

Impuls: Der Veganuary-Effekt

Wie eine Ernährungskampagne
erfolgreich Unternehmen
aktiviert

Dr. Katharina Weiss-Tuider

- Wissenschaftskommunikation und -PR
- Bis Sep '22: Director *Veganuary Germany*
- Seit Okt '22: Leitung Kommunikation
*Stiftung Gesunde Erde – Gesunde
Menschen*



MIT KOCHBUCH ZUM DOWNLOADEN

#VEGANUARY - EIN MONAT VEGANE ERNÄHRUNG

WirtschaftsWoche

VEGANUARY

Vegane Ernährung: Kommt

F+ PODCASTS BLOGS THEMEN TICKER ARCHIV STELLENMARKT
Wirtschaft > Klima & Nachhaltigkeit > Immer wieder Veganuary

Frankfurter Allgemeine

ZEITUNG ● FAZ.NET

Ukraine Politik **Wirtschaft** Finanzen Feuilleton Karriere Sport Gesellschaft Stil

DISCOUNTER

Immer wieder Veganuary

VON STEFANIE DIEMAND - AKTUALISIERT AM 08.01.2022 - 14:49

BUSINESS INSIDER

PLUS WIRTSCHAFT POLITIK KARRIERE LEBEN WISSEN MEHR GRÜNDERSZENE

Veganuary: Warum der vegane Januar der neue Black Friday des Handels werden könnte

Veganer Aktionsmonat

Der Veganuary bricht alle bisherigen Rekorde

HORIZONT

"Wichtiger als Weihnachten": Warum der Veganu...



Suche...

H+ "WICHTIGER ALS WEIHNACHTEN"

Warum der Veganuary aus dem Food-Marketing nicht mehr wegzudenken ist

welt



Ticker



Suche



Anmelden

ABONNEMENT

BRENNPUNKTE (DPA)

«Veganuar»: Hunderttausende Teilnehmer weltweit

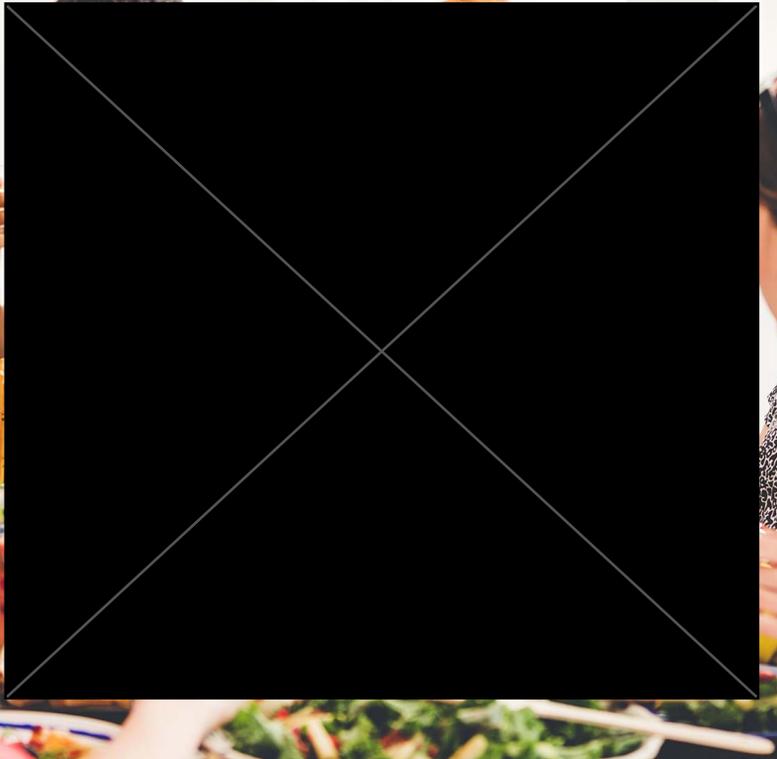
Veröffentl



#VEGINNER

Edeka geht im Veganuary in die Vegan-Offensive

Zum achten Mal findet derzeit der Veganuary statt. Mit dabei ist Edeka, das unter dem Hashtag #Veginner eine Vegan-Offensive



ntv RESSORTS SPORT BÖRSE WETTER VIDEO AUDIO TV PROGRAMME

Dienstag, 22. März 2022 23:56 Uhr Frankfurt

Startseite > Unterhaltung > Premiere mit dem Veganuary: Jimi Blue Ochseneck wird Teilzeitveganer

Immer da, wenn du ihn brauchst.
Der flexible Ratenkredit der Volkswagen Bank. Mehr erfahren.

