Südtiroler Speck Konsortium

Tätigkeitsbericht 2022

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

Redaktion
Sascha Grünfelder
Julia Watschinger, IDM Südtirol
Martin Knoll
Verena Rungger
Franz Josef Mitterrutzner

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
MARKTÜBERWACHUNG 10
MARKENREGISTRIERUNG UND MARKENÜBERWACHUNG 12

KOMMUNIKATION UND MARKETING 13
Südtirol 14
Italien 23
Deutschland 26
Frankreich 28
EU-Projekte 29
Marktübergreifende Maßnahmen 30
Export 34

SONSTIGE AKTIVITÄTEN 35
SpeckPost 35
Produktsponsorings 36
Zusammengesetzte Produkte 37
Mitgliederversammlung 37
Team Speckkonsortium 38
Mitgliederstand 38

UNSERE PRODUZENTEN 39

Vorwort

Einer mehrjährigen Tradition folgend, übermitteln wir Ihnen anbei eine Übersicht der Tätigkeiten des Südtiroler Speck Konsortium im Jahr 2022. Die Kernthemen im Speck Konsortium blieben dabei unverändert: Wir versuchen die Qualität des Südtiroler Specks g.g.A. konstant zu verbessern, die Bekanntheit der Marke zu steigern und vor Missbrauch zu schützen.
2022 sollte die Rückkehr zur Normalität nach der Corona-Pandemie gelingen, was aufgrund der angespannten weltpolitischen Lage nur bedingt möglich war. Umso bedeutsamer war es im abgelaufenen Jahr die strategischen Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen. Diesbezüglich wurde die erfolgreiche Kampagne „In realtá é Speck Alto Adige IGP“ weitergeführt, welche in Form einer Radio – und Videokampagne und im Monat November dem „Südtiroler Speck g.g.A.“ breite Sichtbarkeit gewährt hat.
Darüber hinaus hat man auch die Bewerbung des Produkts mit den Kampagnen, „Südtiroler Art“, „Weil ich Qualität will“ sowie den Veranstaltungsformaten „Speck Aperitivo Winter Edition“, „Speck Aperitivo Spring Edition“, „Speck Safari“ sowie dem „Specktag Naturns“ vorangetrieben. Zur Förderung des Südtiroler Speck g.g.A. und Sicherung des Marktanteils wurde zudem ein gemeinsames EU-Projekt mit dem Konsortium Stilfser Käse in Italien, Deutschland und Frankreich auf den Weg gebracht und die Arbeit eines Nachhaltigkeitsberichtes weitergeführt.
In Zusammenarbeit mit der Kontrollstelle IFCQ wurde im abgelaufenen Jahr die Einhaltung der Qualitätsrichtlinien in der gesamten Produktionskette kontrolliert, dabei gehen die Kontrollen vom Rohstoff bis zur regelkonformen Präsentation am Verkaufspunkt. Des Weiteren wurde im abgelaufenen Jahr in Zusammenarbeit mit der Kontrollstelle IFCQ das überarbeitete Portal zur Zertifizierung von Südtiroler Speck fertiggestellt und mit dem neuen Jahr in Betrieb genommen.
Als Präsident des Speck Konsortiums und im Namen aller Hersteller möchte ich dieses Vorwort nutzen, um mich ganz herzlich bei Landeshauptmann Arno Kompatscher und Landesrat Philipp Achammer, sowie allen Mitarbeitern der Autonomen Provinz Bozen für die enge Zusammenarbeit und tatkräftige Unterstützung zu bedanken. Ein herzliches Dankeschön gilt auch dem Vize-Präsidenten Günther Windegger und den Verwaltungsräten, dem Aufsichtsrat, den Mitgliedern der Arbeitsgruppen, dem Direktor des Konsortiums Martin Knoll sowie den MitarbeiterInnen Verena Rungger und Sascha Grünfelder. Zudem möchte ich mich bei allen Partnern bedanken, welche uns unterstützen. Ein besonderer Dank geht an alle Produzenten, die ständig daran arbeiten, die Qualität des Südtiroler Speck g.g.A. zu verbessern und dieses Produkt in ihrer Vermarktung fördern.

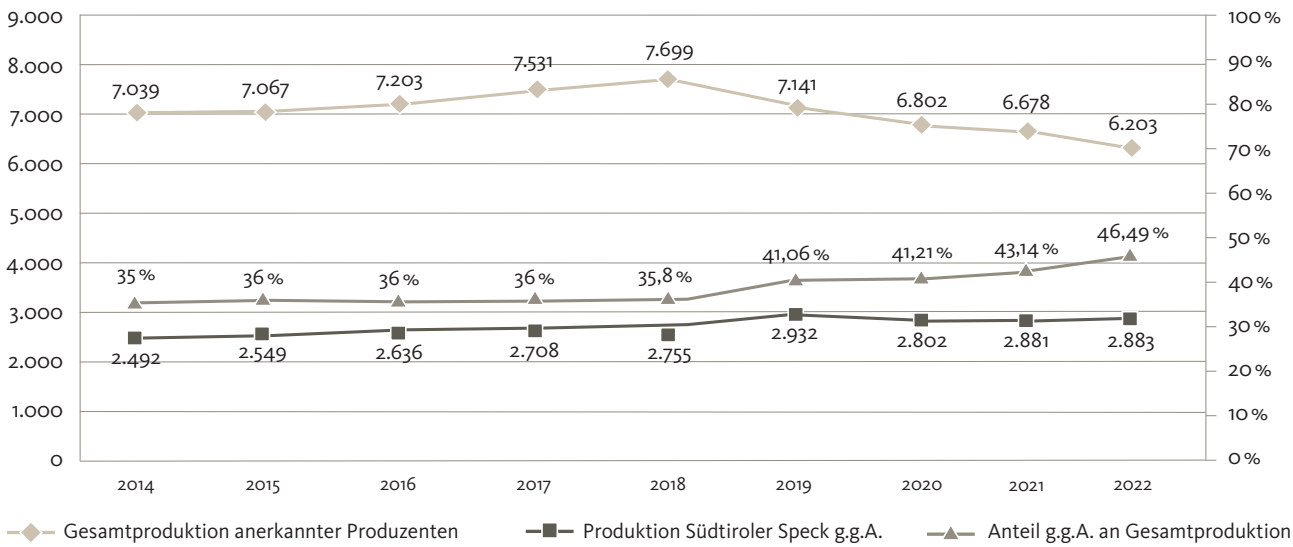
Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Paul Recla
Präsident Südtiroler Speck Konsortium

Produktion

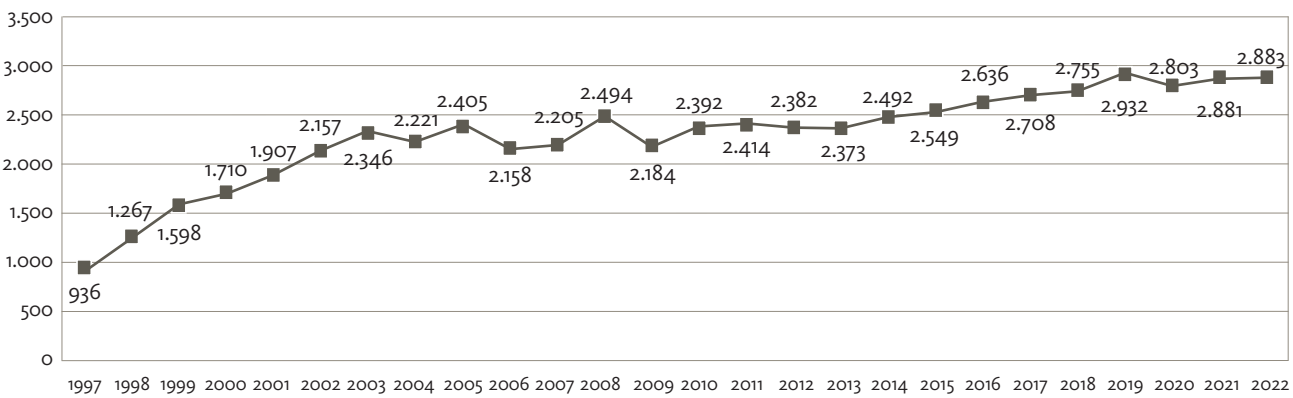
Im Jahr 2022 wurden **2.883.777 Hammen** mit dem Qualitätszeichen „Südtiroler Speck g.g.A“ ausgezeichnet. Dies entspricht 46,5 % der Gesamtproduktion der vom Konsortium anerkannten Hersteller sowie einem Zuwachs von 0,08 % an ausgezeichneten Hammen im Vergleich zum Jahr 2021. Der g.g.A. – Anteil konnte in diesem Jahr wiederum gesteigert werden und entspricht dem höchsten Anteil von Südtiroler Speck g.g.A. aller Zeiten.

VERLAUF PRODUKTIONSZAHLEN



In den letzten Jahren ist die Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. kontinuierlich angestiegen. Nach dem deutlichen Anstieg in den Jahren 1997 bis 2003, kam es in den darauffolgenden 10 Jahren zu einer Stagnation. So ist die Produktion von 2003 nahezu dieselbe wie jene aus dem Jahr 2013. In den letzten Jahren hingegen hatte sich wieder ein Aufwärtstrend erkennen lassen. Nach einem leichten Anstieg der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. im Jahr 2021, war diese im Jahr 2022 mit 2.883 Hammen nahezu identisch zum Vorjahr.

