VEGANUARY MEDIAKIT 2024

ALLE INFOS ZUM VEGANEN NEUJAHRSVORSATZ

- HINTERGRÜNDE
- PROMINENTE SUPPORTER
- FAKTEN

PROBIER'S VEGAN. DIESEN JANUAR.

VEGANUARY

VEGANUARY 2024

GUTE NACHRICHTEN ZUM START INS NEUE JAHR

Wir freuen uns über Ihr Interesse am Veganuary.

Dieses Mediakit richtet sich an alle, die Medienarbeit machen, egal auf welcher Plattform. Es enthält alle relevanten Informationen zur Veganuary-Kampagne 2024, liefert Fakten, Argumente und die neuesten Zahlen zur Ernährungswende.

RELEVANT UND EMOTIONAL: ERNÄHRUNG IST EIN TOP-THEMA

Haben die Menschen inmitten dieser herausfordernden, unsicheren und von schlechten Nachrichten geprägten Zeit überhaupt Energie, sich mit pflanzlicher Ernährung auseinanderzusetzen? Ja, die haben sie. Die Idee des Veganuary, es einen Monat lang vegan zu probieren, hat sich in nur einem Jahrzehnt zu einem der beliebtesten Neujahrsvorsätze entwickelt. Warum? Veganuary macht es leicht, etwas Gutes zu tun. Veganuary ist eine konstruktive und optimistische Community. Veganuary ist keine Pflicht, sondern Inspiration. Und Veganuary liefert positive Erlebnisse und Geschichten, die Relevanz haben – denn sie beschäftigen sich mit einem der grundlegendsten und emotionalsten Themen unseres Lebens: mit unserer Ernährung und deren Impact.

NEUE ERKENNTNISSE BETONEN DRINGLICHKEIT DES WANDELS

Die Transformation unseres Ernährungssystems zählt zu den dringlichsten gesamtgesellschaftlichen Aufgaben unserer Zeit. Begonnen hat sie – die Verfügbarkeit und Sichtbarkeit pflanzlicher Lebensmittel wachsen rasant, die Nachfrage ebenso: Neun Prozent der Erwachsenen in Deutschland nahmen den Veganuary 2023 zum Anlass, um vegane Ernährung bewusst auszuprobieren. Diese Entwicklung weiter zu beschleunigen, ist der Kern unserer Mission. Denn – und da sind sich Wissenschaft und Umweltministerium einig – unsere Ernährungsweise birgt entscheidendes Potenzial, gegenwärtige Krisen zu lösen und künftige abzuwenden. In einer aktuellen Analyse der Universität Oxford im Auftrag des Umweltbundesamtes heißt es: Eine Umstellung zu vermehrt

pflanzlichen Ernährungsweisen habe „das größte Potenzial zur Verminderung von Umwelteinflüssen im Vergleich zu anderen Verminderungsstrategien“.

NIE WAR VEGANE ERNÄHRUNG SO SICHTBAR

Mehr und mehr Menschen werden sich dessen bewusst. Entsprechend groß ist das Informationsbedürfnis über pflanzliche Ernährung. Das zeigen die Zahlen: Laut Meinungsforschungsinstitut YouGov ist für ein Viertel der Deutschen vegane Ernährung als Neujahrsvorsatz ein Thema. Der Hashtag #Veganuary erreichte im Januar 2023 allein auf TikTok mehr als 894 Millionen Views. Und Medien aus aller Welt berichteten in tausenden Beiträgen über Veganuary.

Wir freuen uns über jeden Beitrag über unsere Kampagne. Auf der nächsten Seite finden Sie unsere Kontaktdaten. Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns.

Christopher Hollmann
LEITUNG VEGANUARY DEUTSCHLAND

KONTAKT, INFOS UND MOTIVE 2024

DER DIREKTE DRAHT ZU VEGANUARY

Für regelmäßige Medien-Updates rund um die Kampagne Veganuary 2024 melden Sie sich gerne für unseren Medienverteiler an: presse@veganuary.com Unsere Pressemitteilungen können Sie hier abrufen.

