

## **DJV startet bundesweite Wildbretinitiative**

### **– „Wild aus der Region“ soll Bekanntheit und Absatz von Wildbret fördern –**

Erstmalig steht ab Herbst 2009 der gesamten Jägerschaft Deutschlands eine gemeinsame Leitlinie zur Vermarktung von Wildbret aus der heimischen Region zur Verfügung. Ausführlich haben die Teilnehmer der auf Initiative des DJV gegründeten „Arbeitsgemeinschaft Wildbret“ in vielen Sitzungen über die Ausrichtung diskutiert. Folgende Kernpunkte wurden festgelegt:

- Wildbret von heimischem Wild ist eine Premiummarke und muss als solche in den Köpfen der Verbraucher platziert werden.
- Neue Verbraucherkreise sollen erschlossen werden, wodurch die Nachfrage und damit der ganzjährige Absatz von Wildbret gesteigert wird.
- Bei einem Wildbretaufkommen von rund 22.000 Tonnen im Jagdjahr 2007 / 2008 kann der bisherige Pro-Kopf-Verzehr mit nur rund 500 Gramm als „homöopathische Dosis“ bezeichnet werden. (Zum Vergleich: Der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch von Rinder-, Schweine-, Geflügel-, Pferdefleisch liegt laut Deutschem Fleischer-Verband bei rund 60,5 kg.)
- Der Bekanntheitsgrad von heimischem Wildbret in seiner großen Vielfalt – von Feder- über Nieder- bis hin zu Hochwild – muss gesteigert werden. Eine nicht zu unterschätzende Konkurrenz stellt importiertes Wildfleisch dar, das in gut sortierten Supermärkten in küchenfertigen Portionen angeboten wird.
- Der Verbraucher soll mehr erfahren über die positiven ernährungsphysiologischen Eigenschaften von heimischem Wildbret (gesund, fettarm, reich an Vitaminen und Spurenelementen)
- Wildbret soll einen Imagewandel von „traditionell“, „Besonderheit nur im Herbst“, und „kompliziert in der Zubereitung“ hin zu „ganzjährig erhältlich“, „unkompliziert“, „erschwinglich“ und „mehr Bio geht nicht“ erfahren.

Weitere positive Argumente wie „nachvollziehbare Herkunft“, „kurze Handelswege“ und „natürliches Produkt aus der Region“ stärken die Verkaufsargumente. Und nicht zuletzt kann in der Bevölkerung das Image der Jagd und Jägerschaft durch diese appetitanregende Initiative verbessert werden.

Um die Aufmerksamkeit des Verbrauchers auf die Marke Wildbret zu lenken und damit auf das lokale Angebot von Jägern aufmerksam zu machen, hat der DJV ein Paket mit vielen verkaufsfördernden Mitteln geschnürt. Dazu gehört als wichtigstes Erkennungsmerkmal ein einheitliches Logo mit dem Schriftzug „Wild aus der Region“. Das Logo, das auch einen deutlichen regionalen Bezug erhalten kann (beispielsweise „Wild aus dem Westerwald“), findet sich zur Wiedererkennung auf allen Aktionsmitteln wieder. Völlig überarbeitet und in einem neuen Aussehen präsentiert sich

beispielsweise eine 28-seitige Broschüre „Von Natur aus fit!“, die ab Anfang September lieferbar ist. Sie ersetzt die bisherige Broschüre „Wild auf Wild“ und ist gespickt mit köstlichen Rezepten und viel Informationen vom Nährwert des Wildbrets bis zu Einfriertipps. Im Serviceteil sind die Adressen aller Landesjagdverbände aufgeführt.

Zur weiteren Steigerung der Aufmerksamkeit wurden verschiedene Aufkleber und Türschilder entwickelt. So gibt es für den Geländewagen des Jägers einen Magnetaufkleber mit der Aufschrift „Bei mir gibt's Wild aus der Region“. Zur Kennzeichnung von Wildbret anbietenden Restaurants, Fleischerbetrieben oder für das Privathaus des Jägers steht ein Türaufkleber zur Verfügung, der das Logo samt Spruch „Hier gibt's Wild aus der Region“ zeigt.

Für küchenfertig portionierte und vakuumverpackte Teilstücke wurde ein Verpackungsaufkleber entworfen. Das Tiefkühletikett enthält Felder für alle vom Gesetzgeber vorgeschriebenen kennzeichnungspflichtigen Hinweise wie Wildnummer, Wildart oder Haltbarkeitsdatum. Ist der Handel perfekt, gibt es für den bequemen Einkauf eine mit Logo gestaltete Einkaufstüte aus Polyurethan (lebensmittelgeeignet).

Moderne Verbraucher bevorzugen moderne Informationsquellen. Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, bietet der DJV eine neue Internet-Adresse an. Unter [www.wild-auf-wild.de](http://www.wild-auf-wild.de) wird der Verbraucher künftig von A wie Adresse bis Z wie Zerwirken alles Wichtige, Nützliche und Informativ zu Wild aus der Region erfahren. Über einen kurzen Klick gelangt der Wildbretinteressierte außerdem auf die jeweilige Anbieterliste der einzelnen Landesjagdverbände.

Das Interesse an der bundesweit einheitlichen Vermarktungsidee ist sowohl bei Jägern als auch vielen Gastro- und Fleischerbetrieben groß. Die Ansprache neuer Kunden, Restaurants und Fleischer hängt nicht zuletzt vom Engagement eines jeden Wildbretvermarkters ab. Die neuen Aktionsmittel sollen den Aufbau eines eigenen Kundenstammes so einfach wie möglich.

#### **Wild aus der Region: Aktionsmittel für Jäger, Wildbretanbieter, Gastro- und Fleischerbetriebe**

ab Anfang September lieferbar:

- Broschüre „Von Natur aus fit!“, 28 Seiten im DIN-A-5-Format

ab Mitte September lieferbar:

- Autoaufkleber mit Logo und Hinweis „Bei mir gibt's Wild aus der Region“
- großformatiger Türaufkleber mit Logo „Hier gibt's Wild aus der Region“
- Tiefkühletiketten
- Einkaufstüte
- Tischsets, Papierservietten

Alle Aktionsmittel sind über die DJV – Service und Marketing GmbH zu beziehen:

Tel. 02 28 - 38 72 90 0, Fax 02 28 - 38 72 90 25, [info@djv-service.de](mailto:info@djv-service.de), [www.djv-service.de](http://www.djv-service.de)