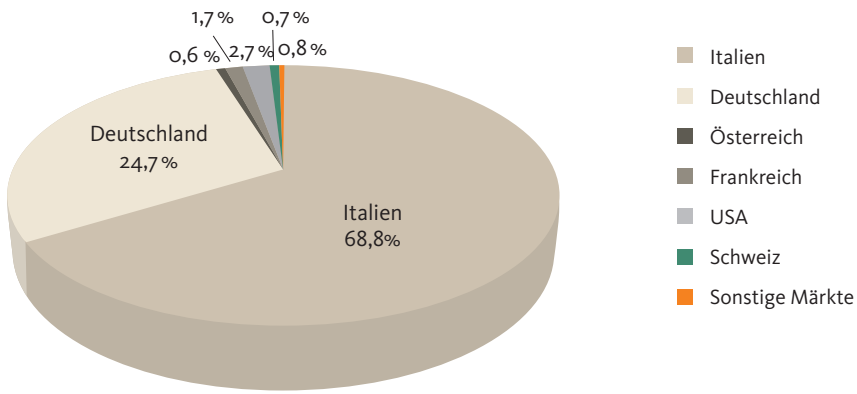
PRODUKTION SÜDTIROLER SPECK G.G.A. - HISTORISCHER VERLAUF 1997–2022



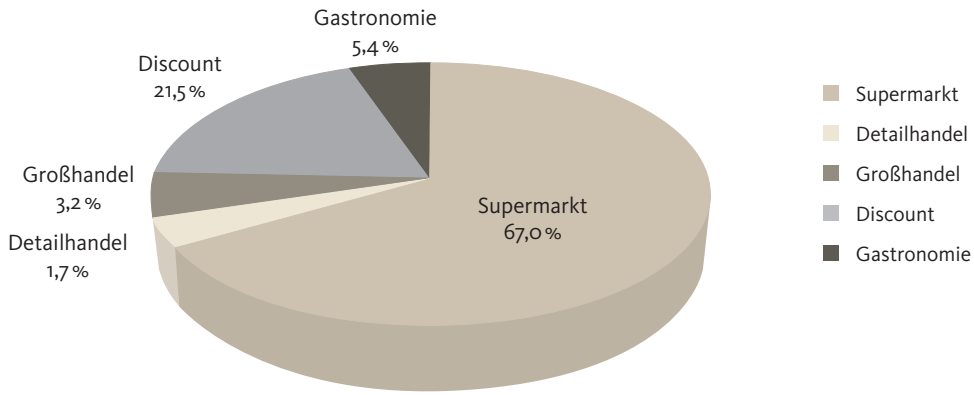
Absatzmärkte und Vertriebskanäle

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 hat. Der Südtiroler Speck ist jedoch auch über die Grenzen Italiens hinaus ein stark nachgefragtes Produkt.
Mit einer Exportquote von 31,2% ist Südtiroler Speck eines der meist exportierten 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 Cocid-19 Pandemie ausgebremst, in diesem Jahr konnte man bereits einen Aufwärtstrend erkennen. In anderen Märkten wie Belgien, Slowenien, Schweden, Niederlande, Kanada, Japan sowie zwanzig weiteren Märkten werden etwa 0,8% der Produktionsmenge exportiert.
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-Covid19 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

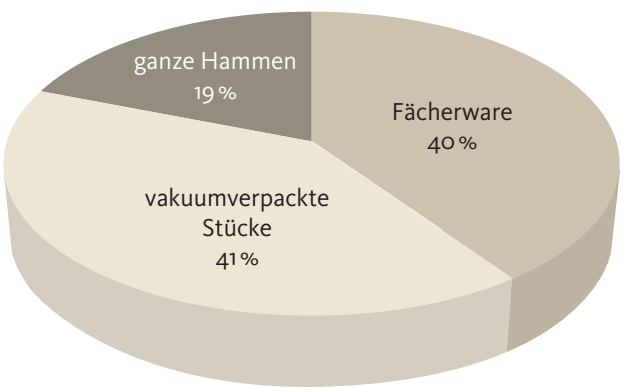


Verpackungstypologien

Im Jahr 2022 wurden **41.901.132 Millionen Verpackungen vorgeschnittene 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, welche einen hohen Wert auf Bequemlichkeit legen. Hinzu kommt, dass die Haushalte immer kleiner werden und die Speckproduzenten im Bereich der Aufschnittmaschinen für die Fächerware weiter investiert haben. Wie in den letzten Jahren bleibt auch 2022 die 100-g-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 Hammen 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



ÜBERSICHT ANZAHL VERPACKUNGEN 2022

GANZE HAMMEN	2021 Anzahl	2022 Anzahl	%
1/1 Speck	509.651	499.237	-2,04%
Gesamt ganze Hammen	**509.651**	**499.237**	**-2,04%**

FÄCHERWARE	2021 Anzahl	2022 Anzahl	%
50 Gramm	439.934	411.615	-6%
60 Gramm	1.821.755	1.751.940	-4%
70 Gramm	3.207.241	2.892.696	-10%
80 Gramm	1.710.139	1.199.155	-30%
90 Gramm	8.080.657	6.587.383	-18%
100 Gramm	28.262.265	26.591.419	-6%
120 Gramm	1.559.814	1.360.799	-13%
125 Gramm	130.420	96.020	-26%
150 Gramm	575.080	493.637	-14%
180 Gramm	0	96.148	
200 Gramm	3.259	5.981	84%
240 Gramm	4.711	10.117	115%
250 Gramm	0	18.312	
300 Gramm	277.498	373.171	34%
500 Gramm	7.109	12.739	79%
Gesamt Fächerware	**46.079.882**	**41.901.132**	**-9,07%**

STÜCKE	2021 Anzahl	2022 Anzahl	%
1/2 Speck	758.955	765.029	1%
1/3 Speck	279	0	-100%
1/4 Speck	479.907	393.736	-18%
1/5 Speck	196	125	-36%
1/6 Speck	263.812	242.245	-82%
1/7 Speck	224.966	247.289	10%
1/8 Speck	2.014.395	2.286.019	13%
1/9 Speck	69.951	67.289	-4%
1/10 Speck	1.793.976	1.689.911	-6%
1/11 Speck	561.476	345.851	-38%
1/12 Speck	17.159	36.762	114%
1/14 Speck	2.416	1.548	-36%
1/15 Speck	52.048	106.230	104%
1/20 Speck	82	0	-100%
1/25 Speck	104	0	-100%
1/30 Speck	0	0	-100%
1/35 Speck	0	21.486	
Gesamte Stücke	**6.239.722**	**6.220.609**	**-0,31%**

Qualitätskontrolle

Die Qualitätskontrollen des Südtiroler Specks g.g.A. werden von Seiten der unabhängigen Kontrollstelle IFCQ Certificazione durchgeführt und reichen von der Überwachung des Rohstoffes bis zum fertigen Speck.
Im Jahr 2022 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 7 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. Dies entspricht einem Anteil von knapp 3% der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A..
Am Ende des Herstellungsprozesses wurden wiederum 334 Speckhammen der organoleptischen Qualitätsprüfung unterzogen und 63 Hammen auf deren chemischen Eigenschaften analysiert.

ROHSTOFFLIEFERANTEN

7 Audits

PRODUZENTEN

Frische Schlegel

7 Analysen
(Salmonellen und Lysterien)

Produkt in Verarbeitung

› 380 Kontrollbesuche
› 77.886 kontrollierte Hammen

Endprodukt

› 334 organoleptische Prüfungen
› 63 chemische Analysen

Marktüberwachung

M. Malnerich

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

Insgesamt wurden im Jahr 2022 1114 Verkaufspunkte in Italien besucht. Zudem wurden 2022 140 Verkaufspunkte im Ausland (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:

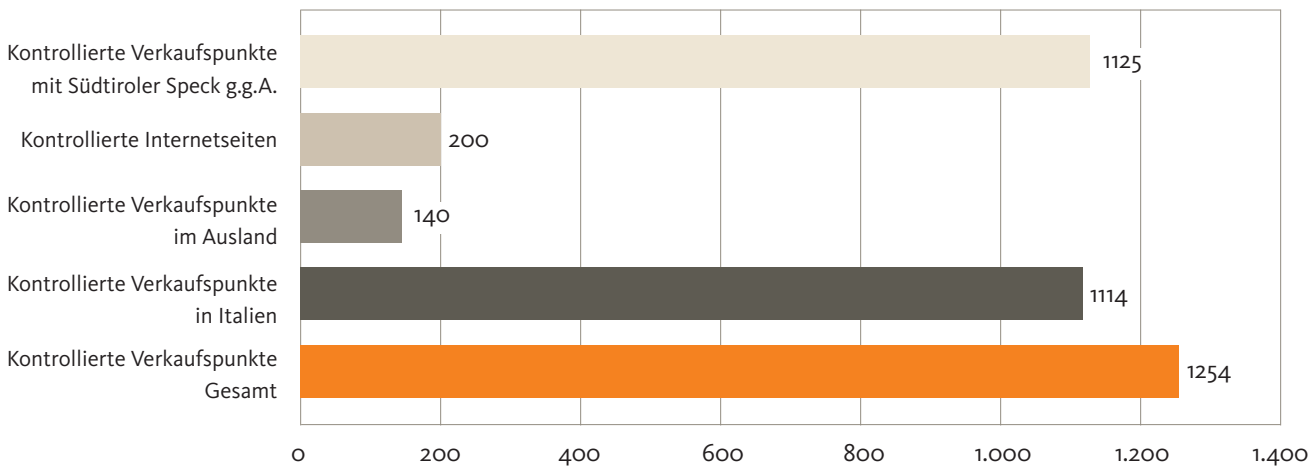
- Angabe der Bezeichnung auf dem Preisschild der Verkaufspunkte;
- Konformität der Produktetikette;
- Verwendung der Bezeichnung und der Marke in Werbeflyern und Promotionsaktionen;
- Verwendung der Bezeichnung auf neuverpackten Produkten.

