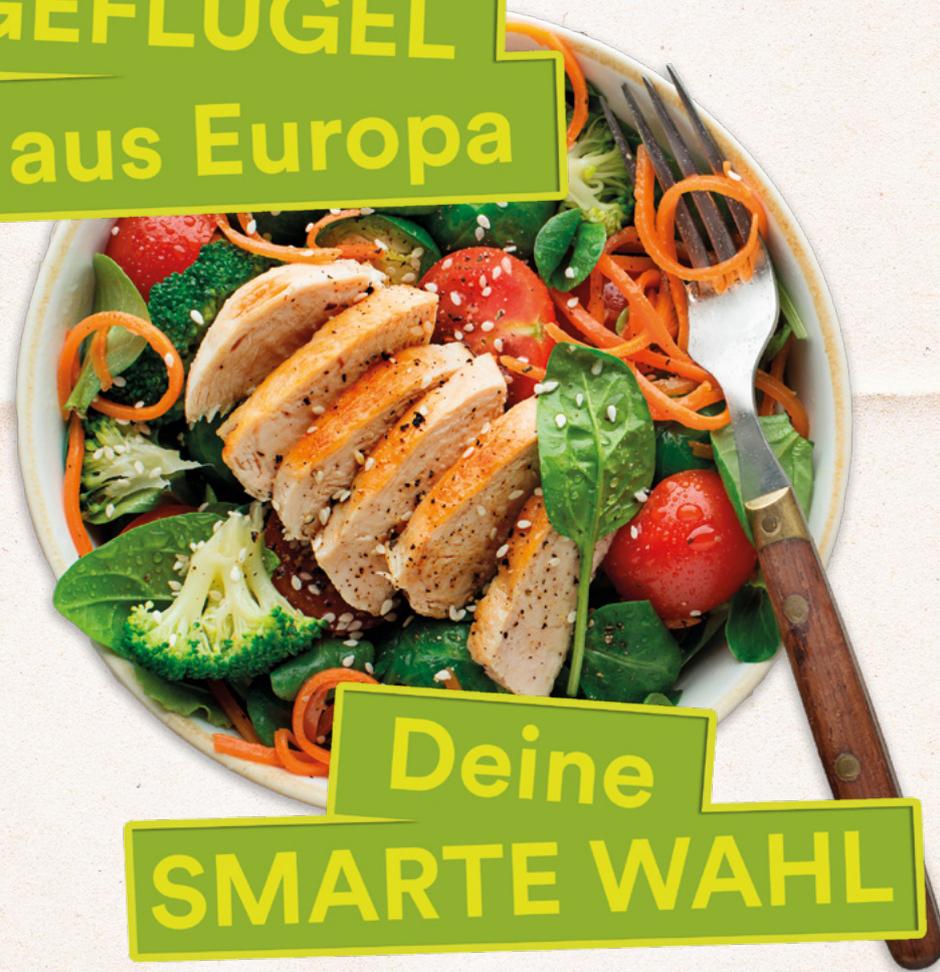


PRESSEKIT

**GEFLÜGEL
aus Europa**



**Deine
SMARTE WAHL**



Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für die Forschung (REA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden



Kofinanziert von der
Europäischen Union



ZUSAMMENFASSUNG

03 EUROPÄISCHE GEFLÜGELWIRTSCHAFT

07 WAS DIE DATEN AUSSAGEN

10 DIE KAMPAGNE: SUST EU POULTRY

13 NACHHALTIGKEIT

20 KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

22 KONTAKT

EUROPÄISCHE GEFLÜGELWIRTSCHAFT

Einsatz für ein nachhaltigeres Ernährungssystem

Europäisches Geflügelfleisch ist weltweit für seine hohen Qualitätsstandards und eine effizientere Nutzung der Ressourcen bekannt. Die europäischen Erzeuger und Interessenvertreter der Geflügelwirtschaft sind sich der Bedeutung der Nachhaltigkeit in der Produktionskette bewusst und teilen das Ziel der „Vom Erzeuger zum Verbraucher“-Strategie der Europäischen Kommission, die darauf abzielt, die Ernährungssysteme fair, gesund und umweltfreundlich zu gestalten.

Die Standards in der Europäischen Union gehören zu den höchsten der Welt. Hierfür sorgen strenge EU-Vorschriften, aber auch die eigenen Bemühungen des Sektors, die Produktionsbedingungen im Hinblick auf Ressourcenschonung und Tierwohl kontinuierlich zu verbessern. Diese kontinuierliche Steigerung garantiert den Erfolg der EU-Geflügelwirtschaft hinsichtlich der Nachhaltigkeit.

Die Europäische Union ist inzwischen weltweit führend in der Geflügelfleischerzeugung, wie die Verbrauchs- und Exportzahlen belegen. Ziel der europäischen Geflügelwirtschaft ist es, ein globaler Maßstab für Nachhaltigkeit zu werden, um zu zeigen, dass die europäische Geflügelwirtschaft Teil der Lösung ist, wenn es um die Entwicklung eines erschwinglichen und nachhaltigen Ernährungssystems geht.



**europäisches Geflügel ist Teil der Lösung:
eine Garantie für Qualität, Nachhaltigkeit und Tierwohl.**

Europäisches Geflügel als Teil einer nachhaltigen Ernährung

Die Europäische Union ist nach wie vor weltweit führend in der Geflügelfleischerzeugung, wie die Verbrauchs- und Exportzahlen belegen. Nach dem Austritt des Vereinigten Königreichs ist die EU nun der viertgrößte Produzent weltweit.

Geflügelfleisch ist eine wichtige Eiweißquelle⁽¹⁾ und ein wesentlicher Bestandteil der Ernährung der meisten Europäer. Daher sind Erzeuger und Interessenvertreter bestrebt, ein Produkt anzubieten, das so verantwortungsvoll wie möglich für die Umwelt, die Tiere, die Verbraucher und die gesamte Gesellschaft ist. Damit erreichen wir einen nachhaltigen Sektor, der versucht, die Ressourcen bestmöglich zu nutzen, um erschwingliches Qualitätsfleisch zu erzeugen und jegliche Art von Verschwendung zu vermeiden.

Zusätzlich zu diesen Bemühungen hat der Sektor die Notwendigkeit erkannt, die Verbraucher über die Nachhaltigkeit, Resilienz und Rückverfolgbarkeit der europäischen Geflügelwirtschaft zu informieren. Dadurch wissen sie gut über europäische Geflügelerzeugnisse Bescheid und können sich für diese bewusster, gegenüber anderen Erzeugnissen mit geringerer Qualität aus Drittländern, entscheiden.

