



Südtiroler Speck Konsortium
Tätigkeitsbericht 2025



Inhalt

| | |
|--|----|
| VORWORT | 5 |
| PRODUZENTEN | 6 |
| SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM | 7 |
| PRODUKTION | 8 |
| ABSATZMÄRKTE UND VERTRIEBSKANÄLE | 9 |
| VERPACKUNGSTYOLOGIEN | 10 |
| QUALITÄTSKONTROLLE | 11 |
| NACHHALTIGKEIT | 14 |
| MARKTÜBERWACHUNG | 16 |
| MARKENREGISTRIERUNG | 18 |
| | |
| KOMMUNIKATION UND MARKETING | 19 |
| Südtirol | 19 |
| Italien | 27 |
| Deutschland | 30 |
| Polen | 33 |
| USA | 34 |
| Export | 35 |
| EU-Projekte | 36 |
| Marktübergreifende Maßnahmen | 37 |
| Forschung und Entwicklung | 42 |
| | |
| SONSTIGE AKTIVITÄTEN | 43 |
| SpeckPost | 43 |
| Zusammengesetzte Produkte | 43 |
| Produktsponsoring | 44 |
| Mitgliederversammlung | 45 |

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

Redaktion
 Martin Knoll
 Verena Rungger
 Lara Comploi, Julia Watschinger, IDM Südtirol
 Franz Mitterrutzner, FJM Consulting
 Alessandra Zanovello, Alpeker

Fotos
 Südtiroler Speck Konsortium, IDM Südtirol

Grafik
 Friesenecker & Pancheri

Druck
 Ferrari Auer, Bozen



Vorwort

In Anknüpfung an eine langjährige Tradition übermitteln wir Ihnen mit diesem Bericht einen Überblick über die Tätigkeiten des Südtiroler Speck Konsortiums im Jahr 2025. Die zentralen Aufgaben des Konsortiums bleiben dabei unverändert: die Sicherung und kontinuierliche Weiterentwicklung der Qualität von Südtiroler Speck g.g.A., die Stärkung der Markenbekanntheit sowie der konsequente Schutz der geschützten Bezeichnung auf nationalen und internationalen Märkten.

Das Jahr 2025 war von einem herausfordernden Marktumfeld geprägt, das sich unter anderem auf Kostenstrukturen, Lieferketten und internationale Handelsbeziehungen auswirkte und zusätzliche Anforderungen an die Produzenten stellte. Gleichzeitig gewinnt der Klimawandel weiter an Bedeutung und erfordert langfristige, strukturierte Antworten. Vor diesem Hintergrund hat der Specksektor seine Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit konsequent fortgeführt und weiterentwickelt.

In einem stark umkämpften Lebensmittelsektor waren auch 2025 gezielte Maßnahmen erforderlich, um die Nachfrage nach Südtiroler Speck g.g.A. zu stützen und die Marktposition zu festigen. Die im Vorjahr gestartete TV-Kampagne wurde im Berichtsjahr erfolgreich weitergeführt und unterstützte auf dem italienischen Markt sowohl die Steigerung der Bekanntheit als auch den Absatz von Südtiroler Speck g.g.A. Ergänzend dazu wurde die Präsenz des Produkts durch Veranstaltungen wie „Speck Aperitivo“, „Speck Safari“, den „Specktag in Naturns“, das „Speckfest Kronplatz“ sowie durch europäische Projekte gezielt gestärkt.

Parallel dazu hat das Konsortium 2025 neue strategische Dienstleistungen weiter ausgebaut. Ein zentraler Meilenstein war der Start des umfassenden Forschungs- und Entwicklungsprojekts in Zusammenarbeit mit der

SSICA (Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari). Dieses Projekt schafft eine wissenschaftlich fundierte Grundlage für die zukünftige Weiterentwicklung von Qualität, Produktspezifikation und Nachhaltigkeit des Südtiroler Speck g.g.A. und stärkt langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Wertschöpfungskette.

Darüber hinaus setzte das Konsortium verstärkt auf strategisch unterstützende Maßnahmen zur Internationalisierung des Südtiroler Specks. Ziel ist es, bestehende Exportmärkte weiter zu konsolidieren, neue Absatzmärkte zu erschließen und gleichzeitig die Einzigartigkeit und Herkunft des Südtiroler Speck g.g.A. auch außerhalb der EU klar zu positionieren und zu schützen.

Als Präsident des Südtiroler Speck Konsortiums möchte ich diese Gelegenheit nutzen, um Landeshauptmann Arno Kompatscher, Landesrat Marco Galateo, Landesrat Luis Walcher sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Autonomen Provinz Bozen für die konstruktive Zusammenarbeit zu danken. Ein besonderer Dank gilt IDM Südtirol für die strategische Unterstützung in den Bereichen Marktauftritt, Internationalisierung und Kommunikation.

Mein Dank gilt ebenso unserem Vizepräsidenten Günther Windegger, den Mitgliedern des Verwaltungsrates, des Aufsichtsrates und der Arbeitsgruppen sowie dem Direktor des Konsortiums, Martin Knoll, und Verena Rungger für ihr kontinuierliches Engagement. Nicht zuletzt danke ich allen Produzenten, die mit ihrer täglichen Arbeit wesentlich dazu beitragen, die Qualität von Südtiroler Speck g.g.A. weiterzuentwickeln und das Produkt erfolgreich am Markt zu positionieren.



Paul Recla
Präsident Südtiroler Speck Konsortium

Produzenten



| | | | |
|---------------------|------------------|-----------------------|------------------|
| Senfter - Granterre | Martin Speck | Koflers Delikatessen | Metzgerei Mair |
| Recla | Windegger | Metzgerei Christanell | Metzgerei Gstor |
| Moser | Nocker | Schmid | Viumser Speck |
| Christanell | Siebenföcher | Viktor Kofler | Südtiroler Speck |
| Merano Speck | Vontavon | Metzgerei Steiner | Mendelspeck |
| Galloni | Max Siebenföcher | Metzgerei Gruber | |
| Pfitscher | Rinner | Raich Speck | |

Südtiroler Speck Konsortium



Paul Recla
Präsident



Günther Windegger
Vizepräsident



Martin Knoll
Direktor



Verena Rungger
Verwaltung und Mitgliederbetreuung

MITGLIEDERSTAND

Im Jahr 2025 vereint das Südtiroler Speck Konsortium 24 Mitglieder. Die Metzgerei Silbernagl ist mit Beginn des Jahres 2025 ausgestiegen.

TEAM SPECK KONSORTIUM

Das Südtiroler Speck Konsortium freut sich, das Team vorzustellen.

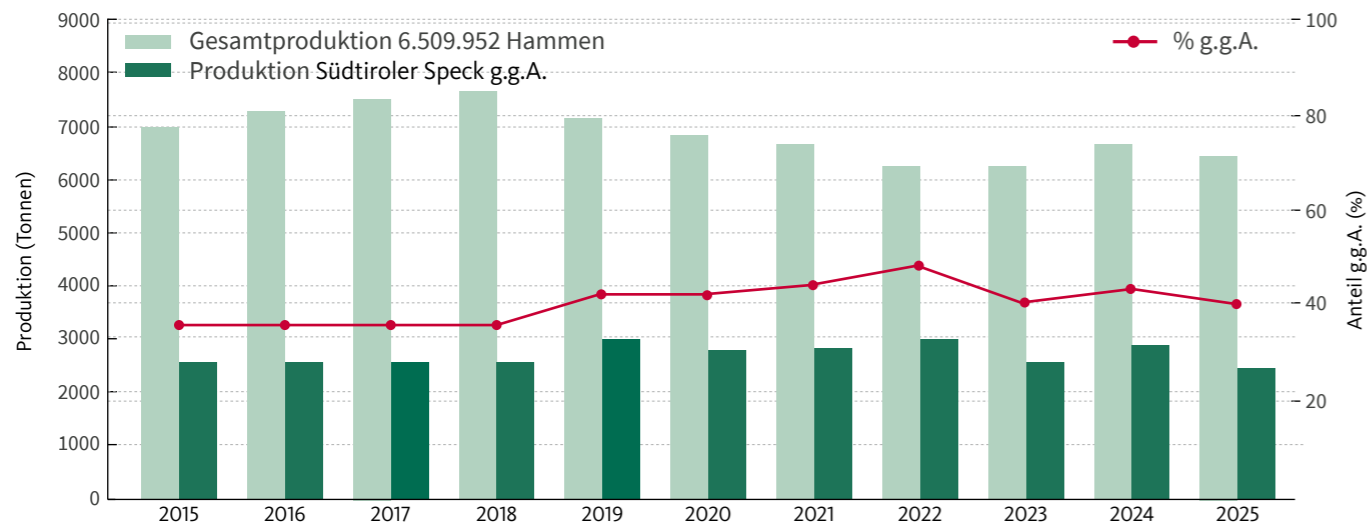
Herr Martin Knoll ist der Direktor des Konsortiums. Frau Verena Rungger ist für die allgemeinen Verwaltungsaufgaben und Mitgliederbetreuung zuständig. Sascha Gründfelder, verantwortlich für Marketingaktivitäten, hat im November das Südtiroler Speck Konsortium verlassen.

Produktion

Im Jahr 2025 wurden insgesamt **2.551.323** Hammen mit dem Qualitätszeichen „Südtiroler Speck g.g.A.“ ausgezeichnet. Dies entspricht 39,2 % der Gesamtproduktion der vom Konsortium anerkannten Hersteller und bedeutet einen

Rückgang von -9,4 % gegenüber dem Vorjahr. Auch der Anteil des zertifizierten Specks an der Gesamtproduktion ist gesunken: Nach 42 % im Jahr 2024 lag er 2025 bei 39,2 %.

VERLAUF PRODUKTIONSZAHLEN

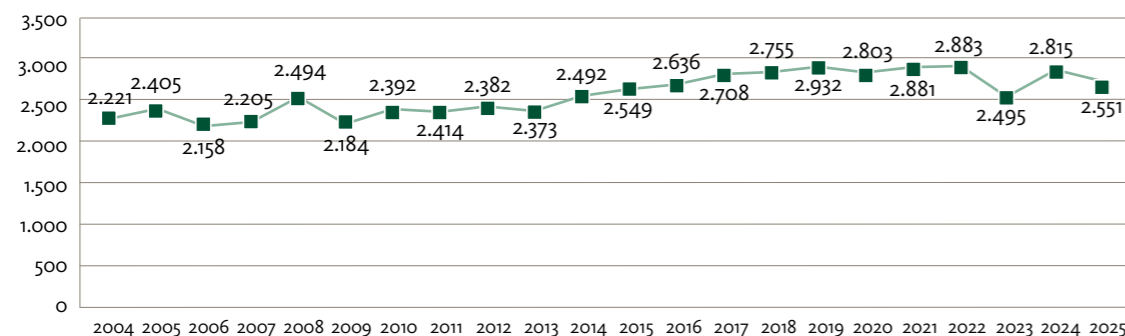


Entwicklung der g.g.A.-Produktion über die Jahre

Die Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. zeigte in den vergangenen Jahrzehnten insgesamt einen Aufwärtstrend. Nach einem deutlichen Wachstum zwischen 1997 und 2003 folgte eine längere Phase der Stabilisierung: Zwischen 2003 und 2013 blieb die Produktionsmenge weitgehend konstant. In den darauffolgenden Jahren setzte erneut ein kontinuierliches Wachstum ein – mit Ausnahme des Rückgangs im Jahr 2023. Im Jahr 2025 ist – ähnlich wie 2023 – wieder ein Rückgang zu

verzeichnen: Sowohl die ausgezeichnete Menge an g.g.A. Speck, als auch der Anteil an der Gesamtproduktion gingen gegenüber 2024 zurück (von 42 % auf 39,2 %). Die Zahlen unterstreichen damit, dass die Entwicklung nicht durchgehend linear verläuft und die g.g.A.-Produktion auch von Markt- und Produktionsbedingungen beeinflusst wird. Gleichzeitig bleibt Südtiroler Speck g.g.A. weiterhin ein zentraler Qualitäts- und Herkunftsstandard im Segment und bildet eine wesentliche Grundlage für die Positionierung am Markt.

PRODUKTION SÜDTIROLER SPECK G.G.A. - HISTORISCHER VERLAUF 2004-2025



Absatzmärkte und Vertriebskanäle

Absatzmärkte

68 % der Produktion von Südtiroler Speck g.g.A. werden in Italien abgesetzt. Der Schwerpunkt liegt dabei weiterhin auf Südtirol und den nördlichen Regionen, die traditionell die wichtigsten Absatzgebiete darstellen. In den vergangenen Jahren ist jedoch auch eine zunehmende Nachfrage in Mittel- und Süditalien zu beobachten, was auf eine breitere nationale Marktdurchdringung der Kategorie Speck hinweist.

Mit einer Exportquote von 32 % bleibt Südtiroler Speck g.g.A. auch international ein bedeutendes Produkt und zählt weiterhin zu den meistexportierten Wurstwaren Italiens. Wichtigster Auslandsmarkt ist Deutschland, das 24,8 % der Gesamtproduktion aufnimmt. Weitere relevante Exportmärkte sind die USA (2,2 %), deren Bedeutung in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen hat, Frankreich (2,0 %), die Schweiz (1,2 %) sowie Österreich (0,55 %). Darüber hinaus wird Südtiroler Speck g.g.A. in über 30 weiteren Ländern vermarktet, darunter Belgien, die Slowakei, England, Griechenland und Kanada. Diese Märkte vereinen zusammen rund 0,6 % der Gesamtproduktion. Trotz eines

insgesamt herausfordernden Marktumfeldes zeigt sich 2025 in den Exportmärkten insgesamt eine weitgehend stabile Nachfrage.