Insgesamt wurden 56 Verkaufspunkte in der Region Trentino-Südtirol besucht. Ein Großteil der Kontrollvisiten wurde in Ober- und Mittelitalien durchgeführt.

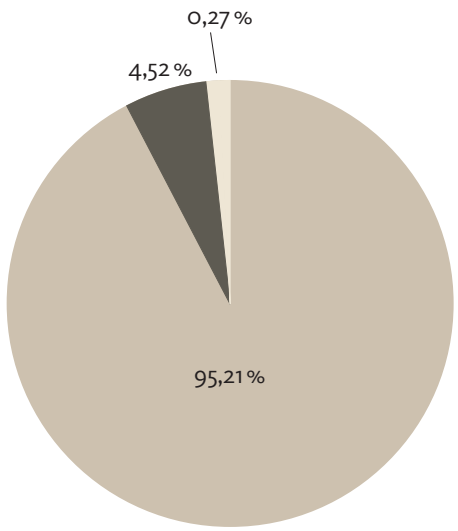
Die Kontrollbesuche wurden übergreifend über die verschiedenen Vertriebskanäle vollzogen. Dabei wurde der Schwerpunkt auf Verkaufspunkte der Supermarktketten gelegt. Geprüft wurden jedoch auch Filialen von Discountern, Einzelhandelsgeschäften und Großflächenmärkten. In den vergangenen 10 Jahren wurden 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.

MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG VON SÜDTIROLER SPECK G.G.A. 2022



MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG



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

Markenregistrierung und Markenüberwachung

Da der Südtiroler Speck international immer stärker an Bekanntheit gewinnt und die geschützten Bezeichnungen außerhalb der EU Großteils nicht anerkannt sind, hat das Südtiroler Speck Konsortium die weltweite Markenüberwachung der Bezeichnungen „Speck“, „Alto Adige“ und „Südtirol“ in der Produktkategorie der Wurstwaren fortgesetzt. Nicht-konforme Markennutzer wurden kontaktiert und aufgefordert die Markennutzung zu unterlassen.
2022 wurde die Erneuerung der IR-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 wurde zudem notwendig einen Benutzungsnachweis zu liefern, um den Markenschutz aufrecht zu erhalten.
Im abgelaufenen Jahr wurde eine neue Unionskollektivmarke beantragt in der EU und in Italien, sowie eine Kollektivmarke für Australien beantragt.
Im Zuge eines Freihandelsabkommens der EU und Singapur konnte die Bezeichnung Südtiroler Speck g.g.A. ebenfalls in Singapur geschützt werden.

Kommunikation und Marketing

Im Auftrag des Südtiroler Speck Konsortiums übernahm IDM Südtirol auch im Jahr 2022 die strategische Planung, Koordination und Umsetzung spezifischer Kommunikations- und Marketingaktivitäten rund um den Südtiroler Speck g.g.A.

Im Jahr 2022 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 weitergeführt.

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 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 Medien weiter bekannt gemacht werden. Wesentlich für die strategische Kommunikation waren zudem die eigenen Kommunikationskanäle @speckaltoadige auf Instagram, Südtiroler Speck Konsortium auf Linkedin und die Website www.speck.it, sowie die produktübergreifenden IDM Kanäle „Südtirol Alto Adige South Tyrol" auf Facebook und @visitsouthtyrol auf Instagram, welche konstant bespielt und erweitert wurden.

Auf den folgenden Seiten werden die Marketing-Tätigkeiten des Jahres detailliert beschrieben.

SÜDTIROL

SÜDTIROLER SPECKTAG IN NATURNS

Am Sonntag, den 22. Mai luden die Tourismusgenossenschaft Naturns, IDM Südtirol und das Südtiroler Speck Konsortium zur ersten Ausgabe des Specktages im Vinschgau ein. Ein abwechslungsreiches Programm mit Genussmarkt, Showcooking und Live-Musik unterhielt die Gäste der Veranstaltung bei sommerlichem Wetter auf dem Rathausplatz in Naturns, wobei auch ein kräftiger Regenschauer der heiteren Stimmung keinen Abbruch tat. Die Südtiroler Speckproduzenten Moser, Recla, Merano Speck und Metzgerei Christanell präsentierten zusammen mit zwölf weiteren Herstellern von Produkten mit Südtiroler Qualitätszeichen die kulinarische Vielfalt unserer Heimat. Sowohl Einheimische wie auch Touristen nutzen 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 Show-cooking auf die hochwertigen Speckgerichte der Gastronomie ein. Diese wurden unter der professionellen Leitung von Chefkoch Fritz Martin von einem 80-köpfigen Team (Naturnser Vereine) an die Kulinarik-Freunde ausgegeben und erfreuten sich großen Zuspruchs. Die Bewerbung des Events erfolgte mittels Flyern, Plakaten, Advertorials, Radiospots sowie auf verschiedenen Social-Media- Kanälen. Nach dieser gelungenen Premiere freuen sich alle Beteiligten bereits auf die Fortführung der Veranstaltung im Jahr 2023.

SÜDTIROLER SPECK G.G.A. IN DER GASTRONOMIE

Die Südtiroler Gastronomie ist ein wichtiger Faktor für die Erfolgsgeschichte des Südtiroler Specks g.g.A., da diese einen hervorragenden Touchpoint sowohl mit der Südtiroler Bevölkerung als auch dem Südtirol Touristen bietet. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit, den Gast vom Produkt zu begeistern und diese positiven Emotionen mit nach Hause zu geben. Historisch gesehen stehen die Hauptabsatzmärkte Deutschland und Italien im direkten Verhältnis zu den Südtiroltouristen aus diesen Ländern. Die steigende Anzahl an Touristen aus Ländern wie zum Beispiel England, Frankreich und den Osteuropäischen Ländern bietet somit eine hervorragende Chance den Absatz auch in diesen Ländern zu steigern. Diesbezüglich ist das Konsortium bestrebt die Anzahl der Partnerbetriebe in der Gastronomie zu steigern, welche Südtiroler Speck g.g.A. einkaufen und diesen prominent in den Speisekarten ausloben. Im Zuge dessen wurde im Jahr 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 Partnerbetrieben zu erhöhen. Zudem wurde auch daran gearbeitet ein Netzwerk von Speckreferenten aufzubauen, welches den Gastronomen die Organisation von Speckverkostungen im Betrieb erleichtern soll. Dadurch gelang es dem Konsortium im Jahr 2022 neue Partner in der Gastronomie zu gewinnen und stellte zudem die Weichen das Netzwerk der Partnerbetriebe weiter auszubauen.

HOTELGRUPPIERUNGEN

Die Kooperationen mit den Hotelgruppierungen der Vinum Hotels und der Dolce Vita Hotels konnten 2022 fortgeführt werden, welche die exklusive Verwendung von Südtiroler Speck g.g.A. in den Betrieben vorsieht. Das Hauptaugenmerk lag dabei weiter auf der prominenten Präsentation des Südtiroler Specks g.g.A. beim Frühstücksbuffet, wo der Großteil der Spezialität im Hotelbetrieb umgesetzt wird. Diesbezüglich stellte man den Hotelbetrieben hochwertiges Werbematerial zur Verfügung, um das Qualitätsprodukt angemessen zu präsentieren. Mittels Speckverkostungen und Produktschulungen für das Servicepersonal sowie das Küchenpersonal, forcierte man die Sensibilisierung der Mitarbeiter bezüglich des Qualitätsproduktes. Darüber hinaus konnte der Südtiroler Speck g.g.A. bei Veranstaltungen wie einer Studienreise der Vinzergemeinschaft und dem Weinbergkino der Vinum Hotels prominent in Szene gesetzt werden. Des Weiteren arbeitet das Konsortium an neuen Kooperationen mit Hotelgruppierungen. Im Zuge dessen hat das Konsortium den Messeauftritt der neuen Gruppierung „Pizzerias Südtirol“ des HDS auf der Hotelmesse in Bozen unterstützt, wobei dem Südtiroler Speck g.g.A. breite Sichtbarkeit gewährt wurde.

Vinum Hotels Südtirol

DOLCE VITA HOTELS®

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 bezüglich des Qualitätsproduktes forciert. Dazu hat man an der die prominenten Platzierung von Südtiroler Speck g.g.A. in den Katalogen der Wiederverkäufer gearbeitet. Zudem konnte eine Produktschulung für die gesamten italienischen Vertreter von Wörndle Granchef realisiert werden. Des Weiteren konnten verschiedene absatzorientierte Gewinnspiele bei Wörndle Interservice, Wörndle Granchef und Foppa Tastesupporter umgesetzt werden, welche mit einem Wellnesswochenende in einem Südtiroler Vinumhotel ausgeschrieben worden waren. Die Gewinnspiele erreichten ihr Ziel und führten zu einer Sensibilisierung und Steigerung des Verkaufs von Südtiroler Speck g.g.A. bei den Wiederverkäufern.