Die Europäische Union ist einer der größten Geflügelfleischerzeuger der Welt und der drittgrößte Exporteur von Geflügelerzeugnissen mit einer Jahresproduktion von rund 13,4 Millionen t



⁽¹⁾ Die Ergebnisse und die Botschaft(en) stehen im Einklang mit den einschlägigen nationalen Vorschriften im Bereich der öffentlichen Gesundheit in den Mitgliedstaaten, in denen das Programm durchgeführt wird. Sie erfüllen den Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 oder sind von der für die öffentliche Gesundheit zuständigen nationalen Behörde des Zielmitgliedstaats zugelassen.



Quelle: AVEC, das ist europäisches Geflügel! Pressemappe 2020 und EU Agricultural Outlook 2021-2031

Aufgeklärte Verbraucher treffen kluge Entscheidungen

Seit einigen Jahren achten die Verbraucher verstärkt darauf, wie ihre Lebensmittel erzeugt werden. Der Schwerpunkt liegt zunehmend auf den Themen Tierwohl und nachhaltige Produktion. Die europäische Geflügelwirtschaft glaubt, auf diese Erwartungen gut vorbereitet zu sein. Der Sektor ist stolz darauf, nach den äußerst strengen EU-Vorschriften zu arbeiten, die für die gesamte Produktionskette, vom Erzeuger zum Verbraucher gelten. Die europäischen Landwirte verpflichten sich, die natürlichen Ressourcen zu erhalten, die Treibhausgasemissionen zu senken und den Verbrauchern sicheres, erschwingliches und hochwertiges Geflügelfleisch zu liefern.

Somit ist die europäische Herkunft ein Qualitätsnachweis. Ganz gleich, aus welchem europäischen Land das Geflügelfleisch stammt, die Verbraucher können sich stets auf Lebensmittelsicherheit, Umweltschutz und Tierwohl verlassen.

Die Verbraucher können beim Kauf und Verzehr von EU-Geflügelfleisch beruhigt sein – einfach genießen, es kommt aus Europa!



Sensibilisierung für die Nachhaltigkeit der europäischen Geflügelwirtschaft

tteln, insbesondere von Fleisch, wird häufig für die Verschwendung natürlicher Ressourcen und deren umweltschädigende Folgen verantwortlich gemacht. Einige der Vorwürfe betreffen auch Themen wie das Tierwohl, den Einsatz von Hormonen und Antibiotika und sogar die Gesundheit und Sicherheit der Menschen selbst.

Unser Ziel ist es daher, verlässliche Informationen zu verbreiten und die Verbraucher über die tatsächlichen Vorteile des Sektors und seine Maßnahmen im Hinblick auf ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit zu informieren.

Als Reaktion darauf hat sich der europäische Geflügelverband AVEC mit seinen nationalen Mitgliedern BVG aus Deutschland, CIPC aus Frankreich und AVIANZA aus Spanien zusammengeschlossen, um genaue Informationen über die Nachhaltigkeit der europäischen Geflügelfleischerzeugung und des Geflügelfleischkonsums zu verbreiten.

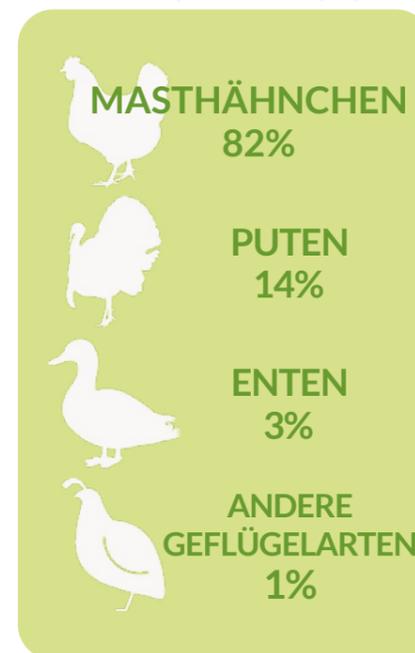
Im Ergebnis werden beide Seiten davon profitieren: Der informierte Verbraucher kann beim Kauf seiner Lieblingsprodukte im Supermarkt oder bei der Bestellung im Restaurant eine bewusste und kluge Entscheidung treffen. Alle Akteure der europäischen Geflügelproduktionskette sind bestrebt, ein qualitativ hochwertiges Erzeugnis zu garantieren, das den strengen Richtlinien in Bezug auf Tierwohl, Umwelt und Lebensmittelsicherheit entspricht. Nicht zuletzt wird sich die Verbesserung der Nachhaltigkeit im Sektor durch die Förderung umweltfreundlicherer Erzeugungsmethoden, die Bekämpfung der Ressourcenverschwendung und die Förderung der Beschäftigung und der Gleichstellung der Geschlechter in ländlichen Gebieten direkt auf die Umwelt, den Agrar- und Ernährungssektor und die gesamte Gesellschaft auswirken.



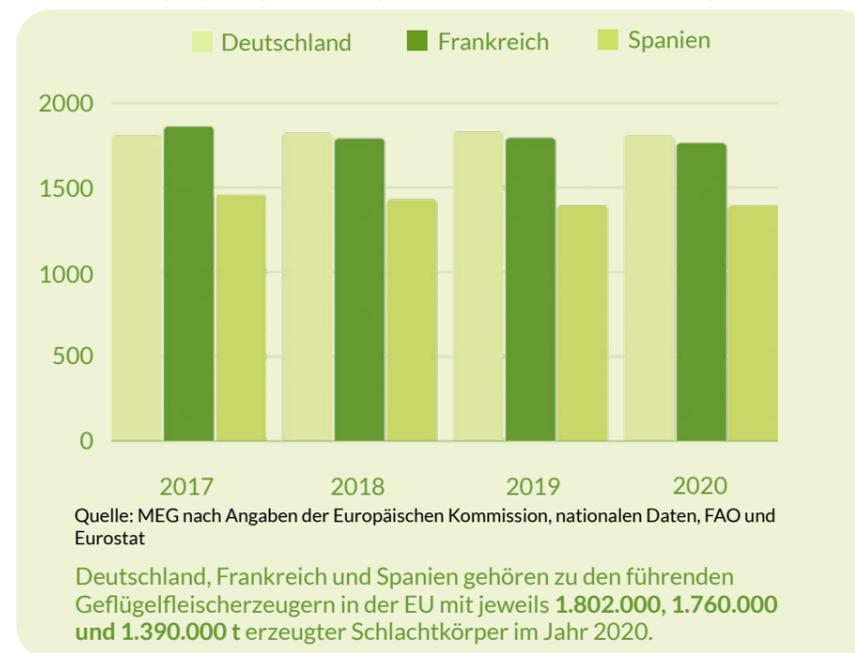
Die EU-Geflügelwirtschaft ist bestrebt, mit weniger Mitteln mehr zu produzieren, und zwar durch die Verbesserung ihrer Leistungen in den drei Säulen der Nachhaltigkeit

WAS DIE DATEN AUSSAGEN

EU-Geflügelfleischerzeugung



Erzeugungsmenge von Geflügelfleisch in 1.000 t Schlachtkörpergewicht



EU-Gesamtgeflügelproduktion

Im Jahr 2020 wurden in der EU **13.769.000 t Geflügelfleisch** erzeugt, womit die EU nach dem Austritt des Vereinigten Königreichs der viertgrößte Geflügelfleischproduzent ist. ★ ★

Die EU-Geflügelfleischerzeugung trägt zur Ernährungssicherheit der EU-Bevölkerung bei und liefert hochwertiges Eiweiß(1) zu einem erschwinglichen Preis. ★ ★

Die Aufrechterhaltung der Geflügelfleischerzeugung in der EU trägt zur Selbstversorgung und zur strategischen Autonomie in der Nahrungsmittelversorgung in der EU bei. ★ ★

Geflügelfleischverbrauch in teilnehmenden Ländern

Europas Geflügel fleisch verbrauch wird 2030 voraussichtlich um bis zu 4 % steigen.

