

VEGANUARY 2022

KAMPAGNEN- BERICHT



VEGANUARY 

INHALT

Ein herzliches Danke	3
Veganuary 2022 in Zahlen	4
Wer wir sind und wie wir Großes bewirken	6
Unsere Teilnehmenden	8
Veganuary Workplace Challenge	10
Der Veganuary-Buzz	12
Houston, We Have A Solution	14
Sogar Bigfoot isst jetzt vegan!	15
„Nimm Klimaschutz selbst in die Hand!“	16
Veganuary 2022 – nicht zu übersehen	18
Corporate Engagement in Deutschland	20
Corporate Engagement in Großbritannien	22
Corporate Engagement in den USA	24
Corporate Engagement in Lateinamerika	26
Corporate Engagement in Indien	27
Unsere Partner im Veganuary 2022	28



EIN HERZLICHES DANKE

Liebe Unterstützerinnen und Unterstützer,

bei Veganuary haben wir einen gemeinsamen Traum: eine vegane Welt. Dies bedeutet eine Welt ohne industrielle Tierhaltung und Schlachthöfe. Eine Welt, in der die Nahrungsmittelproduktion keine Wälder zerstört, Flüsse und Ozeane verschmutzt, den Klimawandel verschärft und die Artenvielfalt unseres Planeten gefährdet. Eine Welt, in der alle Menschen eine unendliche Vielfalt an köstlichen und gesunden Lebensmitteln genießen und zugleich unseren Planeten und die Tiere schützen.

Unzählige Menschen, Organisationen und Initiativen arbeiten jeden Tag daran, diesen Traum Wirklichkeit werden zu lassen. Und jeden Januar, den wir als Veganuary feiern, sehe ich, wie wir unserer Vision einen riesigen Schritt näherkommen. Vegane Ernährung erfreut sich heute so großer Popularität wie nie zuvor – und so erkennen immer mehr der weltweit größten Lebensmittelunternehmen ihr enormes zukunftsweisendes Potenzial.

Unsere Kampagne 2022 hat sogar unsere eigenen Erwartungen übertroffen – es waren mehr Menschen und Unternehmen als je zuvor beim Veganuary dabei. Das Jahr 2022 startete mit zahllosen Veganuary-Aktionen in den größten Supermärkten in Großbritannien, Spanien, Argentinien und Deutschland. Lebensmittelriesen wie Domino's, McDonald's, HelloFresh, Burger King, KFC, Subway, Papa John's und Starbucks brachten zum Veganuary neue vegane Produkte und Gerichte auf den Markt oder warben gemeinsam mit uns für die Idee, sich einen Monat lang rein pflanzlich



zu ernähren. Tausende von Medienbeiträgen berichteten über unsere Arbeit und unsere Social-Media-Kanäle hielten den Veganuary-Buzz während des gesamten Jahres lebendig. Dank jeder einzelnen Person, die unsere Vision teilte und uns auf ihre Weise unterstützte, war der Veganuary 2022 unsere bisher größte Kampagne.

All unseren wunderbaren Spenderinnen und Spendern, unseren engagierten Partnerorganisationen und wundervollen Volunteers, unseren inspirierenden Prominenten, Influencerinnen und Influencern und allen, die unsere Idee und Inhalte in den verschiedenen Medien teilten und unterstützten: Ich hoffe, Sie sind stolz, von den Fortschritten und Erfolgen des Veganuary 2022 zu lesen.

Wir haben noch einen langen Weg vor uns, aber jedes Jahr kommen wir größere Schritte voran. Bitte feiern Sie mit uns die Hunderten von Unternehmen, die mit uns in eine vegane Zukunft blicken, die Tausenden von Medienstimmen, die die Vorteile einer veganen Ernährung aufzeigen, und die Millionen von Menschen, die sich bereits mit uns für eine pflanzliche Ernährung entschieden haben.

**Danke, dass Sie die
Veganuary-Vision teilen.
Danke, dass Sie an uns glauben.**



Herzliche Grüße

Ria Rehberg
CEO VEGANUARY

VEGANUARY 2022 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.

