



ZDG

Zentralverband der Deutschen
Geflügelwirtschaft e.V.

PRESSEMITTEILUNG

Positive Resonanz auf Initiative „Geflügelzukunft – Made in Germany“ Social Media und Dialogformate: Geflügelfleischwirtschaft geht neue Wege in der Kommunikation

Berlin, 07.10.2021. Noch mehr Transparenz, noch mehr Austausch, noch mehr Debatte über die Zukunft der heimischen Geflügelfleischerzeugung: Die deutsche Geflügelfleischwirtschaft hat in den vergangenen Monaten ihre Kommunikation neu ausgerichtet, um eine zunehmend an Nachhaltigkeitsthemen interessierte, kritische Öffentlichkeit zu erreichen – mit neuen Gesprächsformaten und auf neuen Kanälen.

„Das Bewusstsein der Bevölkerung für Nachhaltigkeit, Umwelt- und Tierwohl steigt. Vor diesem Hintergrund sind wir als deutsche Geflügelwirtschaft gefragt, unsere Erzeugnisse und Prozesse stetig zu verbessern – aber vor allem auch, sie verständlich und anschaulich zu erklären“, sagt Friedrich-Otto Ripke, Präsident des Zentralverbandes der Deutschen Geflügelwirtschaft e.V. (ZDG). Die Branche habe schon eine ganze Menge für Tierwohl, Gesundheit und Umweltschutz erreicht. Um weiter voranzukommen, brauche es künftig neben der Unterstützung der Verbraucher dringend die richtigen politischen Rahmenbedingungen. Für Ripke ist dabei ein Punkt von zentraler Bedeutung: Langfristige Planungssicherheit für die vielen Landwirte zu schaffen, damit der Standort Deutschland mit seinen hohen Standards für die Geflügelfleischerzeugung gehalten werden könne.

Website Deutsches-Geflügel.de live

Um mit ihren Botschaften in den erweiterten gesellschaftlichen Diskurs einzutreten, hat die Geflügelfleischwirtschaft seit dem Frühjahr 2021 ihre Präsenz in den Sozialen Medien massiv ausgebaut: Die Branche kommuniziert inzwischen aktiv auf LinkedIn, Twitter und Facebook. So können aktuelle Entwicklungen mit Bezug zur Zukunft der Fleischerzeugung am Standort Deutschland kommentiert und eingeordnet werden.



ZDG

Zentralverband der Deutschen
Geflügelwirtschaft e.V.

Eine Echtzeit-Darstellung aller Social Media-Aktivitäten ist nicht zuletzt integraler Bestandteil der Website [Deutsches-Geflügel.de](https://www.Deutsches-Geflügel.de), die nach einem umfassenden Relaunch am heutigen Donnerstag live gegangen ist. Sie bietet – in modernem Design – aktuelle und hintergründige Informationen rund um die deutsche Geflügelfleischwirtschaft und liefert Aufklärung zu sensiblen Themen wie Antibiotika-Einsatz oder Ressourcenverbrauch. Darüber hinaus findet sich dort eine [umfangreiche Rezeptdatenbank](#) mit Tipps und Tricks rund um die Zubereitung von Gerichten mit Geflügelfleisch.

„Bei kritischen Themen vorangehen“

„Nutztierhaltung und Ernährung sind keine Nischenthemen, sondern von enormer gesellschaftlicher Relevanz“, sagt Michael Steinhauser, Bereichsleiter Kommunikation und Pressesprecher des ZDG. Moderne Branchenkommunikation sende nicht nur einseitig Botschaften an ein Fachpublikum, sondern spreche aktiv die breite Bevölkerung an. „Sie hört zu, sucht neue Wege des Dialogs und geht auch bei kritischen Themen offensiv nach vorne.“

Die deutsche Geflügelfleischwirtschaft lebt diesen Ansatz seit mehr als einem halben Jahr mit ihrer Kommunikationsinitiative **„Geflügelzukunft – Made in Germany“**, die neben verstärkten Social Media-Aktivitäten erfolgreich neue Gesprächsformate und Dialogangebote aufgebaut hat. Den Auftakt der Initiative bildete im März 2021 das **„Geflügelreferendum“**, eine Befragung von über 10.000 Menschen darüber, wie sie sich ernähren, wie sie einkaufen und wie Deutschland seine Geflügelwirtschaft künftig gestalten sollte.

Ab Mai ging die Branche mit der hybriden Event-Reihe **„Zukunftsforen“** in den Dialog mit Politikern, Experten, Wissenschaftlern und der interessierten Öffentlichkeit. Die Teilnehmer und Gäste diskutierten offen und kritisch über die Themen Tierwohl, Umwelt und Nachhaltigkeit, Gesundheit und Ernährung sowie regionale Herkunft. Die im Juli gestartete **Podcast-Reihe „Rausgepickt – Der Geflügeltalk“** setzt die Dialogoffensive fort: Hier reden Politiker, NGO-Vertreter und Wissenschaftler Klartext mit der deutschen Geflügelfleischwirtschaft – unter anderem über Tierwohl, Verbraucherschutz oder Ernährungssicherheit.



ZDG

Zentralverband der Deutschen
Geflügelwirtschaft e.V.

Mit der bisherigen Resonanz zeigt sich ZDG-Präsident Ripke zufrieden. Die Rückmeldungen aus Politik und Gesellschaft seien durchweg positiv: „Wir haben viele neue Gesprächspartner und neue Perspektiven gewonnen. Dieser Austausch hilft der gesamten Branche, noch besser zu verstehen, was den Menschen bei ihrer Ernährung wichtig ist. So können wir die wichtigen Zukunftsthemen wie Tierwohl und Klimaschutz mit dem richtigen Maß anpacken.“

Über den ZDG

Der Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e.V. 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

Michael Steinhauser

Bereichsleiter Kommunikation | Pressesprecher

Tel.: 030 288831 40 | Mobil: 0170 560 7750

E-Mail: m.steinhauser@zdg-online.de

ZDG Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e.V.

Claire-Waldoff-Str. 7 | 10117 Berlin

www.zdg-online.de