Für die teilnehmenden Länder ergibt sich für den Verbrauch in kg pro Kopf im Jahr 2020 folgendes Bild:

- Deutschland: 22,3 kg
- Frankreich: 28,4 kg
- Spanien: 30,1 kg

Weltweiter Pro-Kopf-Verbrauch



(1) Die Ergebnisse und die Botschaft(en) stehen im Einklang mit den einschlägigen nationalen Vorschriften im Bereich der öffentlichen Gesundheit in den Mitgliedstaaten, in denen das Programm durchgeführt wird. Sie erfüllen den Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 oder sind von der für die öffentliche Gesundheit zuständigen nationalen Behörde des Zielmitgliedstaats zugelassen.

DEUTSCHE GEFLÜGELWIRTSCHAFT

10 Richtlinien der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) für eine gesunde Ernährung

In einer von der deutschen Regierung veröffentlichten Liste sind 10 Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung der Bevölkerung aufgeführt, die das Krankheitsrisiko verringern sollen. Unter diesen Empfehlungen gibt es einige, die mit der Geflügelwirtschaft und dem Förderprogramm in Einklang stehen.



1. Vielseitige Ernährung. Nutzen Sie die Vielfalt der Lebensmittel, essen Sie vielseitig. Ergänzen Sie die Auswahl mit tierischen Lebensmitteln.
2. Verzehren Sie Milch und Milchprodukte wie Joghurt und Käse täglich, Fisch ein- bis zweimal pro Woche.
3. Wer Fleisch isst, sollte nicht mehr als 300 bis 600 g pro Woche zu sich nehmen.
4. Achten Sie auf sorgfältig gegarte Gerichte.
5. Garen Sie die Speisen so lange wie nötig, aber so kurz wie möglich und mit wenig Wasser und Fett.
6. Achten Sie beim Braten, Grillen, Backen und Frittieren darauf, dass die Lebensmittel nicht anbrennen.
7. Durch eine sorgfältige Zubereitung bleiben der natürliche Geschmack und die Nährstoffe erhalten.
8. Angebrannte Stellen enthalten Schadstoffe.
9. Bewusst essen und genießen.
10. Legen Sie beim Essen eine Pause ein und lassen Sie sich genügend Zeit zum Essen. Langsames und bewusstes Essen fördert den Genuss und das Sättigungsgefühl.

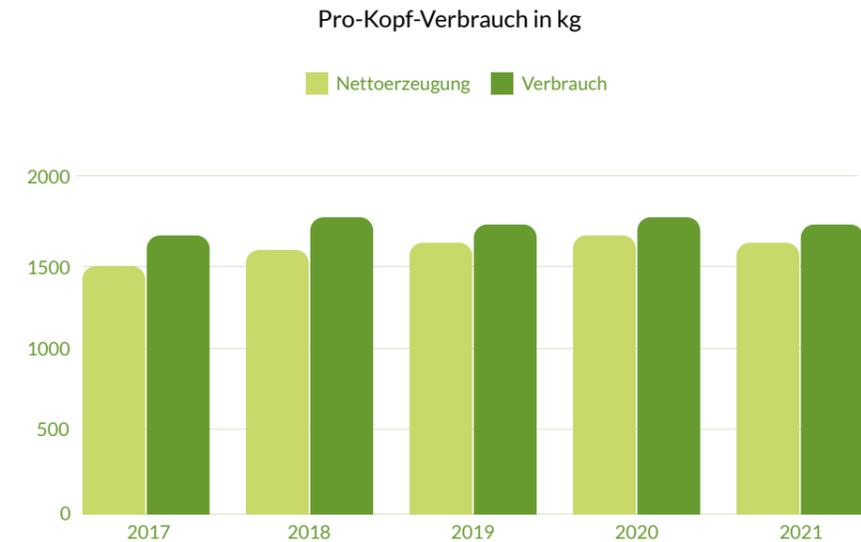
Quelle: Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.



Hähnchenfleisch weiterhin äußerst beliebt

Die Bruttoeigenerzeugung von Geflügelfleisch lag 2021 bei 1,76 Mio. (3). Damit ergab sich ein Geflügelfleischverbrauch von 21,9 kg pro Kopf. Geflügelfleisch erfreut sich auf Ladenstufe weiterhin großer Beliebtheit. Laut GfK-Haushaltspanel wurden im Jahr 2021 10% mehr Geflügelfleisch als im Vor-Corona-Jahr 2019 gekauft(4).

Hähnchenfleisch bleibt die dominierende Geflügelfleischart in Deutschland. Der Verbrauch von Hähnchen stieg 2021 um 100 g auf 15 kg je Einwohner. 2021 waren damit 68 % des verbrauchten Geflügelfleischs Hähnchen. Im Jahr 2016 waren es erst 62%(5).



Quelle: MEG, BLE

Vernetzung von Erzeugungsebenen und Produktbereichen – der Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft

Als nationaler Dach- und Spitzenverband vertritt der Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e.V. (ZDG) die Interessen der gesamten deutschen Geflügelbranche gegenüber Politik, Behörden und Öffentlichkeit auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene.

Der Verband vereint die Akteure auf allen Ebenen der Erzeugung von Hähnchen-, Puten- und Entenfleisch: Halter von Mastgeflügel, Zuchtunternehmen, Brütereien, Geflügelschlachtereien, Geflügelfleischverarbeiter und -vermarkter. In keiner anderen Branche der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft gibt es eine solche Vernetzung über die gesamte Erzeugungskette hinweg.