DIE SÜDTIROLER SPECKAKADEMIE

Die Speckakademie gliedert sich in die vom Konsortium verfolgte „4-I-Strategie“ ein, welche folgendermaßen aufgebaut ist. Der Südtiroler soll über die Speckkultur „informiert“ und „instruiert“ sowie auch „involviert“ werden, um sich vollständig mit dem Produkt zu „identifizieren“; ich Südtiroler kaufe selbstverständlich nur Südtiroler Speck g.g.A. Im Zuge dessen vermittelte man den Teilnehmer der Abendveranstaltung **„Speck & Käse“** in der Feinkäserei Capriz umfassendes Produktwissen und was beim Foodpairing von Südtiroler Speck und Käse zu beachtet ist. Wer ein noch profunderes Wissen zum Südtiroler Speck anstrebt und/oder dieses auch gerne selbst an Interessierte des Südtiroler Specks weitergeben möchte, war beim 4-tägigen Kurs **„Diplom Speck Expert”** an der richtigen Stelle. Bei der Besichtigung von Kofler's Delikatessen und Moser Speck wurde den acht Teilnehmern die Speckproduktion nähergebracht. Beim Besuch eines Schweinezüchters, eines Schweinemästers und der Metzgerei Windegger vermittelte man alles Wissenswerte zum Bauernspeck. Abschließend erwarben die Speck-Experten in spe bei einem Kochworkshop unter der Leitung der Foodbloggerin Julia Morat praktische Fähigkeiten im Umgang mit der Spezialität. Den diplomierten Speck Experten soll zukünftig auch verstärkt die Möglichkeit gegeben werden ihr Fachwissen bei Veranstaltungen und Verkostungen rund um den Südtiroler Speck weiterzugeben. Den Teilnehmern 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 ihren kulinarischen Horizont hinsichtlich der Produkte und experimentierten bei einer Verkostung hinsichtlich ihrer bevorzugten Symbiose zwischen Speck und Wein. Beim **„Kochworkshop“** im Gustelier des HGV's unter der Leitung von Sternekoch Herbert Hintner, bereiteten die zehn leidenschaftlichen Köche ein Weihnachtsmenü rund um den Südtiroler Speck g.g.A. zu, welches die Vielseitigkeit der Spezialität in der Küche aufzeigte. Der anschließende Verzehr der gemeinsam zubereiteten Gerichte wurde von einer Weinanpassung des Sommeliers Paolo Tezzele begleitet.

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

DIE SÜDTIROLER SPECK SAFARI BOZEN

Die Specksafari ging 2022 in ihr zweites Jahr. Die Veranstaltung, welche eine kulinarisch ausgelegte Altstadtführung der Stadt Bozen mit einer Speckverkostung in einem traditionellen Wirtshaus verbindet, wird in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsamt der Stadt Bozen sowie dem Verein der Gästeführer der Stadt Bozen organisiert. Zudem hat man in diesem Jahr den Verein der Südtiroler Genussbotschafter als neuen Veranstaltungspartner gewonnen, welcher sich als passionierter und qualifizierter Botschafter des Südtiroler Specks g.g.A. erwiesen hat und die zukünftige Ausweitung des Veranstaltungsformates ermöglicht. Eine weitere Neuheit ist 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 Waagcafè unterstützten die Speckverkostung durch die kompetente Präsentation von Südtiroler Speck und Wein. Somit war es möglich bei zwölf Veranstaltungen zweihundertfünf Teilnehmern den Südtiroler Speck g.g.A. hochwertig näherzubringen, welche durchwegs ein sehr positives Feedback hinterließen. Unter den Teilnehmern konnten die aus den deutschen TV-Sendern ARD und MDR bekannten Fernsehköche Martina Meuth und Moritz Neuner-Duttenhofer begrüßt werden. Nach dieser erfolgreichen Veranstaltungsserie steht der Fortführung der Veranstaltung im Jahr 2023 nichts mehr im Wege.

SPECKAPERITIVO - WINTER EDITION

Jeden Samstag und Sonntag im März 2022 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 neuen Partner Brimi Mozzarella konnte das kulinarische Angebot noch vielfältiger gestaltet und die Sichtbarkeit der Veranstaltung ausgeweitet werden. Ein STOL On Tour Vorbericht sowie die Südtiroler Influencerin Petra Cola stimmten die Winter- und Aperitif-Freunde bereits im Vorfeld auf die Veranstaltung ein. Zudem erfolgte die Bewerbung der Veranstaltung auf den Radiosendern Südtirol 1, Radio Holiday und Radio NBC sowie auf verschiedenen Social- Media-Kanälen der Tourismusgenossenschaft Mühlbach, von IDM Südtirol und des

Konsortiums. Die Veranstaltung hielt was sie versprach: 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.

SPECKAPERITIVO - SPRING EDITION

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. Die Bewerbung der Veranstaltung umfasste eine Radiokampagne auf den Radiosendern Südtirol 1, Radio Holiday sowie Radio NBC, eine Bildergalerie auf Stol on Tour, eine Social-Media-Kampagne, sowie eine Presseaussendung. Zudem wurde die Bewerbung durch verschiedene Werbematerialien wie Flyer, Tischaufsteller, Zahnstocher und Rollups unterstützt, welche man den Lokalen zur Verfügung stellte.

Radio:
über 190 Schaltungen
Gesamttages-Reichweite von
110.000
Personen

Stol on Tour
14.589
Seitenaufrufe

Social Media:
Facebook + Instgram
475.000
Impressionen

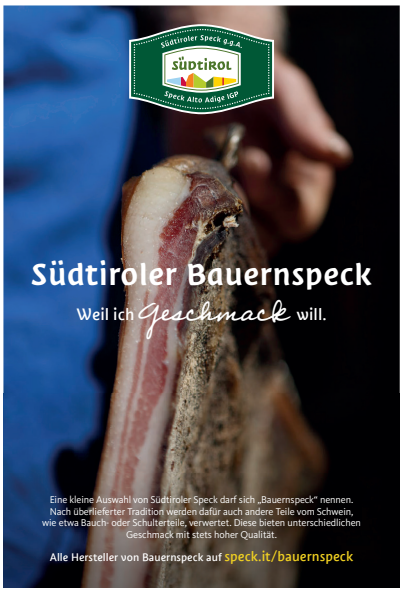
BREITE AUFMERKSAMKEIT FÜR SÜDTIROLER PRODUKTE: HOME MARKET KAMPAGNE „WEIL ICH QUALITÄT WILL“

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

Das langfristige Ziel der Kampagne besteht darin, den Südtirolerinnen und Südtirolern die Vorteile von lokalen Produkten und Dienstleistungen näherzubringen und die Konsumenten dazu bewegen, regional zu kaufen. Die Sujets der Genussmomente, wo auch der Südtiroler Speck Teil davon war, wurde im Dezember über Außenwerbung ausgespielt. Der Südtiroler Speck launchte im September / Oktober für den Südtiroler Speck g.g.A. und den Südtiroler Bauernspeck eine eigene Imagekampagne Unter dem strategischen Dach der lokalen Kampagne „Weil ich Qualität will“ wurde zudem im September und Oktober für den Südtiroler Speck g.g.A. und den Südtiroler Bauernspeck eine eigene Imagekampagne gelauncht. Ziel der Imagekampagne war es das Image und die Bekanntheit von Südtiroler Speck g.g.A. und Südtiroler Bauernspeck zu steigern und den Verkauf zu unterstützen. Beworben wurde die Kampagne unter dem Aufhänger „Weil ich Geschmack will“ über Außenwerbung, Radiowerbung und Werbeanzeigen.

Citylights beider Kampagnen
227
Poster

Radio (Südtirol 1 + Radio Tirol)
156.000
Hörer täglich



WEIHNACHTSAKTION

Seit sieben Jahren wird in der Vorweihnachtszeit eine karitative Aktion zugunsten von „Südtirol hilft“ durchgeführt. Im Jahr 2022 unterstützten die Südtiroler Speck Produzenten „Südtirol hilft“ mittels eines Frühquizes auf Südtirol 1, welches vom 28. November bis zum 23. Dezember auf Sendung ging. Hier hatten die Teilnehmer die Möglichkeit ein Südtiroler Speck g.g.A.-Paket (Speckstück, Specktuch und Speckschürze) zu gewinnen, insofern sie Fragen zum Qualitätsprodukt richtig beantworten konnten. Darüber hinaus wurde für jede beim Frühquiz richtig beantwortete Frage ein Spendenbetrag für Südtirol hilft generiert, welcher von den Speckproduzenten getragen wurde. Die mediale Kommunikation der Spendenaktion erfolgte über die Social-Media-Kanäle sowie einen Radiospot, welcher über die gesamte Adventszeit auf den Radiosender Südtirol 1 und Radio Tirol ausgestrahlt wurde.
Die Spenden an „Südtirol hilft“ kommen Südtirolern zu, welche sich in einer akuten Notlage befinden. Diesbezüglich werden die Spendenempfänger von der Hilfsorganisation akkurat geprüft um zu garantieren, dass das gespendete Geld sinnvoll eingesetzt wird. Der Landeshauptmann Arno Kompatscher bürgt persönlich als Schirmherr für die Organsiation.

KOCHKALENDER

Der Kochkalender der Südtiroler Frau erscheint alle Jahre wieder am 15. Dezember und enthält für jeden Tag des neuen Jahres einen Rezepttipp, welcher auf der Homepage www.suedtirolerfrau.it abgerufen werden kann.
Im Jahr 2023 stehen die Produkte mit Qualitätszeichen Südtirol wie Brot, Eier, Kräuter, Honig und der Südtiroler Speck g.g.A. im Mittelpunkt der Rezeptvorschläge.

