VEGANUARY

DIE VEGANUARY WORKPLACE CHALLENGE

- VEGANUARY ALS TOLLE CSR-MASSNAHME
- GUT FÜR KLIMA UND UMWELT
- AKTIVER TIERSCHUTZ IM UNTERNEHMEN
- FÜR GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN
- EINE SPANNENDE UND UNTERHALTSAME CHALLENGE FÜR MITARBEITENDE
- EINE GROSSARTIGE PR-MÖGLICHKEIT

ALLE RESSOURCEN ZUR VEGANUARY WORKPLACE CHALLENGE GIBT ES HIER

WILLKOMMEN IM VEGANUARY

TEILNEHMENDE WORKPLACES WAREN BISLANG UNTER ANDEREM:

Veganuary inspiriert weltweit Menschen sowie Unternehmen und motiviert dazu, im Januar eine pflanzliche Ernährung auszuprobieren. Seit Start der Kampagne im Januar 2014 haben sich **mehr als 2,5 Millionen Menschen über die Veganuary-Website registriert** und sind vegan in das neue Jahr gestartet, **mehr als 700.000 allein im Rahmen des Veganuary 2023.** Sie alle haben unsere 31-tägige E-Mail-Serie mit

täglichen Infos, Tipps und Rezepten erhalten – der perfekte, einfache Einstieg in eine pflanzliche Ernährung. Heute ist Veganuary eine der aufsehenerregendsten Kampagnen der Welt – und seit Januar 2020 findet der Aktionsmonat rund um eine pflanzliche Ernährung auch in Deutschland statt. Eine Online-Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov im Januar 2023 fand heraus, dass **neun Prozent der Erwachenen in Deutschland den Veganuary zum Anlass nahmen, eine vegane Ernährung bewusst auszuprobieren.**

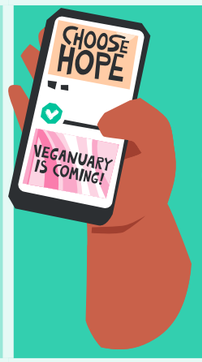
Unternehmen profitieren vom Veganuary-Buzz – und von den großartigen PR-Möglichkeiten im Rahmen der **Veganuary Workplace Challenge: Sie ist eine spannende Möglichkeit, kollektiv als Unternehmen oder Bürogemeinschaft am Veganuary teilzunehmen.** Als Corporate-Social-Responsibility-Maßnahme setzt der unternehmensweite vegane Monat **ein Zeichen für Nachhaltigkeit sowie ökologisches und ethisches Bewusstsein.** Für die Mitarbeitenden bietet der Veganuary ein ideales Event, um gemeinsam als Team eine spaßige Challenge zu bestreiten: Alle können mitmachen, gemeinsam rein pflanzliche Gerichte und Genüsse entdecken und sich austauschen – **eine toller Beitrag zum Teambuilding.** Und: Die Mitarbeitenden können sich als Gemeinschaft für die positiven Auswirkungen auf die eigene Gesundheit und unsere Umwelt begeistern.

Im Januar **2023 nahmen mehr als 200 Unternehmen und Institutionen aus Deutschland, Großbritannien, den USA und anderen Ländern der Welt an der Challenge teil.** Viele motivierten und unterstützten nicht nur ihre Mitarbeitenden, sondern setzten auch durch die öffentliche Teilnahme von Geschäftsführenden ein weithin wahrgenommenes **Zeichen für Nachhaltigkeit.**

WARUM TEILNEHMEN:

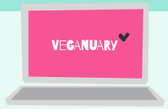
TEIL EINER WACHSENDEN BEWEGUNG SEIN

MEHR ALS 700.000 MENSCHEN WELTWEIT meldeten sich in diesem Kampagnenjahr offiziell auf unserer Website an, um es mit uns vegan zu probieren. Umfragen zeigen jedoch, dass **VIELE MILLIONEN MEHR** mitmachen, ohne sich zu registrieren!



ÜBER 155 MILLIONEN MENSCHEN erreichte Veganuary über die internationalen Social-Media-Kanäle.

MEHR ALS 6.800 MEDIENBEITRÄGE wurden weltweit über Veganuary veröffentlicht.