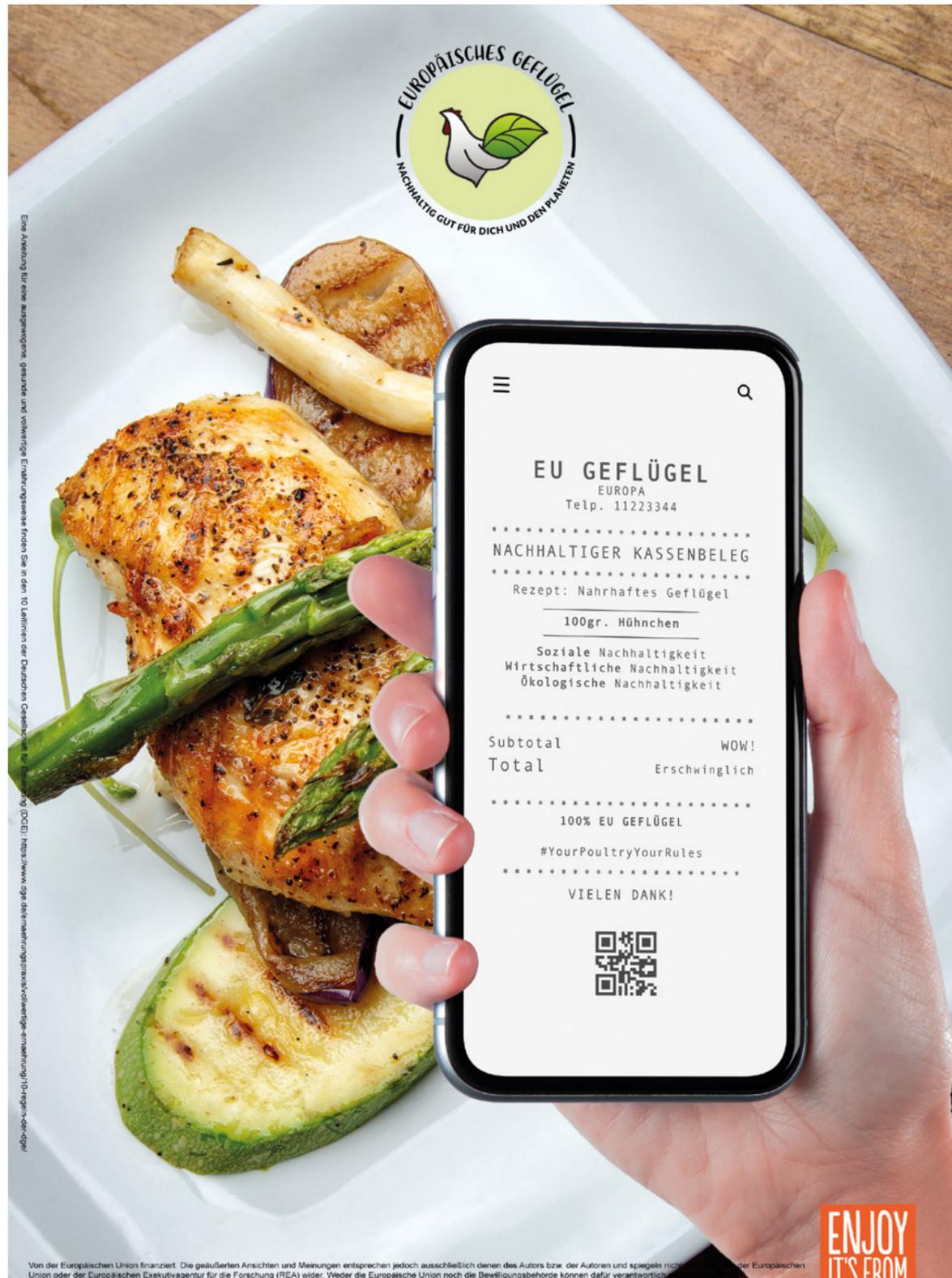
Aktuell zählt der 1967 gegründete Verband mit Sitz in Berlin rund 8.000 Mitglieder. Die Facharbeit leisten die verschiedenen Bundesverbände, z. B. der Bundesverband bäuerlicher Hähnchenerzeuger (BVH), der Verband Deutscher Putenerzeuger (VDP) oder der Bundesverband der Geflügelschlachtereien (BVG). Letzterer hat derzeit rund 60 Mitglieder. Damit vertritt er 95% Prozent der deutschen Betriebe aus den Bereichen Schlachtung, Zerlegung und Vermarktung. Bei ihrer Arbeit werden die Bundesverbände aktiv von den jeweiligen Landesverbänden unterstützt.

(3) Aktuelle, vorläufige zwischen BLE und MEG abgestimmte Versorgungsbilanz für Geflügelfleisch.

(4) MEG-Versorgungsbilanz Geflügelfleisch.

(5) Aktuelle, vorläufige zwischen BLE und MEG abgestimmte Versorgungsbilanz für Hähnchenfleisch

DIE KAMPAGNE: SUST EU POULTRY



Eine Anbahnung für eine ausgewogene, gesunde und vollwertige Ernährungsmesse finden Sie in den 10 Leitlinien der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE): <https://www.dge.de/nachhaltig/gesund-ernaehrung/10-leitlinien-der-dge/>

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht notwendigerweise die Ansichten der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für die Forschung (REA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.



ZIELGRUPPE



Zielgruppe 1: junge Menschen

- Junge Menschen zwischen 25 und 40:
- Sie achten auf die Lebensmittel, die sie zu sich nehmen
 - Sie sind sportbegeistert und überwachen ihre Proteinzufuhr
 - Sie haben ein knappes Budget und suchen. Hochwertige Lebensmittel zu vernünftigen Preisen
 - In all ihre Aktivitäten ist Technologie integriert

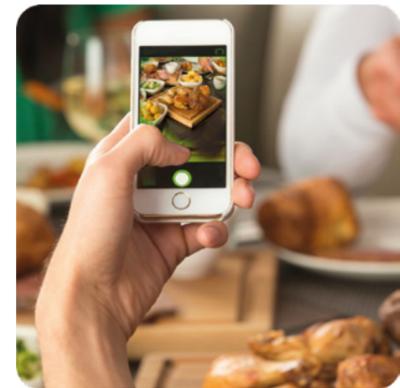
Größe der Zielgruppe: **36.585.172 Menschen.**



Zielgruppe 2: Entscheidungsträger in der Familie

- Hombres y mujeres de entre 28 y 60 años de edad que:
- Hagan la compra adaptándose a un horario laboral más flexible.
 - Se preocupen por los alimentos que come su familia.
 - Quieren un estilo de vida más saludable para ellos y sus familias.
 - Desean pasar más tiempo con su familia.