Erreichte Leser:innen:
55.000

QUALICHECKER: SENSIBILISIERUNG FÜR DEN KAUF LOKALER PRODUKTE

Die Zuhörerinnen und Zuhörer von Südtirol 1 wurden von Anfang bis Mitte September von den so genannten Qualicheckern beim Lebensmitteleinkauf aufgehalten, um ihre Einkaufstaschen nach lokalen Produkten zu „checken“. Wer mindestens drei Qualitätsprodukte in seiner Tasche hatte, erhielt automatisch einen Gutschein über 100€. Mittels dieser Initiative wurden Konsumentinnen und Konsumenten im ganzen Land, hinsichtlich dem Einkauf von lokalen Produkten sensibilisiert.

Von den zwanzig kontrollierten Personen hatten siebzehn mindestens drei Qualitätsprodukte aus Südtirol in der Tasche, was einem Prozentsatz von 85% entspricht. Die Bewerbung der Kampagne erfolgte auf den Sozialen Medien sowie auf der Homepage und dem Radiosender Südtirol 1.

Radio Südtirol 1
Hörer gesamt
214.000

Landingpage Aufrufe
87.164

Social-Media-Kanäle:
120.000
Personen erreicht

ITALIEN

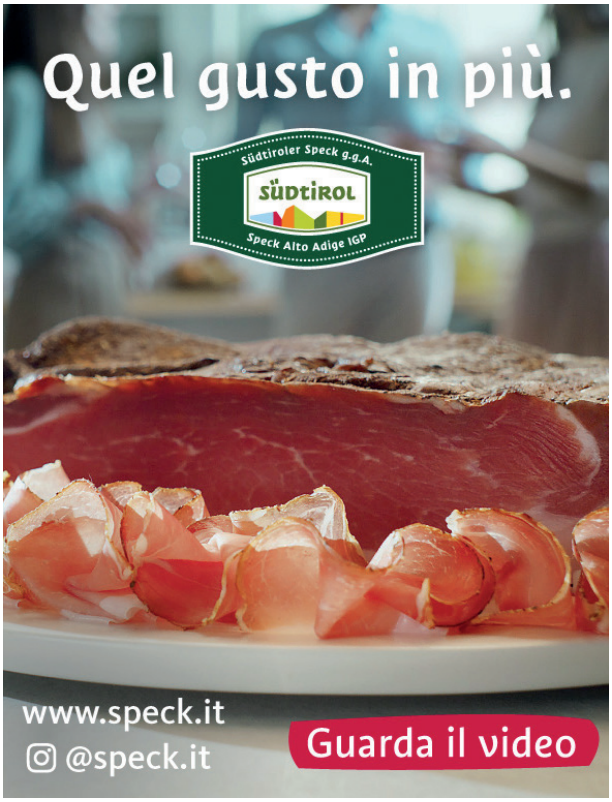
VIERTES JAHR DER KAMPAGNE „IN REALTÀ È SPECK ALTO ADIGE IGP“.

Bereits zum vierten Mal wurde die Kampagne „In realtà è Speck Alto Adige IGP“ von Anfang November bis Mitte Dezember auf dem italienischen Markt gelauncht. Die Bewerbung erfolgte mittels Radiospot auf den wichtigsten nationalen Radiosender sowie anhand eines Videospots auf Onlinemedien. Die Kampagne, welche im Jahr 2019 zum ersten Mal ausgestrahlt wurde, schaffte es die breite Öffentlichkeit zu erreichen indem sie die einzigartigen und unverfälschten Eigenschaften des Südtiroler Specks g.g.A. kommuniziert. Das Qualitätsprodukt vermag es den Konsumenten 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 sowie die Konsumfrequenz der Verbraucher zu steigern.

Der 20-Sekunden-Radiospot wurde über insgesamt zwei Wochen, vom 06. November bis 19. November mit einer geplanten Gesamtreichweite von 83,07 % 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 ausspielte.

Zudem hat man sich im Rahmen eines neuen strategischen Ansatzes der Kampagne dafür entschieden, die Zielgruppe der Kinder, Lehrer und 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 definiert, für welches didaktische Materialien, ein Wettbewerb sowie Aktivitäten für 175 Schulen ausgearbeitet wurden.

Folgende externe Dienstleister waren bei der Kampagne involviert: Mediaagentur „PHD“ verantwortlich für die Mediaplanung, Mediaagentur „White, Red & Green“ verantwortlich für die Kreativität sowie die Medienagentur „La Fabbrica“ verantwortlich für das Schulprojekt.



Radio:
13
nationale Radiosender
83,07 %
Bruttoreichweite
114.037.000
Kontakte

Video Impressionen:
> Rai (Rai Play & Youtube): 2.256.668
> Mediamond (Videomediaset / Infinity): 3.200.000
> Sky Italia (Sky digital Network): 3.438.245
> Summe: 8.894.913

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

Pressemitteilungen

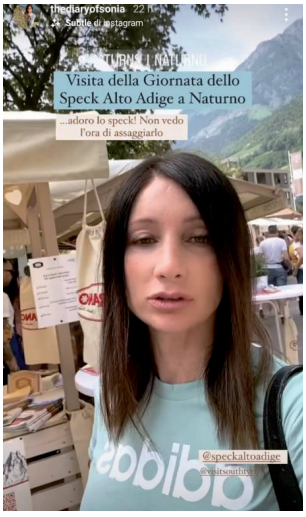
Pressemitteilungen für die Fach- und Publikumspresse versorgten die Medienlandschaft mit umfangreichen Informationen zum Südtiroler Speck g.g.A. Abwechslungsreiche Inhalte und spannende, zum Teil komplett neue Themen bestimmten die On- und Offline-Pressearbeit, wie unter anderem auch eine Medienkooperation bei Cibovagare, ein Weihnachtsmailing und Seedings an ausgewählte Journalisten.

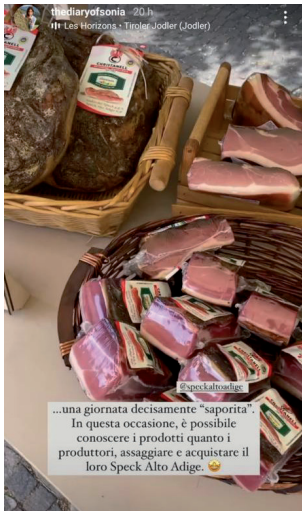
Veröffentlichungen
94
Leserschaft
290.633.196

Pressereisen

Um ausgewählten Journalisten den Südtiroler Speck, seine Herkunft und die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten in der Küche auch vor Ort nahebringen zu können, wurden 2022 fokussierte Pressereisen nach Südtirol organisiert. Die Journalisten unterschiedlicher Zeitschriften wie „lacucinaitaliana“ und „gustomag“ konnten somit die Welt des Südtiroler Specks kennenlernen.

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





PR-Event - Mailand

Das Jahr 2022 ist für das Südtiroler Speck Konsortium – und damit auch für den Südtiroler Speck g.g.A. – ein besonderes Jubiläum. Das von der Handelskammer Bozen verwaltete Konsortium wurde 1992 von 17 Erzeugern gegründet und feiert heuer seinen 30. Geburtstag. Ziel des Zusammenschlusses war von Anfang an der Schutz eines Produktes, das mit seiner Jahrhunderte langen Tradition ein wahres Symbol Südtirols ist. Unter diesem Aufhänger kamen 18 Journalisten zum Presseevent des Südtiroler Specks in Mailand. In einer ansprechenden Lokation wurden die Journalisten vom Geschäftsführer und Präsidenten des Südtiroler Speck Konsortiums empfangen und konnten bei dieser Gelegenheit den Südtiroler Speck und deren Geschichte noch bessere kennenlernen und in verschiedensten Variationen genießen.

4 Online-Veröffentlichungen erzielt

161.000

Personen erreicht

Beim Lebensmitteleinkauf Südtirol-Urlaub gewinnen

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

DEUTSCHLAND

ALLGEMEINE PR-AKTIVITÄTEN

Der Kontakt mit den Medien wurde das ganze Jahr über kontinuierlich gepflegt. Neben dem Bewährten wurden den Redaktionen neue Themen vorgeschlagen. Spezifische Presse-Mailings sowie neue Inhalte gaben den Medien immer wieder Anlässe zur Berichterstattung. Gezielte PR-Maßnahmen und Blogger-Kooperationen, sowie eine Pressereise sorgten für die Sichtbarkeit des Südtiroler Specks g.g.A. am deutschen Markt. Zusätzlich wurde ein Produkttipp auf der Newsseite von Kochrezepte.de sowie ein Gewinnspiel über Essen & Trinken beworben, das weitere große Reichweite für den Südtiroler Speck generierte.

6 Presseaussendungen

Veröffentlichungen Print + Online: **37**
Reichweite: **25.847.033**
Impressionen: **194.851.468**

Gewinnspiel:
Teilnehmer:innen: **3.674**
Impressionen: **131.440**

Genießen und aktiv sein

Die warme Jahreszeit wird bunt und »local« / Veranstaltungen für alle Sinne

Jeder wünscht sich, seinen Urlaub und sein Urlaubsland so richtig zu genießen, hier ganz einfach anzukommen und vieles zu entdecken: Am besten mit und durch die Augen der Einheimischen, um Bräuche und Freudenmomente teilen zu können und das Alltägliche als was Besonderes zu erleben.

Um das richtig anzugehen, gilt es, den geeigneten Moment auszusuchen, um die »locals« auch authentisch zu erleben. Die Südtiroler nehmen sich gerne die Zeit, um Gästen Einblicke in ihre Tätigkeit oder in ihr Lebenauf dem Bauernhof zu geben oder mal gemeinsam einen ganz speziellen Lieblingsplatz aufzusuchen.