2,3 MILLIONEN MENSCHEN besuchten die Veganuary-Website und erhielten hilfreiche Tipps und Ratschläge für eine pflanzliche Lebensweise.

In diesem Jahr nahmen Menschen aus fast **ALLEN LÄNDERN DER WELT** am Veganuary teil (nur in Vatikanstadt und Nordkorea gab es keine Anmeldungen).

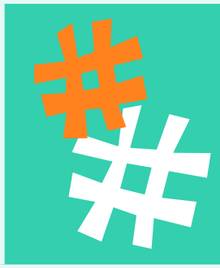
MEHR ALS 820 NEUE VEGANE PRODUKTE kamen zum Veganuary auf den Markt.

MEHR ALS 790 NEUE VEGANE GERICHTE und Menüoptionen führte die Gastronomie zum Veganuary ein.

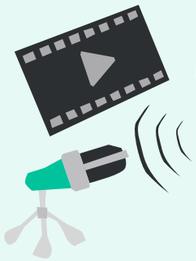
Aljosha Muttardi, Arzt, Queer- und Vegan-Aktivist

Dr. Eckart von Hirschhausen, Arzt, Wissenschaftsjournalist und Gründer der Stiftung Gesunde Erde – Gesunde Menschen
Credit: Julian Feldmann

Marie von den Benken, Model und Autorin



Der Hashtag #Veganuary hatte Ende Januar 2023 **MEHR ALS 894 MILLIONEN VIEWS** auf TikTok.



Unsere neue YouTube-Serie und der Veganuary-Podcast wurden während der Kampagne **ZEHNTAUSENDE MALE** angesehen und angehört.

PROMINENTE AUS ALLER WELT VERBREITEN UNSERE BOTSCHAFT

Die Zahl der internationalen Supporter:innen von Veganuary wächst in jedem Jahr: Singer-Songwriterin und Aktivistin Billie Eilish, Arzt und Vegan-Aktivist Aljosha Muttardi, Schauspieler und Ex-Bodybuilder Ralf Moeller, Ex-Nationaltorhüter Timo Hildebrand und Schauspielerin Anne Menden gehören zu den vielen, die die Kampagne unterstützen – neben langjährigen Supporter:innen wie Paul McCartney und Alicia Silverstone. Zahlreiche Prominente wie Ryan Eggold und Patrik Baboumian kreierten vegane Lieblingsrezepte für das Veganuary Promi-Kochbuch 2023, das alle Teilnehmenden erhalten.

WARUM TEILNEHMEN:

TEIL EINER WACHSENDEN BEWEGUNG SEIN

FÜR JE EINE MILLION TEILNEHMENDE, DIE SICH 31 TAGE VEGAN ERNÄHREN, ERGIBT SICH EIN RIESIGER POSITIVER IMPACT!

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

science.sciencemag.org/content/360/6392/987/

6,2 MILLIONEN LITER WASSER EINGESPART

405 TONNEN PHOSPHAT-ÄQUIVALENTE EINGESPART

(PO_4^{3-}EQ – EUTROPHIERUNG)

Das entspricht etwa 1.645 Tonnen Abwasser, Gülle und Düngemittel, die nicht in Gewässer und Böden gelangen und dort zu Überdüngung führen

103.840 TONNEN CO_2-ÄQUIVALENTE EINGESPART

Das entspricht etwa 1,2 Millionen Flügen von London nach Paris

3,4 MILLIONEN TIERE WENIGER MÜSSEN FÜR UNSER ESSEN LEIDEN

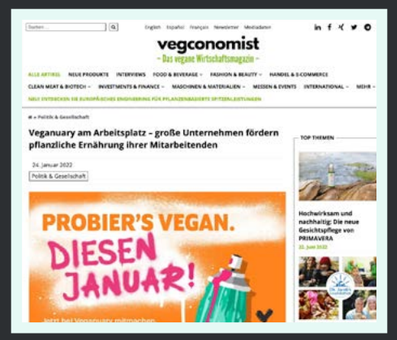
Laut Rechner der Vegan Society (UK)

