

# Deutsches Geflügel: Nachhaltig gut!

Kommunikationsoffensive um Geflügelhaltung erweitert



Seit April 2010 informiert die IDEG Informationsgemeinschaft Deutsches Geflügel mit einer Print-Anzeigenkampagne in Kombination mit dem Internetauftritt [www.deutsches-gefluegel.de](http://www.deutsches-gefluegel.de) umfassend über Geflügelfleisch deutscher Herkunft.

Ergänzt wurde die Kommunikation zum DDD-Herkunftsnachweis um das Thema der Nachhaltigkeit. Aktuell ist der erste Anzeigen-Flight im Jahr 2011 ausgelaufen. Die zweite Anzeigenserie startet im September und damit, wie auch schon die beiden Flights in 2010, antizyklisch zur Grillsaison.

Mit dem diesjährigen Schwerpunkt auf den Haltungs- und Erzeugungsstandards stellt die Kommunikation der IDEG den häufig pauschal vorgetragenen Vorwürfen zur Geflügelhaltung sachlich korrekte Argumente – und zwar nicht nur im Wort, sondern in bewegten Bildern – entgegen.

> Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.deutsches-gefluegel.de](http://www.deutsches-gefluegel.de)  
[www.gefluegel.tv](http://www.gefluegel.tv)

# Deutsches Geflügel: Nachhaltig gut!



Übersichtlich aufbereitete und kompakte Informationen über die moderne Geflügelhaltung in Deutschland können sich Interessierte auch auf der Startseite von [www.gefluegel.tv](http://www.gefluegel.tv) als PDF herunterladen.

## Über die IDEG

Um langfristig branchenweite Kommunikationsmaßnahmen im Inland realisieren zu können, hat die deutsche Geflügelfleischwirtschaft die IDEG Informationsgemeinschaft Deutsches Geflügel GmbH gegründet.

Mit der Kommunikationsoffensive „Deutsches Geflügel: Nachhaltig gut!“ wird deutsches Geflügelfleisch als qualitativ hochwertiges Erzeugnis kommuniziert und seine Marktposition – auch außerhalb der Grillsaison mit einer ohnehin starken Verbrauchernachfrage – weiter behauptet.

Zudem widmet sich die IDEG der sachlichen Aufklärung über die in Deutschland geltenden hohen Erzeugungsstandards.

## Aktuell im Fokus: Die Geflügelhaltung in Deutschland

Geflügelfleisch erfreut sich seit Jahren wachsender Beliebtheit. So stieg der Pro-Kopf-Verbrauch in Deutschland von 2009 bis 2010 erneut um 500 Gramm auf 19,3 Kilogramm.

Die Gründe hierfür sind vielfältig: Mit wenig Fett, hochwertigem Eiweiß und vielen wichtigen Vitaminen und Mineralstoffen liegt Geflügelfleisch im Trend bei ernährungsbewussten Verbrauchern. Und durch die große Vielfalt der Teilstücke, der Angebotsformen sowie der Zubereitungsarten ist es ideal für die moderne, leichte Küche.

Zunehmend interessieren sich Verbraucher jedoch auch für die Bedingungen, unter denen die Lebensmittel hergestellt werden, die sie täglich konsumieren, zum Beispiel bei Geflügelfleisch.

Diesem Wunsch nach noch mehr Transparenz kommt die IDEG Informationsgemeinschaft Deutsches Geflügel mit der neuen Internetseite [www.gefluegel.tv](http://www.gefluegel.tv) nach.

Zu finden sind in dem neuen Portal Videos, die Einblicke in die Haltungsbedingungen von Hähnchen und Puten geben. So erzählen beispielsweise die Halter, welche Aufgaben mit der modernen Geflügelhaltung in Deutschland verbunden sind und mit wie viel Sachkunde und Engagement sie sich täglich um ihre Tiere kümmern. Ergänzt werden die Eindrücke um Fakten zu den häufig pauschal vorgetragenen Kritikpunkten zur Geflügelzucht. So können sich alle Interessierten selbst ein Bild machen, um sich am Point of Sale noch bewusster für Geflügelfleisch aus Deutschland zu entscheiden.

