

Das ist unser Geflügel! – Enjoy, it's from Europe!

## **Deutsche essen immer mehr Geflügelfleisch / Initiative informiert auch 2021 über Geflügel-Vorzüge**

*Brüssel/Berlin, 07. Mai 2021* – Die Deutschen lieben Geflügel: Immerhin 22,3 Kilogramm betrug der Pro-Kopf-Verbrauch im Jahr 2020. Somit ist der Konsum von Hähnchen, Pute & Co. hierzulande seit 2010 um 17 Prozent gestiegen. Damit liegt Deutschland im EU-Trend. Denn in der Europäischen Union hat der Konsum von Geflügel in den letzten 10 Jahren sogar um 23 Prozent zugelegt. Grund genug, Verbraucher auch in 2021 mit der Initiative „Das ist unser Geflügel! – Enjoy, it's from Europe!“ über die Vorzüge von Geflügelfleisch und die in der EU geltenden hohen Erzeugungsstandards aufzuklären.

Diese Entwicklung kommt nicht von ungefähr, denn Hähnchen- und Putenfleisch entsprechen dem zunehmenden Wunsch der Verbraucher nach einer ausgewogenen Ernährung: Sie sind von Natur aus fettarm und haben einen hohen Proteingehalt. Zudem versorgen Sie den Körper mit wichtigen Vitaminen und Mineralstoffen wie Vitamin B3, B6 und B12 sowie Zink und Phosphor.

Ein weiterer Vorteil: Geflügel ist äußerst vielseitig und eignet sich für eine Vielzahl von Zubereitungsarten – ob Grillen, Braten, Dünsten oder Schmoren. Die verschiedenen Teilstücke wie Brust, Keule oder Flügel bieten die perfekte Grundlage für eine abwechslungsreiche, kreative Küche.

### **Kampagne für EU-Geflügel soll aufklären und informieren**

Um auf die Vorteile von Geflügelfleisch aufmerksam zu machen und das Vertrauen von Fachleuten und Verbrauchern in die Qualität von EU-Geflügel zu stärken, hat der Dachverband der europäischen Geflügelfleischwirtschaft AVEC gemeinsam mit den nationalen Verbänden in Deutschland, Frankreich, Italien, Polen und den Niederlanden 2020 eine breit angelegte Informationskampagne initiiert. Unterstützt wird das Programm, das im Januar ins zweite Jahr gestartet ist, von Fördergeldern der Europäischen Kommission.

Die Kampagne informiert über die hohen Standards in Sachen Tierwohl, Nachhaltigkeit und Lebensmittelsicherheit. Denn tatsächlich gehören die Standards in der Europäischen Union zu den höchsten weltweit. Dafür sorgen sowohl strenge EU-Vorschriften als auch

freiwillige Initiativen der Branche, die die Erzeugungsbedingungen im Hinblick auf Ressourcenschonung und Tierwohl kontinuierlich verbessern.

Doch auch Genussaspekte spielen bei der Informationsvermittlung eine zentrale Rolle. Dabei möchte die Kampagne Verbraucher nicht nur über die ernährungsphysiologischen Vorteile von Geflügelfleisch aufklären, sondern ihnen auch Ratschläge für den richtigen Umgang mit mit Hähnchen, Pute & Co. sowie Zubereitungstipps und Rezeptideen an die Hand geben.

Der Maßnahmenmix umfasst Pressearbeit, Influencer-Kooperationen, Social Media und Werbung über verschiedene Kanäle (Zeitschriften, Radio und Online), aber auch Veranstaltungen für Fachleute und Endverbraucher in der zweiten Jahreshälfte – natürlich unter Einhaltung der dann geltenden Hygiene-Vorschriften.

Zentrale Plattform der Kampagne ist die Website [eu-poultry.eu](http://eu-poultry.eu) mit Zahlen und Fakten rund um Geflügel aus der Europäischen Union, Tipps und Tricks zum Thema Küchenhygiene und jeder Menge kulinarischer Inspiration.

**Pressekontakt:**

Sopexa S.A. Deutschland  
Sandra Wasem  
Telefon: +49 (0)211 49808-48  
E-Mail: [sandra.wasem@sopexa.com](mailto:sandra.wasem@sopexa.com)

**Kontakt deutsche Geflügelwirtschaft:**

Bundesverband der Geflügelschlachtereien (BVG)  
Oskar Burmann  
Telefon: +49 (0)30 288831-60  
E-Mail: [o.burmann@zdg-online.de](mailto:o.burmann@zdg-online.de)

*Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt lediglich die Ansichten des Autors wieder und liegt in seiner alleinigen Verantwortung. Die Europäische Kommission und die Europäische Exekutivagentur für die Forschung (REA) übernehmen keinerlei Verantwortung für eine etwaige Weiterverwendung der darin enthaltenen Informationen.*