Gerne können Sie unter Beachtung unserer Markenrichtlinien das Veganuary-Logo und entsprechende Grafikvorlagen in Medienbeiträgen über Veganuary verwenden.

Bildmaterial für Medienberichte über Veganuary ist hier verfügbar.

PRESSEKONTAKT:

Mirjam Schmitt
COMMUNICATIONS MANAGER
E-Mail: presse@veganuary.com
Tel.: +49 (0)175 9905945

Für aktuellstes Infomaterial zur Kampagne bitte hier klicken.

FOLGEN SIE UNS

Veganuary Deutschland

Veganuary Global

MENSCHEN HINTER VEGANUARY – IHRE EXPERTISE UND PERSPEKTIVEN TEILEN:

Ria Rehberg
INTERNATIONALE GESCHÄFTSFÜHRERIN

Christopher Hollmann
LEITUNG VEGANUARY DEUTSCHLAND

KURZ UND KNAPP

WIE FUNKTIONIERT VEGANUARY?

WIE UNTERSTÜTZT VEGANUARY DIE TEILNEHMENDEN?

Mit einem täglichen Newsletter über den gesamten Januar – einfach unter veganuary.com/mitmachen anmelden. Zum Einstieg in die vegane Challenge gibt es das informative Veganuary-Starterkit, das digitale Promi-Kochbuch mit Lieblingsrezepten internationaler Unterstützer:innen, saisonale sowie glutenfreie Ernährungspläne sowie Tipps zum Einkaufen und Essen unterwegs.

WAS PASSIERT SONST NOCH?

Weiteren Support bieten die hochfrequentierten Veganuary-Kanäle in den sozialen Medien: Die aktuellen und ehemaligen Teilnehmenden der Kampagne bilden eine lebendige Community, in ständigem Austausch rund um eine pflanzliche Ernährung. Darüber hinaus erhalten registrierte Teilnehmende Infos zu Aktionen und Angeboten der teilnehmenden Unternehmen.

WAS KOSTET DIE TEILNAHME?

Nichts. Veganuary ist eine Non-Profit-Kampagne, in Großbritannien als Charity-Organisation eingetragen, die sich durch Spenden finanziert.

WANN GEHT ES LOS?

Bereits im Dezember startet eine bunte Kampagne, die für die Teilnahme am Veganuary wirbt. Der offizielle Aktionszeitraum sind die 31 Tage im Januar. Interessierte können aber auch sofort mit ihrem veganen Testmonat beginnen – oder später einsteigen.

BEKOMMEN AUCH NICHT-REGISTRIERTE MENSCHEN ETWAS VOM VEGANUARY MIT?

Ja, natürlich. Der Hashtag #Veganuary2024 trendet im Januar auf allen Kanälen. Einzelhandel, Restaurants, Marken und Medien schließen sich dem Neujahrsvorsatz an, der im Januar in aller Munde ist.

WAS PASSIERT IM LAUFE DES JAHRES?

Wir helfen ganzjährig beim Einstieg in die pflanzliche Ernährung und setzen uns dafür ein, dass vegane Lebensmittel leicht und überall verfügbar sind. Dafür starten wir im Frühjahr und Sommer die einwöchigen Kampagnen #VeganuaryChickenWeek, #VeganuaryFishWeek, #VeganuaryBBQ und #PlantMilkWeek.

VEGANUARY: DAS OFFIZIELLE KOCHBUCH

Mit mehr als 100 Rezepten für alle Jahreszeiten und hilfreichen Tipps unterstützt unser Kochbuch beim Einstieg in die pflanzliche Ernährung. Erscheint am 27.12.2023 im DK Verlag.

