



ZDG

Zentralverband der Deutschen
Geflügelwirtschaft e.V.

PRESSEMITTEILUNG

Deutschlandweite Bekennerkampagne gestartet

„Geflügel schmeckt. Made in Germany.“ – Die Geflügelwirtschaft stellt neuen Branchenslogan vor

Berlin, 2. September 2024 – Die Deutsche Geflügelwirtschaft stellt mit einer bundesweiten Bekennerkampagne den neuen Branchenslogan „Geflügel schmeckt. Made in Germany.“ vor. Im Mittelpunkt stehen gesellschaftspolitisch wichtige Themen. Und Gesichter von „ganz normalen Bürgern“, Bekennern aus ganz Deutschland.

Geflügelfleisch ist heute in Deutschland beliebter denn je. Der Pro-Kopf-Verbrauch ist seit dem Jahr 2000 um 25 Prozent gestiegen. Diese Beliebtheit hält auch aktuell an, denn, die Absatzzahlen für das erste Halbjahr 2024 zeigen weiter auf Wachstum. Die Gesellschaft bestätigt mit diesem Kauf- und Konsumverhalten, dass die Deutsche Geflügelwirtschaft ein hochwertiges und wichtiges Lebensmittel erzeugt, und dass sie dieses Lebensmittel auf die richtige Art und Weise erzeugt. International ist der Trend „Pro-Geflügel“ sogar noch stärker ausgeprägt.

Diese positiven Entwicklungen stellen das Fundament der neuen Kampagne dar. „Geflügel schmeckt. Made in Germany.“ zeigt echte Menschen – darunter eine Familie aus Hannover, eine junge, sportaffine Frau aus Bonn, eine Mutter aus Bayern, zwei gestandene Herren im Ruhestand und einen erfolgreichen und ernährungsbewussten Unternehmer aus Berlin. Sie alle sind sich in ihrer Hauptaussage einig: „Ja, ich finde Geflügel aus Deutschland gut“. Und zwar entlang der gesellschaftspolitisch wichtigen Themen Qualität und Produktsicherheit, Nachhaltigkeit, gute Tierhaltung und Erschwinglichkeit.

ZDG-Präsident Friedrich-Otto Ripke begrüßt es, die Werte und Stärken der heimischen Geflügelerzeugung in den Mittelpunkt zu stellen. *„Wir sagen mit dieser Kampagne, aus voller Überzeugung und mit Stolz, dass Geflügelfleisch aus Deutschland ein natürliches, tierisches Lebensmittel ist, dass wörtlich in jeder Hinsicht positiv ist. Es ist gut für die Gesundheit von Menschen und es ist es auch gut für den Planeten. Für dieses wichtige Lebensmittel brauchen wir die richtigen politischen Rahmenbedingungen, um auch weiterhin unseren Beitrag zur Ernährungssicherung in Deutschland zu leisten.“*

Im Vorfeld haben die Kampagnenbotschafter mehrere Geflügelhöfe besucht. Sie konnten dort ausführlich mit den Landwirten sprechen, „hinter jede Tür schauen“ und alle Fragen stellen. Danach wurden in Berlin die Inhalte der Kampagne produziert. Die Besonderheit: Bei den Videostatements wurde kein Wort vorgegeben und die Aussagen sind vollkommen authentisch entstanden. Daneben zeigen vier klassische Werbemotive jeweils eine Person in einem



ZDG

Zentralverband der Deutschen
Geflügelwirtschaft e.V.

Genussmoment. Alle Motive verweisen auf die Kampagnenseite gefluegel-schmeckt.de, auf der alle Inhalte der Kampagne gebündelt sind.

Die Kampagne wird ab dem 2.9.2024 in Out-of-Home, Print, Online und Radio in Berlin, Hannover, München, Düsseldorf und Bonn ausgespielt.

Über den ZDG

Der Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e.V. (ZDG) vertritt als berufsständische Dach- und Spitzenorganisation die Interessen der deutschen Geflügelwirtschaft auf Bundes- und EU-Ebene gegenüber politischen, amtlichen sowie berufsständischen Organisationen, der Öffentlichkeit und dem Ausland. Für die Geflügelfleischwirtschaft sind innerhalb des ZDG der Bundesverband der Geflügelschlachtereien e.V. (BVG), der Bundesverband bäuerlicher Hähnchenerzeuger e.V. (BVH) und der Verband Deutscher Putenerzeuger e.V. (VDP) organisiert. Insgesamt spricht der ZDG für rund 8.000 Mitglieder aus den angeschlossenen Bundes- und Landesverbänden.

Pressekontakt

Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e. V. (ZDG)
Amil Hota | Leiter Kommunikation
Claire-Waldoff-Str. 7 | 10117 Berlin
Telefon 030 288831-40 | Mobil 0170 7682232
E-Mail: presse@zdg-online.de | Internet: www.zdg-online.de