



Pressemitteilung

Eine kürzlich vom Branchenverband der Ibérico-Schinkenhersteller (ASICI) durchgeführte Studie belegt das enorme Potenzial von Iberischem Schinken auf dem internationalen Markt.

75 Prozent der Europäer werden auch in Zukunft Ibérico-Schinken essen

Laut einer Umfrage des ASICI im Rahmen der Kampagne „Ham Passion Tour“, gaben 65 Prozent der befragten Europäer an, Ibérico-Schinken zu konsumieren. Mehr als drei Viertel der Befragten meinen, dass sie auch in Zukunft Iberischen Schinken verzehren werden.

Auf spanische Art als ganze Keule, in Scheiben oder in Würfeln geschnitten? Die Hälfte der Europäer erklärt, sich für Iberischen Schinken zu entscheiden, der von der Keule geschnitten wurde. 35 Prozent kaufen Vakuumverpackungen, während die traditionelle, ganze Schinkenkeule auf dem spanischen Markt weiterhin die beliebteste Variante ist.

Madrid, 9. Juli 2019 – Qualität, Herkunftsnachweis, Transparenz und eine steigende internationale Expansion sind die strategischen Säulen, auf denen die Ibérico-Branche basiert und die ihre Zukunft sichern werden. Die Kampagne „**Ham Passion Tour. Ham, The Passion of Europe**“ 2018-2020, wurde vor einem Jahr vom **Branchenverband der Ibérico-Schinkenhersteller** unter dem Markennamen „Iberische Schinken aus Spanien“ mit Unterstützung der EU und einem Budget von fast sechs Millionen Euro ins Leben gerufen, um das Produkt in strategischen Märkten wie Frankreich, Deutschland, Großbritannien und Spanien zu stärken. Allein im ersten Jahr der Kampagne konnte die Botschaft mehr als 265 Millionen potenzielle Verbraucher erreichen. Durch mehr als 50 Millionen Meldungen in der europäischen Presse wurden die ursprünglich festgelegten Ziele um mehr als 165 Prozent übertroffen. Dies ist ein Indikator für die beispiellose Akzeptanz eines spanischen Produkts, die durch eine globale Kampagne erreicht wurde.

Das **Ikerfel Market Research and Strategic Marketing Institute** erforschte nun die Auswirkungen der Informationskampagne durch quantitative Analysen, Online-Befragungen und persönliche Interviews mit Verbrauchern und Fachleuten.

65 Prozent der befragten Europäer gaben an, Ibérico-Schinken mehr oder weniger stark zu konsumieren. Hierbei variierten die Zahlen zwischen 49 Prozent in Frankreich, 58 Prozent in Großbritannien, 66 Prozent in Deutschland und 84 Prozent in Spanien. Zwei Drittel der Befragten bekundeten darüber hinaus, den Unterschied zwischen Iberischem Schinken aus Spanien und anderen getrockneten Schinken zu kennen – in Spanien waren es sogar 82 Prozent. Die wichtigsten Unterscheidungsmerkmale für europäische Verbraucher sind die hohe Qualität und der Geschmack, gefolgt von Aussehen und Farbe.

Von den befragten Europäern gaben 50 Prozent an, den Schinken „direkt von der Keule geschnitten“ zu kaufen, wobei 35 Prozent „vakuumverpackten Schinken“ und 14 Prozent direkt die „gesamte Keule“ erstehen. Nur 1 Prozent der Befragten erklärte „andere Schnitt- und Präsentationsformen“ wie „entbeint“ oder „in Würfeln“ zu bevorzugen. In Spanien, wo iberische Produkte eine lange Tradition haben, werden dagegen 65 Prozent des Absatzvolumens mit im



ganzen Stück verkauftem Schinken erzielt, wie das spanische Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung bestätigte.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass mehr als drei Viertel der Befragten glauben, auch in Zukunft Ibérico-Schinken zu konsumieren. Fast zwei von zehn Umfrageteilnehmer sind der Meinung, durch die **Ham Passion Tour-Kampagne**, den Schinken künftig öfter zu kaufen. Der ASICI sieht in den Ergebnissen das enorme Wachstumspotenzial sowie den Erfolg von Kampagnen wie der **Ham Passion Tour**, um Aufmerksamkeit zu generieren und die Positionierung des Produkts zu verbessern.

Steigende Exportzahlen

Währenddessen zeigen globale Exportzahlen für Räucher- und Vorderschinken (*) einen Wertzuwachs von mehr als 140 Prozent in den letzten zehn Jahren bei Exporten und damit das Überschreiten einer Summe von 448 Millionen Euro. Alleine im Jahr 2018 sind die Exporte um mehr als zwölf Prozent gestiegen. Europa und Amerika stechen durch ihren gemeinsamen Anteil von 91,5 Prozent an den Gesamtexporten hervor. Mit einem Anteil von beinahe 80 Prozent ist Europa dabei der bevorzugte Markt.