Vertriebskanäle in Italien

In Italien erfolgt der Vertrieb von Südtiroler Speck g.g.A. überwiegend über den Lebensmitteleinzelhandel. Supermärkte stellen mit 64 % den wichtigsten Absatzkanal dar, gefolgt von Discountern (18,2 %). Weitere Vertriebskanäle sind der Großhandel (5 %), die Gastronomie (5 %) sowie der Detailhandel (3 %).

In Südtirol zeigt sich hingegen eine deutlich differenzierte Vertriebsstruktur. Rund 50 % des innerhalb der Provinz verkauften Südtiroler Specks g.g.A. werden über den Detailhandel abgesetzt. Weitere 19 % entfallen auf Supermärkte, 16 % auf die Gastronomie, 10,9 % auf den Großhandel und 4 % auf den Discountbereich. Diese Verteilung unterstreicht die besondere Bedeutung des regionalen Fach- und Einzelhandels sowie der Gastronomie im Herkunftsgebiet.

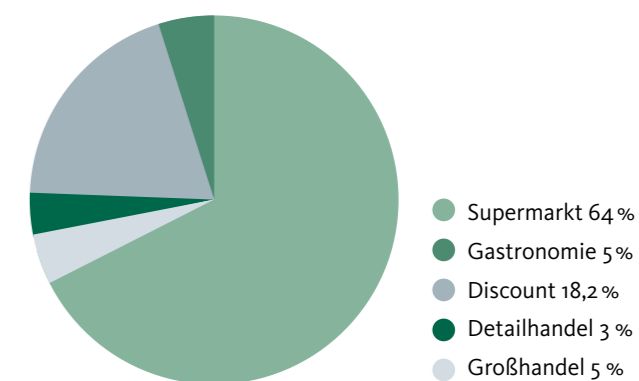
Insgesamt verdeutlichen die Absatz- und Vertriebsdaten, dass sich Südtiroler Speck g.g.A. auch in einem insgesamt herausfordernden Marktjahr als stabil positioniertes Qualitätsprodukt behaupten konnte. Sowohl auf dem nationalen Markt als auch im Export bleibt die Nachfrage auf einem soliden Niveau, wenngleich sich die allgemeine Marktentwicklung 2025 auch in diesem Segment widerspiegelt.

ABSATZMÄRKTE SÜDTIROLER SPECK g.g.A. 2025



| HAUPTMÄRKTE | |
|---------------|--------|
| ITALIEN | 68 % |
| DEUTSCHLAND | 24,8 % |
| ANDERE MÄRKTE | 7,2 % |

VERTRIEBSKANÄLE SÜDTIROLER SPECK g.g.A. IN ITALIEN 2025



Verpackungstypologien

Im Jahr 2025 wurden insgesamt 45.128.344 Verpackungen vorgeschnittenen Südtiroler Specks g.g.A. (Fächerware) produziert. Damit ist im Vergleich zum Vorjahr (46.138.135 Verpackungen) ein leichter Rückgang von 2,2 % zu verzeichnen. Die Fächerware bleibt dennoch das prägende Verpackungssegment und entspricht weiterhin den Bedürfnissen moderner Konsumentinnen und Konsumenten, die Wert auf praktische Portionierung, einfache Handhabung und Komfort legen.

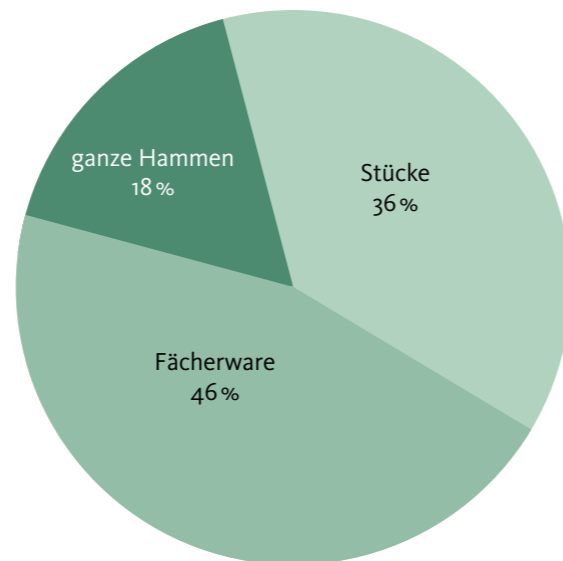
Der wichtigste Verpackungstyp ist unverändert die 100-g-Packung: 2025 wurden 29,1 Millionen Packungen à 100 g hergestellt (Vorjahr: 30,5 Millionen).

Auch im Segment der vakuumverpackten Stückware und ganzen Hammen zeigte sich 2025 eine stabile, jedoch leicht rückläufige Entwicklung. Insgesamt wurden 5.238.610 Verpackungseinheiten ausgewiesen, was gegenüber dem Vorjahr (5.278.217) einem Minus von 0,8 % entspricht. Allgemein zeichnet die Kategorie „Stückware“ seit Jahren einen negativen Trend.

In Summe wurden 2025 damit 50.366.954 verpackte Einheiten von Südtiroler Speck g.g.A. produziert (Fächerware, Stückware und ganze Hammen). Gegenüber 2024 (51.416.352 Einheiten) entspricht dies einem Rückgang von 2,0 %.

50.366.954
produzierte
Verpackungen

VERPACKUNGSTYPOLOGIEN 2025



ÜBERSICHT ANZAHL VERPACKUNGEN 2025

| TYP | 2024 | 2025 | +/- |
|--------------|------------|------------|---------|
| Ganze Hammen | 459.443 | 453.681 | -1,25 % |
| Stücke | 4.819.174 | 4.784.929 | -0,8 % |
| Fächerware | 46.138.135 | 45.128.344 | -2,19 % |

Qualitätskontrolle

Die Qualitätskontrollen für Südtiroler Speck g.g.A. werden von der unabhängigen Kontrollstelle IFCQ Certificazione durchgeführt und decken die gesamte Produktionskette ab – von der Überwachung des Rohstoffes bis zum fertig gereiften Speck. Damit wird sichergestellt, dass die Vorgaben der Produktspezifikation konsequent eingehalten und die gleichbleibend hohe Qualität des Erzeugnisses gewährleistet werden.

Im Jahr 2025 wurden 7 Rohstofflieferanten hinsichtlich der Einhaltung der Richtlinien der Rohstoffspezifikation kontrolliert, wobei ein besonderer Fokus auf der lückenlosen Rückverfolgbarkeit des Fleisches lag. Ergänzend dazu wurden im Wareneingang der Herstellungsbetriebe Proben frischer Schweineschlegel entnommen und mikrobiologisch auf Salmonellen und Listerien untersucht. Diese Analysen sind ein zentraler Bestandteil der präventiven Qualitätssicherung und dienen der frühzeitigen Erkennung möglicher Risiken.



Während des Herstellungsprozesses überprüfen die drei IFCQ-Kontrolleure im Rahmen von 370 Kontrollbesuchen insgesamt 100.510 Schweineschlegel sowie 54.842 gereifte Hammen. Die Kontrollen umfassten dabei sowohl die Einhaltung der produktspezifischen Prozessschritte als auch die Dokumentation, Kennzeichnung und Nachvollziehbarkeit der Ware entlang der Verarbeitung.

Am Ende des Herstellungsprozesses wurden erneut umfassende Qualitätsprüfungen durchgeführt: 245 Hammen wurden einer organoleptischen Qualitätsprüfung unterzogen, zusätzlich wurden 69 Hammen auf ihre chemischen Eigenschaften analysiert. Durch die Kombination aus mikrobiologischen, sensorischen und chemischen Kontrollen wird ein mehrstufiges Prüfsystem gewährleistet, das die Produktsicherheit ebenso wie die typischen Qualitätsmerkmale von Südtiroler Speck g.g.A. absichert.



ZERTIFIZIERUNGSPORTAL

Im Jahr 2025 wurde das neue Zertifizierungsportal der Kontrollstelle erstmals über ein vollständiges Jahr hinweg im Regelbetrieb genutzt und allen anerkannten Herstellern zur Verfügung gestellt. Nach der Einführungsphase konnte das Portal flächendeckend eingesetzt und praxisnah an die Anforderungen der Produzenten angepasst werden. Es dient seither als zentrales Werkzeug zur Steuerung und Dokumentation der Zertifizierungsprozesse. Das Portal ermöglicht eine präzise Überwachung der Produktionsmengen und unterstützt damit eine transparente Angebots- und Zertifizierungsregulierung. Zudem wurden Funktionen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert, über die relevante Daten (u. a. Energie, Materialeinsatz und Transport) systematisch erfasst werden können. Durch die Anbindung an Power BI stehen Produzenten und Konsortium aussagekräftige Auswertungen und Reportings zur Verfügung. Darüber hinaus werden Vertriebskanäle und Absatzmärkte im Verpackungsregister dokumentiert sowie Eigenerklärungen für Südtiroler Speck g.g.A. Riserva abgewickelt.

Ab 2026 sollen die Hersteller – nach Abschluss des Probejahres – zusätzliche Markt- und betriebswirtschaftliche Daten eigenständig im System hinterlegen können. Damit wird die Rückverfolgbarkeit weiter gestärkt und die Entwicklung von Nachhaltigkeitsleistungen transparent unterstützt.

NEUE HERSTELLUNGSSPEZIFIKATIONEN - GENEHMIGUNG 2025

Im Jahr 2025 wurde die überarbeitete Herstellungsspezifikation für Südtiroler Speck g.g.A. offiziell genehmigt und damit ein wesentlicher Meilenstein in der Weiterentwicklung der geschützten Herkunftsbezeichnung erreicht. Die Genehmigung erfolgte mit Dekret des italienischen Landwirtschaftsministeriums vom 8. Oktober 2025 und trat nach Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft. Ziel der Anpassung war es, das Qualitätsprofil weiter zu schärfen, den veränderten Markt- und Konsumentenerwartungen Rechnung zu tragen und zugleich die Wertigkeit der gesamten g.g.A. nachhaltig zu stärken.

Kern der neuen Spezifikation ist die Einführung der freiwilligen Zusatzbezeichnung „Riserva“, die mit deutlich erhöhten Qualitätsanforderungen verbunden ist. Diese umfasst unter anderem längere Reifezeiten, höhere Mindestgewichts- und Gewichtsverlustvorgaben sowie strengere sensorische Bewertungskriterien. Gleichzeitig wurden die Produktionsparameter für alle Produktformen präzisiert und strukturiert, insbesondere in Bezug auf Gewichtsverluste, Produktdifferenzierungen und den Ausschluss technischer Reifung in definierten Fällen. Ergänzend dazu wurden das Etikettierungsreglement angepasst und klare Vorgaben für die Auslobung geschaffen, um Transparenz und Wiedererkennbarkeit für den Konsumenten weiter zu erhöhen.

Mit der genehmigten Spezifikation wird der Südtiroler Speck g.g.A. qualitativ weiterentwickelt, ohne seine Identität zu verändern. Die neue „Riserva“ ist dabei als gezielte Ergänzung innerhalb der bestehenden Herkunftsbezeichnung zu verstehen und trägt dazu bei, das Profil von Südtiroler Speck g.g.A. insgesamt zu stärken und neue Wertungspotenziale zu erschließen

NEUE QUALITÄTS- UND STRUKTURVORGABEN FÜR DEN SÜDTIROLER SPECK g.g.A

Differenzierung nach Produkttypologie

> ganz, halbiert (Hammen), für Fächerware sowie Stückware

Gewichtsverlust Südtiroler Speck g.g.A.

- > mind. 35 % für ganze / halbierte
- > mind. 38 % für Stückware
- > bei Stückware mit 38 % Gewichtsverlust ist keine technische Reifung (Affinamento) zulässig.