In jedem Moment ist die Natur mit ihren unvergleichlichen Schauspielen ist die eigentliche Hauptdarstellerin. Das zeigt sich am besten im Frühling und im Herbst. Wobei der Frühling im Tal bereits mit Ostern beginnt, während in höheren Berglagen der Frühlingsbeginn erst später, ab Mitte Mai, stattfindet. Im Herbst wird es am Berg ab Mitte September ruhiger, und man kann hier wirklich die grandiosen, farbenintensiven Stimmungsbilder genießen. In den Tallagen ist im Herbst Erntezeit, aber sobald alles abgepflückt, gelesen und gekeltert ist, geht hier das »Törggelen« los, die gemütliche Wander- und Genusszeit.

Aber auch schon den Beginn der warmen Jahreszeit erlebt man mit allen Sinnen. Das Schauspiel der Apfelblüte zieht Wanderer und Radfahrer gleichermaßen in ihren Bann, vor allem wenn die spektakulären Eisblüten zum Fotografieren einladen. Überall sprießt und blüht es. Da ist die Spargelzeit in Terlan (31. März bis 20. Mai) genau richtig: Die Terlaner Spargelwirte verzaubern in dieser Zeit mit innovativen und raffinierten Spargelkreationen.

Aus den Blütenfestagen in Lana am Gries wird ab diesem Jahr »Lana blüht«. Nicht nur der Name der Themenwochen im Frühling ist neu, auch für das Auge werden sie durch neue visuelle Hingucker quer durch die Ferienregion Lana und darüber hinaus gut sichtbar. Ebenso bietet das Programm Überraschungen. Hauptdarsteller im April sind die Blüten und Wildkräuter, frisch in Szene gesetzt durch Kreativ-Workshops, Vorträge, Koch-, Dekorationskurse und Exkursionen.

Das Erwachen der Natur spiegelt den Frühling beim Merano Flower Festival vom 22. bis 25. April wider: ein malerisches Blumenbild, welches mit Erlebnissen, Installationen und einigen Veranstaltungen im Zeichen der Nachhaltigkeit und des Umweltbewusstseins in Bewegung kommt. Die diesjährige Ausgabe wird dem Thema der Biodiversität gewidmet.

Der »Kunstgarten« in Bozen lädt vom 22. April bis 1. Mai ein, die schönsten Ecken der Südtiroler Hauptstadt auf einer stimmungsvollen Reise zwischen Natur und Kunst mit Tanz, Musik und Theater zu entdecken. Den Abschluss des Festivals bildet ab dem 30. April der traditionelle Blumenmarkt.

Die Reblandschaften Südtirols laden jederzeit zu Wanderungen und Radtouren ein. Im Weindorf Kaltern steht der Rebensaft im Frühjahr gleich dreimal im Mittelpunkt: Beim Kalterer Weinwandertag am 24. April, bei »Kaltern in Rot« am 27. Mai, und auch der Internationale »Kalterer See Triathlon« verläuft am 7. Mai durch Weinreben. Am 9. und 10. April geht im Weingut Alois Lage der in Margreid die Internationale Weinverkostung »Summa« über die Bühne. Mit dem »Neustifter Frühling« lädt das nördlichste Weinanbaugebiet Italiens am 23. und 24. April zu Wanderungen, Kulinarik und Weißweinverkostungen ein.

Südtiroler Qualitätsprodukte sind gut und man kann auf den vielen Themenwegen auf deren Spuren wandern und so auch mehr zu ihrer Herstellung erfahren. Einige Produkte werden zu wahren Protagonisten von Events, die nur ihnen gewidmet sind. Erstmals findet beispielsweise in Naturns am 22. Mai der Specktag statt. Auf die Besucher wartet ein umfangreiches und modernes Rahmenprogramm im Zeichen des Südtiroler Specks.

Auf eine Jahrhunderte alte Geschichte und Tradition zurückblicken kann man bei Wanderungen entlang der Waalwege, den früheren Bewässerungskanälen. Übrigens laufen derzeit die Bestrebungen auf Hochtouren, um die Waale auf der Malser Haide bald auch als immaterielles Kulturerbe von der UNESCO anerkennen zu lassen.

Die Südtiroler Spezialitäten kann man entweder einfach direkt genießen – oder ihnen auf Themenwegen buchstäblich auf die Spur kommen. Foto: IDM Südtirol-Alto Adige/Manuel Ferrigato

BLOGGERKOOPERATION diejungsdiekochenundbacken

Im Laufe des Jahres 2022 wurde mit den Influencern „diejungskochenundbacken“ eine bezahlte Bloggerkooperation realisiert. Bei dieser Zusammenarbeit wurden vier Rezepte mit dem Hauptdarsteller Südtiroler Speck kreiert, welche man in Form von Bildern, Stories, Reels und Videomaterial auf ihrem Instagram Kanal und Blog veröffentlichte.

Reichweite
66.445

BRANDKAMPAGNE VON IDM SÜDTIROL

Auch dieses Jahr zeigt IDM Südtirol unser Land mit seinen Kernkompetenzen und Exzellenzen im Rahmen einer holistischen Kampagne auf dem Hauptmarkt Deutschland. Die Südtirol Brand Kampagne 2022 war die Fortsetzung der entsprechenden Kampagne aus dem Herbst 2020, als die Marke Südtirol erstmals in allen ihren Facetten und branchenübergreifend ausgespielt wurde. Die Kampagne startete mit Anfang September und lief den ganzen Monat. Beworben wurde die Kampagne in Form von Printwerbung, Auftritten in den wichtigsten Onlinemedien und Social Media Werbung.

Print, CTV, Onlinevideo, Display
76 %
Reichweite
Frequenz
6x

Print-Auflage
8 Mio.
Exemplare

Vollständige Videoansicht
16,16 Mio.

FRANKREICH

GEMEINSAM AUF DER WELTWEIT FÜHRENDEN LEBENSMITTELMESSE SIAL

Vom 15. bis zum 19. Oktober war das Konsortium zusammen mit den Produzenten Recla und Moser, mit einem von IDM Südtirol organisierten Südtiroler Gemeinschaftsstand, auf der internationalen Lebensmittelmesse SIAL in Paris vertreten, welche im Jahr 2022 die Leitmesse für den Lebensmittelsektor war. Die Veranstaltung hatte 265.00 Besuchern aus mehr als 200 Ländern und bot dem Südtiroler Speck g.g.A. somit eine ideale Plattform sich internationalem Publikum zu präsentieren und wertvolle Kontakte zu knüpfen.

KAMPAGNE IN HANDELSMEDIEN IN FRANKREICH

Nach Italien und Deutschland ist Frankreich für den Südtiroler Speck , ähnlich wie für die gesamten italienischen „Salumi“, der wichtigste europäische Markt. Aus diesem Grunde und im Hinblick auf den Auftritt des Speck Konsortiums auf der SIAL im Oktober 2022, wurden für die Zielgruppe des Einzelhandels und der Gastronomie Anzeigen in den wichtigsten Print- und Onlinemedien der französischen Fachzeitungen Les Lineares und LSA geschaltet. Mit diesen sollten die Einkäufer und Importeure zum einen auf unser Produkt und zum anderen auf die in den nächsten Jahren vom Konsortium geplante Intensivierung der Marketingaktivitäten auf dem französischen Markt aufmerksam gemacht werden. Darüber hinaus wurden in den Anzeigen die Herkunft, die Produktvorteile sowie der einzigartige Geschmack und Produktion kommuniziert.

EU-PROJEKTE

NEUE ABSATZFÖRDERUNGSKAMPAGNE „CHEESP" FÜR DEN SÜDTIROLER SPECK G.G.A. UND DEN STILFSER KÄSE G.U.

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, wobei das Speck Konsortium die Trägerschaft des Projekts inne hat.. 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.

Die Kampagne zielt darauf ab, die Verbraucher für Lebensmittel mit geprüfter Qualität und garantierter Herkunft zu sensibilisieren und für regionale Spezialitäten mit den europäischen Ursprungsbezeichnungen „geschütze geografische Angabe" (g.g.A.) bzw. „geschützte Ursprungsbezeichnung" (g.U.) zu begeistern.

Die Maßnahmen richten sich sowohl an Konsumenten, die gerne genießen und auf der Suche nach neuen Geschmackserlebnissen sind, als auch an den Lebensmitteleinzelhandel, die Gastronomie, Journalisten, Blogger und Influencer. Geplant sind umfangreiche Initiativen wie PR-Aktivitäten, eine eigene Webseite, eine Social Media Kampagne sowie verkaufsfördernde Maßnahmen im Handel.