Größe der Zielgruppe: **39.583.604 Menschen.**



Zielgruppe 3: wichtige Meinungsbildner (KOL)

- Fachleute:
- Sie haben großen Einfluss auf andere durch ihre Meinung oder die Erstellung von Inhalten
 - Sie verfügen über ausgezeichnete Kommunikationsfähigkeiten und wissen, wie sie ihre Zielgruppe ansprechen können
 - Sie kennen die Bedeutung der Herkunft von Erzeugnissen

Sie bekleiden folgende Positionen: **Akademiker, Wissenschaftler, Ernährungswissenschaftler, Forscher, Journalisten, Influencer, Foodies, Blogger, politische Entscheidungsträger, Köche und Branchenvertreter**

SIE LEBEN IN:



BELGIEN DEUTSCHLAND FRANKREICH SPANIEN

DAS WOLLEN WIR ERREICHEN

1. Aufklärung von Verbrauchern und Fachleuten über die besonderen Merkmale von europäischem Geflügelfleisch in Sachen ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit.
2. Sensibilisierung und Entlarvung von Mythen über den europäischen Geflügelfleischsektor in den Bereichen Erzeugungsmethoden, Lebensmittelsicherheit und -qualität, Tiergesundheit, Tierwohl und Umweltverträglichkeit.
3. Förderung der Wettbewerbsfähigkeit und des Verbrauchs von europäischen Geflügelfleischprodukten – eine Garantie für Qualität, Nachhaltigkeit und Tierwohl.

Unsere Zielgruppe wird erkennen, warum europäisches Geflügel ein Teil der Lösung in Sachen Nachhaltigkeit ist.

WANN?

In den Jahren 2022 und 2023

WIE?

Mit einem individuell zugeschnittenen Kommunikations- und Werbeplan, der Online- und Offline-Maßnahmen umfasst.



Ein optimales Gleichgewicht zwischen den drei Säulen der Nachhaltigkeit anstreben

Dieses Programm treibt die Nachhaltigkeit in der Erzeugung und im Verbrauch von europäischem Geflügelfleisch voran.



ÖKOLOGISCHE
NACHHALTIGKEIT



SOZIALE
NACHHALTIGKEIT



WIRTSCHAFTLICHE
NACHHALTIGKEIT

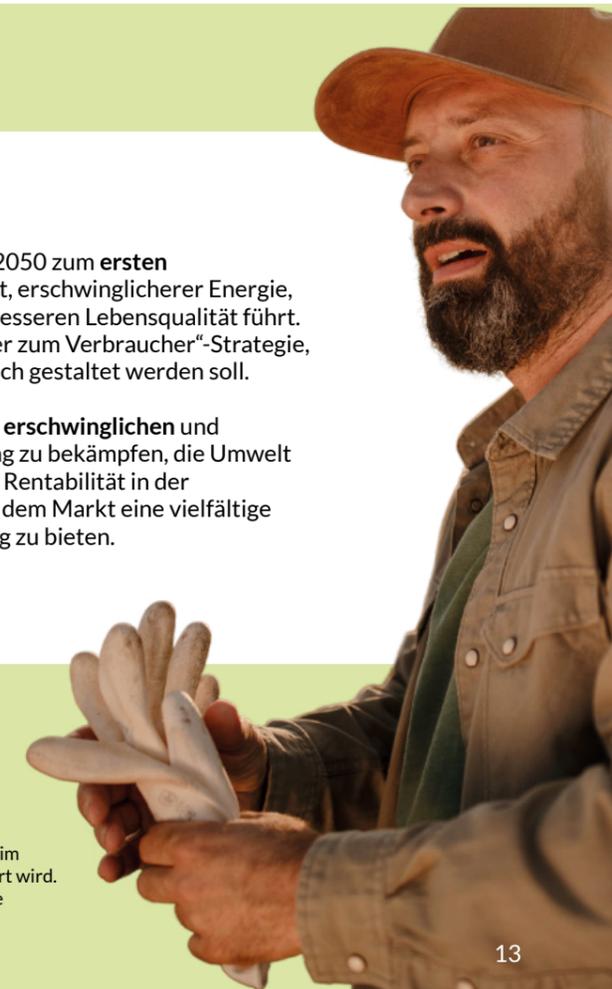
Unterstützung des europäischen Grünen Deals und der „Vom Erzeuger zum Verbraucher“-Strategie

Übergeordnetes Ziel des europäischen Grünen Deals ist es, die EU bis 2050 zum **ersten klimaneutralen Kontinent** zu machen, was zu einer saubereren Umwelt, erschwinglicherer Energie, intelligenterem Transport, neuen Arbeitsplätzen und einer insgesamt besseren Lebensqualität führt. Im Mittelpunkt des europäischen Grünen Deals steht die „Vom Erzeuger zum Verbraucher“-Strategie, mit der die Nahrungsmittelversorgung fair, gesund und umweltfreundlich gestaltet werden soll.

Ziel dieser Strategie ist es, die Versorgung der Europäer mit **gesunden, erschwinglichen** und nachhaltigen Lebensmitteln zu gewährleisten⁽¹⁾, die globale Erwärmung zu bekämpfen, die Umwelt zu schützen und die Artenvielfalt zu erhalten, eine faire wirtschaftliche Rentabilität in der Lebensmittelherstellungskette zu erreichen und den Verbrauchern auf dem Markt eine vielfältige Auswahl an Produkten aus konventioneller und ökologischer Erzeugung zu bieten.

Quelle: ein europäischer Grüner Deal – die Europäische Kommission

⁽¹⁾ Die Ergebnisse und die Botschaft(en) entsprechen den einschlägigen nationalen Vorschriften im Bereich der öffentlichen Gesundheit in den Mitgliedstaaten, in denen das Programm durchgeführt wird. Sie erfüllen den Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 oder sind von der für die öffentliche Gesundheit zuständigen nationalen Behörde des Zielmitgliedstaats zugelassen.





ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

In Sachen ökologische Nachhaltigkeit sollen die Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen des Programms unserem Zielpublikum erklären, warum die europäische Geflügelwirtschaft einen positiven Beitrag zum ökologischen Fußabdruck leisten kann. Im Rahmen des Themas der ökologischen Nachhaltigkeit werden insbesondere folgende Fragen behandelt:



Abschwächung des Klimawandels und/oder Anpassung an ihn



Nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen



Innovationen und Investitionen in umweltfreundliche Technologien



Verhinderung des Einsatzes von Futtermitteln in Zusammenhang mit der Abholzung von Wäldern

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT



Abschwächung des Klimawandels und/oder Anpassung an ihn

Die europäische Geflügelwirtschaft ist ständig bestrebt, sich zu verbessern und zu einem nachhaltigeren und innovativeren Sektor zu werden. In den letzten 15 Jahren haben viele Maßnahmen in der Tierzucht dazu beigetragen, die Menge an Futtermitteln zu senken, die zur Erzeugung von jeweils 1 kg Geflügelfleisch benötigt wird.

Verhinderung des Einsatzes von Futtermitteln in Zusammenhang mit der Abholzung von Wäldern

Die Verfütterung von Sojabohnen als ausgewogene Eiweißquelle ist für die Entwicklung des Geflügels äußerst wichtig. Der Sektor ist sich des Risikos bewusst, dass Sojabohnen mit der Abholzung von Wäldern in Verbindung stehen, und teilt die Verpflichtung der EU-Behörden, dass auf dem EU-Markt gehandelte Erzeugnisse nicht mit der Abholzung von Wäldern in Verbindung gebracht werden dürfen.