WIE UNTERNEHMEN TEILNEHMEN

- **Interner Aufruf zur Teilnahme an der Veganuary Workplace Challenge,** Mitarbeitende melden sich offiziell und kostenfrei für eine Teilnahme am Veganuary an
- Falls gewünscht, **öffentlichkeitswirksame Kommunikation** der Teilnahme
- Optional: **Interne (Chat-)Gruppe** für Teilnehmende und Interessierte
- Optional: **(Brownbag-)Lunches** für Teilnehmende und Interessierte
- Optional: **Give-Aways und Benefits** für Teilnehmende

WAS UNTERNEHMEN ERWARTET

- Integration in die **Unternehmens-PR zum Veganuary 2024** – in Absprache mit dem Veganuary-Presseteam
- Bereitstellung eines **wirkungsvollen Veganuary-Zitats für die unternehmenseigene PR**
- Mögliche **Social-Media-Features und IG-Lives auf den Veganuary-Kanälen**
- Exklusive Veganuary-Inhalte wie spannende **Pep-Talks und Cookalongs** für teilnehmende Unternehmen
- Möglicher **personalisierter Anmelde-Link:** veganuary.com/*Unternehmensname*
- Unterstützung bei allen offenen Fragen, Ideen und Wünschen für **eine erfolgreiche Veganuary Workplace Challenge**



WARUM TEILNEHMEN:

PERSONAL UND UNTERNEHMEN PROFITIEREN

Mehr als 200 Unternehmen weltweit – darunter Lieferando, Unilever, ARAG, Puma, Aveda, Targobank, Gerry Weber, Ritter Sport, Eurowings Discover, Mars Food Europe, Commerzbank, Kölln, The Body Shop, ERGO, BASF und einige Studierendenwerke – nahmen während der Kampagne 2023 teil. Sie alle ermutigten ihre Mitarbeitenden, im Januar vegan zu essen, und begleiteten den Aufruf vielfach mit mehr pflanzlichen Optionen am Arbeitsplatz.

UNTERNEHMERISCHE NACHHALTIGKEIT:

In allen Teilen der Gesellschaft wächst das Bewusstsein für den eigenen ökologischen Fußabdruck – und das Engagement, ihn zu verkleinern. **Veganuary ist eine hervorragende Möglichkeit, rein pflanzliche und damit umweltfreundliche Lebensmittel im Unternehmen zu integrieren.** Als Aktion steht der Veganuary nicht nur im Zeichen der Corporate Social Responsibility, sondern bezieht durch seinen Event-Charakter auch die Mitarbeitenden aktiv mit ein.

Viele Universitäten nahmen am Veganuary teil und boten pflanzliche Alternativen auf dem Campus an. Das Studentenwerk Halle berichtete, dass im Januar rund 30 Prozent der in zwölf Mensen verkauften Gerichte vegan waren.

ANGELIKA SCHINDLER-OBENHAUS – VORSTANDSVORSITZENDE UND CEO BEI GERRY WEBER INTERNATIONAL AG:

„Der Veganuary ist eine gute Gelegenheit, nochmals das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass wir mit einer rein pflanzlichen Ernährung einen Beitrag zur Reduzierung unseres persönlichen CO_2-Fußabdrucks und somit zum Schutz des Klimas und der Biodiversität leisten können."

ALEXANDER BOHRER – PERSONALCHEF BEI TARGOBANK:

„Wir sehen uns tagtäglich mit Herausforderungen konfrontiert, vom Klimawandel bis zu steigenden Lebensmittelpreisen. Unsere Ernährungsgewohnheiten zu ändern, kann Teil der Lösung sein und der Veganuary ist eine tolle Möglichkeit, das einfach mal auszuprobieren."

WARUM TEILNEHMEN:

PERSONAL UND UNTERNEHMEN PROFITIEREN

TEAMBUILDING:

Die Teilnahme an der Veganuary Workplace Challenge bietet **ein tolles gemeinsames Ereignis und Ziel.** So trägt sie bestens zum Teambuilding bei. Alle im Unternehmen sind eingeladen mitzumachen. Begleitet wird die gemeinsame Challenge von der Freude über die **positiven Auswirkungen – sowohl für die Umwelt als auch für die Gesundheit.**

GESUNDHEIT:

21 Prozent unserer Teilnehmenden im Veganuary 2023 gaben an, dass sie aus gesundheitlichen Gründen mitmachen. Etwa die Hälfte der befragten Teilnehmenden gab im Nachhinein eine allgemeine Verbesserung des Wohlbefindens an:

49 % berichten von besserer **STIMMUNG**

35 % erlebten eine Verbesserung des **KÖRPER-GEWICHTS***

46 % der Befragten berichten von **MEHR ENERGIE**

38 % berichten von einem verbesserten **HAUTBILD**

47 % erlebten eine Verbesserung ihrer **ALLGEMEINEN GESUNDHEIT**

KATHARINA HAUKE – GESCHÄFTSFÜHRERIN BEI LIEFERANDO:

„Vegane Ernährung und die Bedeutung einer gesunden Lebensweise ist für unsere Gesellschaft von enormer Bedeutung. Auch ich und zahlreiche andere Kolleg:innen werden wieder an der Veganuary Challenge teilnehmen und ich freue mich schon sehr auf die spannende Auswahl an veganen Gerichten unserer Restaurant-Partner:innen, durch die ich mich im Januar probieren darf."

MARCEL KIESEL – LEITER INNENDIENST BEI ERGO GOURMET:

„Wir sehen unsere Teilnahme als wichtige Möglichkeit, mit mehr Bewusstsein auf dem Teller ins neue Jahr zu starten und sich mit dem Schutz der Umwelt und dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen."

LIZ WILLIAMS, MANAGING DIRECTOR BEI PAPA JOHN'S UK:

„2022 hat Papa John's zum ersten Mal bei der Veganuary Workplace Challenge mitgemacht – ein weiterer kleiner Schritt in unserer Plant Love Mission. Mit dieser globalen Kampagne möchten wir Liebe verbreiten für die Menschen, den Planeten und in den Communitys, die wir beliefern. Und dabei zeigen wir die Vorteile pflanzlicher Ernährung und natürlicher Pizza-Zutaten auf. Den Aufruf zur Teilnahme an der 31-tägigen Veganuary-Challenge haben wir an Kolleg:innen in über 45 Ländern weitergeleitet – viele sind ihm gefolgt und wurden im Januar und darüber hinaus mit hilfreichen Tipps und pflanzlichen Rezeptinspirationen unterstützt."

BARBARA DE LAERE, GLOBAL BRAND PRESIDENT BEI AVEDA:

„Aveda wurde auch mit der Motivation gegründet, die Umwelt zu schützen – und jedes Jahr setzen wir uns eine Reihe von Zielen, die uns dabei helfen sollen, negative Auswirkungen auf unseren Planeten zu verringern. Obwohl wir tierische Inhaltsstoffe (vor allem Bienenwachs) bereits zuvor nur in sehr begrenztem Umfang eingesetzt haben, war es uns wichtig, im Januar 2021 zu 100 % auf vegane Produkte umzusteigen. So erleichtern wir auch den Verbraucher:innen die Entscheidung. Wir waren begeistert, in diesem Jahr erneut mit Veganuary für die jährliche Workplace Challenge zusammenzuarbeiten. Denn wir glauben, dass dies eine der effektivsten Möglichkeiten ist, unseren individuellen Einfluss zu verstehen und uns daran zu erinnern, die von uns alltäglich genutzten Produkte genauer unter die Lupe zu nehmen und zu schauen, woraus sie bestehen – über das hinaus, was auf unseren Tellern liegt."

* Wir fragten die Teilnehmenden nach individuell gewünschten Gewichtsveränderungen (z. B. Reduktion bei denjenigen, die abnehmen wollten, und Zunahme bei denjenigen, die zunehmen wollten).

TEILNAHME:

TEAM-AKTIVITÄTEN

Die Veganuary Workplace Challenge **als Team anzutreten, motiviert und macht Spaß** – und das sowohl im Büro als auch zu Hause im Homeoffice. Hier sind einige Empfehlungen für tolle Team-Aktivitäten im Januar:

WIR UNTERSTÜTZEN EUCH:

Meldet euch bei uns für einen Austausch über mögliche Aktivitäten im Veganuary 2024.