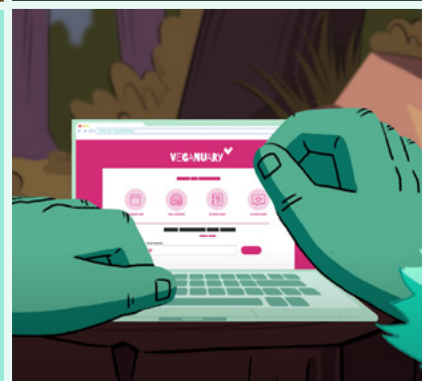


MEHR ALS 740 NEUE

VEGANE GERICHTE UND

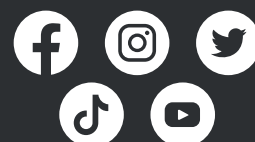
MENÜOPTIONEN

führten Restaurants zum Veganuary ein.



2,4 MILLIONEN MENSCHEN

besuchten die Veganuary-Website und erhielten hilfreiche Tipps für eine pflanzliche Lebensweise.



348 MILLIONEN MENSCHEN

erreichte Veganuary über die Social-Media-Kanäle.



Der Hashtag #Veganuary hatte Ende Januar 2022

ÜBER 550 MILLIONEN VIEWS

auf TikTok.



19,6 MILLIONEN E-MAILS

mit nützlichen Infos und Rezepten rund um vegane Ernährung wurden während des Kampagnenzeitraums an unsere Teilnehmenden verschickt.



WER WIR SIND UND WIE WIR GROSSES BEWIRKEN

Veganuary ist eine gemeinnützige Organisation, die Menschen auf der ganzen Welt motiviert, im Januar und darüber hinaus eine vegane Ernährung auszuprobieren. In engem Austausch mit Unternehmen arbeiten wir daran, das Angebot an pflanzlichen Lebensmitteln in Geschäften und Restaurants zu erhöhen. Durch unsere Zusammenarbeit mit inländischen und internationalen Medien fördern wir die Sichtbarkeit und Zugänglichkeit rein pflanzlicher Ernährung – und informieren über deren Vorteile.



WARUM ES UNS GIBT

Die industrielle Massentierhaltung ist ein Hauptverursacher von Klimawandel, Waldrodungen, Artensterben und Umweltverschmutzung. Sie erhöht drastisch das Risiko globaler Pandemien sowie Antibiotikaresistenzen. Zugleich ist sie für Leid und Tod von Milliarden von Tieren pro Jahr verantwortlich. Unsere derzeitige Art der Lebensmittelproduktion ist höchst ineffizient, steht im Widerspruch zu Nachhaltigkeit und ermöglicht keine Ernährung einer wachsenden Weltbevölkerung. Aus diesen Gründen setzen wir uns für eine Ernährungswende ein: für einen Wandel hin zu mehr pflanzlichen Alternativen und – letztlich – zu einer veganen Welt.

Wir sind davon überzeugt, dass diese Ernährungswende nötig ist – und die Zeit drängt.

Um unserer Vision von einer veganen Welt näher zu kommen, müssen rein pflanzliche Produkte in unserer Gesellschaft noch sichtbarer, wohlschmeckender und einfacher zugänglich werden. Wir müssen die Vorteile rein pflanzlicher Ernährung hervorheben – jeden Tag, ob im TV oder in Social Media. Und ebenso am Arbeitsplatz, in jedem Supermarkt, jedem Restaurant, jeder Kantine und sogar an jeder Tankstelle.



UNSERE STRATEGISCHEN SCHWERPUNKTE

Um der pflanzlichen Ernährung zum Durchbruch zu verhelfen, konzentrieren wir unsere Arbeit auf drei zentrale Schwerpunkte:

- Wir motivieren Millionen Menschen dazu, im Januar und darüber hinaus vegan zu essen – und unterstützen sie bei dieser Entscheidung.
- Wir schaffen das nötige Medienecho, um das öffentliche Bewusstsein für das Thema zu schärfen und die Vorteile einer veganen Lebensweise bekannt zu machen.
- Wir ermutigen Unternehmen, mehr köstliche pflanzliche Optionen auf den Markt zu bringen und zu bewerben, um die Qualität, Verfügbarkeit und Sichtbarkeit veganer Angebote zu erhöhen.

