

Europäisches Label-Rouge-Siegel überzeugt deutsche Verbraucher

11 Prozent Exportsteigerung für Label-Rouge-Geflügel nach Deutschland

Paris/Frankreich, 3. Juli 2019 – Immer mehr deutsche Verbraucher wünschen Fleisch aus artgerechter Haltung. Eine EU-geförderte Kampagne rund um das Qualitätssiegel Label Rouge rückt diesen Wunsch in den Mittelpunkt. Die Kampagne, die aktuell in ihr zweites Jahr geht, soll das Siegel in Deutschland noch bekannter machen und über die nachhaltigen Aufzuchtmethoden informieren, die es garantiert.

Zwischen 2017 und 2018 erhöhte sich der Export von französischem Geflügel mit Label-Rouge-Siegel nach Deutschland um 11 Prozent auf 962 Tonnen. Kein Wunder, denn Werte wie Sicherheit, Rückverfolgbarkeit, geschmackliche Qualität, Authentizität und vor allem Tierwohl rücken zunehmend in den Fokus der Konsumenten – ebenso wie der Wunsch nach garantierten Kontrollen. Laut BMEL-Ernährungsreport 2019 wünschen 86 Prozent der Verbraucher einen Hinweis darauf, wie bei Produkten tierischen Ursprungs die Tiere gehalten werden.

Kampagne für Label-Rouge-Siegel geht ins zweite Jahr



Das Label-Rouge-Siegel garantiert, was Verbraucher wünschen: Als einziges amtlich erteiltes Gütezeichen in Europa bescheinigt das vom französischen Landwirtschaftsministerium vergebene Label Rouge eine traditionelle, bäuerliche Herstellung und Produkte von höchster Qualität. Vom Bauernhof bis auf den Teller zertifiziert das Siegel die Einhaltung strenger Produktionsvorschriften, die von unabhängigen Stellen kontrolliert werden. Und das für zahlreiche

Produkte wie Rind, Kalb, Lamm, Schwein, Hähnchen, Perlhuhn und andere Geflügel, Wurstwaren, Eier und andere.

Um das Label-Rouge-Siegel bekannter zu machen und über alle Garantien aufzuklären, die es in puncto nachhaltige Aufzuchtmethoden und Qualität bietet, wurde letztes Jahr eine von der EU geförderte Kampagne ins Leben gerufen. Sie geht jetzt in ihr zweites Jahr mit Aktionen in Frankreich, Deutschland, Belgien, den Niederlanden und Schweden.

Mit Wissen beim Verbraucher punkten

Im Mittelpunkt der Kampagne in Deutschland steht auch in diesem Jahr Label-Rouge-Hähnchen aus bäuerlicher Freilandhaltung. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Wissensvermittlung mit Schulungen

PRESSEMITTEILUNG

für Fachleute durch Fleisch-Sommelier Michael Keller. Denn nur, wer die Vorteile von Label Rouge kennt, kann seine Kunden kompetent beraten. In 30 Seminaren im LEH und in Fleischerschulen vermittelt der Metzgermeister Branchenprofis und Nachwuchskräften Wissen über die besondere Aufzucht in bäuerliche Freilandhaltung mit viel Platz für jedes einzelne Tier, Zugang zu großen, begrünten Außenflächen mit ausreichend Schatten, kleinen Betriebsgrößen, einer Fütterung mit hohem Getreideanteil, langer Aufzuchtdauer (2 Mal länger als bei einem Standardhähnchen) und vieles mehr. Diese Aufzuchtmethoden führen zu der besonderen geschmacklichen Qualität von Label-Rouge-Produkten, von denen sich die Teilnehmer der Schulungen persönlich überzeugen können: Im Vergleich zum Standard-Hähnchen ist das Fleisch von Label-Rouge-Hähnchen fester, weist einen intensiveren Geschmack auf und verliert beim Garen weniger Wasser.

Nachfrage nach Label-Rouge-Geflügel ankurbeln



Um auch die Verbraucher auf den Geschmack zu bringen, sind Premium-Auftritte am POS geplant mit Kundenabenden für eine genussaffine Zielgruppe und rund 500 Verkostungstage mit qualifiziertem, eigens geschultem Personal. Werbematerial wie Informationsbroschüren mit Rezeptideen runden das Angebot für den Handel ab.

Die Rezepte für die diesjährige Kampagne liefert der gelernte Koch, Buchautor und Kulinarikblogger Stevan

Paul (www.nutriculinary.com). Gemeinsam mit Vijay Sapre, Herausgeber und Chefredakteur des Genießer_magazins Effilee, wird er zudem ein Event für Foodblogger moderieren und anhand von kreativen Gerichten zeigen, dass Label-Rouge-Produkte vielfältig einsetzbar sind und sich geschmacklich deutlich abheben. Klassische Pressearbeit rundet die Kampagne ab.

Initiatoren der Kampagne

Initiatoren der Kampagne sind die Verbände Synalaf, Fil Rouge und Sylaporc. Sie repräsentieren die französischen Produzenten von Geflügel, Eiern, Rind-, Kalb-, Lamm- und Schweinefleisch sowie Wurstwaren mit Label-Rouge-Siegel.

PRESSEMITTEILUNG

PRESSEKONTAKT		
<p>SYNALAF Syndicat National des Labels Avicoles de France</p> <p>Marie GUYOT +33 1 82 73 06 99 contact@synalaf.com</p>	<p>SYLAPORC Syndicat des Labels porc et charcuteries</p> <p>Cécile DEVEZE sylaporc@wanadoo.fr</p>	<p>FIL ROUGE Fédération Interprofessionnelle des viandes Label Rouge, IGP et AOC</p> <p>Cécile DEVEZE f.i.l.rouge@wanadoo.fr</p>
<p><u>DEUTSCHER PRESSEKONTAKT:</u></p> <p>Sopexa S.A., Germany Schwanenhöfe Werkstatthaus, Erkrather Str. 234 a, 40233 Düsseldorf</p> <p>Maren Henke +49 211 49808-43, maren.henke@sopexa.com</p>		

Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt allein die Meinung des Autors wieder, der allein für den Inhalt verantwortlich ist. Die Europäische Kommission haftet nicht für die etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen.



KAMPAGNE FINANZIERT
MIT FÖRDERMITTELN DER
EUROPÄISCHEN UNION

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT
KAMPAGNEN ZUR FÖRDERUNG DES ABSATZES
LANDWIRTSCHAFTLICHER QUALITÄTSERZEUGNISSE.