Jetzt Rezepte zum Abdruck anfragen

UMFRAGE

WARUM IMMER MEHR MENSCHEN MITMACHEN

80 % REDUZIEREN TIERISCHE PRODUKTE, 28 % BLEIBEN VEGAN

Ein Großteil der Menschen, die während Veganuary einen Monat lang eine vegane Ernährung ausprobieren, stellen sich nachhaltig auf klima- und umweltfreundlichere Essgewohnheiten um. Sechs Monate nach dem Veganuary zeigen auch im aktuellen Jahr die Umfrageergebnisse: **80 % der Teilnehmenden, die vor ihrer Anmeldung Tierprodukte aßen, haben ihren Konsum von Produkten wie Fleisch, Fisch, Käse und Eiern weiterhin drastisch reduziert oder gänzlich umgestellt.** Im Detail:

28 % ERNÄHREN SICH WEITERHIN VOLLSTÄNDIG VEGAN.

36 % KONSUMIEREN MINDESTENS 75 % WENIGER FLEISCH UND ANDERE TIERPRODUKTE ALS VOR DEM VEGANUARY.

16 % KONSUMIEREN MINDESTENS 50 % WENIGER FLEISCH UND ANDERE TIERPRODUKTE ALS VOR DEM VEGANUARY.

RIA REHBERG, GESCHÄFTSFÜHRERIN VON VEGANUARY:

„Wir freuen uns sehr, dass der rasant wachsende Veganuary für viele Teilnehmende eine so tolle Erfahrung ist. Der Großteil unserer Teilnehmenden möchte ihren Konsum von Tierprodukten mindestens halbieren oder gleich ganz vegan bleiben. Diese tollen Ergebnisse zeigen, welch nachhaltige Effekte eine einmonatige Challenge auf alle Teilnehmenden, aber auch auf Umwelt und Tiere haben kann!“

57 % der befragten Teilnehmenden gaben 2023 an, Veganuary habe ihnen geholfen, **NACHHALTIGERE ENTSCHEIDUNGEN** bei ihrer Ernährung zu treffen.

FÜR EIN VIERTEL

der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland ist vegane Ernährung als Neujahrsvorsatz ein Thema.

96 % SIND OFFEN FÜR EINE KÜNFTIGE PFLANZLICHE ERNÄHRUNG

96 % der befragten Veganuary-Teilnehmenden, die sich nicht weiterhin vollständig vegan ernähren, gaben an, es sei wahrscheinlich, dass sie auch künftig eine vegane Ernährung ausprobierten.

62 % BERICHTEN VON GESUNDHEITLICHEN VORTEILEN

Fast zwei Drittel der nachträglich befragten Teilnehmenden gaben eine allgemein verbesserte Gesundheit an. Mehr Energie (58 %), bessere Stimmung (57 %), bessere Haut (51 %) und eine gewünschte Veränderung des Körpergewichts (43 %) waren die am häufigsten genannten Vorteile.

AKTUELLE ZAHLEN UND FAKTEN

VEGAN WIRKT GEGEN KLIMAKRISE

VEGAN REDUZIERT TREIBHAUSGASE

Mit einer pflanzlichen Ernährung ließen sich in Deutschland bis zu 81 % der lebensmittelbedingten Treibhausgasemissionen einsparen.

Quelle: Marco Springmann: Towards healthy and sustainable diets in Germany. An analysis of the environmental effects and policy implications of dietary change in Germany, hrsg, v. Umweltbundesamt, Mai 2023.

VEGAN SCHONT UMWELT, RESSOURCEN, FLORA UND FAUNA

Im Vergleich zu einer fleischlastigen benötigt pflanzliche Ernährung im Durchschnitt etwa Dreiviertel weniger Land, in etwa nur halb so viel Wasser und belastet Böden und Gewässer um zwei Drittel weniger. Außerdem trägt sie maßgeblich zum Erhalt der Artenvielfalt bei.

Quelle: Peter Scarborough et al.: Vegans, vegetarians, fish-eaters and meat-eaters in the UK show discrepant environmental impacts, in: Nature Food (Vol. 4), Juli 2023.

