PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE: Aldi tager kvantespring for 1,6 millioner kyllinger

Pressemeddelelse · Andre serviceydelser



Supermarkedskæden Aldi Danmark udfaser al fersk turbokylling. Dyreværnsforening kalder det et 'kvantespring', og forudser en fortsat dominoeffekt i detailbranchen.

I Aldi er det snart slut med at finde den kontroversielle turbokylling i køledisken. Supermarkedskæden har nemlig besluttet at stoppe salget af al fersk kylling, der kommer fra den hurtigtvoksende Ross 308.

"Hos Aldi prioriterer vi dyrevelfærd højt. Derfor tager vi nu det fulde skridt og udfaser den hurtigtvoksende kylling fra vores ferske sortiment med kylling. Vi håber at inspirere andre i

branchen, og vi er overbeviste om, at vores kunder vil tage godt imod initiativet", siger Karina Marott, marketing- og kommunikationsdirektør i Aldi.

Fremover vil Aldi i stedet bruge den langsommere voksende og mere robuste kyllingerace, Ranger Gold. Udfasningen finder sted i løbet af september og oktober måned i år. Initiativet vil få betydning for ikke mindre end 1,6 millioner kyllinger om året som fremover vil have et-statsligt dyrevelfærdshjerte.

Sensationelt skifte

Turbokyllingen Ross 308 vokser fra 50 g til over 2 kg på omtrent fem uger. Den døjer blandt andet med gangproblemer, lammelser og vejrtrækningsbesvær. Det har fået flere dyreværnsorganisationer til at kritisere brugen af den hurtigtvoksende kylling.

Dyreværnsforeningen Anima mener, at Aldis initiativ er et kvantespring for dyrevelfærden. Ifølge Thorbjørn Schiønning, kommunikationschef i Anima, forstærker skiftet 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. Derfor er det sensationelt, at en stor spiller som Aldi er på forkant med udviklingen og viser stærkt lederskab i sin branche. Forbrugerne vil belønne det og mit bud er, at konkurrenterne bør følge med, før turbokylling får samme klang, som buræg endte med at få," siger Thorbjørn Schiønning, kommunikationschef hos Anima.

Alene i år har kendte brands som Espresso House, Lidl, 7-Eleven og Scandic Hotels valgt at droppe den kontroversielle turbokylling.

Anima forudser, at kampagnen mod turbokyllinger vil få lige så meget medvind, som kampagnen mod buræg fik for få år siden. Således planlægger organisationen nu et stort kampagnefremstød, som skal skubbe på at få turbokyllingerne helt ud af de danske supermarkeder.

Baggrund

Anima arbejder internationalt i koalitionen Open Wing Alliance, som tæller over 75 af verdens førende dyreværnsorganisationer. OWA arbejder for at ændre hele kyllingeindustrien jf. Standarden European Chicken Commitment (ECC). Det vigtigste parameter i ECC er at udfase de hurtigtvoksende kyllinger, som Aldi nu gør.

Kilde / Logo / Foto: Anima

Online: https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-aldi-tager-kvantespring-for-16-millioner-kyllinger/

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Anima.