Viele der EU-Erzeuger haben bereits erhebliche Anstrengungen unternommen und sich verpflichtet, diese Gefahr durch den Einsatz von zertifiziertem Soja zu bewältigen. Die Geflügelwirtschaft unterstützt zahlreiche Initiativen wie die FEFAC-Leitlinien für die Sojabeschaffung 2021 und (nationale) Qualifizierungssysteme, um eine Sojaversorgung mit einem geringen Risiko hinsichtlich einer Entwaldung sicherzustellen.

Parallel dazu fördert der Sektor die Entwicklung von Alternativen zu Soja in Form von Eiweißpflanzen, die vor Ort in Europa angebaut werden, um Abholzungen zu vermeiden und die Versorgungskette zu verkürzen.

Nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen

Die Erzeuger von Lebensmitteln sind aufgefordert, ihre Emissionen in Luft, Wasser und Boden zu verringern. Alle Geflügelbetriebe, die eine Schwellengröße von 40.000 Tieren überschreiten, sowie Schlachthöfe und Verarbeitungsbetriebe (mit einer Produktionskapazität von mehr als 50 t pro Tag) fallen in den Geltungsbereich der Richtlinie über Industrieemissionen. Die nationalen Behörden erteilen eine Betriebsgenehmigung mit strengen Auflagen, um ein hohes Schutzniveau für die Umwelt insgesamt zu erreichen.

Die Betreiber sind verpflichtet, die Tätigkeiten nach Maßgabe ihrer Genehmigung durchzuführen. Neben diesem strengen Rechtsrahmen (der derzeit überarbeitet wird) bemühen sich die Betreiber ständig um eine Verbesserung ihrer Auswirkungen auf die natürlichen Ressourcen, indem sie Techniken und Erzeugungsmethoden entwickeln, die ihren Verbrauch begrenzen.

Innovationen und Investitionen in umweltfreundliche Technologien

Die Erzeuger entwickeln neue Technologien, um ihre Produktion zu modernisieren. Sie setzen Techniken ein, die den Verbrauch fossiler Brennstoffe verringern und die Umweltverträglichkeit verbessern, z. B.:

- Einsatz von Wärmepumpen/Biomasse zur Beheizung von Geflügelställen,
- Einsatz von Zusatzstoffen zur Verbesserung der Verdaulichkeit und Reduzierung der Ausscheidungen,
- Präzisionslandwirtschaft, um die Futtermittelressourcen besser zu nutzen und das Tierwohl zu verbessern,
- Installation von Sonnenkollektoren und Windrädern zur Gewinnung von Ökostrom, Investitionen in Biogasanlagen, um die Gülle als Quelle für Ökostrom zu nutzen, sowie
- Senkung des Kunststoffverbrauchs und Optimierung der Wiederverwertbarkeit bei gleichzeitiger Wahrung der Produktsicherheit.

Quelle: EU AVIAGEN





SOZIALE NACHHALTIGKEIT

Wir versuchen, unsere Zielgruppe darüber aufzuklären, warum unser Sektor zur sozialen Nachhaltigkeit beiträgt, indem wir unsere Botschaften auf die folgenden Themen konzentrieren:



Tiergesundheit und Tierwohl



Hohe Qualitätsstandards



Ein nahrhaftes und vielseitiges Produkt



Lebensmittelsicherheit gegenüber Lebensmittelverschwendung



Geringer Einsatz von Antibiotika



Eiweißquelle und Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung

SOZIALE NACHHALTIGKEIT



Tiergesundheit und Tierwohl

Die EU-Normen garantieren, dass die Geflügelhaltung in allen Mitgliedstaaten die gleichen Mindestanforderungen erfüllt. Dank innovativer Technologien können die Landwirte außerdem die Temperaturbedingungen in Echtzeit prüfen und regulieren sowie das Futtermanagement, das Gewicht der Tiere und die Beleuchtung überwachen. Zudem ist der Sektor in der Lage, Geflügelfleisch anzubieten, das unter höheren Standards im Hinblick auf das Tierwohl erzeugt wurde, um die Verbraucher zufrieden zu stellen, die für dieses Thema sensibilisiert und bereit sind, mehr dafür zu bezahlen

Geringer Einsatz von Antibiotika

Hier wurden bereits erhebliche Fortschritte erzielt und weitere Bestrebungen sind in der „Vom Erzeuger zum Verbraucher“-Strategie dargelegt, wonach der Verkauf von antimikrobiellen Mitteln für Nutztiere bis 2030 um 50 % reduziert werden soll. Antibiotika sind nach wie vor ein unverzichtbares Instrument zur Gewährleistung der Tiergesundheit und des Tierwohls. Ihr Einsatz muss jedoch umsichtig und rational erfolgen – die EU-Geflügelwirtschaft engagiert sich uneingeschränkt für einen verantwortungsvollen Gebrauch von Antibiotika, was bedeutet, dass „so wenig wie möglich, aber so viel wie nötig“ verwendet wird.

Eiweißquelle und Teil einer ausgewogenen Ernährung(1)

Geflügelfleisch ist von Natur aus reich an Eiweiß und trägt somit zur Erhaltung der Muskelmasse und normaler Knochen bei. Gemäß den lebensmittelorientierten Ernährungsempfehlungen (FBDGs) wird weißes Fleisch in allen Mitgliedstaaten als Teil einer gesunden und ausgewogenen Ernährung, alternativ zu Fisch, Eiern und pflanzlichen Lebensmitteln empfohlen.

Quellen:

Daten aus nationalen offiziellen Datenbanken: Frankreich (CIQUAL), Deutschland (BLS) und Spanien (AESAN), Zusammenfassung der FBDG-Empfehlungen für Fleisch – Tabelle 8
OECD-FAO Agricultural Outlook 2021–2030 - © OECD 2021

(1) Die Ergebnisse und die Botschaft(en) entsprechen den einschlägigen nationalen Vorschriften im Bereich der öffentlichen Gesundheit in den Mitgliedstaaten, in denen das Programm durchgeführt wird. Sie erfüllen den Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 oder sind von der für die öffentliche Gesundheit zuständigen nationalen Behörde des Zielmitgliedstaats zugelassen.

