

GEFLÜGEL AUS EUROPA – VERANTWORTUNGSVOLLER EINSSATZ VON ANTIBIOTIKA

Pressemitteilung

Berlin/Düsseldorf 26.10.2023

Europäische Geflügelproduktion: Umsatz steigt, Antibiotika werden weiterhin reduziert

Europäische Geflügelproduzenten setzen Antibiotika in der Geflügelzucht weiterhin mit Vorsicht ein. Damit erfüllen sie nicht nur die strengen Regularien der Europäischen Union, sondern kommen einem wesentlichen Nachhaltigkeitsziel nach – der sozialen Nachhaltigkeit: Produktionsmethoden, die Tierwohl und Gesundheit großschreiben, sind vor allem für Verbraucher ein wichtiges Kaufargument.

Die Positionierung von europäischem Geflügelfleisch am Markt setzt auf Nachhaltigkeit auf drei Ebenen: Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft. Soziale Nachhaltigkeit erzielen Geflügelhersteller, indem sie Konsumenten höchste Qualität bei gleichzeitig transparenter Produktion bieten – so auch, wenn es um die Verwendung antimikrobieller Mittel geht.

Europäische Ziele bis 2030

Der Einsatz von Antibiotika wird in der europäischen Geflügelzucht auf ein Minimum reduziert – nach der Devise „so viel wie nötig, aber so wenig wie möglich“. Zwar sind Antibiotika ein unverzichtbares Mittel zur Erhaltung gesunder Tiere. Rein präventiv werden Antibiotika in der europäischen Geflügelproduktion jedoch nicht eingesetzt. Als Teil der „Vom Erzeuger zum Verbraucher“-Strategie (from farm to fork) soll zudem der Verkauf von Antibiotika für Nutztiere bis 2030 um 50 Prozent reduziert werden. Damit kommen die Produzenten dem sogenannten „Green Deal“ nach.

Geflügel aus der EU und Deutschland

Der Konsum von Geflügelfleisch innerhalb der Europäischen Union steigt weiterhin: Liegt der erwartete Umsatz 2023 bei etwa 66,5 Milliarden Euro am Markt, so wird er für das Jahr 2028 auf rund 91 Milliarden Euro geschätzt. Dies entspricht einem Umsatzwachstum von etwa 6,49 Prozent pro Jahr. Auch für den deutschen Markt ist der Fünf-Jahres-Trend positiv: 2023 liegt der voraussichtliche Umsatz bei 4,8 Milliarden Euro und wird für 2028 auf rund 5,8 Milliarden Euro Umsatz geschätzt – ein jährliches Wachstum von etwa 3,91 Prozent. Etwa sechs Kilogramm Geflügelfleisch werden bis Ende 2023 hierzulande pro Kopf konsumiert worden sein.*

Verbraucher schätzen an Geflügel nicht zuletzt seine positiven Eigenschaften für eine ausgewogene Ernährung. Denn Geflügel enthält von Natur aus viele Proteine** und ist somit ein

idealer Eiweißlieferant. Geflügelfleisch ohne Haut sorgt außerdem für eine gute Kalorienbilanz. Als regionales Produkt ist es für viele Konsumenten erschwinglich. Das macht es auch in Sachen Ernährung besonders nachhaltig.

Über die Kampagne

Die Zweijahreskampagne wird gefördert von der Europäischen Union und umgesetzt vom Dachverband AVEC zusammen mit dem deutschen, dem französischen und dem spanischen Geflügelverband. Die Kampagne möchte mehr Bewusstsein unter europäischen Verbrauchern und Experten für Nachhaltigkeit in der Geflügelwirtschaft sowie die Erzeugung eines qualitativ hochwertigen Produkts schaffen.

Pressekontakt Deutschland

Sopexa Deutschland
Sandra Wasem
Telefon: +49 211 498080
E-Mail: sandra.wasem@sopexa.com

Kontakt deutsche Geflügelwirtschaft

Deutsche Geflügelwirtschaft
Clemens Dalchau
Telefon: +49 30 28 88 31-60
E-Mail: c.dalchau@zdg-online.de

Webseite: <https://eu-poultry.eu/>

Social Media: @gefuegelfuerdich

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.

Eine Anleitung für eine ausgewogene, gesunde und vollwertige Ernährungsweise finden Sie in den 10 Leitlinien der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) <https://www.dge.de/ernaehrungspraxis/vollwertige-ernaehrung/10-regeln-der-dge/>

*Quelle: Statista 2023

**Quelle: BLS – Bundeslebensmittelschlüssel

Pressebild