Einführung der Bezeichnung „Riserva“

- > Verlängerung der Reifezeit je Gewichtsklasse um 6 Wochen
- > Mindestgewicht 4,3 kg
- > Mindest-Reifedauer 28 Wochen
- > Entfernung der bisherigen ersten Gewichtsklasse (3,4 < 4,3 kg)

Gewichtsverlust Südtiroler Speck g.g.A. Riserva

- > mind. 39 % (ganze / halbierte / Aufschnitt-Hammen)
- > mind. 40 % (Stückware)
- > technische Reifung vollständig ausgeschlossen
- > strengere sensorische Anforderungen: mind. 85 % organoleptische Bewertung

Auslobung und Etikettierung

- > Verlängerung der Frist für Salzung auf max. 6 Tage
- > Einführung des freiwilligen Zusatzes „Riserva“
- > Anpassung des Logos (Schriftzug „Südtirol“ in Schiefergrau, Mindestgröße 3,5 cm)
- > Zusatzbezeichnungen zulässig, sofern nicht irreführend für den Konsumenten

| Hersteller | Typ Hersteller | Jahr | Jahr Monat | Datum | Letzte Aktualisierung | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|---------------|------------------|----------------|-----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| Tuta | Tuta | 2025 | Tuta | 21.01.2025 | 18:02:04 | | | | | | | | | | | | | | |
| Letzte Aktualisierung: 21/11/2024 6:34:35 AM | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jahr | Ans. Schlächter | Einsammlungen | Selbstverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | Handverpackung | |
| 2024 | 6.929.952 | 4.480.744 | 2.591.323 | 929 | 5.238.410 | 49.128.344 | +1,37% | -8,89% | +4,28% | -0,74% | -2,21% | | | | | | | | |
| Januar | 530.732 | 524.567 | 252.879 | 32 | 536.157 | 4.213.822 | +11,07% | -8,99% | -17,56% | 12,21% | 5,92% | | | | | | | | |
| Februar | 564.255 | 540.583 | 279.580 | 49 | 548.129 | 3.807.260 | -8,67% | -2,54% | -30,42% | -38,55% | 7,52% | | | | | | | | |
| März | 656.777 | 590.008 | 294.480 | 74 | 578.118 | 3.847.204 | 0,80% | -3,78% | -28,22% | -19,51% | 2,80% | | | | | | | | |
| April | 538.387 | 536.392 | 207.527 | 42 | 481.454 | 3.574.819 | 0,73% | -2,74% | -21,32% | 7,83% | 3,49% | | | | | | | | |
| Mai | 527.590 | 529.572 | 203.954 | 42 | 482.989 | 3.948.085 | -4,49% | -4,14% | -1,34% | 11,37% | -1,89% | | | | | | | | |
| Juni | 507.729 | 479.224 | 175.409 | 20 | 432.448 | 3.244.526 | -2,53% | -4,17% | -18,28% | -4,51% | 3,99% | | | | | | | | |
| Juli | 549.253 | 510.476 | 209.048 | 62 | 488.927 | 3.637.254 | 0,76% | -4,65% | -17,05% | -16,64% | -1,43% | | | | | | | | |
| August | 490.474 | 485.911 | 229.444 | 66 | 499.815 | 3.511.547 | -2,98% | -5,88% | -15,34% | 4,24% | -8,80% | | | | | | | | |
| September | 577.472 | 582.849 | 243.978 | 41 | 592.904 | 4.074.155 | 11,97% | 12,42% | 14,28% | 22,74% | 9,42% | | | | | | | | |
| Oktober | 587.704 | 593.805 | 214.327 | 19 | 454.708 | 3.891.344 | 0,11% | 0,24% | -8,44% | -0,51% | -19,88% | | | | | | | | |
| November | 509.297 | 581.831 | 224.175 | 33 | 478.142 | 3.830.024 | -4,91% | -4,74% | -9,74% | 2,11% | -8,42% | | | | | | | | |
| Dezember | 472.241 | 471.744 | 248.580 | 38 | 495.581 | 3.541.236 | 5,19% | 4,23% | 8,89% | 7,87% | -17,93% | | | | | | | | |
| Gesamt | 6.929.952 | 4.480.744 | 2.591.323 | 929 | 5.238.410 | 49.128.344 | +1,37% | -8,89% | +4,28% | -0,74% | -2,21% | | | | | | | | |

6-12-2025 GAZZETTA UFFICIALE DELLA REPUBBLICA ITALIANA Serie generale - n. 284

DECRETI, DELIBERE E ORDINANZE MINISTERIALI

MINISTERO DELL'AGRICOLTURA, DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE E DELLE FORESTE

DECRETO 18 novembre 2025.

Modifiche ordinarie al disciplinare di produzione della indicazione geografica protetta (IGP) «Speck Alto Adige».

IL DIRIGENTE DELLA PQA I DELLA DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE

Visto il regolamento (UE) 2024/1143 del Parlamento europeo e del Consiglio dell'11 aprile 2024, relativo alle indicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e che sostituisce e abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012, entrato in vigore il 13 maggio 2024;

Visto l'art. 24 del regolamento (UE) 2024/1143, rubricato «Modifiche di un disciplinare» e, in particolare, il paragrafo 9 secondo il quale le modifiche ordinarie di un disciplinare sono valutate e approvate dagli Stati membri o dai paesi terzi nel cui territorio è situata la zona geografica del prodotto in questione e sono comunicate alla Commissione;

Visto il regolamento delegato (UE) 2025/27 che integra il regolamento (UE) 2024/1143;

Visto il regolamento di esecuzione (UE) 2025/26 della Commissione, del 30 ottobre 2024, che reca modalità di applicazione del regolamento (UE) 2024/1143;

Visto il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, recante norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche ed in particolare l'art. 16, comma 1, lettera d);

Visto il decreto-legge 11 novembre 2022, n. 173, coordinato con la legge 16 dicembre 2022, n. 204, recante «Disposizioni urgenti in materia di riordino delle attribuzioni del Ministero», con il quale il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali ha assunto la denominazione di Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste;

Vista la direttiva del Ministro 29 gennaio 2025, n. 38839, registrata presso l'Ufficio centrale di bilancio in data 30 gennaio 2025 con n. 100, recante gli indirizzi generali sull'attività amministrativa e sulla gestione per il 2025 risultata registrata dalla Corte dei conti in data 16 febbraio 2025 al n. 193;

Vista la direttiva dipartimentale 4 marzo 2025, n. 99324, registrata dall'Ufficio centrale di bilancio al n. 195 in data 4 marzo 2025, per l'attuazione degli obiettivi definiti dalla «Direttiva recante gli indirizzi generali sull'attività amministrativa e sulla gestione per l'anno 2025» del 29 gennaio 2025, rientranti nella competenza del Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica, ai sensi del decreto del Presidente del Consiglio dei ministri n. 179/2019;

Vista la direttiva direttoriale 11 marzo 2025, n. 112479, registrata all'Ufficio centrale di bilancio in data 16 marzo 2025 con n. 228, con la quale vengono assegnati gli obiettivi ai titolari degli Uffici dirigenziali di livello non generale della Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare, in coerenza con le priorità politiche individuate nella direttiva del Ministro 29 gennaio 2025, n. 38839, nonché dalla direttiva dipartimentale 4 marzo 2025, n. 99324;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica del 21 dicembre 2023, registrato alla Corte dei conti in data 16 gennaio 2024, n. 68, concernente il conferimento al dott. Marco Lupo dell'incarico di Capo del Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica;

Visto il decreto di incarico di funzione dirigenziale di livello generale conferito, ai sensi dell'art. 19, comma 4 del decreto legislativo n. 165/2001, alla dott.ssa Eleonora Iacovoni, del 7 febbraio 2024 del Presidente del Consiglio dei ministri, registrato dall'Ufficio centrale di bilancio al n. 116, in data 23 febbraio 2024, ai sensi del decreto legislativo n. 123 del 30 giugno 2011 dell'art. 5, comma 2, lettera d);

Visto il decreto del direttore della Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare del 30 aprile 2024, n. 193350, registrato dalla Corte dei conti il 4 giugno 2024 n. 999, con il quale è stato conferito al dott. Pietro Gaspari l'incarico di direttore dell'Ufficio PQA I della Direzione generale della qualità certificata alimentare e delle foreste;

Nachhaltigkeit im Fokus – Entwicklungen 2025

Der vom Südtiroler Speck Konsortium bereits 2019 eingeschlagene Weg hin zu einer konsequenten Fokussierung auf Nachhaltigkeitsthemen wurde auch im Jahr 2025 entschlossen weiterverfolgt.

Mit der Einbindung des neuen Partners Terra Institute konnte die bestehende Strategie nicht nur fortgeführt, sondern gezielt weiterentwickelt werden. Aufbauend auf den bisherigen Erkenntnissen und Maßnahmen wurde das gesamte System „Südtiroler Markenspeck“ umfassend analysiert. Dabei wurden die sich daraus ergebenden Auswirkungen, Risiken und Chancen identifiziert und in einem strukturierten Prozess abgeleitet. Die Ergebnisse dieser Analyse bildeten die Grundlage für die Diskussion in der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit, wo sie kritisch geprüft und um zusätzliche Perspektiven erweitert wurden.

Um eine externe Einschätzung zu erhalten, wurde parallel eine Stakeholderanalyse durchgeführt. Auf Basis einer fundierten Stakeholderbewertung folgte eine Befragung relevanter Akteure. Diese Expert:innen brachten ihre Sichtweise auf die erarbeiteten Themen ein und lieferten wertvolle Rückmeldungen und Vorschläge, die in die weitere Arbeit integriert wurden.

Die gewonnenen Erkenntnisse aus den Treffen mit der Arbeitsgruppe und den Stakeholdern dienen nun als Basis für die Anpassung und gegebenenfalls Erweiterung der bestehenden Nachhaltigkeitsstrategie. Nach wie vor bilden die „4 Viertel unserer Nachhaltigkeit“ den zentralen Orientierungsrahmen für alle Aktivitäten. Im Jahr 2025 wurde jedoch eine neue Priorisierung der darin enthaltenen Maßnahmen und Projekte vorgenommen, um die Umsetzung noch zielgerichteter zu gestalten.

Ein strategisch besonders wichtiges Projekt bleibt die Einführung eines verbindlichen Tierwohlstandards. Die Verabschiedung der Richtlinien des nationalen Qualitätssystems für Tierwohl (SQNBA) ist auch 2025 noch nicht erfolgt. Angesichts dieser Verzögerung und in Kenntnis der laufenden Arbeiten auf nationaler Ebene hat das Südtiroler Speckkonsortium entschieden, eigene Tierwohl-Kriterien zu definieren. Diese orientieren sich an bestehenden Initiativen in Deutschland, Österreich und den Niederlanden und wurden in die Spezifikationen integriert.

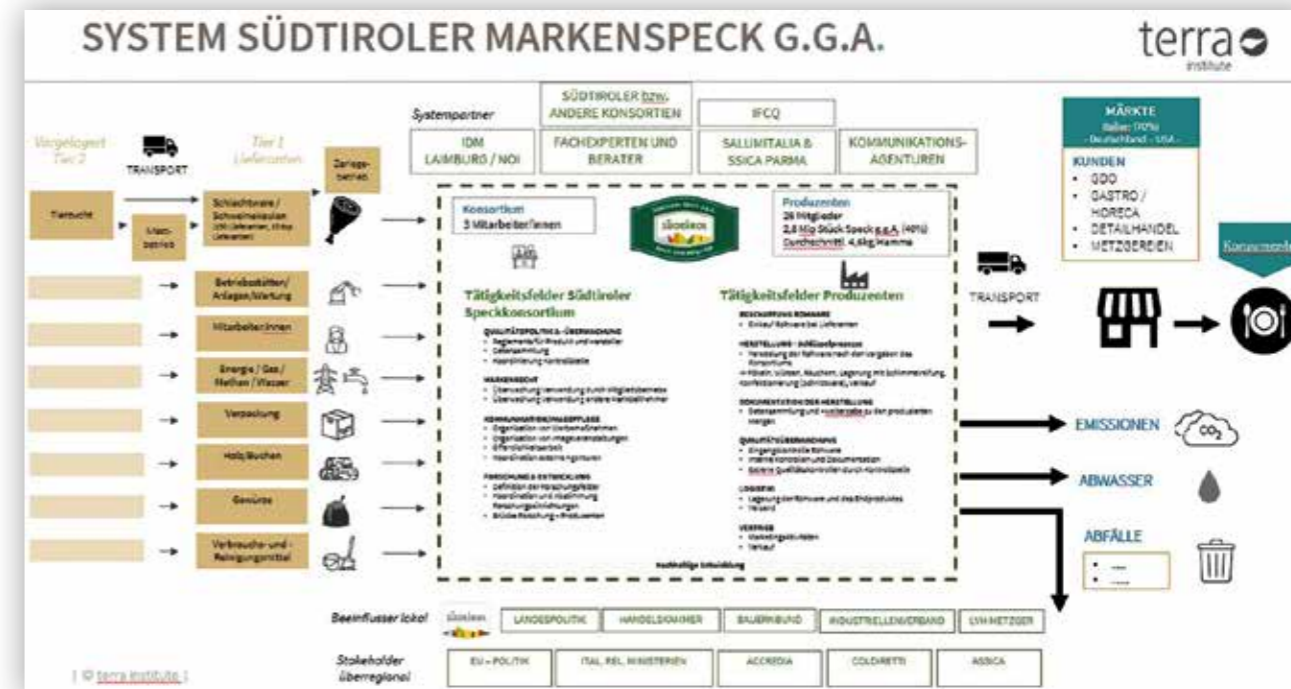
Ein Meilenstein war die Einführung der neuen „Riserva“-Linie: Nach der Freigabe durch das Ministerium wurden die Herstellungsspezifikationen dieser Linie um verbindliche Tierwohl-Kriterien ergänzt. Diese Vorgaben sind nun Teil des Rückverfolgungs- und Kontrollprozesses, der von der externen Kontrollstelle IFCQ überwacht wird. Damit werden erstmals verpflichtende Tierwohlstandards in die Produktspezifikationen für Südtiroler Markenspeck eingeführt und praktisch umgesetzt. Parallel dazu beobachtet das Konsortium die Entwicklungen rund um das nationale Qualitätssystem für Tierwohl (SQNBA), um die eigenen Kriterien nach dessen Verabschiedung neu zu bewerten und gegebenenfalls anzupassen.