MARKTÜBERGREIFENDE MASSNAHMEN

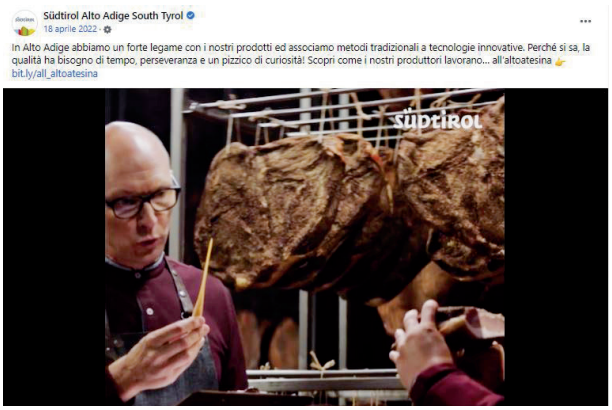
SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTE BEI EATALY

Eataly setzte im August und November 2022 auf Qualitätsprodukte aus Südtirol und auf Südtiroler Produkte mit europäischer Ursprungsbezeichnung. In ausgewählten Filialen der renommierten Einzelhandelskette in Deutscland, Italien und den USA wurden Produkte wie Südtiroler Speck und Äpfel g.g.A., Südtiroler Wein DOC, Apfelsaft und Apfelessig, Sauerkraut und Käse mit dem Südtiroler Qualitätszeichen den Eataly-Kunden vorgestellt. Die Produkte fand man nicht nur in den Regalen, sondern konnten diese auch gleich vor Ort verkosten. Darüber hinaus wurde ein Südtirol-Menü entwickelt, das einen Monat lang in den Restaurants der beteiligten Geschäfte präsentiert wurde. Neben der Kommunikation wurde ein besonderes Augenmerk auf Fortbildungsveranstaltungen gelegt: In jeder Filiale wurden Vorträge für das Ladenpersonal gehalten um die Konsumenten für die Südtiroler Qualitätsprodukte zu sensibilisieren.

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

AGRARKAMPAGNE: HERKUNFTSLAND „SÜDTIROLER ART“

Südtirol als Herkunftsland qualitativ hochwertiger Agrarprodukte zu positionieren, ist das Ziel der Kampagne. Die Botschaft lautet: In Südtirol werden die Produkte nachhaltig mit viel Wissen und Begeisterung hergestellt. Sprechen wir von “Südtiroler Art“, meinen wir die Art und Weise wie Produkte hergestellt werden, aber auch den unverwechselbaren Charakter der Menschen, die hinter den Produkten stehen. Anfang Oktober starte die Kampagne auf dem deutschen und italienischen Markt ins 2. Jahr. Die 2021 produzierten Videos werden auf ausgewählten Online-Medien und über Social Media ausgestrahlt, sowie verschiedene Interviews über die Webseite beworben.



Webseite IT
18.035
Seitenaufrufe

Webseite DE
14.303
Seitenaufrufe

Social Media Video DE + IT
942.762
Impressionen

Social Media Interview DE + IT
823.354
Impressionen

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

Weitere Marketingmaßnahmen im Online-Bereich betrafen die offizielle Facebook-Seite „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ und den Instagram-Kanal @visitsouthtyrol, 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 @visitsouthtyrol stark interagierte. Auf der Facebook-Seite und dem Instagram-Kanal @visitsouthtyrol wurden über mehrere Monate verschiedene Themenblöcke rund um den Südtiroler Speck kommuniziert. Dabei wurde darauf geachtet, jedes Thema im besten dafür geeigneten Werbeformat (Foto, Video, Slideshow oder Karussell) zu bewerben. Schwerpunkte bildeten bei der Aktion spannende neue Rezeptideen, die Vorstellung der Produzenten, die Veranstaltungen Speck Aperitivo, Specktag Naturns, Speck Safari und die Speckakademie.

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 Homepage wurde zudem die Seite der Partner in der Gastronomie aktualisiert und neue Inhalte eingepflegt, sowie Veranstaltungen und dergleichen stetig auf den aktuellen Stand gehalten um den Usern die aktuellen Informationen zur Verfügung zu stellen.

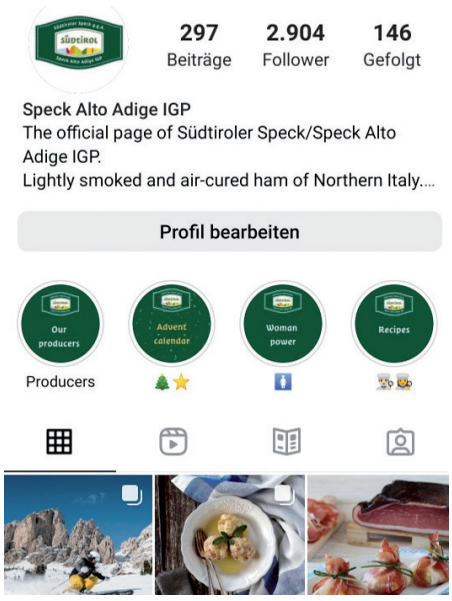
Social-Media-Auswertung 2022:

FACEBOOK Südtirol Alto dige South Tyrol
Anzahl Posts: 22
Impressionen: 1.327.922
Reichweite: 1.084.176

INSTAGRAM visitsouthtyrol
Anzahl Posts: 15
Impressionen: 527.805
Reichweite: 445.247

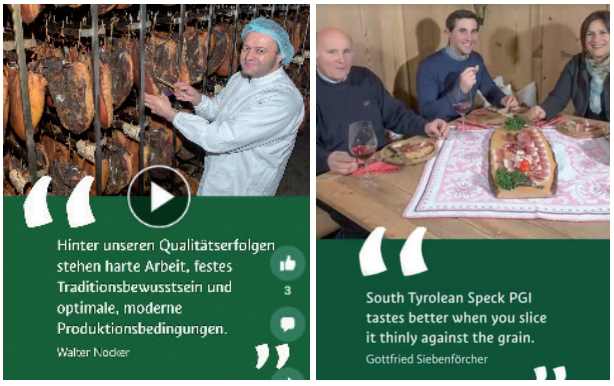
INSTAGRAM-KANAL @SPECKALTOADIGE

Instagram hat im Jahr 2022 fast zwei Milliarden Nutzer und ist damit eines der größten sozialen Netzwerke. Der im Jahr 2020 eröffnete Instagram-Kanal @speckaltoadige ging 2022 in sein drittes Jahr. Dabei setzte man weiterhin auf hochwertige und authentische Inhalte zum Südtiroler Speck. Im Mittelpunkt standen auch in diesem Jahr wiederum die Produzenten, Rezepte, Veranstaltungen, Genussmomente und Tipps rund um den Südtiroler Speck. Ziel des Kanals ist der Aufbau einer Business to Customer Community, welcher in erster Linie zur Imagesteigerung von Südtiroler Speck g.g.A, speziell bei der jüngeren Zielgruppe der Speckkonsumenten, genutzt wird. Diesbezüglich wurden im Jahre 2022 einundneunzig organische Posts veröffentlicht, wodurch man eine Reichweite von 714.371 Personen erzielte. Zudem erreichte man durch bezahlte Schaltungen weitere 726.625 Personen. Die Anzahl der Follower konnte in diesem Zeitraum auf 2.905 Personen gesteigert werden, welche zu 51,4% Männer, 48,6% Frauen und vorrangig im Alter zwischen 35 und 44 Jahren sind.



SPECKGEFLÜSTER AUS ERSTER HAND: SPECK-PRODUZENTEN STELLEN SICH VOR

Welche Bedeutung hat das europäische Gütesiegel „geschützte geografische Angabe“ für jeden einzelnen der 28 Produzenten? Wer sind eigentlich die Personen hinter dem Südtiroler Speck g.g.A.? Was beinhaltet die richtige Gewürzmischung für den Südtiroler Speck g.g.A.? Um der Süddeutschen und Norditalienischen Gesellschaft die Produzenten vorzustellen, die mit viel Fleiß und Können den hochwertigen Südtiroler Speck herstellen, wurde auf der Facebook-Seite „Südtirol Alto Adige South Tyrol“ auch dieses Jahr jeden Monat ein Kurzvideo „Produzent des Monats“ präsentiert. Die 2021 neu erstellten Formate der Kurzvideos wurden auch 2022 ausgespielt. Die landesweite Imagekampagne auf Facebook, die bereits im Jänner 2018 startete, richtet sich im Jahr 2022 an den süddeutschen und norditalienischen Bürger.



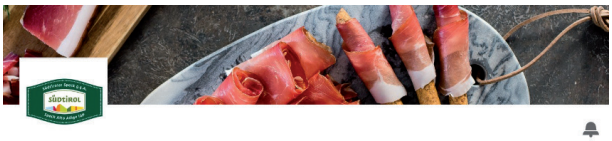
Reichweite
329.535

Impressionen
804.616

Vollständige Videoansicht
522.024

SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM AUF LINKEDIN

Linkedin ist die größte berufliche Social Media Plattform mit über 830 Mio. Nutzer im Jahr 2022. Der 2020 gegründete Kanal des Südtiroler Speck Konsortiums ging 2022 in sein drittes Jahr. Ziel des Kanals ist es weiterhin ein Business-to-Business Netzwerk zwischen Lebensmitteleinzelhandel, der Gastronomie, den Wiederverkäufern, der Werbebranche, den Reiseunternehmen, den nationalen Konsortien, der Kontrollinstitute sowie den Produzenten von Südtiroler Speck aufzubauen. Die Partner wurden über aktuelle Inhalte rund um das Thema Südtiroler Speck g.g.A. informiert. Im Zuge dessen veröffentlichte das Südtiroler



Südtiroler Speck Konsortium
Typisch Speck. Typisch Südtirol. Geschmackvoller Hauptdarsteller. #südtirolerspeck
Gastronomie und Catering · Bolzano, Trentino-Alto Adige · 1.436 Follower:innen

Speck Konsortium im Jahr 2022 108 Updates und erzielte damit 59.638 Impressionen bei der LinkedIn Community, welche auf 1.435 Follower ausgeweitet werden konnte.

IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND: NEWS & NEWSLETTER

Um alle Interessierten regelmäßig mit aktuellen Informationen rund um das Thema Südtiroler Speck zu versorgen, erscheinen auf www.speck.it zweimal im Monat News zu unterschiedlichen Themen: von Veranstaltungen, Events und Rezepten über kuriose Fakten, Tipps und Tricks bis hin zur Vorstellung von Produzenten und Kampagnen. Zudem wird einmal im Monat ein Newsletter in Deutsch und Italienisch verschickt, die sich dem Thema Südtiroler Speck und den anderen Südtiroler Qualitätsprodukten widmet, und insgesamt 30.952 User erreichte.