> Klicken Sie mal rein: [www.gefluegel.tv](http://www.gefluegel.tv)

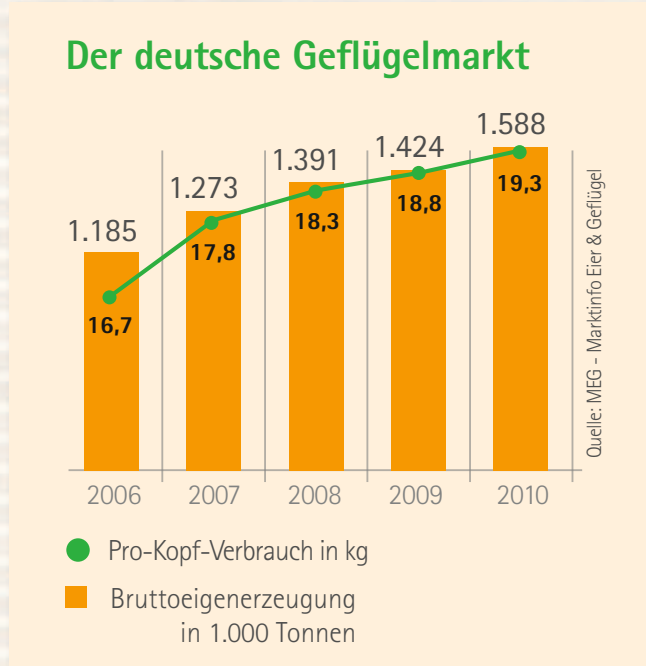




## > Wachstumspotenzial für deutschen Geflügelmarkt

Seit 2006 ist der Pro-Kopf-Verbrauch von Geflügelfleisch in Deutschland um 2,6 Kilogramm angestiegen auf 19,3 Kilogramm im Jahr 2010. Trotz dieser kontinuierlichen Zunahme liegt Deutschland aber beim Geflügelfleischverbrauch noch unter dem EU-Durchschnitt von 23,1 Kilogramm pro Kopf.

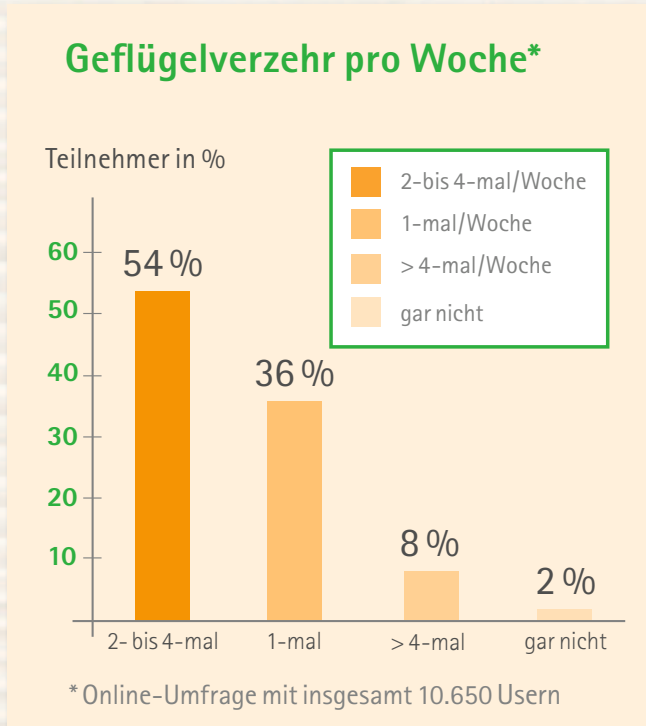
Die Bruttoeigenerzeugung von Hähnchenfleisch verzeichnete im Vergleich zu 2009 einen Zuwachs von gut 7 Prozent und liegt aktuell bei 1,08 Mio. Tonnen. Die Erzeugung von Putenfleisch betrug im Jahr 2010 fast 439.000 Tonnen, was im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerung um rund 15 Prozent entspricht. Damit konnte die deutsche Bruttoeigenerzeugung von Geflügelfleisch insgesamt im Vergleich zum Vorjahr um fast 9 Prozent gesteigert werden.



