. Un nuovo approccio strategico per raccontare l'efficienza artigianale come un secondo insospettato, versatile, leggero, dietetico e adatto proprio a tutti, adulti, bambini e amanti dello sport.



ZUSAMMENGESETZTE PRODUKTE

Die Bekanntheit und Vielseitigkeit des Südtiroler Speck g.g.A. ist in den letzten Jahren bei namhaften europäischen Lebensmittelunternehmen stark angestiegen. Der Südtiroler Speck ist eine beliebte Zutat bei zusammengesetzten Produkten von Firmen, wie Itaipizza, Pastificio Artusi und McDonald's Development. Zurzeit hat das Speck Konsortium genau 25 Verträge mit europäischen Firmen abgeschlossen, die von der Bezeichnung Südtiroler Speck g.g.A. und der geschützten Marke auf Ihrem Produkt profitieren. Auf Grund der steigenden Nachfrage und den damit zusammenhängenden steigenden Kontrollkosten erhält das Speck Konsortium von Seiten der Firmen, seit Ende des Jahres 2020 einen jährlichen Unkostenbeitrag von 1.000,00 €.



PRODUKTSPONSORING

Serie A Bologna FC
Catering VIP Bereich
Saison 2024/25



Tag des Weins Eppan
Verkostung
20. April



**Fleischerschule
Landshut (Deutschland)**
Produktschulung
14. November



**Eröffnung Dynafit
Headquarter
Kiefersfelden**
Catering
19. Sep.



Tour of the Alps
Schloss Enn in Montan
Verkostung
13. April



Vinschgau Hockey Cup
Catering
23. bis 25. August



Südtirol kocht
Alta Badia 25.08
Reischach 01.07
Wolkenstein 20.07
Sand in Taufers 23.10



**Hero Dolomites
Mountainbike
Radrennen**
Catering VIP Bereich
15. Jan.



**Berlinale Film Festival
Berlin**
Catering VIP Bereich
17. Februar



**Bergbauernhilfe
Geschenkkorb**
freiwillige Helfer
05. Okt.



**Südstern Jahrestreffen
Südtiroler im Ausland**
Geschenkkorb
28. Dezember



**Kochbuch
„Italy by Ingredient“
von Viola Buitoni
Verlag Rizzoli New York**



**Weinbergkino
Vinum Hotels**
Catering
17. + 18. +19. Juli



**St. Magdalener
Kirchtag**
Catering
21. Juni



MITGLIEDERVERSAMMLUNG

Am 24. Februar 2024 fand die jährliche Mitgliederversammlung des Südtiroler Speckkonsortiums in der Brennerei Roner in Tramin statt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen richtungsweisende Entscheidungen und die Wahl neuer Mitglieder in die Gremien des Konsortiums. In den Verwaltungsrat wurden Peter Moser, Andreas Kofler, Günther Windegger als Vizepräsident, Paul Recla als Präsident, Roland Obermair und Florian Siebenförcher gewählt. Der Aufsichtsrat setzt sich künftig aus Dr. Werner Marschall, Dr. Alfred Aberer und Martin Haller zusammen, ergänzt durch die Ersatzmitglieder Dr. Plunger Thomas und Haberer Katharina.

Ein weiterer zentraler Tagesordnungspunkt war die Einführung einer Angebotsregulierung für den Südtiroler Speck g.g.A., die von den Mitgliedern einstimmig beschlossen wurde. Diese Maßnahme zielt darauf ab, die Marktstabilität langfristig zu sichern. Zudem verabschiedete die Versammlung die Konsortialbeiträge für das Jahr 2024, bestätigte die Bilanz und den Tätigkeitsbericht für 2023 und genehmigte den Bilanzvorschlag für das Jahr 2024.

Während der Mitgliederversammlung wurde für Begleitpersonen und Nicht-Mitglieder ein attraktives Rahmenprogramm angeboten. Dazu gehörte ein Besuch des Museums

„Hoamet“ im Zentrum von Tramin, der mit einer Verkostung von drei Sorten Gewürztraminer einen genussvollen Abschluss fand. Nach der Sitzung hatten alle Teilnehmer die Gelegenheit, die traditionsreiche Brennerei Roner bei einem geführten Rundgang näher kennenzulernen.