TEAM-ABEND

Wenn es im Unternehmen ohnehin Team-Events gibt, warum nicht **einen Abend organisieren, an dem das ganze Team vegan isst?** Viele Restaurants haben bereits köstliche rein pflanzliche Alternativen auf der Speisekarte, Bars und Cateringunternehmen bieten ebenfalls vielfältige vegane Optionen. Auch remote lässt sich ein solcher Veganuary-Team-Abend im virtuellen Format einfach auf die Beine stellen.

GEMEINSAM ESSEN

Organisiert einen **gemeinsamen Lunch, zu dem alle Teammitglieder ein veganes Gericht mitbringen.** Ganz egal, ob selbst zubereitet oder gekauft – ihr werdet spannende neue Produkte und Gerichte kennenlernen. Und es macht Spaß, diese Erfahrung im Team zu teilen!

TEILT EURE ERFAHRUNG

Erstellt eine Gruppe zum Teilen all eurer **Erfahrungen, Fragen und Anregungen zum Veganuary** – zum Beispiel auf Slack oder WhatsApp. Darin lassen sich auch wunderbar Fotos eurer neuen Lieblingsgerichte und -produkte teilen!

VEGANE KOCHBÜCHER

Sammelt einige vegane Kochbücher und stellt sie dem ganzen Team zur Verfügung, sodass sich alle von neuen Rezepten inspirieren und begeistern lassen können.

FILMABEND

Natürlich kann auch eine **unternehmensinterne Filmvorstellung** ein toller Motivator sein. Wir empfehlen Dokus wie zum Beispiel *Cowspiracy* und *The Game Changers*. Diese Filme sind auf Netflix verfügbar und werden sicher einige spannende Diskussionen anregen.

KOCHKURS

Auch **interne Events wie ein Kochkurs mit prominenter Unterstützung** können eure Erfahrung sehr bereichern – sprecht uns gerne an.

TEILNAHME:

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ZIEL

1. Durch interne Kommunikation erfährt das gesamte Team von der Veganuary Workplace Challenge und teilt die Motivation, diesen Januar gemeinsam eine rein pflanzliche Ernährung auszuprobieren. Unterstützung gefällig? **Personalabteilungen lieben Events wie die Veganuary Workplace Challenge.** Möglichkeiten zur Ankündigung der Challenge sind zum Beispiel:

- Poster im Büro
- Teaminterner Newsletter
- Teammeeting

Viele hilfreiche Ressourcen dafür findet ihr **hier.**

2. Die **Teilnahme der Geschäftsführung** ist eine tolle Motivation für das gesamte Team.

3. **Mehr rein pflanzliche Optionen im Januar** erleichtern eine Teilnahme enorm. Betriebsrestaurants sollten daher rechtzeitig von der Challenge erfahren und idealerweise direkt einbezogen werden.

4. **Die offizielle 31-tägige E-Mail-Serie von Veganuary unterstützt euch während eurer Teilnahme** mit jeder Menge Rezepten, Tipps und tollen Angeboten.

5. Unterstützung und Inspiration liefert auch das **Veganuary Promi-Kochbuch,** das Teilnehmende nach ihrer Anmeldung bekommen.

6. Viele Unternehmen **bieten tolle Angebote und Aktionen zum Veganuary,** von denen alle Teilnehmenden und Interessierten profitieren können.

7. **Team-Aktivitäten am Arbeitsplatz** machen den Veganuary so einfach und spannend wie möglich.

8. **Stolze News über die Teilnahme an der Workplace Challenge** können auf allen Kanälen geteilt werden. Wir freuen uns über die Absprache zu weiteren PR-Optionen – kommt dafür jederzeit gerne auf uns zu: unternehmen@veganuary.com

LONG-TERM PLANT-BASED CORPORATE COMMITMENTS

Das Interesse an sinnvollen Maßnahmen zur unternehmerischen Nachhaltigkeit wächst rasant, immer mehr Marken verpflichten sich zu einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie – mit Rücksicht auf Klima, Gesundheit, Tiere und unseren gesamten Planeten. Veganuary ermöglicht Unternehmen, neue Zielgruppen zu erschließen, Umsätze zu steigern und optimal aufzutreten im Einklang mit den geänderten Markenerwartungen und Konsumgewohnheiten von Investierenden, Kundschaft und Mitarbeitenden.