Hohe Qualitätsstandards

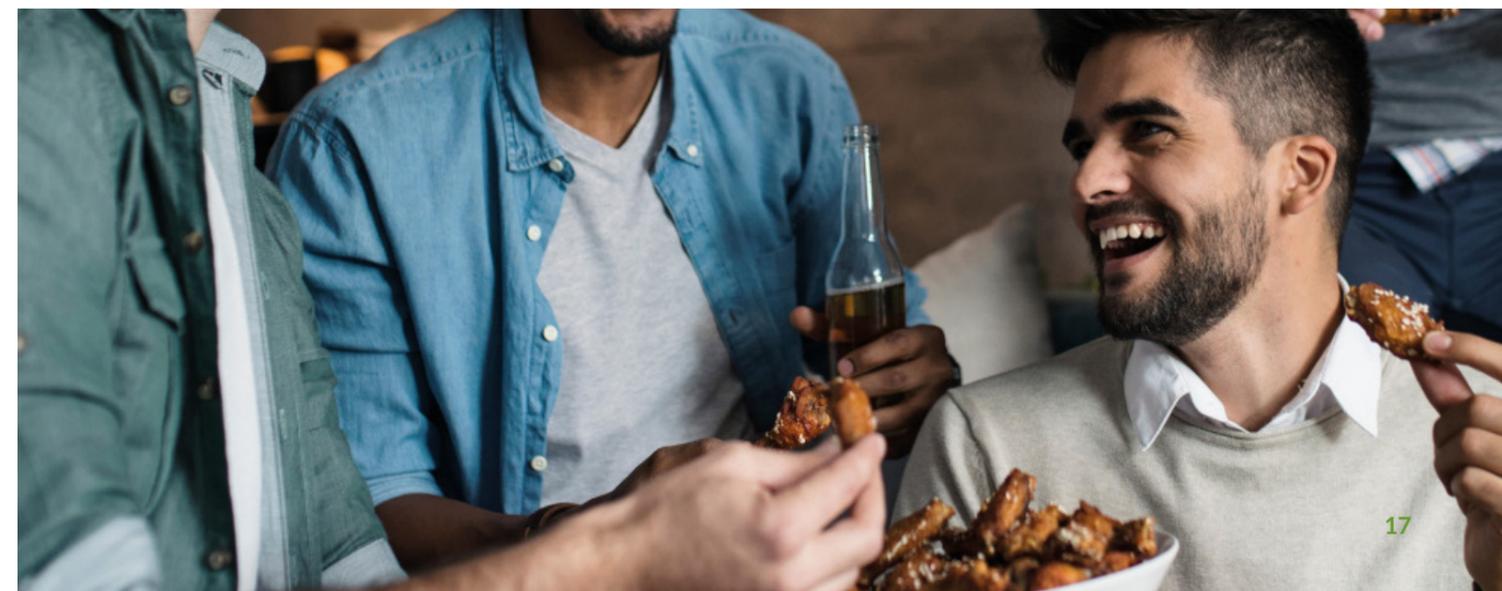
Europäisches Geflügelfleisch ist weltweit für seine hohen Qualitätsstandards und eine effiziente Nutzung der Ressourcen bekannt. Im europäischen Sektor werden Transparenz und Innovation kontinuierlich verbessert: Hohe Standards für Tiergesundheit und Tierwohl werden in der gesamten Produktionskette vom Erzeuger bis zum Verbraucher sichergestellt, was sich positiv auf die Qualität des Fleisches auswirkt.

Ein nahrhaftes und vielseitiges Produkt(1)

Geflügel ist das am meisten konsumierte Fleisch der Welt. Es ist ein sehr vielseitiges Produkt, das sich gut für Rezepte eignet und zu einer gesunden Lebensweise beiträgt. Unser Ziel ist es, ein Bewusstsein für die Vielseitigkeit von Geflügel zu schaffen, indem wir die Verbraucher ermutigen, mehr über die verschiedenen Arten und Teile von Geflügel zu erfahren und Inspirationen für die Zubereitung von Geflügel liefern.

Lebensmittelsicherheit gegenüber Lebensmittelverschwendung

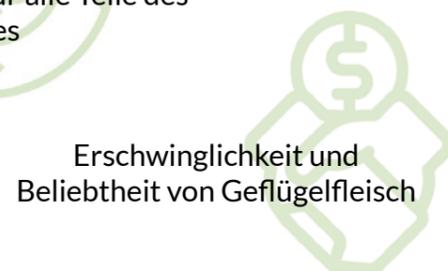
Während rund 20 % der in der EU erzeugten Lebensmittel verloren gehen oder verschwendet werden, können sich rund 33 Millionen Menschen keine qualitativ hochwertige Mahlzeit (mit Fleisch, Fisch oder vegetarischem Ersatz) leisten. Unsere Priorität ist die Sicherstellung eines ausreichenden Produktionsniveaus, um die Europäer und die Weltbevölkerung mit hochwertigem Geflügelfleisch zu versorgen. Bei der Verarbeitung werden alle Geflügelteile und Nebenprodukte verwendet, wodurch Abfälle auf ein sehr geringes Maß reduziert werden. Im Rahmen dieser Kampagne werden die Verbraucher aufgeklärt und erhalten Tipps, wie sie die Verschwendung von Geflügelfleisch durch die richtigen Praktiken minimieren können.





WIRTSCHAFTLICHE NACHHALTIGKEIT

Eine weitere Dimension der Nachhaltigkeit schließlich ist die wirtschaftliche. Im Rahmen der Kreislaufwirtschaft legen wir den Akzent auf fünf Hauptpfeiler der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit:



WIRTSCHAFTLICHE NACHHALTIGKEIT



Erschwinglichkeit und Beliebtheit von Geflügelfleisch

Verbraucher achten zunehmend darauf, wie ihre Lebensmittel erzeugt werden. Allerdings bleibt der Preis weiterhin ein entscheidender Faktor beim Kauf von Geflügelfleisch. Dennoch verzehrt jeder EU-Bürger aufgrund der Bezahlbarkeit und der großen Auswahl im Durchschnitt 23,6kg Geflügelfleisch pro Jahr. Die wachsende Beliebtheit der Qualität von europäischem Geflügelfleisch in der ganzen Welt schafft neue Möglichkeiten für unsere Erzeuger, unsere Handelsbeziehungen zu stärken und neue Märkte zu erschließen.

Während der Verbrauch von Schweine- und Rindfleisch in der EU bis 2030 voraussichtlich zurückgehen wird (0,3 % bzw. 4,3 %), wird der Verbrauch von Geflügelfleisch voraussichtlich um 4,7 % steigen.

Kreislaufwirtschaft und Wertschöpfung für alle Teile des Tieres

Moderne Technologien und ein niedriger CO₂-Fußabdruck sorgen für eine nachhaltige Geflügelfleischproduktion und minimieren die Abfälle. Diese werden bereits in anderen Branchen genutzt. Geflügelnebenprodukte wie Federn, Mist, Blut und Füße können als Düngemittel, Futtermittel, Bestandteil von Tierfutter usw. verwendet werden.