Der Abend begann mit einem Aperitif und mündete in ein gemeinsames festliches Abendessen, das von einem hochwertigen Catering-Service begleitet wurde. Ein besonderer Moment des Abends war die Ehrung langjähriger Mitglieder. Die Christanell GmbH und die Siebenförcher GmbH wurden für ihre jeweils 30-jährige Treue ausgezeichnet, während die Metzgerei Christanell und die Metzgerei Mayr auf 25 Jahre Mitgliedschaft zurückblicken können. Die Metzgerei Gruber wurde für fünf Jahre Mitgliedschaft gewürdigt.

Die Mitgliederversammlung 2024 bot den Teilnehmern nicht nur Gelegenheit, wichtige Entscheidungen für die Zukunft des Konsortiums zu treffen, sondern auch den Austausch und die Gemeinschaft zu pflegen. Mit der Wahl der neuen Gremien und den gefassten Beschlüssen ist das Südtiroler Speck Konsortium bestens aufgestellt, um seine Rolle als Qualitätsgarant und Botschafter für den Südtiroler Speck g.g.A. weiter auszubauen.



STUDIENREISE INS VELTLIN UND BRESAOLA DELLA VALTELLINA G.G.A.

Nach einer mehrjährigen Pause fand im November 2024 erneut eine vom Konsortium organisierte Studienreise für die Produzenten von Südtiroler Speck g.g.A. statt. Sechs Produzenten folgten der Einladung und nahmen an dieser besonderen Reise teil.

Die Abfahrt erfolgte am Donnerstag, den 7. November 2024, am Mittag mit einem gemeinsamen Bus in Richtung Veltlin. Am Abend erreichten wir Tirano (Provinz Sondrio), wo wir im Restaurant Merizzi die traditionellen Gerichte der „Valtellina“ genießen konnten. An diesem Abend begleiteten uns Frau Paola Dolzadelli, Koordinatorin des Konsortiums, sowie Herr Marco Chiapparini, Fremdenführer und Koordinator des Valtellina Food District.

Der Freitag begann mit einer Besichtigung der Firma Rigamonti, bei der uns der gesamte Produktionsprozess der Bresaola della Valtellina g.g.A. detailliert vorgestellt wurde. Anschließend ging es zum Hotel Combolo in Teglio, wo uns die Zubereitung der „Pizzoccheri IGP“ demonstriert wurde. Das Mittagessen bot uns nicht nur die Gelegenheit, die

lokale Küche zu genießen, sondern auch einen Austausch mit Herrn Claudio Palladi, dem Präsidenten des Qualitätsdistrikts Valtellina.

Nach dem Mittagessen nutzten die Verwaltungsräte die Möglichkeit, ihre Sitzung direkt vor Ort abzuhalten. Am Abend ließen wir den Tag im Restaurant Castel Grumello bei einem gemeinsamen Abendessen in entspannter Atmosphäre ausklingen.

Am Samstag, den 9. November 2024, stand eine Besichtigung der Molkerei Chiuro auf dem Programm. Nach einem interessanten Vormittag traten wir um die Mittagszeit die Heimreise an.

Die Studienreise war geprägt von einem regen Austausch zwischen den Teilnehmern und den lokalen Produzenten. Sie bot eine ideale Gelegenheit, Kontakte zu knüpfen und Einblicke in die Produktion und Kulinarik des Veltlins zu gewinnen – eine bereichernde Erfahrung für alle Beteiligten.



DAS SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM STELLT SICH VOR



Paul Recla
Präsident



Günther Windegger
Vizepräsident



Martin Knoll
Direktor



Sascha Grünfelder
Marketing



Verena Rungger
Verwaltung und Mitgliederbetreuung

MITGLIEDERSTAND

Im Jahr 2024 vereint das Südtiroler Speck Konsortium 25 Mitglieder. Austritt von der Metzgerei Stephan von Pföstl mit Beginn des Jahres 2024.

Unsere Produzenten





Südtiroler Speck Konsortium

Lauben 71, 39100 Bozen

Tel. +39 0471 300 381

info@speck.it | www.speck.it