UNTERHALTUNG
Premiere mit dem Veganuary
Jimi Blue Ochseneck wird Teilzeitveganer

14.01.2022, 21:50 Uhr



Ziel: Ernährungswende durch individuelle und systemische Veränderung

- 1. Menschen motivieren:** individuelle Teilnahme an der Veganuary-Challenge anregen
- 2. Medien interessieren:** Veganuary-Buzz in der breiten Öffentlichkeit erzeugen
- 3. Markt aktivieren:** einfachen Zugang zu wohlschmeckenden, vielfältigen pflanzlichen Produkten schaffen



Veganuary 2022 – die Kampagne in Zahlen



MEHR ALS

629.000 MENSCHEN

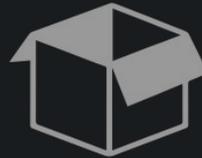
meldeten sich in diesem Kampagnenjahr weltweit offiziell zum Veganuary an, um es mit uns einen Monat lang vegan zu probieren.



MEHR ALS

4.351 MEDIENBEITRÄGE

wurden weltweit über Veganuary veröffentlicht.



MEHR ALS 800 NEUE

VEGANE PRODUKTE

kamen zum Veganuary auf den Markt.



MEHR ALS 740 NEUE

VEGANE GERICHTE UND

MENÜOPTIONEN

fürten Restaurants zum Veganuary ein.



Veganuary 2022 – die Kampagne in Zahlen



MEHR ALS

629.000 MENSCHEN

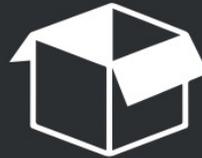
meldeten sich in diesem Kampagnenjahr weltweit offiziell zum Veganuary an, um es mit uns einen Monat lang vegan zu probieren.



MEHR ALS

4.351 MEDIENBEITRÄGE

wurden weltweit über Veganuary veröffentlicht.



MEHR ALS 800 NEUE

VEGANE PRODUKTE

kamen zum Veganuary auf den Markt.