Umweltfreundlichere Produktionsmethoden zur Verringerung der wirtschaftlichen Verschwendung

Die Geflügelwirtschaft ist ein traditioneller Sektor, der mit der Zeit geht: Ständige Innovationen und Verbesserungen in den Betrieben sowie die Einhaltung anspruchsvoller europäischer Normen sorgen für hochwertiges Fleisch, Tierwohl, Umweltschutz und Lebensmittelsicherheit, aber auch für weniger wirtschaftliche Verschwendung.

Quellen:

Wageningen Economic Research, 2018, „Competitiveness of the EU poultry meat sector, base year 2017“, verfügbar bei Online Quantitative Survey T0&T1, GA. 874712 „EU Poultry“, – 2020-2021

MEG nach Angaben der Europäischen Kommission, nationalen Daten, FAO und Eurostat. Seite 20 AVEC Bericht 2021 OECD-FAO Agricultural Outlook 2021-2030, 2021

Erwerbsquelle für Tausende von Familien

Leidenschaft, Sorgfalt und Familienunternehmen waren schon immer die wesentlichen Elemente des Sektors. In der Europäischen Union leben derzeit rund 370.000 Menschen direkt von der Geflügelwirtschaft.

Geflügel wird in der EU in mehr als 25.000 Familienbetrieben produziert, und die Unternehmen stehen gerne für ihre Arbeit ein. Die Arbeit im landwirtschaftlichen Betrieb muss durch ständige Fachleute und Experten (Ingenieure, Transportpersonal und Tierärzte) unterstützt werden, um mit den neuesten Verbesserungen des Sektors und den Bedürfnissen der Tiere Schritt halten zu können.

Förderung des ländlichen Raumes und der Gleichstellung der Geschlechter

Mit der Schaffung von Arbeitsplätzen in den von Entvölkerung bedrohten ländlichen Gebieten der Europäischen Union fördert der europäische Geflügelfleischsektor das Wirtschaftswachstum und stärkt die lokalen Gemeinschaften, indem er den Landwirten Arbeitsplätze und ein gesichertes Einkommen sichert. Neben den direkten und indirekten Arbeitsplätzen ist die Geflügelwirtschaft wichtig für den Erhalt von Schulen, Geschäften und des ländlichen Lebens in Gebieten, in denen häufig Landflucht zu beobachten ist.

Während die Zahl der Frauen in der Landwirtschaft in den letzten Jahren langsam angestiegen ist, beobachten wir im Geflügelfleischsektor den gleichen Trend. In Polykulturbetrieben kümmern sich häufig Frauen um den Geflügelstall.



KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

In den Zielmärkten führen wir folgende Maßnahmen durch:

Public Relations WP. 2	Pressemitteilungen, Presseveranstaltungen
Website & Social Media WP. 3	Website, social media (Facebook, Instagram, Pinterest)
Information WP. 4	Werbung, Influencer, Print, Großflächenplakate
Kommunikationstools WP. 5	Merchandising und Informationsmaterial, Imagevideos
Veranstaltungen WP. 6	B2C - Veranstaltungen

Unser Ziel ist es, mehr als

+ 18 500 000

Verbraucher durch Informationen, soziale Medien, die Website und Veranstaltungen zu erreichen.

+ 1 000 000

Personen über Pressemeldungen und -beiträge zu erreichen



KERNBOTSCHAFTEN

Wir möchten mit diesem Programm die drei Säulen der Nachhaltigkeit der europäischen Geflügelwirtschaft veranschaulichen.

AVEC

Die europäische Geflügelwirtschaft ist klimafreundlich - wir sind stolz darauf, mit weniger mehr zu erzeugen. Wir setzen uns für eine nachhaltige Geflügelfleischproduktion ein, indem wir einen möglichst geringen CO₂-Fußabdruck hinterlassen, Abfälle minimieren und das gesamte Tier verarbeiten.

BVG

In Deutschland beteiligen sich mehr als 80 % der Hähnchen- und Putenhalter an der Initiative für artgerechte Geflügelhaltung und setzen damit Haltungsbedingungen um, die weit über den gesetzlichen Anforderungen in Deutschland liegen, die gegenüber dem internationalen Vergleich bereits sehr hoch sind.

CIPC

Die französische Geflügelwirtschaft hat eine Anwendung namens EVA eingeführt, mit der eine vollständige Prüfung des Betriebs in Sachen Tierwohl, Umweltschutz, biologische Sicherheit, Arbeitsrecht usw. durchgeführt werden kann.

Avianza

Die spanische Geflügelwirtschaft spielt eine grundlegende Rolle bei der Bewältigung der Bevölkerungsprobleme in zahlreichen Orten, wodurch das territoriale Gefälle im Land und der fortschreitende Prozess der Entvölkerung ländlicher Gebiete verringert werden.

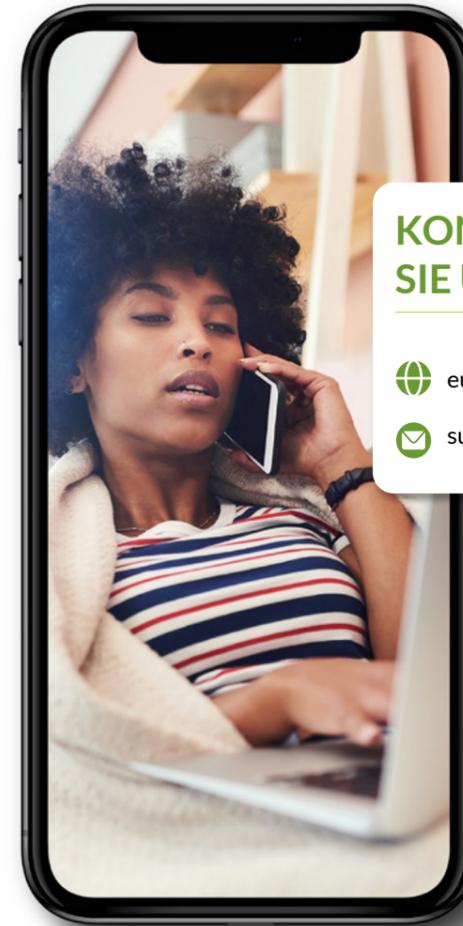


KONTAKT

GEFLÜGEL AUS EUROPA



Eine Anleitung für eine ausgewogene, gesunde und vollwertige Ernährungsweise finden Sie in den 10 Leitlinien der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE)



KONTAKTIEREN SIE UNS!

 eu-poultry.eu/de

 sust@eu-poultry.eu



SIE WOLLEN MEHR ERFAHREN?

 Europäisches Geflügel

 @gefluegelfuerdich

 Europäisches Geflügel

PRESSEKONTAKT

Atlas Marketing Studio

Ana MARTIN

internacional@atlasmarketingstudio.com

22

KONTAKT BVG

Referent Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit

Clemens DALCHAU

c.dalchau@zdg-online.de

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für die Forschung (REA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