Ausblick

Im nächsten Schritt werden alle bisherigen Projekte auf Basis der neuen Erkenntnisse bewertet und priorisiert, um sie in die konkrete Umsetzung zu überführen. Darüber hinaus informiert das Konsortium seine Mitgliedsbetriebe kontinuierlich über internationale Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitskommunikation, damit diese in der täglichen Arbeit berücksichtigt werden können. Ebenso wird die Rolle des Konsortiums in der Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsthemen geschärft, um künftige Aktivitäten noch fokussierter auf die Bedürfnisse der Mitgliedsbetriebe auszurichten.



Externe Perspektiven: Stakeholder bringen ihre Expertise in die Nachhaltigkeitsarbeit ein.



Das System Südtiroler Markenspeck im Fokus: Analyse von Chancen, Risiken und Auswirkungen.

AG NACHHALTIGKEIT SEPTEMBER 2025.



- Die Klärung der Aufgaben bzgl. Nachhaltigkeit zwischen Mitgliedern und Konsortium
- Trovare una strategia condivisa per il prodotto speck
- I clienti chiedono sempre più dati, probabilmente perché anche loro devono raccogliarli per la questione della sostenibilità.
- La tematica della sostenibilità è un argomento sensibile in azienda – al quale le persone non sono sempre ben intenzionati
- Per il cliente finale l'argomento del benessere animale è molto importante, ma non è disponibile a valorizzare tale criterio nell'acquisto del prodotto.
- Bisogna trovare un buon equilibrio tra le aziende di categoria PMI e artigianali
- La richiesta sulla sostenibilità è soprattutto percepibile da parte degli istituti finanziari e di aziende nella filiera

Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit Reflexion 2025

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 2025 wurden insgesamt **872 Verkaufspunkte** in Italien und **100 Verkaufspunkte** außerhalb Italiens 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 **93 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.

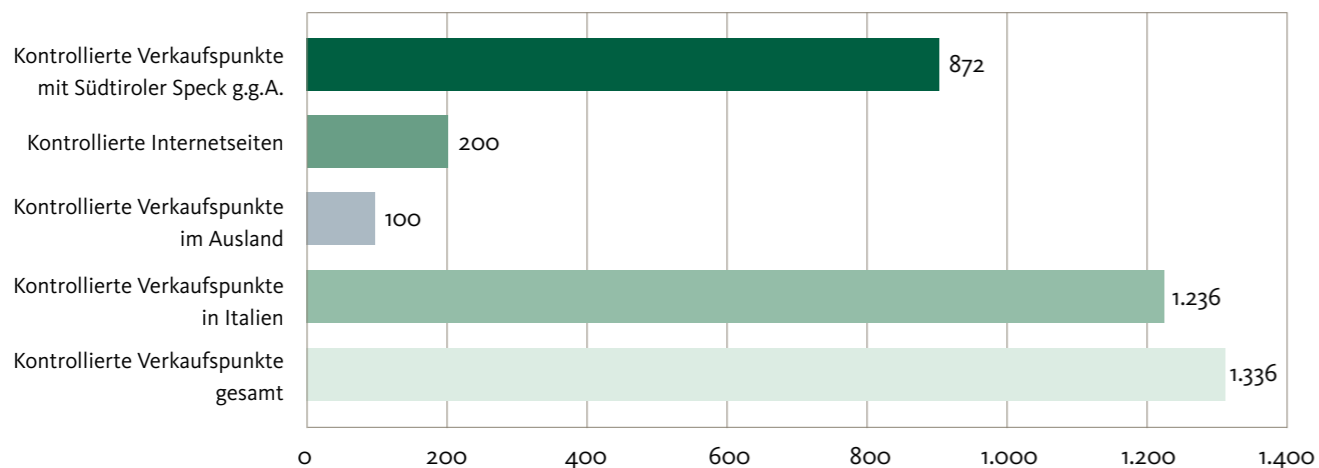
Insgesamt war die Konformitätsquote der überprüften Verkaufspunkte erfreulich hoch:

- > 93,8% der Kontrollbesuche wiesen keine Beanstandungen auf.
- > 5,57% der Fälle zeigten geringfügige Mängel, wie eine unvollständige Bezeichnung auf Preisschildern oder in Werbematerialien.
- > 0,43% wiesen gravierende Nicht-Konformitäten auf, z. B. die unrechtmäßige Nutzung der geschützten Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ für generische Speckprodukte oder zusammengesetzte Waren.
- > 0,21% wurde das Produkt verpackt und die geschützte Bezeichnung unrechtmäßig angeführt.

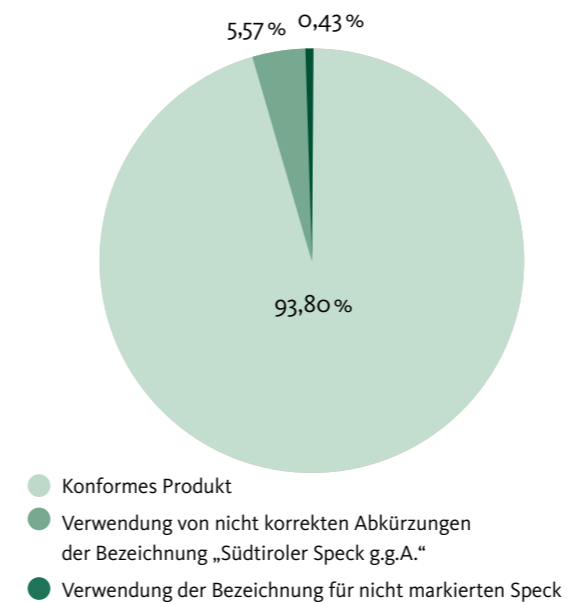
Ausblick

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.

MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG VON SÜDTIROLER SPECK G.G.A. 2025



MARKTÜBERWACHUNG - ETIKETTIERUNG



Zusammenarbeit mit der Südtiroler Qualitätskontrolle – Fokus Produktqualität

Im Jahr 2025 hat zudem die Südtiroler Qualitätskontrolle (SQK) erneut Kontrollen durchgeführt. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der periodischen Kontrolle von Verkaufsstellen und der Produktqualität der verschiedenen Typologien von Südtiroler Speck g.g.A. in den Hauptabsatzregionen des Produktes in Norditalien und Süddeutschland. 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 Jahr 2025 wurden 209 Verkaufspunkte in Norditalien inkl. Südtirol und Süddeutschland besucht und dabei wurden 632 Verkaufspunkte kontrolliert. Insgesamt konnten 1887 Referenzen kontrolliert werden. Davon wurden lediglich bei 2% der Referenzen Nicht-Konformitäten festgestellt. Diese sind Großteils auf mangelnde Konsistenz oder optische Fehler zurückzuführen.

Die Überwachung wird vom Verwaltungsrat begleitet, und die Bewertung erfolgt in enger Abstimmung mit der Südtiroler Qualitätskontrolle. Der Fokus der Kontrollgänge

liegt insbesondere auf der Konsistenz der Produkte.

Griffeshield – Online-Kontrollen

Mit der zunehmenden Präsenz von Südtiroler Speck g.g.A. im Internet hat das Südtiroler Speck Konsortium seine Maßnahmen zur Markenüberwachung weiter intensiviert. Seit Kurzem arbeitet das Konsortium mit dem Dienstleister Griffeshield zusammen, der mithilfe eines automatisierten Algorithmus weltweit E-Commerce-Plattformen überwacht.

Ziel dieser Tätigkeit ist es, die korrekte Verwendung der Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ sowie der geschützten Marke sicherzustellen, potenzielle Verstöße zu identifizieren und geeignete Maßnahmen zu ergreifen.

Ergebnisse der Online-Überwachung 2025

Im Laufe des Jahres 2025 wurden insgesamt 1.305 Links auf verschiedenen Online-Plattformen identifiziert.

Häufigste Verstöße und ergriffene Maßnahmen

- 32 % der Inserate waren betrügerischen Webseiten zuzuordnen.
- In 23 % der Fälle wurde entweder die geschützte Ursprungsbezeichnung verwendet oder eine Evokation von „Südtiroler Speck g.g.A.“ vorgenommen, wobei jedoch lediglich ein generisches Produktbild verwendet wurde. In diesen Fällen wurde ein Nachweis über die tatsächliche Warenherkunft angefordert.
- Bei 22 % der Inserate fehlte der Zusatz „g.g.A.“ oder er wurde nicht korrekt verwendet. Diese Einträge wurden entsprechend korrigiert.
- 18 % der Inserate nutzten die Bezeichnung „Südtiroler Speck g.g.A.“ missbräuchlich. Diese Inhalte wurden entfernt oder angepasst.
- 5 % der Verstöße betrafen eine nicht korrekte Verwendung des Logos, die ebenfalls berichtigt wurde.

VERTEILUNG DER REFERENZEN

| |
|-------------------------------|
| Webseiten: 71,11 % |
| Marktplätze: 14,49 % |
| Social Media: 9,96 % |
| Domainnamen: 4,37 % |
| Preisvergleichsseiten: 0,08 % |

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. 2025 waren keine Erneuerungen oder Verlängerungen von Markenregistrierungen notwendig.



Kommunikation und Marketing

SÜDTIROL

DAS SÜDTIROLER SPECKFEST IN BRUNECK

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

Von 27. September bis 28. 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 und Käsesorten.

IDM hat gemeinsam mit dem Südtiroler Speck Konsortium, dem Konsortium Skirama Kronplatz und Tourismusverein Bruneck, die Kommunikation und die Bewerbung der Veranstaltung sowie die Organisation betreut. Es wurden Radiospots auf verschiedenen Sendern geschaltet, darunter NBC und Südtirol 1, dazu 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 Kommunikation betrieben.

SÜDTIROLER SPECKFEST IN ZAHLEN

| |
|--|
| ca. 10.000 Besucher |
| Print Auflagen: 74.276 Exemplare |
| Radio: 457.676 tägliche Hörer |
| Social Media: 610.796 Reichweite, 1.829.424 Impressionen |



SÜDTIROLER SPECKTAG IN NATURNS

Über den Rathausplatz in Naturns spazieren und dabei köstliche lokale Produkte genießen – das konnten Besucherinnen und Besucher am 4. Mai beim Südtiroler Specktag in Naturns erleben. Interessierte erwartete von 10 bis 18 Uhr ein abwechslungsreiches Programm mit Genussmarkt, Showcooking und Live-Musik. Südtiroler Speckproduzenten präsentierten zusammen mit weiteren Herstellern von Qualitätsprodukten aus Südtirol die kulinarische Vielfalt unserer Heimat. Beworben wurde die Veranstaltung mit Flyern, Plakaten, Advertorials, Radio und auf verschiedenen Social-Media-Kanälen.

SOCIAL MEDIA

180.930 Reichweite

654.382 Impressionen



SPECKAPERITIVO WINTER

Jeden Samstag und Sonntag im März 2025 durften sich die Gäste der Ski- und Almenregion Gitschberg Jochtal auf winterliche Sportfreuden gepaart mit kulinarischen Highlights rund um den Südtiroler Speck g.g.A. freuen. 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. 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.

SOCIAL MEDIA

Facebook: 926.718 Impressionen

Google Display Network: 661.010 Impressionen



SPECKAPERITIVO SPRING

Jeden Donnerstag im Mai servierten die Lokale Campofranz in Bozen, City Vinothek der Kellerei Meran in Meran, Viertel Bar 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.



SOCIAL MEDIA UND RADIO

Radio: Durchschnittliche Tagesreichweite von 348.675 Personen

Social Media: 215.021 Personen erreicht und 873.550 Impressionen

SPECK & WEIN EMOTION AUF DEM KRONPLATZ

Die Veranstaltung Speck&Wine Emotion wurde 2025 erneut in Zusammenarbeit mit Kronplatz Event, dem Südtiroler Speck Konsortium sowie dem Verein der Südtiroler Genussbotschafter organisiert. Das Format richtet sich an eine exklusive Teilnehmergruppe von maximal 20 Personen und verbindet Bewegung, Kulinarik und Produktwissen im Skigebiet Kronplatz. Begleitet von einem Skilehrer besuchten die Teilnehmenden drei ausgewählte Hütten, in denen sie gemeinsam

mit einem Genussbotschafter Südtiroler Speck g.g.A. und passende Weine verkosteten. Im Rahmen der sensorischen Verkostung wurden zudem umfassende Informationen zu Geschichte, Herstellung, Qualität und Verwendung der Produkte vermittelt. Im Jahr 2025 fand Speck&Wine Emotion insgesamt neun Mal statt. An den Veranstaltungen nahmen insgesamt 122 Personen teil.



SPECKSAFARI BOZEN & MERAN

Im Jahr 2025 wurde das Führungsformat SpeckSafari in Bozen erfolgreich fortgeführt und weiterentwickelt. In Zusammenarbeit mit dem Verkehrsamt Bozen, den Reiseleitern, den Südtiroler Genussbotschaftern, dem Weingut Castel Sallegg und dem Südtiroler Speck Konsortium konnte das kulinarisch-historische Angebot erneut als fester Bestandteil des touristischen Programms etabliert werden. Die SpeckSafari verbindet Stadtgeschichte mit fundierten Einblicken in Herkunft, Herstellung und Qualitätskriterien des Südtiroler Speck g.g.A. und endet mit einer geführten Verkostung.

Im Frühjahr 2025 nahmen in Bozen 162 Gäste an den regelmäßig durchgeführten Führungen teil. In der Herbstsaison 2025 konnte mit 326 Teilnehmern eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr erzielt werden. Insgesamt wurden damit 488 Gäste in Bozen erreicht.