MEHR ALS 740 NEUE

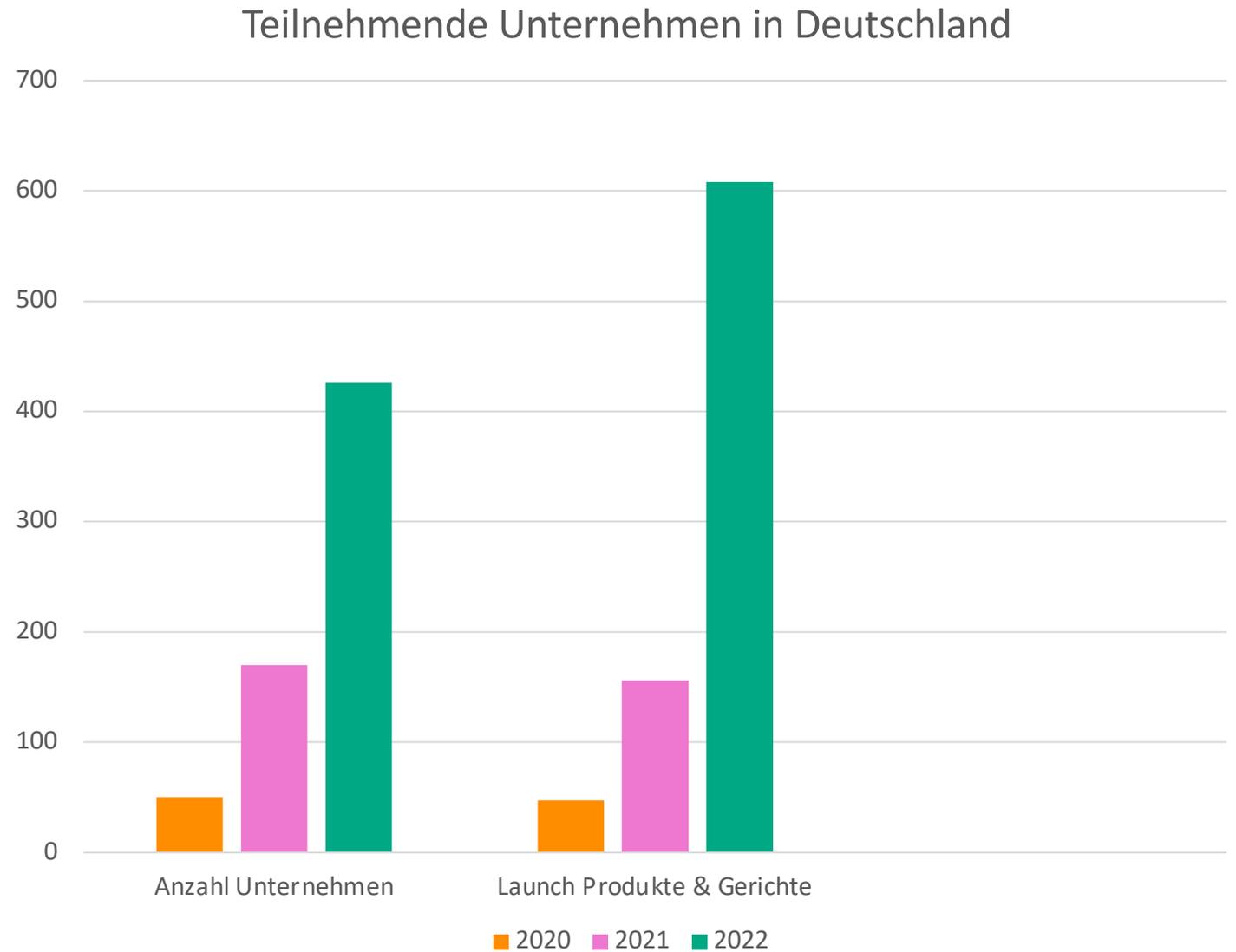
VEGANE GERICHTE UND

MENÜOPTIONEN

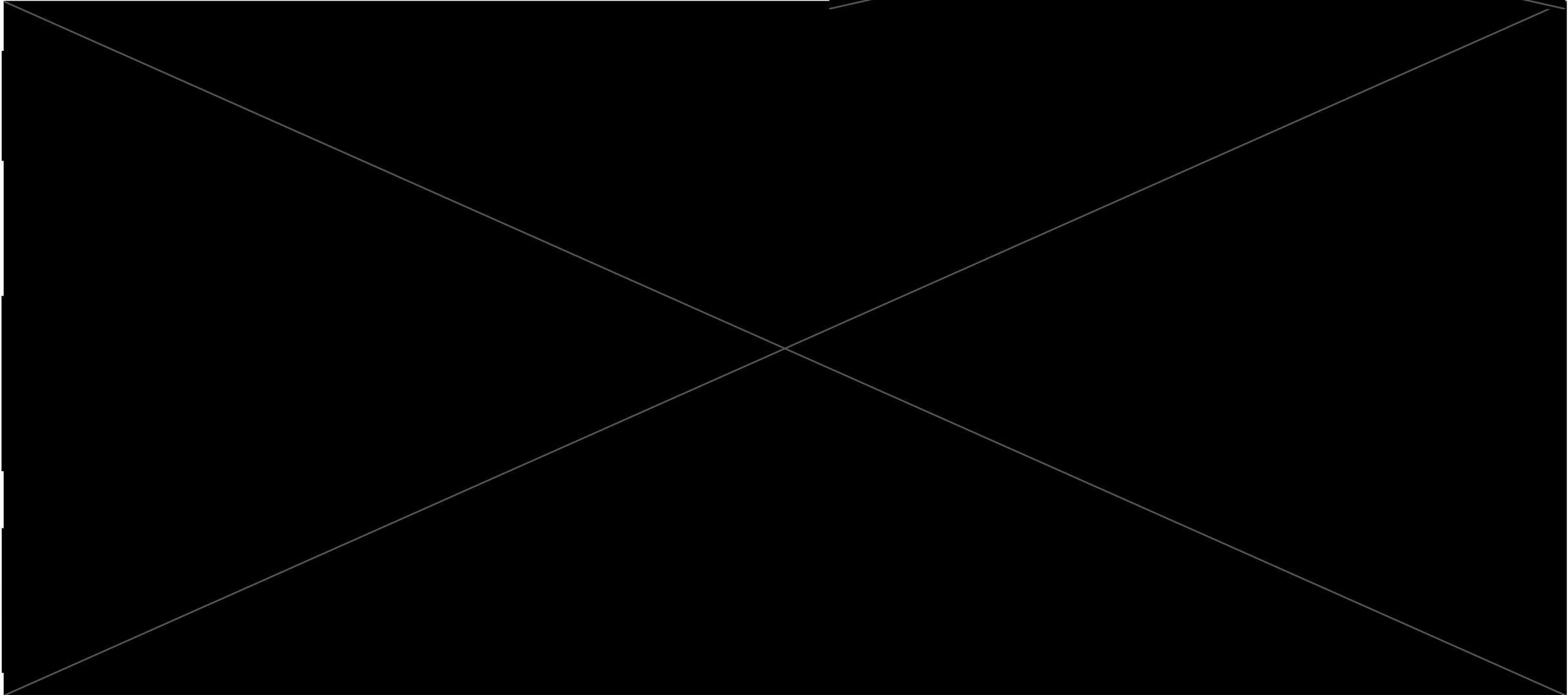
fürten Restaurants zum Veganuary ein.



Der wachsende Veganuary- Buzz



Unternehmen im Veganuary



Unternehmenskommunikation: Motive und Attribute



Vielfalt und Produktsortiment



Gibt's jetzt auch vegan



Klima



Neues probieren



Alternativen zu Fisch und Fleisch



WARUM SICH MITMACHEN LOHNT

Argument 1: Markt- entwicklung

56 % FLEXITARISCH

56 % der Menschen in Deutschland ernähren sich flexitarisch, verzichten also bewusst häufiger auf Fleisch.

12 % WENIGER FLEISCH

Der Fleischkonsum pro Kopf in Deutschland sinkt seit Jahren, laut Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) ging er im Jahr 2021 um 12 % gegenüber 2011 zurück.



19 % MEHR FLEISCHALTERNATIVEN

Der Markt für Fleischalternativen wuchs laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2021 erneut deutlich um 19 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

60 % ALLER DEUTSCHEN

Mehr als die Hälfte aller Deutschen halten vegane Ernährung laut einer Kantar-Studie für wichtig im Kampf gegen den Klimawandel.