VEGAN RETTET GRÜNE LUNGE DER ERDE

Wird auch nur die Hälfte von tierischen Produkten wie Fleisch und Milch weltweit ersetzt, stoppt das den Nettoabbau von Wäldern und natürlichen Flächen beinahe vollständig.

Quelle: Marta Kozicka et al.: Feeding climate and biodiversity goals with novel plant-based meat and milk alternatives, in: Nature Communications (Vol. 14), September 2023.

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 CO2-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)

BOOSTER FÜR DIE VEGANE BEWEGUNG

VEGANUARY BESCHLEUNIGT PFLANZLICHE WENDE

BEWUSSTSEINSWANDEL

Die Mehrheit (56 %) der Menschen in Deutschland ernähren sich vegan, vegetarisch oder flexitarisch, greifen also bewusst häufiger zu pflanzlichen Alternativen.

FLEISCHKONSUM SINKT

Der Fleischkonsum pro Kopf in Deutschland ist so niedrig wie nie. Laut Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) ging er im Jahr 2022 um 15 % gegenüber 2012 zurück. Parallel sank die Fleischproduktion von 2017 bis 2022 um 14 %.

WERBEAUSGABEN STEIGEN

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

KLIMASCHUTZ

77 % der Deutschen finden es wichtig, für den Klimaschutz weniger Fleisch zu essen.

HÖR AUF DEN PLANETEN

PFLANZEN HABEN DEN KLIMAWANDEL SCHON IMMER BEKÄMPFT.

PROBIER'S VEGAN. DIESEN JANUAR.

BEWEGUNG WÄCHST

15 % der deutschen Bevölkerung und 35 % der Gen Z können sich vorstellen, sich in Zukunft ausschließlich vegan zu ernähren.

UMSATZ STEIGT

Der Umsatz mit pflanzlichen Lebensmitteln im deutschen Einzelhandel ist zwischen 2020 und 2022 um 42 % gestiegen.

ERNÄHRUNGSSICHERHEIT

82 % der Deutschen finden, dass ein verringerter Fleischkonsum dazu beitragen könne, die globale Ernährung zu sichern. 58 % meinen, es sollten hierfür mehr pflanzliche Ersatzprodukte gegessen werden.

JUNGE GENERATION ISST VEGAN

6 % der unter 30-Jährigen in Deutschland ernähren sich vegan.

STATEMENTS ZU PFLANZLICHER ERNÄHRUNG

PROMINENTE UNTERSTÜTZER:INNEN

Für mehr Fotos und Zitate weiterer Unterstützer:innen bitte hier klicken

Über Klick auf die Fotos gelingen Sie zum Download-Folder inklusive Zitate

JOAQUIN PHOENIX
SCHAUSPIELER

HANNES JAENICKE
SCHAUSPIELER, AUTOR & UMWELTAKTIVIST

STEFANIE GIESINGER
SCHAUSPIELERIN & MODEL

MARIA CLARA GROPPLER
COMEDIAN

PATRIK BABOUMIAN
KRAFTSPORTLER

LENA MEYER-LANDRUT
SÄNGERIN & SONGWRITERIN

ALICIA SILVERSTONE
SCHAUSPIELERIN

MOSES PELHAM
RAPPER & MUSIKPRODUZENT

DERRICK GREEN
SÄNGER BEI SEPULTURA

OLIVER PETSZOKAT
SCHAUSPIELER & SÄNGER

LUKAS REIBER
SCHAUSPIELER

TIMO HILDEBRAND
EX-NATIONALTORHÜTER

RALF MOELLER
SCHAUSPIELER & EHEMALIGER BODYBUILDER

MINA TANDER
SCHAUSPIELERIN

ALJOSHA MUTTARDI
SINNFLUENCER

HELGE MARK LODDER
SCHAUSPIELER & TIKTOK-CREATOR

ARIANE SOMMER
AUTORIN, MODERATORIN & MODEL

BISHERIGE ERFOLGE

KAMPAGNEN-HIGHLIGHTS 2023

NEUN PROZENT der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland nahmen den Veganuary 2023 zum Anlass, um vegane Ernährung bewusst auszuprobieren.