Erstmals fand im Herbst 2025 auch die **SpeckSafari Meran**

statt. In vier Führungen zwischen Mitte Oktober und Mitte November nahmen 27 Personen teil.

Insgesamt zählte die SpeckSafari im Jahr 2025 somit 515 Teilnehmer und bestätigte ihre Position als attraktives, qualitativ hochwertiges Genuss- und Kulturerlebnis in Südtirol.



SPECK AKADEMIE

Die Speck Akademie ist Teil der „4-I-Strategie“ des Konsortiums (Informieren, Instruieren, Involvierern, Identifizieren) und verfolgt das Ziel, unterschiedliche Zielgruppen mit der Kultur, dem geschützten Herstellungsverfahren und den Werten des Südtiroler Speck g.g.A. vertraut zu machen.

Es fanden im Jahr 2025 zwei Kurse statt: der Kinderkochkurs „Kochspaß für Kinder“ mit fünf Teilnehmern sowie das Einsteigerformat „Speck ABC“ mit sechs Teilnehmern. Insgesamt nahmen somit elf Personen an den Kursen der Speck Akademie teil.

Die Bewerbung der Speck Akademie und ihrer Angebote erfolgte über mehrere Kanäle: LinkedIn-Post, Instagram-Post sowie einen zusätzlich beworbenen Instagram-Post, E-Mail-Aussendungen an Genussbotschafter, Kooperationspartner und bestehende Interessenten, Beiträge in der SpeckPost sowie über Newsletter und Facebook der Privatvermieter. Die Weinakademie unterstützte die Kommunikation durch ein Inserat in der Broschüre der Weinakademie.

Durch die gezielte Kombination aus Kursangebot und

breit gefächelter Kommunikation trug die Speck Akademie wesentlich zur Wissensvermittlung und zur Stärkung der Identifikation mit dem Südtiroler Speck g.g.A. bei.



Google Display Network: 787.002 Impressions

Social Media: 676.935 Impressions; 67.900 Reichweite

Online publicer Stol: 1.149.078 Impressions

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

Im Jahr 2024 und 2025 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 ist 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 2026 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 Speck g.g.A. zu betonen und neue Geschäftsmöglichkeiten im Gastro- und Horeca-Sektor zu erschließen.



Südtiroler Speck g.g.A. ist Tradition, Innovation und eine Symbiose aus raffinierten und intensiven Aromen. Höchste Qualität für edlen Genuss.

ERFAHRE MEHR:



Südtiroler Speck Konsortium
Lauben 71, 39100 Bozen
Tel. +39 0471 300 381
E Mail: info@speck.it



EISACKTALER KOST 2025: EIN KULINARISCHES FESTIVAL

Im März 2025 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 18 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.



18
teilnehmende
Betriebe

HOTELFACHSCHULEN SÜDTIROL – SÜDTIROLER SPECK UND SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTE

Die seit einigen Jahren stattfindenden Bildungsveranstaltungen über die Südtiroler Qualitätsprodukte in den Hotelfachschulen wurden im Jahr 2025 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 2025 fand ein zweitägiges Seminar im Februar in der Landeshotelfachschule Kaiserhof statt. Insgesamt haben 90 Schülerinnen und Schülern am Seminar teilgenommen.



90
Schülerinnen
und Schüler

HOTELGRUPPIERUNGEN

Im Jahr 2025 wurde die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Hotelgruppierung Dolce Vita Hotels sowie dem Verband der Privatvermieter Südtirol fortgesetzt. Diese Partnerschaften setzen auch weiterhin auf die prominente Integration des Südtiroler Speck 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.



SPENDENAKTION 2025

Seit nunmehr zehn Jahren engagiert sich das Südtiroler Speck Konsortium in der Vorweihnachtszeit mit einer karitativen Initiative zugunsten der Organisation „Südtirol hilft“.

Im Jahr 2025 basierte das Konzept der Spendenaktion darauf, für jede Besucherin und jeden Besucher des Südtiroler Speckfests am Kronplatz einen Spendenbeitrag zu generieren. Ziel war es, die hohe Besucherfrequenz der Veranstaltung mit einem sozialen Mehrwert zu verbinden und dadurch gemeinsam mit den Produzenten einen Beitrag für Menschen in akuten Notlagen in Südtirol zu leisten.

Begleitend dazu wurde die Aktion medial unterstützt, unter anderem durch ein Frühquiz auf den Radiosendern Südtirol 1 und Radio Tirol, das vom 15. bis 26. September 2025 ausgestrahlt wurde. Im Rahmen des Quiz wurden Fragen rund um Südtiroler Speck g.g.A. gestellt, wodurch sowohl das Speckfest als auch die karitative Initiative beworben wurden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatten die Möglichkeit, einen Essensgutschein für zwei Personen für das Speckfest zu gewinnen.

Insgesamt konnte im Jahr 2025 eine Spende in Höhe von 10.000,00 € an „Südtirol hilft“ übergeben werden. Sämtliche organisatorischen Kosten der Aktion wurden

vom Konsortium getragen, sodass die Spendensumme vollständig den unterstützten Personen zugutekam. Die Auswahl und Prüfung der Hilfsfälle erfolgt durch die mitwirkenden Hilfsorganisationen; Landeshauptmann Arno Kompatscher fungiert als Schirmherr der Organisation.



SÜDTIROL KOCHT SHOW - SILVIA FONTANIVE

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Südtirol kocht 2025“ war das Südtiroler Speck Konsortium bei mehreren Genuss-Stopps in renommierten Tourismusdestinationen Südtirols präsent. Die Veranstaltungsreihe bot auch im Jahr 2025 eine hochwertige Bühne, um regionale Qualitätsprodukte, kulinarische Kompetenz und den direkten Austausch mit Gästen zu fördern.

Die Genuss-Stopps fanden an folgenden Terminen und Locations statt:

- > 17.06.2025 – Quellenhof
- > 13.07.2025 – Gröden, Baita Ciampac, in Zusammenarbeit mit dem Hotel Gran Baita (5 Sterne) und dem Bistrot B24
- > 10.08.2025 – Club Moritzino, Alta Badia

Im Mittelpunkt der Veranstaltungen standen Live-Kochshows mit ausgewählten Köchen, die gemeinsam mit

lokalen Produzenten typische Südtiroler Gerichte zubereiteten. Dabei wurde auch Südtiroler Speck g.g.A. als geschütztes Qualitätsprodukt vorgestellt und den Besucherinnen und Besuchern im Rahmen von Verkostungen nähergebracht. Die Moderation sorgte für eine aktive Einbindung des Publikums und vermittelte Wissenwertes zur Herkunft, Verarbeitung und Besonderheit der verwendeten Zutaten.

Die Veranstaltungen zeichneten sich durch eine hohe Besucherfrequenz, ein interessiertes Publikum sowie eine positive Resonanz aus. Der direkte Kontakt mit Konsumentinnen und Konsumenten ermöglichte es dem Südtiroler Speck Konsortium, die Werte von Südtiroler Speck g.g.A. authentisch zu kommunizieren und die Bedeutung von Herkunft, Qualität und geschützter Bezeichnung hervorzuheben.



ITALIEN

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

Im Jahr 2025 erlebte das Südtiroler Speck Konsortium ein Jahr der Konsolidierung und des Wachstums und stärkte damit die Positionierung des Produkts weiter. Die Kommunikationsstrategie, die auf definierten Maßnahmen basierte und in zwei nationale Kampagnen-Zeiträumen gegliedert war, gewährleistete eine breite Sichtbarkeit sowie positive Ergebnisse hinsichtlich Wirksamkeit und Markenbekanntheit. Hierbei wurde wiederum der 2024 realisierte TV Spot in den reichweitenstärksten und bekanntesten nationalen TV Sendern, sowie Radio – Sendern der Radio Spot ausgestrahlt.

Die kreative Botschaft stellte die Vielseitigkeit und die Authentizität des Produkts durch prägnante und wiedererkennbare Claims in den Mittelpunkt.

Besonders hervorzuheben ist die Ausstrahlung einer Folge von Linea Verde, die der speziellen Verarbeitungsmethode, dem Herkunftsgebiet und den vom Konsortium vertretenen Werten große Sichtbarkeit verlieh. Die erzielten Ergebnisse bestätigen 2025 als Jahr der Konsolidierung der Kampagne „Unespeckted“ und schaffen eine solide Grundlage für ein initiativenreiches Jahr 2026 – auch im Hinblick auf das dreißigjährige Bestehen des Konsortiums.



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

In Zusammenarbeit mit den Experten von La Fabbrica wurde 2025 zum zweiten Jahr in Folge das Schulprojekt, dass 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 wurden im Frühjahr mit einem großzügigen Sachpreis im Wert von 1.000 € belohnt und hatten die exklusive Möglichkeit, an einem speziellen Workshop teilzunehmen.



12.325
Schülerinnen
und Schüler

PR-PROGRAMM: 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.

Anzahl Pressemitteilungen: 3

Clipping: 128

Reichweite: 168.945.380

Media Value: 345.646 €

Journalistenreise

Vom 10. bis 12. Juni 2025 fand in Südtirol eine Pressereise statt, die dem Südtiroler Speck g.g.A. und den gastronomischen Produkten der Region gewidmet war.

An der Reise nahmen sechs Journalisten aus nationalen Fachmedien teil, darunter Mark Up, Largo Consumo, Italia a Tavola, Salumi & Consumi und Distribuzione Moderna. Das Programm umfasste Besuche bei Recla

in Schlanders und Koflers Delikatessen in Unsere Liebe Frau im Walde - St. Felix, Begegnungen mit Experten und Genussbotschaftern sowie kulinarische Workshops und geführte Verkostungen.

Die Teilnehmenden erhielten authentische Einblicke in Tradition, Qualität und Vielseitigkeit des Südtiroler Speck g.g.A., ergänzt durch Mittag- und Abendessen in typischen Restaurants sowie vertiefende Einblicke in das Gebiet und seine kulinarische Kultur.

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 wurde im Frühjahr Mitte April bis Ende Mai und im Herbst im November in Italien mit einem TV-Spot über TV und Digital ausgespielt.

6

teilnehmende Journalisten



SÜDTIROLS QUALITÄTSPRODUKTE ALS OFFIZIELLE SPONSOREN DER OLYMPISCHEN UND PARALYMPISCHEN WINTERSPIELE MILANO CORTINA 2026

Zum ersten Mal in der Geschichte werden im Februar 2026 Olympische Spiele auf Südtiroler Boden ausgetragen – ein Ereignis von weltweiter Bedeutung und eine einzigartige Chance, die Vielfalt und Besonderheit der Region international sichtbar zu machen. Die Olympischen und Paralympischen Winterspiele Milano Cortina 2026 bieten den idealen Rahmen, um Südtirols hochwertige Agrarprodukte und Lebensmittel ins Rampenlicht zu rücken.

Olympia steht für Werte wie Teamgeist, Leidenschaft, Tradition, Exzellenz und Engagement. Genau diese Werte verkörpern auch die Südtiroler Qualitätsprodukte. Die Partnerschaft mit Olympia ist daher nicht nur naheliegend, sondern auch strategisch bedeutsam. Durch den gemeinsamen Markenauftritt profitieren die Sponsoren und Konsortien von der starken, einheitlichen visuellen Identität der Spiele. Dies steigert sowohl die Sichtbarkeit als auch die Wiedererkennbarkeit der Produkte und stärkt ihre Positionierung im Bewusstsein der Endkonsumenten. Ziel ist es, die Bekanntheit und Begehrlichkeit der Südtiroler Agrarprodukte nachhaltig zu erhöhen.

Im Vorfeld und während der Spiele rückt eine italienweite Kommunikationskampagne die Südtiroler Qualitätsprodukte ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Neben Südtiroler Wein DOC, Südtiroler Apfel g.g.A., Südtiroler Schüttelbrot g.g.A. und Stiflser Käse g.U. wird auch der Südtiroler Speck g.g.A. im Rahmen des Composite Logos gemeinsam mit der Dachmarke Südtirol und der Marke Olympia auftreten. Die breit angelegte Kampagne trägt den Claim „Il gusto dell'eccellenza“ und wird über verschiedene Kanäle – online wie offline – verbreitet. Ein erster Werbeflight startet im November 2025, gefolgt von einer intensiveren Phase von Mitte Januar bis Ende Februar 2026.

Zum Auftakt fand am 2. Dezember 2025 ein Kick-off-Event für die italienische Presse in Mailand statt. Während der Wettkämpfe in Antholz sind zwei Incoming-Pressstrips geplant: einer für die italienische Fachpresse und einer für Influencer. Begleitet wird die Kampagne zusätzlich durch Beiträge auf den Kommunikationskanälen Südtirols, darunter LinkedIn, Facebook und Instagram.

Zudem wurde auf suedtirol.info eine eigene Landingpage eingerichtet, die die Produkte als olympische Partner präsentiert und Besucher zu den jeweiligen Produktseiten weiterführt.

Mit dieser umfassenden Präsenz nutzt Südtirol die Strahlkraft der Olympischen Spiele, um seine Qualitätsprodukte wirkungsvoll und nachhaltig im internationalen Bewusstsein zu verankern.