1,5 MILLIONEN

Mehr als 1,5 Millionen Menschen in Deutschland ernähren sich rein pflanzlich, jeden Tag kommen etwa 200 Menschen dazu. Laut BMEL-Ernährungsreport 2021 ist der Anteil vegan lebender Menschen in Deutschland von 1 % auf 2 % gestiegen.

26 % MASSGEBLICH BEEINFLUSST

26 % der Britinnen und Briten gaben an, dass Trends wie Veganuary ihr Einkaufsverhalten maßgeblich beeinflussen.

750 % WACHSTUM

Die Werbeausgaben rund um den Aktionsmonat Veganuary sind seit Start der Kampagne 2020 in Deutschland um etwa 750 % gewachsen.

RASANTER ANSTIEG

Noch im Jahr 2008 ernährten sich erst etwa 80.000 Menschen vegan.

97 % UMSATZWACHSTUM

Rein pflanzlicher Boom: Von 2018 bis 2020 steigerte sich der Umsatz rein pflanzlicher Produkte um mehr als 97 %.

VEGANUARY BUSINESS SUPPORT TOOLKIT 2023

ANSEHEN – UMSATZ – WACHSTUM MIT VEGANUARY

**DAS VEGANUARY BUSINESS
SUPPORT TOOLKIT 2023**

**ALS UNTERNEHMEN ERFOLGREICH
AN DER KAMPAGNE TEILNEHMEN**

VORLAGEN UND LOGOS
FÜR EINE ERFOLGREICHE
VEGANUARY-KAMPAGNE
BEFINDEN SICH HIER!

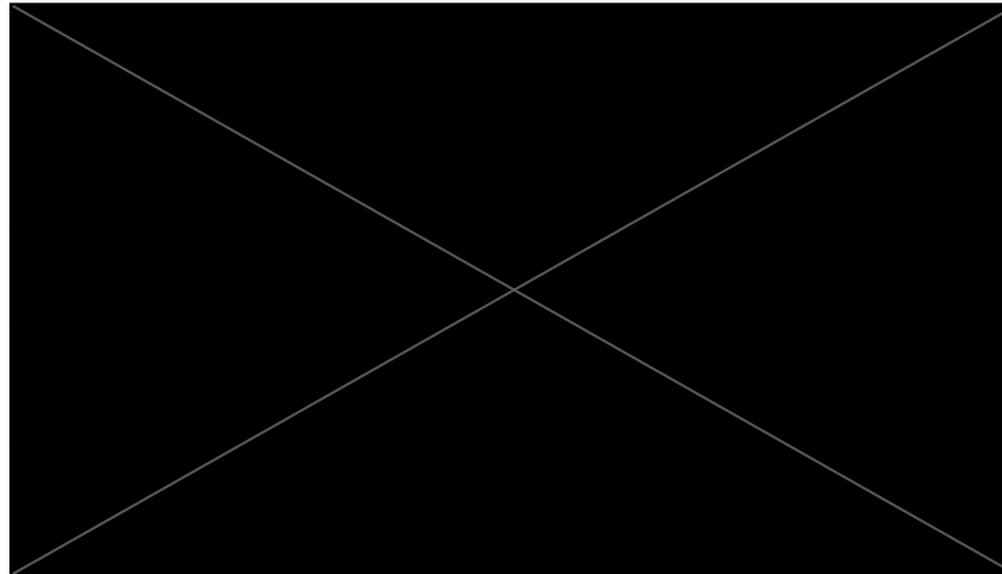




MILLIARDEN-BOOM IN DEUTSCHLAND

Wer mit dem Vegansinn ein Schweinegeld macht

BILD macht den Branchen-Check



Burger ohne Fleisch und Käse: Nicht nur im „Veganuary“ boomt das Vegan- und Vегgie-Geschäft

Foto: Getty Images/Westend61

Artikel von: **LOU SIEBERT** veröffentlicht

am

12.01.2022 - 10:44 Uhr



DER VEGANUARY-IMPAKT

**ZWEI MILLIONEN
MENSCHEN
NAHMEN BISHER
AM VEGANUARY
TEIL – WAS
KONNTEN SIE
ERREICHEN?**

⁽¹⁾One-Way-Flug München (MUC) nach Paris (CDG):
195 kg CO₂ pro Person (atmosfair.de)

⁽²⁾Basierend auf den Berechnungen
von Poore & Nemecek (Science 2018)



**12,4 MILLIONEN
LITER WASSER
EINGESPART⁽²⁾**



**810 TONNEN
PHOSPHAT-ÄQUIVALENTE
EINGESPART
(PO₄³⁻-EQ, EUTROPHIERUNG)**

Das entspricht etwa
3.290 Tonnen Abwasser, Gülle und
Düngemittel, die nicht in Gewässer
und Böden gelangen und dort zu
Überdüngung führen⁽²⁾