## > Steigende Beliebtheit von heimischem Geflügelfleisch

Wie beliebt Geflügelfleisch ist, zeigt auch eine Online-Umfrage unter 10.650 Userinnen und Usern von [www.deutsches-gefluegel.de](http://www.deutsches-gefluegel.de): Alle Befragten verzehren mindestens einmal in der Woche Geflügelfleisch. Bei 54 Prozent ist Hähnchen- und Putenfleisch so beliebt, dass es wöchentlich 2- bis 4-mal auf den Tisch kommt.

Wie die Umfrage ebenfalls ergab, bevorzugen Verbraucher Produkte mit eindeutiger Herkunftskennzeichnung. So gaben 87 Prozent der Umfrageteilnehmer an, beim Einkauf von Geflügelfleisch darauf zu achten, dass es in Deutschland erzeugt wurde. Zu erkennen ist die streng kontrollierte heimische Erzeugung von Geflügelfleisch an den Ds auf der Verpackung, die für den Schlupf, die Aufzucht und die Verarbeitung des Geflügels in Deutschland stehen.



## > Frisches Geflügelfleisch besonders beliebt

2010 wurden über 70 Prozent des Hähnchenfleischs als Frischware, vor allem als Teilstücke wie Brust, Schenkel und Flügel, im Handel angeboten. Zehn Jahre zuvor war es noch die Hälfte. Der Putenmarkt ist seit jeher stark auf Frischware ausgerichtet und so lieferten die Verarbeitungsbetriebe über 90 Prozent des Putenfleischs frisch aus. Die Bedeutung von frischem Geflügelfleisch wird in Zukunft sicher noch zulegen. Denn nach der von der EU-Kommission beschlossenen Änderung der Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch dürfen seit dem 1. Mai 2010 als Frischware nur noch Geflügelfleisch und Geflügelfleischzubereitungen wie zum Beispiel marinierte Hähnchenbrustfilets bezeichnet werden, die zu keinem Zeitpunkt gefroren waren.



## > Noch mehr Transparenz für Verbraucher

Verbraucher vertrauen darauf, dass in Deutschland hohe Tier-, Umwelt- und Verbraucherschutzstandards eingehalten werden und entscheiden sich schon jetzt überwiegend für Geflügelfleisch aus Deutschland. Eine klare Orientierungshilfe beim Einkauf von Geflügelfleisch bieten die Ds auf der Verpackung. Diese stehen für die streng kontrollierte heimische Erzeugung, die sich bis zum Schlupf des Geflügels zurückverfolgen lässt.



## > Die Transparenzoffensive der IDEG

Wir zeigen Ihnen die moderne Geflügelhaltung

Die Geflügelhalter zeigen und erläutern das System der stufenübergreifenden Erzeugung umfassend auf der neuen Seite [www.gefluegel.tv](http://www.gefluegel.tv)

Wir wollen, dass Sie alles wissen

Weitere Informationen erhalten Interessierte auch unter [www.deutsches-gefluegel.de](http://www.deutsches-gefluegel.de). Dort werden im Sinne einer transparenten Informationsvermittlung beispielsweise auch die gesetzlichen Vorgaben für den Tierschutz beschrieben.

Wir wollen mit Vorurteilen aufräumen

Auch den häufig pauschal vorgetragenen Kritikpunkten zu den negativen Auswirkungen der Geflügelhaltung auf die Umwelt werden Fakten gegenüber gestellt, genauso wie den immer wieder aufkeimenden Vorwürfen des vermehrten Medikamenteneinsatzes in der Geflügelhaltung.

## > Nachhaltige Informationen rund um Geflügelfleisch

Dass Geflügelfleisch aus Deutschland auch die richtige Wahl im Rahmen einer nachhaltigen Lebensweise ist, erfahren Verbraucher auf [www.deutsches-gefluegel.de](http://www.deutsches-gefluegel.de). Der Film auf der Startseite gibt auf sympathische Weise darüber Auskunft, dass bei der Geflügelfleischerzeugung wichtige natürliche Ressourcen sowie das Klima geschont werden. So wird beispielsweise dank der guten Futterverwertung von Geflügel wenig landwirtschaftliche Nutzfläche für den Anbau von Futtergetreide beansprucht und die Treibhausgasemissionen sind gering. Ergänzende Texte und eine wissenschaftliche Dokumentation vertiefen das Thema.

## > Mehr Informationen zur Nachhaltigkeit finden Sie unter:

[www.deutsches-gefluegel.de](http://www.deutsches-gefluegel.de)

