

EU-Kampagne für Label Rouge auf Erfolgskurs

Paris/Frankreich, 26. Februar 2020 – Am Ende des zweiten Kampagnenjahres der EU-Kampagne für das französische Qualitätssiegel Label Rouge ziehen die Produzenten eine positive Bilanz: Mehr als 68,5 Millionen Verbraucher-Kontakte konnte die Kampagne bislang in Deutschland erzielen.



Die von der Europäischen Union geförderte Kampagne soll das Label-Rouge-Siegel bei Fachleuten und Verbrauchern bekannter machen und über die hohen Standards informieren, die es in Sachen nachhaltige und umweltschonende Produktion, Tierwohl und herausragendem Geschmack gewährleistet. Ob Geflügel, Rind, Kalb, Lamm, Schwein oder Wurstwaren: Label Rouge garantiert als einziges amtlich vergebenes Siegel in ganz Europa traditionell bäuerlich hergestellte Produkte von höchster Qualität. Jede Stufe der Produktion wird durch unabhängige Institute kontrolliert – und zwar häufiger und strenger als bei irgendeinem anderen Siegel in Europa. Die Kampagne, die auch Aktionen in Frankreich, Belgien, den Niederlanden und Schweden umfasst, erzielte in Deutschland bislang 68,5 Millionen Endverbraucherkontakte.

Aktionen für Fleischfachleute: Wissensvermittlung und Genuss im Fokus

Die Aktionen für den Handel standen ganz im Zeichen von Wissensvermittlung über die spezifischen Produktionsmethoden, die der besonderen Qualität von Label-Rouge-Erzeugnissen und speziell von Label-Rouge-Geflügel zugrunde liegen. Mehr als 5.000 Fleischfachleute nahmen in den ersten zwei Kampagnenjahren an den insgesamt 60 Seminaren und Workshops teil, die Fleisch-Sommelier Michael Keller im LEH und in den Fleischerschulen organisierte. „Dank des Seminars kann ich meinen Kunden nun fachkundig erläutern, wofür Label Rouge genau steht und welche Vorteile sich daraus für sie ergeben“, so ein Teilnehmer. Nicht nur die die artgerechte Freiland-Aufzucht auf großen begrünten Außenflächen ist ein Argument für die Fleischprofis, sondern auch die nachweislich hohe Qualität des Produkts: Besonders die feste Textur, das saftige Fleisch, das intensive Aroma und der im Vergleich zu Standardgeflügel deutlich geringere Bratverlust konnten die Seminarteilnehmer bei der Vergleichs-Verkostung überzeugen. Auch auf dem „Deutschen Fleischkongress“ in Wiesbaden konnten sich ca. 400 Fleischprofis nun bereits zum zweiten Mal über die Vorzüge von Label Rouge informieren.

Probiermomente für Endverbraucher

Überzeugungsarbeit in Sachen Geschmack leistete die Kampagne auch bei Kunden im LEH: Seit Beginn der Kampagne im Frühjahr 2018 wurden an rund 950 Verkostungstagen in Märkten von Ketten wie Edeka, Rewe, Frischeparadies, Metro und andere etwa 142.500 Portionen Label-Rouge-Brathähnchen zum Probieren ausgegeben. Kundenabende im Handel und Genuss-Seminare rundeten die Aktionen für Endverbraucher ab. Besonderes Highlight war ein



PRESSEMITTEILUNG

Workshop auf der Sat.-1-Bühne Bayern Regional im Rahmen der Internationalen Handwerksmesse in München im März dieses Jahres.

Reichweitenstarke Pressearbeit



Ergänzt wurden diese Maßnahmen durch Kooperationen mit deutschen Kulinarik-Medien und einen Blogger-Workshop – angeleitet von Vijay Sapre, Herausgeber und Chefredakteur des Kulinarik-Magazins Effilee, sowie von Koch, Journalist und Foodblogger Stevan Paul, der auch die Rezepte für das aktuelle Kampagnenjahr entwickelt hat. Bei dem auf Interaktion ausgelegten Praxisworkshop konnten die Teilnehmer verschiedene Label-Rouge-Produkte verkosten und Gerichte mit ihnen kreieren. Insbesondere bei einer Vergleichsverkostung zwischen Standardhähnchen und Label-Rouge-Hähnchen äußerten sich die teilnehmenden Blogger überzeugt von der herausragenden Qualität der Hähnchen mit Gütesiegel. Mit der Pressearbeit erreichte die Kampagne in den ersten zwei Jahren mehr als 68,4 Millionen Leser.

Pressebilder:

Die Veröffentlichung der Bilder ist honorarfrei bei Angabe der Bildquelle **@Label Rouge**

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

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 QUALITÄT SERZEUGNISSE.