**207.680 TONNEN
CO₂-ÄQUIVALENTE
EINGESPART**

Das entspricht mehr als
einer Million Flüge zwischen
München und Paris⁽¹⁾



**6,7 MILLIONEN TIERE
WENIGER MÜSSEN FÜR
UNSER ESSEN LEIDEN**

Laut Rechner der
Vegan Society (UK)

Argument 2:
Nachhaltigkeit

VEGANUARY BUSINESS SUPPORT TOOLKIT 2023

ANSEHEN – UMSATZ – WACHSTUM MIT VEGANUARY

**DAS VEGANUARY BUSINESS
SUPPORT TOOLKIT 2023**

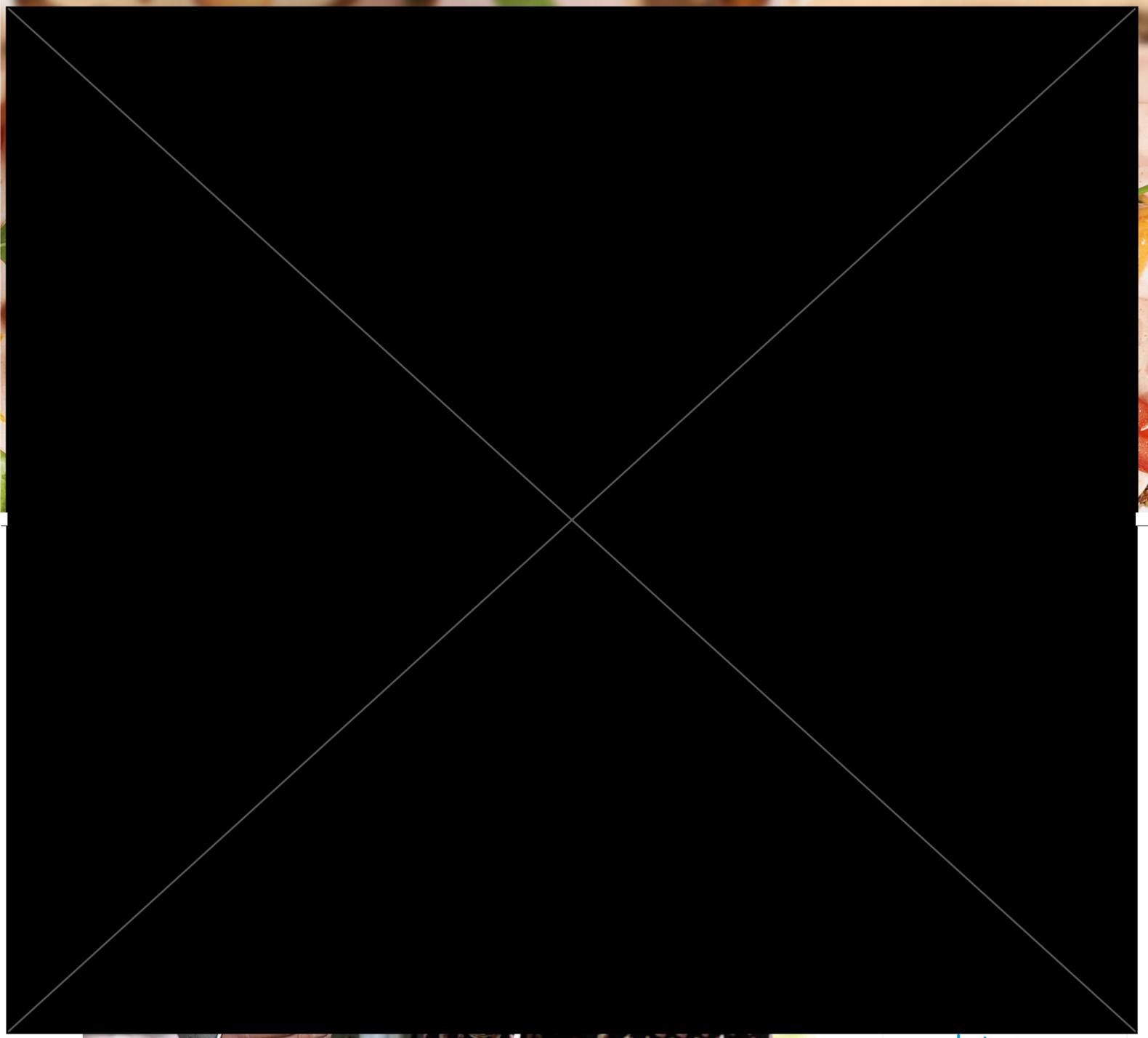
ALS UNTERNEHMEN ERFOLGREICH
AN DER KAMPAGNE TEILNEHMEN

VORLAGEN UND LOGOS
FÜR EINE ERFOLGREICHE
VEGANUARY-KAMPAGNE
BEFINDEN SICH HIER!