DEUTSCHLAND

ALLGEMEINE PR-AKTIVITÄTEN

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

MEDIENKOOPERATIONEN

2025 wurde eine Kooperation mit „Reisewelt Alpen“ (Auflage: 45.000) durchgeführt. Diese bestand in einem einseitigen Advertorial „Zu Gast in Südtirol“ mit Hinweis auf das Speckfest in Ausgabe 4/25, der Integration im Newsletter und online auf www.wir-leben-outdoor.de und einer Einladung zum Speckfest 2025. Der mehrseitige Bericht zur Pressereise zum Speckfest ist in Ausgabe 1/26 erschienen. Der Newsletter wird an 14.700 Abonnenten verschickt.



Genuss made in Südtirol: PR-Event in Hamburg bringt regionale Qualität auf den Teller

Am 9. April verwandelte sich eine Hamburger Location in eine Bühne für zwei echte Südtiroler Originale: Südtiroler Speck g.g.A. und Südtiroler Apfel g.g.A. standen im Mittelpunkt eines exklusiven Pressevents, das vom Südtiroler Speck und Apfel Konsortium in Zusammenarbeit mit IDM Südtirol organisiert wurde.

Acht ausgewählte Food- und Lifestyle-Journalistinnen und -Journalisten waren eingeladen, die Produkte mit allen Sinnen zu erleben – durch fundierte Produkterklärungen, spannende Hintergrundinfos zur Herkunft und Qualität sowie natürlich durch die Verkostung selbst. Fachlich begleitet wurde das Event von einer Apfelsommelière und dem Direktor des Südtiroler Speck Konsortiums, die Einblicke in Tradition, Herstellungsweise und kulinarisches Potenzial gaben.

Das geschmackliche Highlight bildete ein Live-Tasting mit kreativen Speck-Apfel-Pairings zubereitet von einer Köchin, die die beiden Südtiroler Qualitätsprodukte auf moderne, genussvolle Weise kombinierte.

Gesamtzahl Veröffentlichungen: 75

Reichweite insgesamt: 274.527.887

Media Value gesamt 1.164.441,62 €



8

teilnehmende Journalisten

TRADE-AKTIVITÄTEN

„SÜDTIROLER SPECK g.g.A – TYPISCH SPECK, TYPISCH SÜDTIROL“: VERKOSTUNGS-AKTIONEN IN DEUTSCHLAND

Von September 2025 bis Januar 2026 stand der Südtiroler Speck g.g.A. dank eines nationalen öffentlichen Beitrags von 70 % des MASAF – Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste im Mittelpunkt einer großen Genuss-Tour durch Deutschland unter dem Motto „Speck Alto Adige IGP – Typisch Speck, typisch Südtirol“. Die von geschulten Promotern geleiteten Verkostungen fanden in über 300 Verkaufsstellen statt, mit mehr als 600 Verkostungstagen in den wichtigsten deutschen Handelsketten, darunter Edeka, Rewe, V-Markt, Tegut und Globus. Ziel des Speckkonsortiums war es, die zuletzt zurückgegangene Nachfrage nach Südtiroler Speck IGP wieder anzukurbeln – in einem Umfeld, in dem der Konsum in Deutschland insgesamt rückläufig war. Die Initiative, die im wichtigsten Exportmarkt des Südtiroler Specks umgesetzt wurde, erfolgte in Zusammenarbeit mit der Trade-Marketing-Agentur Pepp Foodmarketing GmbH.

Während der Aktionswochen konnten die Verbraucher den Südtiroler Speck g.g.A. verkosten und detaillierte Informationen über seine besonderen Eigenschaften sowie über die Qualität erhalten, die ihn einzigartig macht. Es handelte sich um ein Erlebnis, das Wissen und Genuss miteinander verband und Initiativen hervorhob, die den direkten Kontakt zwischen Verbraucher und Produkt ermöglichten – direkt am Point of Sale, wo die Kaufentscheidung getroffen wurde.



ANUGA 2025 – SÜDTIROLER SPECK g.g.A.

MIT NEUEM IDM-MESSESTAND AUF DER NR. 1 DER LEBENSMITTEL-MESSEN

Vom 4. bis 8. Oktober 2025 präsentiert sich das Südtiroler Speck Konsortium erneut auf der weltweiten Leitmesse für Lebensmittel und Getränke in Köln. Die ANUGA bleibt ein zentraler Treffpunkt für internationale Fachbesucher und bietet eine wichtige Bühne für Herkunftsprodukte mit klarer Qualitätspositionierung.

Neuer Messestand von IDM – erstmals von Speckproduzenten genutzt. Für die ANUGA 2025 hat IDM Südtirol ein komplett neues Standkonzept entwickelt und konzipiert, das die Werte von Südtirol – Authentizität, Qualität und kulinarische Kultur – modern und klar erfahrbar macht. Der neue Stand wurde erstmals von den Speckproduzenten genutzt und am Montag, 6. Oktober von IDM und Vertretern aus Politik und Verbänden aus Südtirol feierlich eingeweiht.

Gemeinsam am Start: 5 Speckproduzenten repräsentieren Südtirol

Am Gemeinschaftsstand des Südtiroler Speck Konsortiums – organisiert und koordiniert von der Business-Development-Abteilung von IDM Südtirol – beteiligen sich 2025 erneut fünf Betriebe: Recla, G. Pfitscher, Moser, Mendelspeck und Koflers Delikatessen.

Sie repräsentieren die Kompetenz und Vielfalt der Südtiroler Speckherstellung und nutzen die ANUGA, um ihr Sortiment und ihre Qualitätsstärken einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren.

Der gesamte Stand – inklusive des gastronomischen Bereichs – fungiert als zentraler Treffpunkt für Gespräche, Verkostungen und Kundenkontakte. Hier verbinden sich Produktpräsentation, Südtiroler Gastlichkeit und professioneller Austausch zu einem einheitlichen Auftritt, der die Marke Südtiroler Speck g.g.A. klar positioniert und nachhaltig stärkt.



SHOP IN SHOP

Der Südtirol Shop in Shop verbindet regionale Spezialitäten mit einer authentischen Genusskultur und war bereits im dritten Jahr in Folge in Deutschland unterwegs. An 19 Standorten im Premium LEH 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. Insgesamt war der Südtirol Shop in Shop 87 Wochen präsent und ermöglichte es 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 Partnern im Feinkostbereich wie etwa Feinkost Käfer und dem FrischeParadies und nahm außerdem an B2B-Veranstaltungen teil, um die Produkte im Premiumsegment zu positionieren. Diese Partnerschaften

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 Genusskultur. Der Südtirol Shop in Shop bringt die Einzigartigkeit Südtirols direkt zu den Kunden und macht die Genusswelt der Region auf innovative Weise erlebbar.



POLEN

ABSATZFÖRDERUNGS- UND KOMMUNIKATIONSPROJEKT POLEN



Polen ist mit ca. 20 % Exportzuwachs für italienische „Salumi“ jährlich, mit ca. 38 Millionen Konsumenten, um ca. 3,5 % wachsendem Bruttoinlandsprodukt und somit steigender Kaufkraft einer der interessantesten neuen Märkte auch für unser Produkt. Aus diesem Grunde steht er nach Italien, Deutschland und Frankreich an 4. Länderpriorität und wir haben daher auch Ende 2024 für den Marktaufbau sinnvolle Absatzförderungsprojekte ausgearbeitet und zur Finanzierung eingereicht. Mit Anzeigen und redaktionellen Advertorials in den 4 wichtigsten Handelsmedien on- und offline wurden gezielt Einkäufer, Importeure und Grosshändler im LEH und Horeca Kanal (b2b) über unser Produkt und die Aktivitäten in Polen informiert. In Verkaufspunkten u.a. von Auchan, Spolem, Intermarketa, Frac, EURO-

SPAR; CARREFOUR, LECLERC wurden an insgesamt 10.100 Tagen Verkostungen durchgeführt, und/oder insgesamt 50.000 Broschüren, 6.000 Wobblers (Regalstopper) und Plakate verteilt bzw. an den Kühltruhen platziert, wo unser Produkt verkauft wurde. Es wurde hierbei ausdrücklich darauf geachtet, dass die Promoter die verkostenden Konsumenten auch zum Kauf auffordern. Ebenso wurde unser Internetauftritt <https://www.speck.it/pl/> jetzt auch in der fünften Sprache, Polnisch online gestellt.

USA

MESE SUMMER FANCY FOOD SHOW 2025 IN NEW YORK

Aufgrund des bisher guten Erfolgs am Markt, der Bedeutung dieser wichtigsten Messe für den nordamerikanischen Markt waren wir auch dieses Jahr wieder auf der 69. Messe Fancy Food Show in New York vom Sonntag, 29. Juni bis Dienstag, 1. Juli.

Wohl auch aufgrund des diesjährigen attraktiven Partnerlandes Italien konnte eine Rekordzahl an Besuchern von 32.000 Personen, davon 8.100 Einkäufer (9 % +) mit einer starker Zunahme von 14 % zu 2024, 2.500 Aussteller, davon 400 das erste Mal (350 aus Italien) aus 59 Nationen verzeichnet werden (laut Veranstalter der italienischen Beteiligung Universal Marketing).

Die Messe wurde in das Programm der IDM aufgenommen und konnte 2025 teilweise mit IDM organisiert werden. IDM war mit 2 Personen vor Ort und konnte dabei auch alle Kontakte des Konsortiums kennenlernen und nutzen und wird diesen Markt in Zukunft intensiver betreuen. Am Montag haben wir am Stand um 15 Uhr einen kleinen Empfang für alle vor Ort anwesenden Hersteller, der Führung von ICE Nordamerika, Landesrat Galateo, ASSICA Direktor Calderone, potentielle Kunden und Journalisten organisiert, um auch dadurch Kontakte zu pflegen und auszubauen. Es sei hiermit auch allen Herstellern nochmal gedankt, die dem Konsortium vor Ort ihr Produkt und andere Hilfestellung leisteten.



EXPORT

EXPORTAKTIVITÄTEN ALLGEMEIN

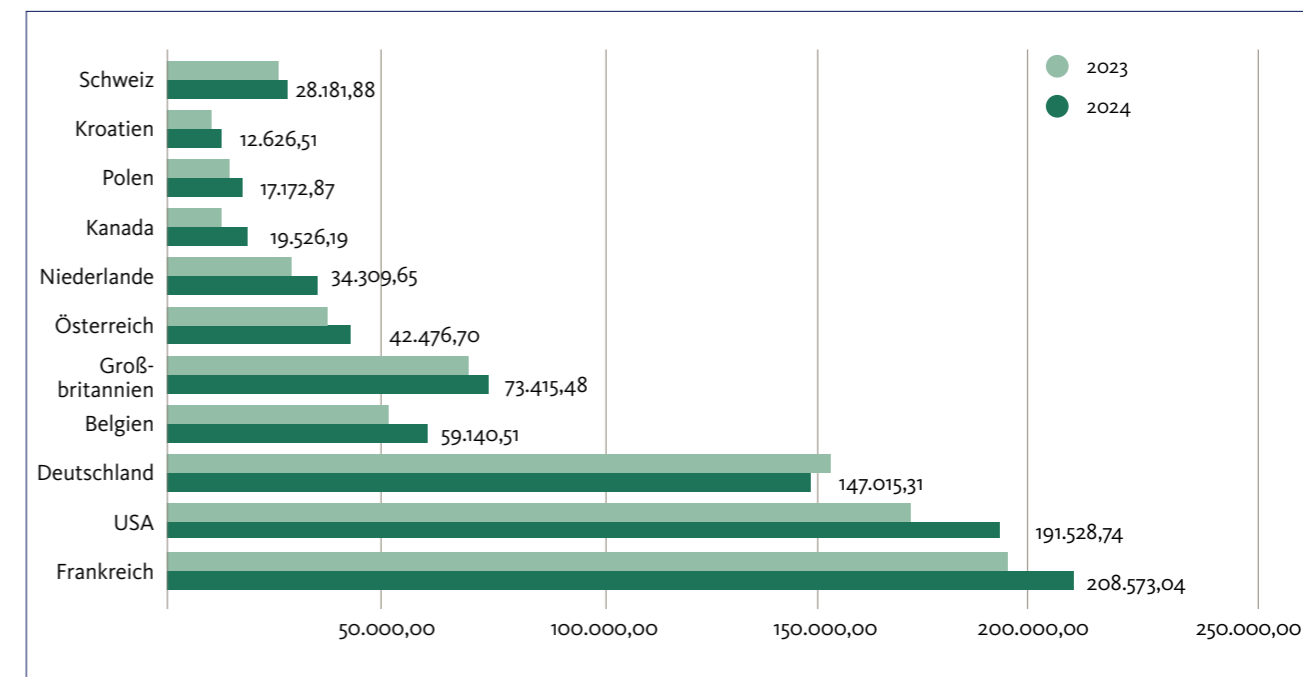
Um die Erfahrung unserer Exportleiter optimal für die Gestaltung sinnvoller Aktivitätenpläne zu nutzen und umgekehrt dann über deren Umsetzung zu informieren, wurden drei Treffen Arbeitsgruppen Export organisiert. Wir haben einen ersten Export Day im Jahre 2023 durchgeführt, wo wir allen unseren Exportleitern über einem Videocall alle Expert/Innen in unserem Sektor und den jeweiligen Führungskräften von ICE in allen unseren wichtigen Märkten persönlich vorstellen konnten.