Unternehmen und Marken, die einen Plan für die Bewältigung ihres ökologischen Fußabdrucks haben, wecken Vertrauen und Loyalität in ihren Zielgruppen. Ein authentischer Beitrag zum Schutz unseres Klimas wird häufig auch langfristig in der Geschäftsstrategie verankert. Diese Strategie und ihre Ziele öffentlich zu machen, zum Beispiel im Rahmen des Veganuary 2024, bietet großes kommunikatives Potenzial: So begeistern Unternehmen eine riesige Zielgruppe, die an nachhaltigen Produkten und Kaufentscheidungen mit positiven Auswirkungen auf unsere Umwelt interessiert ist.

Dazu gehören auch Unternehmen, die intern eine nachhaltige Kultur leben und ihren Mitarbeitenden in den Kantinen beispielsweise rein pflanzliche Verpflegung anbieten, von tierischer auf pflanzliche Verpflegung umstellen oder ihr pflanzliches Angebot langfristig erweitern.

WELTWEITE BEISPIELE BISHERIGER LONG-TERM COMMITMENTS

Katjes feiert „veggie goes vegan" – der Süßwarenhersteller nutzte den Veganuary um anzukündigen, dass ein Großteil der Produkte im Laufe des Jahres vegan wird.

Aveda gab bekannt, dass alle Produkte – von der Haarpflege bis zum Make-up – jetzt zu 100 % vegan sind. Mehr als 500 Produkte wurden in den bahnbrechenden Reformulierungsprozess einbezogen, um alle aus Tieren gewonnenen Inhaltsstoffe auszutauschen.

Hier sind einige weitere Beispiele dafür, wie ein langfristiges unternehmerisches Engagement für Marken aussehen kann*

- Unternehmen bietet bis 2026 mindestens 50 % pflanzliche Gerichte für Mitarbeitende im Betriebsrestaurant
- Unternehmen will bis zum Jahr 2030 vollständig auf pflanzliche Produkte umsteigen
- Unternehmen hat bis zum Jahr 2028 50 % pflanzliche Produkte im Sortiment/auf der Speisekarte
- Unternehmen setzt sich das Ziel, den Umsatz mit pflanzlichen Produkten bis zum Jahr 2026 um 30 % zu erhöhen
- Modemarke wird vegan (Verzicht auf Leder/Pelz)
- Das Unternehmen entfernt x tierische Bestandteile aus der Produktpalette, um Produkte zu veganisieren
- Veranstaltungsort verpflichtet sich, flächendeckend vegane Optionen anzubieten (Stadien, Themenparks, Universitäten)
- Großveranstaltungen (Oscars, Berlinale) bieten nur noch pflanzliche Optionen an
- Andere Ideen? Wir freuen uns über ein Gespräch!

* Einzelne Engagements und Ideen werden gemeinsam mit dem Veganuary-Team geprüft und bewertet, bevor sie öffentlichkeitswirksam im Rahmen der Kampagne kommuniziert werden.

EINBINDUNG IN DIE VEGANUARY-KAMPAGNE

KOMMUNIKATION DES COMMITMENTS IM RAHMEN DES VEGANUARY

WIRKSAME VEGANUARY-ZITATE FÜR PRESSEMITTEILUNGEN

MEHR GLAUBWÜRDIGKEIT FÜR DAS ÖFFENTLICHE ENGAGEMENT

VIELEN DANK!
LASST UNS DEN VEGANUARY 2024 ZU UNSERER BISLANG GRÖSSTEN UND BESTEN KAMPAGNE MACHEN!

INFORMIERT UNS GERNE ZEITNAH ÜBER EURE TEILNAHME, SO KÖNNEN WIR GEMEINSAME PR-MÖGLICHKEITEN FRÜHZEITIG PLANEN.

HIER ERREICHT IHR UNS:
UNTERNEHMEN@VEGANUARY.COM

KONTAKT:

unternehmen@veganuary.com

FOLGT UNS:

Veganuary Deutschland

Veganuary International

#Veganuary2024
#VeganuaryWorkplaceChallenge2024

Veganuary
PO Box 771
York, YO1 0LJ
Vereinigtes Königreich

Veganuary ist eine in England und Wales registrierte gemeinnützige Organisation, die international tätig ist.
Charity-Nummer: 1168566