09.12.22

Köstliche Weihnachten mit Südtiroler Speck g.g.A.

UNWIDERSTEHLICHES MENÜ FÜR DIE FEIERTAGE

Lichter, Deko, Kerzenduft und gemütliches Beisammensein: Alles ist bereit – fehlt nur noch der passende Weihnachtsschmaus. Wie wär's mit Südtiroler Speck g.g.A.? Wir haben uns allerhand schmackhafte Gerichte voller hochwertiger Zutaten für Ihr Menü ausgedacht: Einfach Rezept auswählen, kochen und genießen. Guten Appetit!

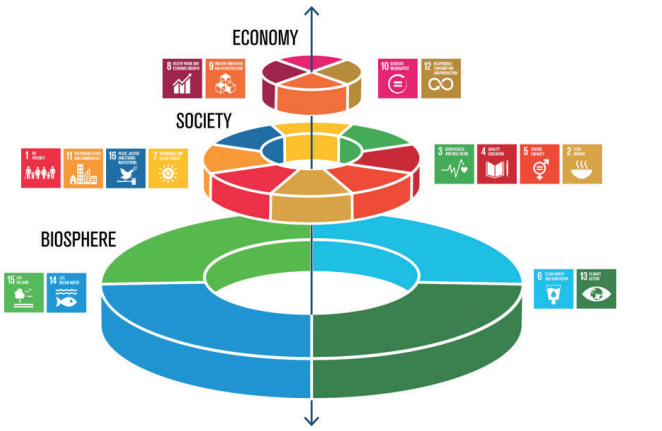
46.547
Newsletter-Empfänger gesamt

Empfänger DE
18.131
Durchschnittliche Öffnungsrate: 44,51 %
Durchschnittliche Klickrate: 8,58 %

Empfänger IT
28.416
Durchschnittliche Öffnungsrate: 30,58 %
Durchschnittliche Klickrate: 3,67 %

NACHHALTIGKEITSPROGRAMM SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM IN ZUSAMMENARBEIT MIT PLENUM

Das Südtiroler Speck Konsortium befasste sich im Jahr 2022 mit dem Thema Nachhaltigkeit und holte sich hierbei Unterstützung von Dr. Alfrd Strigl und Mag. Sylvia Brenzel, Inhaber der Nachhaltigkeitsagentur Plenum aus Wien. Zunächst wurde eine ausführliche Umfrage an die Südtiroler Speck Produzenten versendet, um anschließend im Zuge von vier Workshops an einem Nachhaltigkeitsbericht zu arbeiten. An den Workshops nahmen eine Auswahl an Produzenten teil, welche die Nachhaltigkeitsfachgruppe bilden und federführend mit dem Konsortium und der Agentur Plenum an der Erstellung arbeiten. Die Präsentation des Nachhaltigkeitsberichts wird im Jahr 2023 erfolgen.



EXPORT

EXPORTAKTIVITÄTEN

Gemeinsam mit dem externen Berater Franz J. Mitterrutzner, der Arbeitsgruppe Export, den repräsentativ vertretenen Herstellern und dem Speck Konsortium wurden die Exportaktivitäten neu überdacht und langfristig ausgerichtet. Damit will man der gestiegenen Bedeutung neuer Märkte Rechnung tragen, auf welchen der Konsum weniger zunimmt als in der Vergangenheit.

Im Zuge dessen wurden die Zielmärkte nach spezifischen Kriterien wie zum Beispiel der starken Präsenz von italienischen Fleisch- und Wurstwaren in den jeweiligen Ländern ausgewählt. Somit fiel die Auswahl in erster Linie auf die Länder Frankreich, Polen, USA, Kanada und Japan. Die Importeure italienischer Wurstwaren in diesen Ländern kennen auch den Südtiroler Speck bestens, wodurch bei entsprechender Marketingunterstützung eine erfolgreiche Eingliederung in das Sortiment erfolgsversprechend ist. Japan bleibt als Teil der höchstentwickelten Volkswirtschaften weiterhin attraktiv für uns, kann aber vorübergehend wegen der Schweinepest in der EU nicht beliefert werden. Um diese strategischen Entscheidungen zielführend umzusetzen bedarf es der notwendigen Erfahrung und Expertise auf diesen Märkten. Somit wurde für die bestmögliche Umsetzung neben der Arbeitsgruppe Export sowie der Abteilung „Business Development“ von IDM, auch die Unterstützung der ICE (italienische Außenhandelskammer) in Anspruch genommen. Diese präsentierte den interessierten Herstellern dann auch die Marktstudien mittels Videokonferenz im Rahmen des ersten vom Speck Konsortiums organisierten „Export Days“.

INCOMING USA

Auf Initiative des Speck Konsortiums konnte mit ICE Chicago, zuständig für die großen „Food“ Einzelhandelsketten in den USA, eine Reise von Einkäufern nach Südtirol realisiert werden, welche schon auf der Messe Cibus (3.–6.5.2022) in Parma zu Besuch waren. Diese besichtigten dann zwischen dem 5. und dem 7. Mai, neben einem von IDM und dem Konsortium organisierten Rahmenprogramm, die einzelnen Produktionsstätten. Im Zuge dieser Incomingreise war es möglich einigen wichtigen Einkäufer aus den USA zum ersten Mal die Speckproduktion anschaulich aufzuzeigen sowie einen persönlichen Kontakt mit den Herstellern zu initiieren.

SONSTIGE AKTIVITÄTEN

SPECKPOST

Im Jahr 2022 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. Nachdem der Versand der Speckpost coronabedingt nur mehr digital erfolgte, hat man diese im Jahr 2022 auch wieder physisch versendet.

SONSTIGE PRODUKTSPONSORINGS

Fleischerschule Landshut (Deutschland) – Produktschulungen;
31 März + 14. Juni + 24. Nov. 2022

Mailand - Presseevent;
26. Oktober 2022

Fussballverein FC Ingolstadt – Catering im VIP-Bereich;
Rückrunde Saison 21/22

HDS Hotel Messe Bozen -Showcooking;
17.–20. Oktober 2022

Landesberufsschule für das Gastgewerbe Savoy – Speckverkostung;
2. Dezember 2022

Weingut J. Hofstätter Südtiroler Genussreise - Speckverkostung;
8.–10. Dezember 2022

Weltcup Gröden – Geschenkkorb für Journalisten;
15. + 16. Dezember 2022

VAL GARDENA | GRÖDEN
FIS Ski World Cup

Südstern Jahrestreffen Südtiroler im Ausland – Geschenkkorb;
28. Dezember 2022

Weinbergkino der Vinum Hotels – Speckverkostung;
29. + 30. Juni + 1. Juli 2022

Brot und Strudelmarkt Brixen – Speckverkostung;
30. September – 2. Oktober 2022

ZUSAMMENGESETZTE PRODUKTE

Die Popularität des Südtiroler Specks g.g.A. hat in den letzten Jahren die Nachfrage nach dem Produkt für die Verwendung als Zutat zusammengesetzter Produkte bei namhaften europäischen Lebensmittelfirmen stark ansteigen lassen. Somit war der Südtiroler Speck im Jahr 2022 beliebte Zutat zahlreicher zusammengesetzter Produkte von Firmen wie zum Beispiel Italpizza, Propositum und Knodus. Zudem hat das Speckkonsortium im abgelaufenen Jahr verschiedene interessante Anfragen für das Jahr 2023 erhalten, welche von der geschützten Marke Südtiroler Speck g.g.A. auf Ihrem Produkt profitieren möchten. Im Jahr 2022 waren 37 Verträge für zusammengesetzte Produkte zwischen europäischen Firmen mit dem Speck Konsortium aktiv, welche seit dem Jahr 2020 jeweils einen jährlicher Unkostenbeitrag von 1.000;00€ für die Kontrolltätigkeiten entrichten.

JÄHRLICHE MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2022

Am Samstag den 26. Februar 2022 waren die Mitglieder des Konsortiums anlässlich der jährlichen Mitgliederversammlung im historischen Merkantilgebäude in Bozen zu Gast. Der Rahmen der Veranstaltung wurde zum einen genutzt, um auf das abgelaufene Jahr zurückzublicken aber auch um die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen. Im Zuge dessen wählten die Mitglieder Paul Recla als neuen Präsidenten des Speck Konsortiums, welcher für die nächsten Jahre die Interessen der Südtiroler Speckproduzenten vertreten wird.

Nach der Sitzung hatten die Gäste die Möglichkeit beim geführten Rundgang durch das Merkantilgebäude mehr über die lange Geschichte des historischen Gebäudes in Erfahrung zu bringen. Zudem bot die Mitgliederversammlung einen gebührenden Rahmen um beim anschließenden gemeinsamen Abendessen im Restaurant 37 die langjährigen Mitglieder des Südtiroler Speck Konsortium zu ehren: G. Pfitscher GmbH 20 Jahre; Martin Speck GmbH 20 Jahre sowie Koflers Delikatessen GmbH 10 Jahre.

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 2022 vereint das Südtiroler Speck Konsortium 26 Mitglieder. Der Mitgliederstand blieb unverändert.

Unsere Produzenten

Südtiroler Speck Konsortium
Lauben 71, 39100 Bozen
Tel. +39 0471 300 381
info@speck.it | www.speck.it