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

MEHR ALS 6.800 MEDIENBEITRÄGE wurden weltweit über Veganuary veröffentlicht.

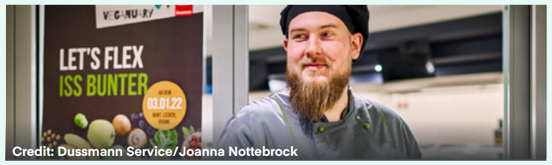
MEHR ALS 820 NEUE VEGANE PRODUKTE kamen weltweit zum Veganuary auf den Markt.

MEHR ALS 790 NEUE VEGANE GERICHTE UND MENÜOPTIONEN führten Restaurants weltweit zum Veganuary ein.

Im Jahr 2023 nahmen Menschen aus fast **ALLEN LÄNDERN DER WELT** am Veganuary teil (nur in Vatikanstadt und Nordkorea gab es keine Anmeldungen).

MEHR ALS 860 UNTERNEHMEN waren in Deutschland Teil der Veganuary-Kampagne – doppelt so viele wie im Vorjahr.

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

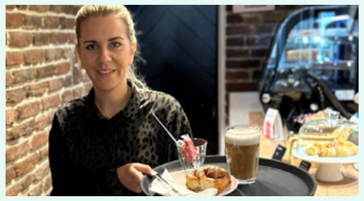


Credit: Dussmann Service/Joanna Nottebrock

Food-Services und Catering-Unternehmen wie **ARAMARK, DUSSMANN, VIELFALTMENÜ, TRANSGOURMET, SV GROUP, KLÜH, KRUSCHINA UND L&D** führten zahlreiche neue vegane Menüoptionen ein. In Kindertagesstätten, Schulen, Ministerien und hunderten Kantinen hatten so tausende Menschen zum Veganuary 2023 und darüber hinaus die Möglichkeit, auch im Alltag rein pflanzlich zu essen.

Die **STIFTUNG WARENTEST** bezeichnete Veganuary als „eine Chance für die Gesundheit und unseren Planeten".

Die **DEUTSCHE BAHN** veganisierte für den Veganuary drei ihrer meistverkauften Gerichte (darunter Currywurst), die in 345 Bordrestaurants und rund 450 Bordbistros erhältlich sind – alle drei blieben dauerhaft auf den Speisekarten.



Im Januar 2020 nahm Nina Tümmers an der ersten Veganuary-Kampagne in Deutschland teil – und blieb vegan. Mittlerweile betreibt sie das **GREENS CAFÉ,** das erste vegane Café in ihrer Heimatstadt Kempen.

GROSSE RESTAURANTKETTEN wie Pizza Hut Deutschland, Domino's Pizza Deutschland, Burger King, Subway, L'Osteria, Hans im Glück, Peter Pane, Burger Heart, Burgerme, Mundfein und Pommesfreunde kreierten Veganuary-Menüs und führten neue Gerichte ein.

Schokoladenhersteller **RITTER SPORT** warb auf großformatigen Screens in Straßen, Bahnhöfen und Einkaufszentren für neue vegane Produkte. Der Vermarkter Ströer errechnete, dass die Kampagne satte 2,3 Milliarden Mal gesehen wurde!

BILLIE EILISH rief als offizielle Unterstützerin der Kampagne ihre 107 Millionen Fans in den sozialen Medien auf, beim Veganuary mitzumachen.

ALLE GROSSEN EINZELHANDELSUNTERNEHMEN unter anderem Aldi Süd & Nord, Lidl, Edeka, Rewe, Kaufland, Penny, Globus, Markant und Netto, beteiligten sich mit Angeboten und Verkaufsaktionen. In zahlreichen Supermärkten führte kein Weg am Veganuary vorbei.

Veganuary
PO Box 771
York, YO1 0LJ
United Kingdom

Veganuary ist eine in England und Wales registrierte Charity (no. 1168566).