



Pressemeddelelse

Albertslund, den 12. juli 2020

Aldi tager det fulde skridt med dyrevelfærdsmerkede kyllinger

Discountkæden Aldi har besluttet, at kunderne skal kunne købe ind med hjertet, når der står kylling på indkøbslisten. Fra efteråret vil Aldi's butikker sælge ferske kyllingeprodukter fra langsomtvoksende kyllinger - mærket med det statskontrollerede dyrevelfærdsmærke "Bedre Dyrevelfærd".

"Det er vigtigt for os at være en ansvarlig og samfundsbevidst detailkæde, som arbejder med dyrevelfærd ud over den lovpligtige standard. Derfor skifter vi fra oktober hele Aldi's ferske sortiment med kylling ud til velfærdsmerkede kyllinger", siger Karina Marott, marketing- og kommunikationsdirektør i Aldi.

"Vi ved, at 71 % af danskerne tænker over dyrevelfærd, når de handler ind.* I tæt samarbejde med Danpo har vi derfor arbejdet målrettet på udskiftning af alle vores ferske kyllingeprodukter til velfærdskyllinger - fortsat til priser alle har råd til. Det er nu lykkedes, og vi er glade for, at vi kan tage endnu et skridt i vores arbejde med at sikre bedre dyrevelfærd i Danmark".

Dyrevelfærd og danske produkter

Aldi udvikler og tilpasser løbende sit sortiment med udgangspunkt i virksomhedens indkøbspolitik, der har fokus på gennemsigtighed og sporbarhed i hele leverandørkæden - og et grundlæggende hensyn til dyrevelfærd. Første initiativ blev taget i 2018, hvor Aldi udfasede buræg - både som skalæg og senere som ingrediens i sammensatte produkter.

"Vi tager dyrevelfærd seriøst, og det er derfor vigtigt, at vi nu - som det næste step - kan tilbyde vores kunder langsomtvoksende kyllinger og give kunderne endnu bedre samvittighed, når de handler kylling i Aldi. Udover mærkningsordningen - som stiller krav til produktionen, både i stalden, under transporten og på slagteriet - kan Aldi garantere dansk kylling, da både vores ferske kylling og svinekød er produceret af dyr, der er født, opdrættet og slagtet i Danmark", siger Katrine Milman, CSR-chef i Aldi.

Dyreværnsforeningen Anima mener, at Aldi's initiativ er en cementering af den positive udvikling for kyllingevelfærd, der er i gang i samfundet nu.

"Flere og flere forbrugere er blevet opmærksomme på, at livet for en forvokset turbokylling ikke er noget, vi kan være bekendt i Danmark. Det er derfor sensationelt, at Aldi er på forkant med udviklingen og viser stærkt lederskab i sin branche. Forbrugere vil belønne det og mit bud er, at konkurrenterne bør følge med før turbokylling får samme klang, som buræg endte med at få", udtaler Thorbjørn Schiønning, kommunikationschef i Anima.

ALDI Danmark
Communications

Herstedøstervej 27-29C
2620 Albertslund

Telefon +45 8880 3500
Telefax +45 8880 3550

www.aldi.dk
presse@aldi.dk



Endnu et skridt mod en bæredygtig fremtid

Som en detailkæde, der driver forretning på et fundament af kvalitet, pris og ansvarlighed, så har Aldi - sammen med resten af branchen - et ansvar for at udvise samfundssind.

“Vi håber, at skridtet fra 0 til 1 dyrevelfærdshjerte bliver taget godt imod af vores kunder, og at resten af detailbranchen følger trop. For når alt kommer til alt, så står vi stærkere sammen”, siger Karina Marott, marketing- og kommunikationsdirektør i Aldi.



Fakta om Dyrevelfærdsmærket

Formålet med det statslige Dyrevelfærdsmærke er at forbedre dyrevelfærden for flest mulige grise, slagtekyllinger og kvæg gennem forbrugernes indkøb. Dyrevelfærdsmærket indeholder et, to eller tre grønne hjertes - afhængigt af hvor mange tiltag landmændene har lagt oven i de regler, der er på området for dyrevelfærd.

For slagtekyllinger med Dyrevelfærdsmærket gælder:

- Langsommere voksende race
- Øget indsats mod trædepudesvidninger
- Mere plads
- Kortere transporttid
- Miljøberigelse

Læs mere om Dyrevelfærdsmærket og de tre hjerte-niveauer her:

https://www.foedevarestyrelsen.dk/kampagner/Bedre-dyrevelfaerd/Sider/Fakta_om_dyrevelf%C3%A6rds%C3%A6rket.aspx

Læs om Aldi's indkøbspolitikker her:

<https://www.aldi.dk/ansvarlighed1/politikker-og-principper/vores-politikker.html>

For yderligere info:

Marketing- og kommunikationsdirektør, Karina Marott, karina.marott@aldi.dk

CSR-chef, Katrine Milman, katrine.milman@aldi.dk

Kommunikationschef i Anima, Thorbjørn Schiønning, ts@anima.dk

*Iflg. Landbrug og Fødevarers markedsanalyse fra februar 2019: 71 procent af de danske forbrugere siger, at de tænker over dyrevelfærd, når de køber ind. Halvdelen udtrykker bekymring for dyrevelfærd, mens den anden halvdel tænker over det, men ikke er bekymrede.