Um alle Mitglieder des Konsortiums gezielt auf neue interessante Märkte - auch über jene hinaus, die das Konsortium konkret bearbeitet - und Marktöffnungsaktivitäten zu informieren bzw. hinzuweisen, wurde am Freitag, 30.5.2025 ein 2. EXPORT DAY am Sitz von IDM in Bozen organisiert. Gemeinsam mit IDM, ASSICA, IVSI (Marketingabteilung von ASSICA für Salumi Export) und ICE konnten wir Land

für Land aufzeigen, wo konkrete Marktchancen bestehen und welche Unterstützung es für deren Öffnung von IDM, ICE, Ministerien, oder andere Institutionen gibt.

ASSICA (Frau Dr. Giada Battaglia) hat hierbei konkret die aktuell wichtigsten ca. 20 Märkte nach Exportumsatz Salumi, Pro-Kopf-Konsum u.ä. Kriterien vorgestellt und auch jene angesprochen, wo es bald eine Marktöffnung geben könnte, wie zum Beispiel Australien, Indien und Mercosur.

EXPORT ROHSCHINKEN UND SPECK



Quelle: ASSICA - Datenverarbeitung ISTAT

EU-PROJEKTE

ORIGINALE VON DEN GIPFELN EUROPAS: HIGHLIGHTS DES DRITTEN JAHRES DER EU-KAMPAGNE

Mit dem dritten Jahr endete die Kampagne „Originali dalle Vette d'Europa“, die im Verlauf des dreijährigen Projekts zu einer kontinuierlichen Steigerung der Bekanntheit und der Positionierung von Südtiroler Speck g.g.A. und Stilfser Käse g.U. in Italien, Deutschland und Frankreich beigetragen hat. Ein integriertes Maßnahmenpaket sorgte für eine kontinuierliche und konsistente Präsenz und stärkte das Image der beiden Produkte als Inbegriff von Exzellenz, Authentizität und Verlässlichkeit im europäischen Kontext.

In Italien bot die Teilnahme an der Messe Golosaria im November in Mailand eine wichtige Plattform für Sichtbarkeit sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich. Geführte Verkostungen durch zwei Südtiroler Genussbotschafter sowie ein Showcooking mit Chefkoch Thomas Ortler vermittelten anschaulich die kulinarische Vielseitigkeit der Produkte. Ergänzend trugen Kooperationen mit Food-Influencern zur Steigerung der digitalen Reichweite bei. Verkostungsaktionen in Aspiag-Verkaufsstellen stärkten den direkten Kontakt mit den Endverbrauchern im Handel, während die Zusammenarbeit mit La Cucina Italiana durch redaktionelle und publireaktionelle Inhalte inklusive Rezepte zusätzliche Sichtbarkeit für beide Produkte schuf. In Deutschland festigten die Verkostungsaktivitäten im Lebensmitteleinzelhandel die Marktpräsenz des Südtiroler Specks g.g.A. und des Stilfser Käses g.U. Zwischen Oktober und November 2025 fanden über 120 Verkostungstage in mehr als 45 Edeka- und REWE-Fili-

alen im Norden und Osten des Landes statt. Geschulte Promoter vermittelten dabei Herkunft und Authentizität der Produkte. Ergänzend bot die Teilnahme an der Messe Eat & Style in Hamburg Ende September wertvolle Kontakte zu Genussliebhabern und Fachpublikum. Unterstützt wurden diese Aktivitäten durch Influencer-Kooperationen und eine Programmatic-Onlinekampagne zur gezielten Ansprache des deutschen Marktes. In Frankreich wurde die Sichtbarkeit beider Produkte durch Maßnahmen für Konsumenten und Fachpublikum weiter ausgebaut. Die im Frühjahr und Herbst durchgeführte Restaurant Week integrierte Pariser und regionale Restaurants mit speziellen Menüs und unterstrich Qualität, Herkunft und kulinarische Vielseitigkeit der Südtiroler Spezialitäten. Zusätzlich sorgten Kooperationen mit den Fachzeitschriften Le Chef und LSA für Präsenz im B2B-Segment. Eine begleitende Programmatic-Onlinekampagne erhöhte Reichweite und Abdeckung auf dem französischen Markt.

Insgesamt schloss die Kampagne einen strategischen Prozess ab, der die Reputation und das Marktprofil des Südtiroler Specks g.g.A. und des Stilfser Käses g.U. in Italien, Deutschland und Frankreich nachhaltig stärkte. Die umgesetzten Maßnahmen festigten die Positionierung beider Produkte bei Konsumenten, Handel und Fachpublikum als authentische Ausdrucksformen von zertifizierter Qualität, Tradition und europäischer Genusskultur.



MARKTÜBERGREIFENDE AKTIVITÄTEN

SÜDTIROLER QUALITÄTSPRODUKTE BEI EATALY

Im Monat Oktober hat Eataly eine bedeutende Initiative zur Förderung von Produkten mit dem Qualitätszeichen Südtirol sowie von Südtiroler Qualitätsprodukten mit europäischer Ursprungsbezeichnung umgesetzt. In zehn ausgewählten Filialen der Kette – sieben in den USA und drei in Kanada – hatten die Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, die Exzellenz der Südtiroler Erzeugnisse kennenzulernen und zu vertiefen. Die Initiative richtete sich sowohl an das B2C- als auch an das B2B-Publikum. Produkte wie Südtiroler Speck g.g.A., Südtirol Wein DOC und verschiedene Käsesorten mit dem Qualitätszeichen Südtirol standen im Mittelpunkt von Verkostungstagen und speziell für Endverbraucher konzipierten Veranstaltungen. Parallel dazu wurde in den Restaurants der teilnehmenden Filialen einen Monat lang ein Südtiroler Menü angeboten, das darauf abzielte, die Rohstoffe aufzuwerten und deren Herkunft durch ein gastronomisches Erlebnis zu vermitteln. Neben den Aktivitäten für das Endpublikum wurde großer Wert auf die Schulung und Einbindung des Verkaufspersonals gelegt. In jeder Filiale wurden Schulungseinheiten für die Mitarbeitenden organisiert, mit dem Ziel, ihnen hilfreiche Instrumente und Inhalte an die Hand zu geben, um den Kundinnen und Kunden den Wert, die Herkunft und die Besonderheiten der Südtiroler Qualitätsprodukte klar und kompetent zu vermitteln. Abschließend wurden über die Aktivitäten in den Verkaufsstellen hinaus in New York und Los Angeles spezielle B2B-Events organisiert. Zu diesen Anlässen wurden insgesamt rund 60 ausgewählte Einzelhändler aus der Region einge-

laden – darunter Gastronomen, Handelsketten und Fachgeschäfte –, wodurch den beteiligten Produzenten die Möglichkeit geboten wurde, ihre Produkte direkt vorzustellen, ihre Philosophie zu erläutern sowie neue Kontakte und Geschäftsmöglichkeiten zu entwickeln. Insgesamt umfasste die Initiative zehn Eataly-Geschäfte in sieben Städten Nordamerikas, darunter die renommierten Standorte New York, Chicago und Los Angeles, und trug dazu bei, die Sichtbarkeit und Positionierung der Südtiroler Qualitätsprodukte sowohl beim Endpublikum als auch bei professionellen Akteuren der Branche weiter zu stärken.

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

Welche Bedeutung hat das europäische Gütesiegel „geschützte geografische Angabe“ für jeden einzelnen der 26 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 näher zu bringen, wurden auf den Social-Media-Plattformen "Südtirol Alto Adige South Tyrol" auf Facebook und "speckalloadige" 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 Ende 2026 fortgesetzt.

Reichweite: 720.376

Impressionen: 2.488.372

Link-Klicks: 50.911



INSTAGRAM



Über den 2020 lancierten Instagram-Channel @Speck-AltoAdige wurde die digitale Präsenz des Konsortiums 2025 weiter konsolidiert. Mit über 3 Mrd. BenutzerInnen ist Instagram nach wie vor eine der größten und wichtigsten Plattformen für die Kommunikation mit den KonsumentInnen.

Unter der Leitung der Business- und Kommunikationsberaterin Roberta Creazzo setzte der Channel 2025 wie gewohnt auf hochwertige, authentische Inhalte rund um den Südtiroler Speck g.g.A. mit Rezepten, Einsatzmöglichkeiten, saisonalen Gerichten, Kooperationen und Geschichten aus Südtirol. Ziel ist seit jeher der Auf- und Ausbau einer Business-to-Consumer-Community mit besonderem Augenmerk auf jüngere Zielgruppen, die sich zunehmend für regionale Spezialitäten und Nachhaltigkeit interessieren.

Im Laufe des Jahres 2025 konnte die Zahl der FollowerInnen von 3.707 (Stand Januar 2025) um 150 auf 3.857 gesteigert werden. Obgleich diese Zahl ein nützlicher Indikator ist, fällt die Anzahl der FollowerInnen heute im Vergleich zur Performance der Inhalte (Reichweite, Aufrufe, Interaktionen) weniger stark ins Gewicht: Vielmehr gilt es, das langfristige Wachstum im Auge zu behalten, als den kurzfristigen Erfolg eines Channels auf der Grundlage dieses Parameters zu messen.

Insgesamt wurden 2025 ganze 113.438 Aufrufe verzeichnet und 47.249 Accounts erreicht, die 1.356-mal mit den Inhalten interagiert und 579 Links angeklickt haben: ein klarer Beleg für die zunehmende Aktivität auf dem Profil und das wachsende Interesse am veröffentlichten Content. Tatsächlich konnten die Aufrufe im Vergleich zum Vorjahr (Stand 2024: 56.436) fast verdoppelt und die Anzahl der erreichten Accounts (Stand 2024: 28.761) erheblich ausgebaut werden. Bei Interaktionen und Klicks war ebenfalls ein deutlicher Zuwachs zu verzeichnen.

Auch die Stories haben mit 17.183 Aufrufen und 2.344 erreichten Accounts gute Ergebnisse erzielt: Die Zahlen blieben im Vergleich zu 2024 im Wesentlichen stabil und belegen die wichtige Rolle der Stories zur Unterstützung der Markenpräsenz.

Die Community weist mit 50,9 % weiblichen und 49,1 %

männlichen FollowerInnen eine weitgehend ausgewogene Geschlechterverteilung auf, und ihre geografische Herkunft bestätigt die internationale Reichweite des Channels: Italien 69,2 %, Deutschland 12,6 %, Vereinigte Staaten 3,3 %, Österreich 1,8 % und Frankreich 1,6 % (gefolgt von der Schweiz mit 0,8 %). Unter den wichtigsten Städten liegt Bozen mit 3,3 % an der Spitze, gefolgt von Rom (2,5 %), Meran (1,9 %), Mailand (1,6 %), München (1 %) und Genua (0,9 %).

Als besonders wirksam erwiesen sich 2025 Inhalte rund um Rezepte, Einsatzmöglichkeiten und saisonale Gerichte: Sie erzielten die besten Werte hinsichtlich Reichweite und Interaktionen. Auch das Speckfest generierte ausgezeichnete Ergebnisse, während institutionelle und informative Inhalte im Durchschnitt weniger ansprechend waren, sofern nicht mit attraktivem Storytelling verbunden. Die Zusammenarbeit mit InfluencerInnen und Creators aus den Bereichen Food und Lifestyle ermöglichte erneut überdurchschnittliche Performances und steigerte Glaubwürdigkeit, Reichweite und Interaktion.

Insgesamt ist der Instagram-Channel des Südtiroler Speck Konsortiums für das weitere digitale Wachstum gut aufgestellt. Als Entwicklungsbereich für die Zukunft ergibt die Analyse die Umwandlung von Sichtbarkeit in neue FollowerInnen durch vermehrte, wirksame Calls to Action und wiederkehrende Formate, die für langfristig konstantere Interaktion sorgen.

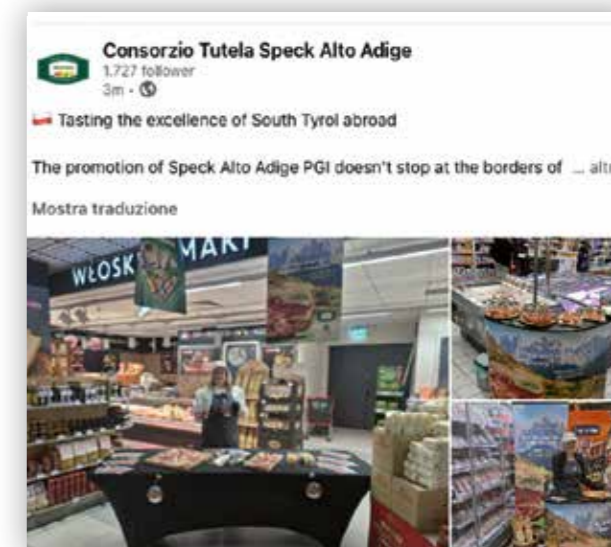


LINKEDIN



LinkedIn erwies sich auch 2025 als wichtigste Plattform für Geschäftskontakte rund um den Globus: Über seinen Kanal arbeitet das Südtiroler Speck Konsortium weiter am Aufbau eines Business-to-Business-Netzwerks, das die HerstellerInnen von Südtiroler Speck mit Akteuren aus den Bereichen Lebensmittelgroßhandel, Gastronomie, Einzelhandel und Marketing sowie mit Reiseanbietern, nationalen Konsortien und Aufsichtsbehörden verbindet. Ein Vergleich der Jahre 2024 und 2025 zeigt mit rund +7.000 Impressionen und +300 Reaktionen ein deutliches Wachstum. Im Zeitraum 04.01.2025 – 31.12.2025 wurden 21.675 Impressionen, 781 Reaktionen, 15 Kommentare und 32 geteilte Beiträge verzeichnet: ein klarer Beleg für die solide organische Präsenz und die Relevanz des Kanals für die institutionelle Positionierung des Konsortiums. Die Zahl der Einzelbesuche stieg im Vergleich zum Vorjahr um ca. +100 auf insgesamt 289 (205 Desktop-Geräte, 84 mobile Geräte).