Im Jahr 2018 verzeichneten **Frankreich, Deutschland, Italien und Großbritannien** nach ICEX-Angaben 72,2 Prozent der wertmäßigen Exporte innerhalb der EU sowie 54,3 Prozent der Gesamtexporte.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
184,730	201,093	226,953	239,243	291,002	311,817	354,798	361,239	404,943	448,580
	+8.85 %	+12.85 %	+5.41 %	+21.63 %	+7.15 %	+13.78 %	+1.8 %	+12.09 %	+12.69 %

Daten in tausend Euro

	AFRICA	AMERICA	ASIA	EUROPE	OCEANIA	OTHER	TOTAL
2018	545.29	54,434.58	24,615.96	355,764.23	10,398.71	2,821.2	448,579.97
Prozent of total exports	0.12 %	12.13 %	5.48 %	79.3 %	2.31 %	0.62 %	100 %

Daten in tausend Euro

Präsentationsformate: Die Revolution der Sichtverpackung

Im Rahmen der Kampagne **Ham Passion Tour** unterstrichen Hersteller und Verkäufer von Iberischem Schinken die Vielseitigkeit des Produkts mithilfe neuer Präsentationsformate, um den unterschiedlichen Konsumententypen auf den heutigen Märkten gerecht zu werden. Obwohl Hersteller wie Verkäufer weiterhin in den Verkauf ganzer Schinkenkeulen nach „spanischer Art“ zu investieren, setzen Unternehmen außerdem auf Innovation, um andere Produktformen wie Scheiben, Würfel und entbeinte Schinkenkeulen anzubieten.

Die Zahlen zeigen, dass scheibenförmiger iberischer Schinken in Sichtverpackungen die ideale Lösung ist, um europäische Verbraucher jederzeit mit dem ganzen Geschmack und Aroma dieses Juwels der mediterranen Küche zu verwöhnen.

Wer Ibérico- Schinken bestmöglich genießen möchte, sollte unbedingt ein paar einfache Tipps der **Ham Passion Tour** befolgen.

Ham Passion TOUR



- ✓ Um geschnittenen, vakuumverpackten Iberischen Schinken zu konservieren, ist es am wichtigsten, ihn bei einer Temperatur zwischen 5 Grad und 2 Grad zu lagern. Es ist nicht zu empfehlen, ihn einzufrieren, da er an Qualität verlieren könnte.
- ✓ Für den vollen Geschmack des Schinkens ist die ideale Verzehrtemperatur 24 Grad. Wird er im Kühlschrank gelagert, ist es empfehlenswert, ihn mindestens zwei Stunden vor dem Verzehr herauszunehmen. Ein kurzes Eintauchen in lauwarmes Wasser und das Öffnen der Verpackung 30 Minuten vor dem Servieren erweist sich als optimal.
- ✓ Wenn das Fett transparent ist, hat der Ibérico-Schinken die perfekte Temperatur zum Verzehr erreicht.

Wie man einen Ibérico-Schinken identifiziert

Die mit einem der folgenden Qualitätssiegel gekennzeichneten Schinkenkeulen und -schultern sind ohne Zweifel Iberische Schinken. Das Siegel sollte eine dieser vier Farben und das **ASICI**-Logo tragen.

- Das **schwarze Etikett** ist für Schinken vorgesehen, die von Tieren stammen, deren Futter zu 100 Prozent aus Eicheln bestand und die zu 100 Prozent iberische Schweine sind. Dies gilt, wenn sowohl Vater als auch Mutter des Tieres ebenfalls zu 100 Prozent Ibérico-Schweine waren und im Zuchtbuch registriert sind. Diese müssen in Freiheit auf den Dehesas-Weiden aufgezogen worden sein, und die Nahrung muss während der Mastphase aus Eicheln und anderer natürlicher Nahrung der Dehesas bestanden haben.
- Das **rote Etikett** ist für Schinken vorbehalten, der von mit Eicheln gefütterten Tieren stammt, die zu 75 Prozent oder zu 50 Prozent Ibérico-Schweine sind. Diese müssen in Freiheit auf den Dehesas-Weiden aufgezogen worden sein, und die Nahrung muss während der Mastphase aus Eicheln und anderer natürlicher Nahrung der Dehesas bestanden haben.
- Das **grüne Etikett** ist für den als Cebo de Campo (natürliche Fütterung) bezeichneten Schinken vorgesehen. Dieser stammt von Schweinen, die zu 100 Prozent, 75 Prozent oder 50 Prozent der iberischen Rasse angehören und mit Getreide, Hülsenfrüchten und mit Weidegras gefüttert wurden.
- Das **weiße Etikett** ist Cebo (Mischfutter) Schinken vorbehalten. Dieser stammt von Schweinen, die zu 100 Prozent, 75 Prozent oder 50 Prozent der iberischen Rasse angehören, die mit Getreide und Hülsenfrüchten gefüttert und auf Farmen aufgezogen wurden.