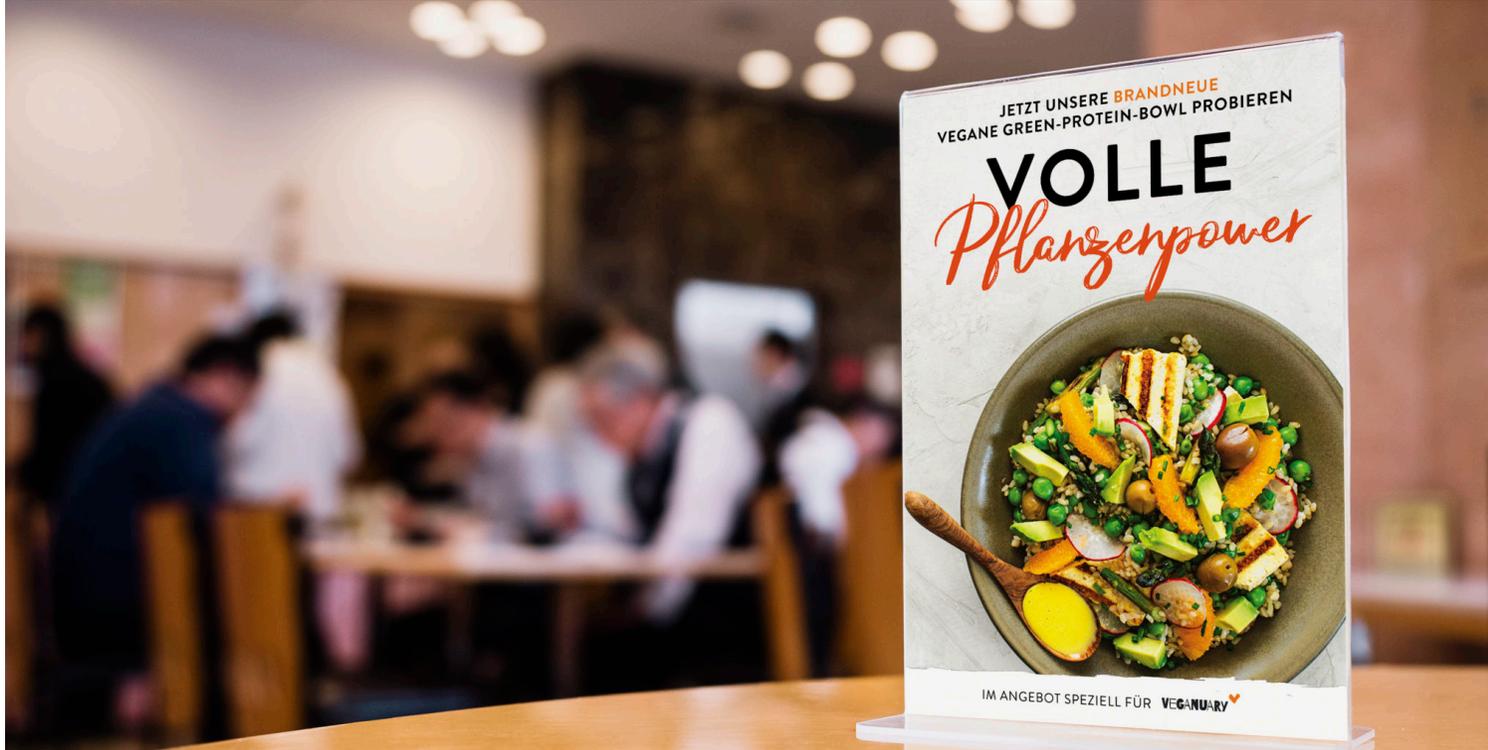
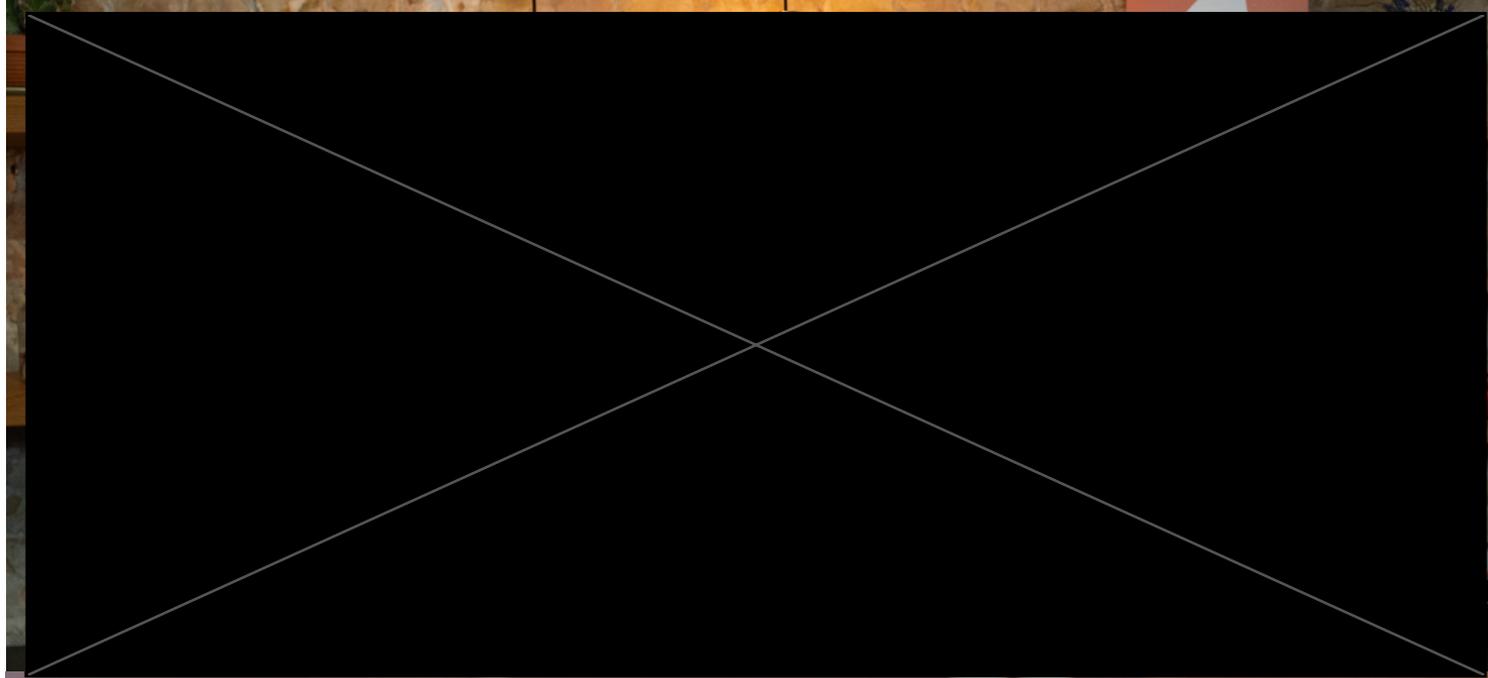