Die Analyse der geografischen Herkunft der FollowerInnen ergibt eine starke Konzentration in Italien und Südtirol, wobei Bozen an erster Stelle steht (328 FollowerInnen, 19 %), gefolgt von Mailand (159, 9,2 %), Rom (55, 3,2 %), Verona (42, 2,4 %), Trient (40, 2,3 %) und Bologna (40, 2,3 %) sowie Modena, Turin, Parma und München. Diese Vertei-



lung belegt die nationale Reichweite des Konsortiums mit einer seiner Rolle entsprechenden internationalen Komponente.

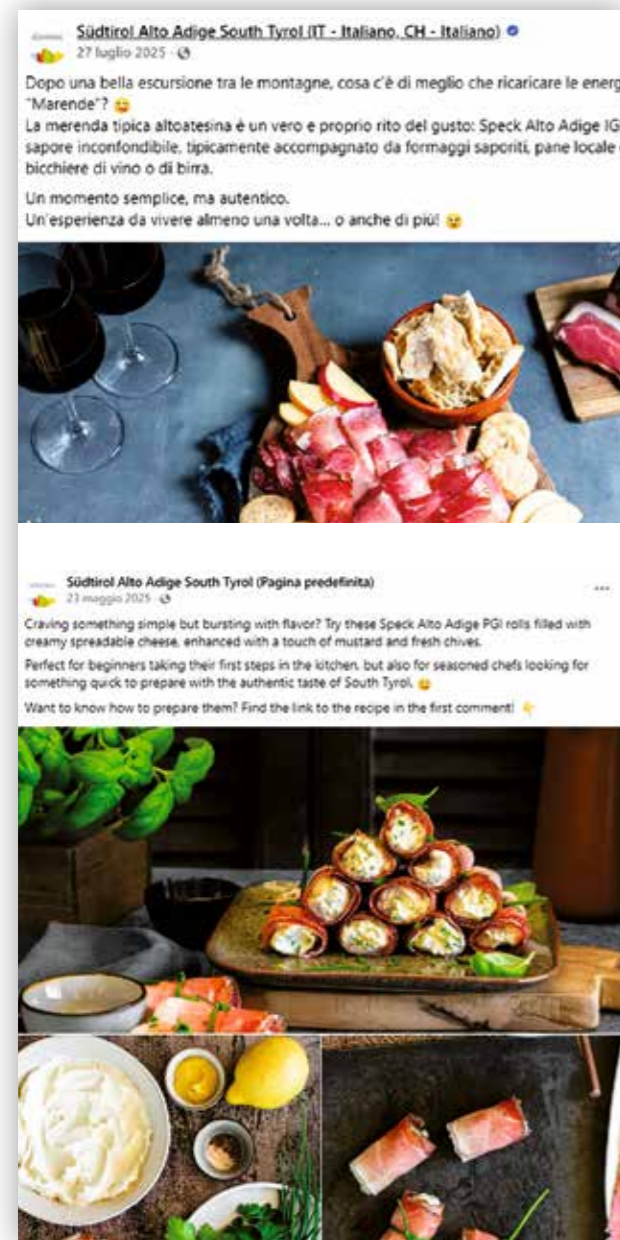
Inhaltlich schneiden Beiträge rund um das Konsortium – Veranstaltungen, Südtirol, institutionelle Rolle und Netzwerk der HerstellerInnen – besonders gut ab. Inhalte, die überwiegend produktzentriert und damit jenen des Instagram-Channels zu ähnlich waren, erwiesen sich im Durchschnitt als weniger erfolgreich. Insgesamt bestätigt sich LinkedIn als Plattform, auf der Qualität mehr zählt als Masse: Das langsame, aber stetige und qualifizierte Wachstum des Kanals ist stimmig mit der gewählten organischen, nicht durch Werbeanzeigen unterstützten Vorgehensweise.

Der LinkedIn-Kanal ist ein wichtiges strategisches Element in der Kommunikation des Südtiroler Speck Konsortiums, das damit sein Image als solide und richtungsweisende europäische Einrichtung stärkt.



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 Ins-



tagram 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 interagiert. Auf der Facebook-Seite wurden über mehrere Monate verschiedene Themenblöcke rund um den Südtiroler Speck kommuniziert. Dabei wurde darauf geachtet, jedes Thema im bestens 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 SpeckAperitivo, Specktag Naturns, Speckfest und Speck Safari.

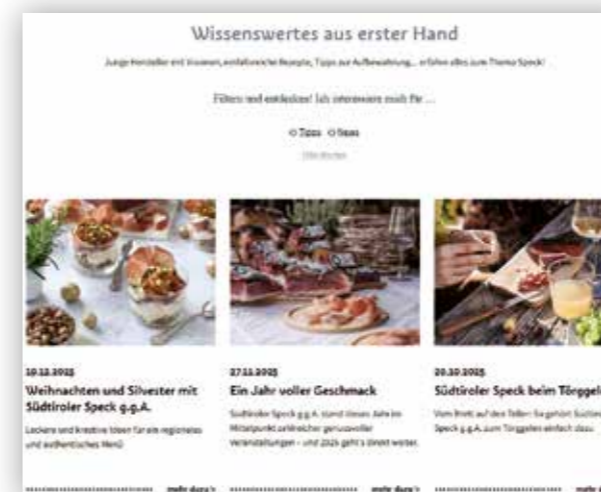
Im Zuge der SEO-Optimierung wurden Maßnahmen ergriffen, um die Platzierung der www.speck.it-Seite in den organischen Suchergebnissen von Suchmaschinen zu verbessern und damit den Traffic zu steigern. Auf der speck.it-Webseite wurde zudem eine neue Landingpage für die Nachhaltigkeitsstrategie erstellt,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

| SOCIAL MEDIA AUSWERTUNG 2025 | |
|--|---------|
| FACEBOOK Südtirol Alto Adige South Tyrol | |
| Anzahl Posts: | 23 |
| Impressionen: | 660.233 |
| Reichweite: | 497.486 |
| INSTAGRAM @suedtirol.official | |
| Anzahl Posts: | 21 |
| Impressionen: | 988.921 |
| Reichweite: | 499.441 |

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. Im Jahr 2025 wurden 14 News in deutscher und italienischer Sprache veröffentlicht.

| | |
|--------------------------------|--------|
| Durchschnitt Empfänger gesamt: | 44.937 |
| DEUTSCHLAND | |
| Durchschnitt Empfänger: | 17.896 |
| Durchschnitt Klickrate: | 6,52 % |
| ITALIEN | |
| Durchschnitt Empfänger: | 27.041 |
| Durchschnitt Öffnungsrate: | 33,4 |



FOTOSHOOTING SÜDTIROLER SPECK g.g.A.

Im Jahr 2025 wurde ein Fotoshooting für den Südtiroler Speck g.g.A. durchgeführt, da neue Bilder benötigt wurden. Im Rahmen dieser Gelegenheit wurden Aufnahmen für die Produktpräsentation des Südtiroler Speck g.g.A. in verschiedenen Darstellungsformen für die verschiedenen Märkte gemacht. Die entstandenen Bilder wurden nicht nur für bestehende Kommunikationszwecke genutzt, sondern dienen auch als Grundlage für zukünftige Projekte in den kommenden Jahren. Darüber hinaus haben die Produzenten des Südtiroler Speck g.g.A. die Möglichkeit, auf diese Bilder zuzugreifen und sie nach Absprache mit IDM Südtirol in ihrer eigenen Kommunikation zu verwenden.

CORPORATE IDENTITY BOOKLET SÜDTIROLER SPECK g.g.A.

Im Jahr 2025 wurde das Corporate Identity Booklet des Südtiroler Speck g.g.A. überarbeitet und an das aktuelle Corporate Design angepasst. Das Booklet dient allen Markennutzern als wichtige Grundlage, um die grafischen Elemente der Marke korrekt anzuwenden und einen einheitlichen Markenauftritt zu gewährleisten.

Im Zuge dieser Aktualisierung wird im Jahr 2026 zudem das institutionelle Logo des Speck Konsortiums, das Co-Branding sowie der Markenauftritt der Reserva-Linie überarbeitet, um die visuelle Identität der Marke weiter zu stärken und konsistent zu gestalten.

FORSCHUNG & ENTWICKLUNG

FORSCHUNGSPROJEKT MIT SSICA

Im Jahr 2025 wurde der Bereich Forschung und Entwicklung gezielt gestärkt und erstmals strukturiert in die strategische Arbeit des Südtiroler Speck Konsortiums integriert. Ziel ist es, die wissenschaftliche Grundlage für Qualität und Zukunftsfähigkeit des Südtiroler Speck g.g.A. nachhaltig auszubauen.

Ein zentraler Meilenstein war der Start des umfassenden Forschungsprojekts in Zusammenarbeit mit der SSICA – Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari (Parma), fachlich begleitet vom Versuchszentrum Laimburg. Das Projekt setzt entlang der gesamten Wertschöpfungskette an und schafft eine belastbare Grundlage für die Weiterentwicklung von Produktspezifikation, Kontrollparametern und Produktionsprozessen.



Im Fokus stehen insbesondere:

- > die wissenschaftliche Absicherung qualitativer Referenzparameter durch chemische, mikrobiologische und sensorische Analysen,
- > die Untersuchung produktionstechnologischer Ansätze – unter anderem im Hinblick auf eine mögliche Reduktion von Nitrit und Nitrat,
- > die qualitative Profilierung der neuen Linie „Südtiroler Speck g.g.A. Riserva“,
- > sowie Analysen zu Haltbarkeit, Schneiden und Verpackung unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten.

Im Jahr 2025 wurden erste umfangreiche Probenahmen durchgeführt und zentrale Analysen abgeschlossen. Die bisherigen Ergebnisse bestätigen die Konformität der Produkte mit den geltenden Vorgaben und liefern zugleich wertvolle Erkenntnisse für zukünftige Optimierungen.

Mit diesem Schwerpunkt unterstreicht das Konsortium seinen Anspruch, Qualität nicht nur zu sichern, sondern wissenschaftlich weiterzuentwickeln. Forschung und Innovation bilden damit eine wesentliche Grundlage für die langfristige Wettbewerbsfähigkeit und internationale Positionierung des Südtiroler Speck g.g.A.

SONSTIGE AKTIVITÄTEN

SPECKPOST

Im Jahr 2025 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.



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 beliebte Zutat bei zusammengesetzten Produkten von Firmen, wie Itaipizza, Rana S.p.A. und McDonald's Development. Auch eine namhafte Firma aus Südtirol, die Fa. Dr. Schär hat mit uns einen Vertrag abgeschlossen und bietet Nudeln mit Südtiroler Speck g.g.A. und Brie an. Derzeit hat das Speck Konsortium genau 16 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 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

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



PR-Event Hamburg
April



**Hero Dolomites
Mountainbike
Radrennen**
Catering VIP-Bereich
März



Trail Run Naturns
März



Tag des Weines Eppan
April



**TV-Journalisten in
Südtirol**
Mai



**St. Magdalener
Kirchtag**
Catering
Mai



**Folio Verlag
Deutschland**
Juni



**Event Konsulat
München**
Juli



Südtirol kocht
Juli



**Bergbauernhilfe
Geschenkkorb –
freiwillige Helfer**
Oktober



Südstern Jahrestreffen
Südtiroler im Ausland –
Geschenkkorb
22. Dezember

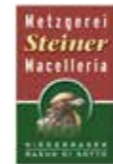


SÜDTIROLER SPECK KONSORTIUM ZIEHT BILANZ

Die ordentliche Mitgliederversammlung des Südtiroler Speck Konsortiums fand am Samstag, 22. Februar 2025, im NOI Techpark Südtirol in Bozen statt. Nach der Begrüßung durch den Präsidenten wurden die Berichte des Verwaltungsrates, der Direktion sowie der Kontrollorgane vorgestellt. Im Rahmen der Sitzung erfolgte zudem die Genehmigung des Jahresabschlusses sowie ein Austausch über aktuelle Entwicklungen im Marktumfeld und die strategische Ausrichtung des Konsortiums. Im Anschluss an den offiziellen Teil der Versammlung hatten die Mitglieder die Gelegenheit, die Räumlichkeiten des NOI Techparks zu besichtigen. Dabei wurde insbesondere

das neue Labor vorgestellt, das künftig eine zentrale Rolle in der wissenschaftlichen Begleitung und Weiterentwicklung der Produktionsrichtlinien für Südtiroler Speck g.g.A. einnimmt. Die Besichtigung bot einen vertiefenden Einblick in die infrastrukturellen und technologischen Voraussetzungen, die die Qualitätssicherung und Innovationsarbeit des Sektors künftig unterstützen. Die Versammlung unterstrich erneut die gemeinsame Ausrichtung des Konsortiums, weiterhin konsequent auf Qualitätssicherung, Markenschutz und eine nachhaltige Weiterentwicklung des Südtiroler Speck g.g.A. zu setzen.







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