Argument 3: Portfolio- Erweiterung

- Beispiele:
 - Gutfried
 - Molkerei Rucker
(hanfbasierte vegane
Produktlinie)



Argument 4:
Veganuary ist
am Puls der
Zeit



Veganuary-Kostenstudie

Tabelle 33: Durchschnittliche Portionspreise der gruppierten Gerichte (differenziert nach Ernährungsweise und Erzeugungsart)

Ernährungsweise	omnivor		vegan	
	konventionell	biologisch	konventionell	biologisch
Erzeugungsart der Produkte/ Gruppierung der Gerichte				
fleischhaltig (16 Gerichte)	1,98 €	3,42 €	1,79 €	2,33 €
fischhaltig (2 Gerichte)	2,70 €	4,22 €	2,80 €	3,92 €
süß/vegetarisch (2 Gerichte)	0,89 €	1,10 €	0,75 €	0,96 €

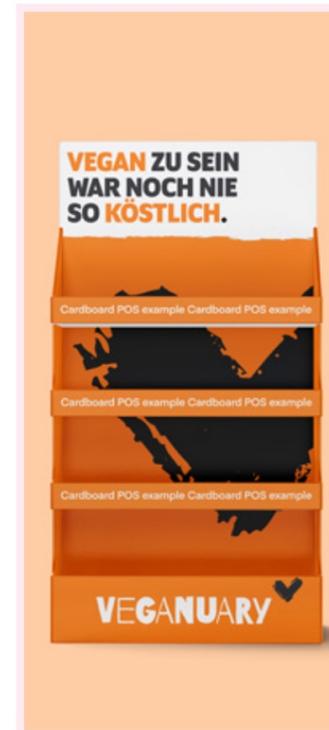


VORLAGEN UND HILFSMITTEL

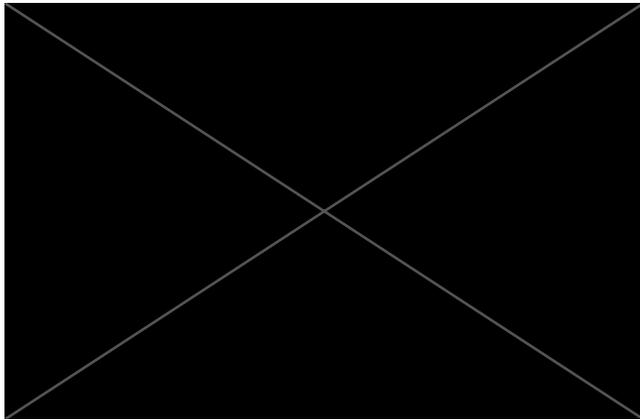
Argument 5:
Einfache
Umsetzung

VORLAGEN UND LOGOS FÜR EINE ERFOLGREICHE VEGANUARY-KAMPAGNE BEFINDEN SICH HIER:

HERUNTERLADEN

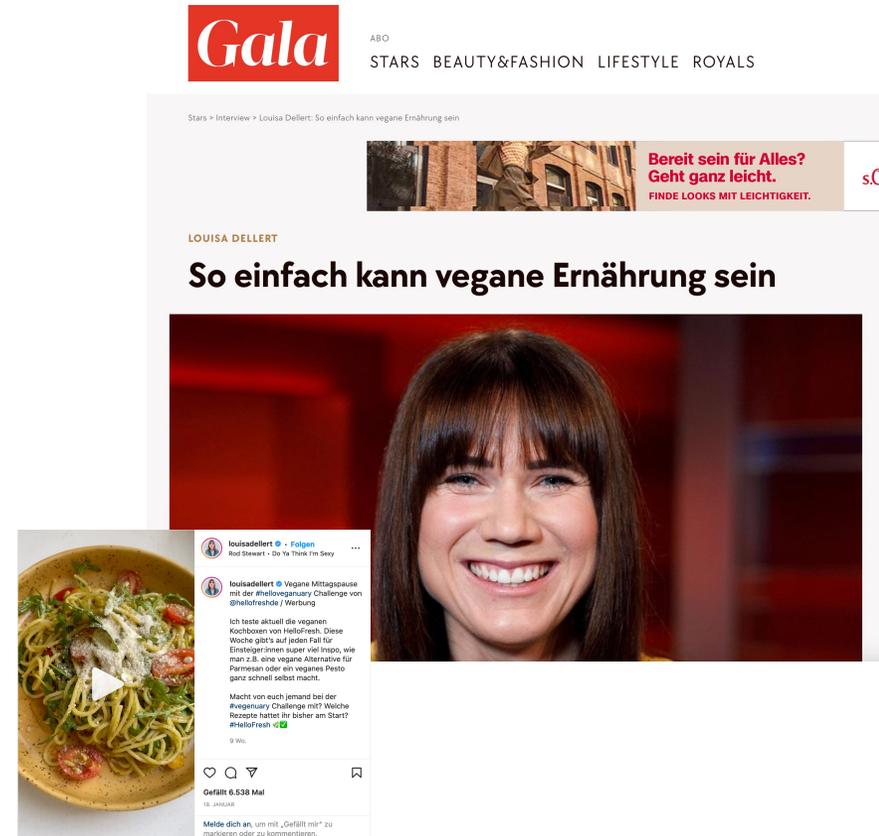


Verstetigung des Erfolgs: Beispiel HelloFresh



„31 Prozent der bestellten Kochboxen enthielten in der ersten Januarwoche mindestens ein veganes Rezept – das ist eine großartige Bilanz! Die Rezepte aus dem Veganuary und viele weitere vegane Rezepte werden wir auch in Zukunft in unserem Menü sehen.“

- Björn Kuse, Managing Director DACH, HelloFresh



Louisa Dellert für HelloFresh



Verstetigung des Erfolgs: Beispiel ALDI (Nord und Süd)

„ALDI unterstützt den Veganuary bereits seit der Deutschland-Premiere im Jahr 2020: Die Initiative wird von Jahr zu Jahr größer und war auch in diesem Jahr wieder ein voller Erfolg.“

- Laura Kristin Kaiser, Managerin Corporate Responsibility / Quality Assurance Germany bei ALDI Nord

„Insgesamt konnten wir im Vergleich zu 2019 unser Angebot an rein pflanzlichen Produkten seither verdoppeln.“

- Dr. Annett Werny, Managerin Corporate Responsibility bei ALDI Süd

Dauerhaft im Sortiment

Alle Artikel dieser Doppelseite sind vegan.

VEGAN ISS LECKER

VEGANUARY
Im Januar vegan leben mit ALDI.

PETA DEUTSCHLAND
VEGAN FOOD AWARD
2020

ALDI Nord & ALDI SÜD ausgezeichnet von PETA in der Kategorie „Veganfreundlichster Supermarkt“
peta.de/vegan-food-award-2020

GUT BIO Bio-La Mancha
Trockener spanischer Weißwein; kontrolliert ökologische Erzeugung
0,75-L-Flasche
2.99
(Liter=3.99)

GUT BIO Bio-Encinares Tinto
Halbtrockener spanischer Rotwein; kontrolliert ökologische Erzeugung
0,75-L-Flasche
2.49
(Liter=3.32)

GUT BIO Bio-Hafer Drink
Rein pflanzlich; mild im Geschmack; verschiedene Sorten; kontrolliert ökologische Erzeugung
1-L-Packung
0.99
(Liter=0.99)

GUT BIO Bio-Apfel-schorle trüb
60 % Fruchtgehalt; kontrolliert ökologische Erzeugung; zzgl. Prand = 0.25
0,75-L-Flasche
0.89
(Liter=1.19)

ab Freitag, 21.1.

VEGANUARY

DEIN VEGANER PROBEMONAT MIT ALDI!

Du möchtest dich einen Monat rein pflanzlich ernähren? Wir unterstützen dich mit unserer großen Vielfalt an tollen veganen Produkten in deiner Filiale. Mehr auf aldi-sued.de/veganuary

VIVERA Vegane Vielfalt
Versch. Sorten, z. B. Knusprige Stäbchen Fisch-Art, je 200- bzw. 210-g-Packung, 100-g-Packung

WHAT'S NEXT. >>>
Neues und Nices
Die Gründer Jacob von Manteuffel und Deniz Ficcioglu



**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit –
wir sehen uns zum
Veganuary 2023!**