Mit diesem Ansatz tragen wir seit Jahren erfolgreich dazu bei, die Popularität veganer Ernährung in vielen Ländern auf der ganzen Welt zu steigern. Dank der Entscheidung unserer Teilnehmenden, lieber rein pflanzlich zu essen, mussten Millionen Tiere weniger für die menschliche Ernährung leiden. Millionen Menschen konnten bereits die Klima- und Umweltvorteile eines pflanzlichen Lebensstils erkennen und alltäglich in die Tat umsetzen. Und der Veganuary ist zu einem festen Bestandteil im Kalender von Unternehmen weltweit geworden. Wir sind besonders stolz darauf, dass viele der im Veganuary eingeführten Produkte und Optionen auch nach dem Januar in den Regalen und auf den Speisekarten bleiben: Viele Unternehmen erzielen Rekordumsätze mit ihren veganen Angeboten. Der „Veganuary-Effekt“ ist ein voller Erfolg – und unser Ziel ist, ihn auf der ganzen Welt zu verbreiten.

Veganuary hat mittlerweile offizielle Dependancen in den USA, Großbritannien, Deutschland, Argentinien, Brasilien, Chile und Indien. Zudem arbeiten wir mit Partnerorganisationen zusammen, die Veganuary-Kampagnen in Italien, Frankreich, der Schweiz, Singapur, Australien und Südafrika durchführen.

UNSERE WERTE

WIRKSAMKEIT

Wir setzen uns für eine vegane Welt ein. Hierfür nutzen wir Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung, um zu ermitteln, wie möglichst viele Leben verschont werden können und welche Ressourcen zu diesem Zweck wie gelenkt werden müssen.

EMPOWERMENT

Wir möchten Menschen auf ihrem Weg zur Ernährungswende auf vorurteilsfreie, positive, konstruktive und leicht zugängliche Weise unterstützen und ermutigen.

ZUSAMMENARBEIT

Durch die Partnerschaft mit anderen gleichgesinnten Organisationen sowie die Zusammenarbeit mit Unternehmen können wir die Wirksamkeit unserer Arbeit vervielfachen.

VIelfALT UND INKLUSION

Wir wissen, dass nur Menschen mit unterschiedlichen Ideen, Stärken, Interessen und Hintergründen gemeinsam unsere Vision verwirklichen können. Wir wissen, wie wertvoll Vielfalt ist und wie sehr sie uns der Verwirklichung unserer Mission näherbringt.

RESPEKT UND INTEGRITÄT

In allen internen und externen Beziehungen bemühen wir uns um eine authentische, ehrliche und transparente Kommunikation.

BELASTBARKEIT

Wir arbeiten fortwährend daran, als Organisation möglichst widerstandsfähig und nachhaltig zu sein (auf menschlicher, sozialer, wirtschaftlicher und ökologischer Ebene).

UNSERE TEILNEHMENDEN

Veganuary feierte in diesem Jahr einen großen Meilenstein: **Mehr als zwei Millionen Menschen haben sich seit dem „Geburtsjahr“ unserer Kampagne im Jahr 2014 offiziell angemeldet.**

Allein zum Veganuary 2022 registrierten sich 629.351 Menschen aus nahezu allen Ländern der Welt auf unserer Website (nur Tadschikistan und Nordkorea waren nicht dabei).

Daten des Marktforschungsinstituts Kantar zeigen, dass bis zu zehnmal mehr Menschen beim Veganuary mitmachen, als offizielle Anmeldungen über die Website eingehen. Das würde bedeuten, dass im Kampagnenjahr 2022 bis zu rund sechs Millionen Menschen beim Veganuary dabei waren.

629.351
MENSCHEN
MELDETEN SICH
OFFIZIELL ZUM
VEGANUARY
2022 AN



MATTHEW GLOVER, **MITBEGRÜNDER VON VEGANUARY**

„Als meine Frau Jane und ich 2014 beschlossen, ein veganes Neujahrsversprechen zu starten, rechneten wir damit, dass vielleicht 1.000 Menschen mitmachen würden. Mehr als 3.000 meldeten sich tatsächlich an und wir waren überwältigt. **Heute ist der Veganuary im Jahreskalender des Einzelhandels noch wichtiger als Weihnachten** und spiegelt die ständig wachsende Zahl der Menschen wider, die sich für eine vegane Ernährung entscheiden. Zwei Millionen offizielle Veganuary-Teilnehmende in nur acht Jahren sind ein enormer Erfolg, aber die damit einhergehende explosionsartige Zunahme pflanzlicher Produkte bedeutet eine wahre Revolution für die Zukunft der Ernährung.“

TOP 10 DER VEGANUARY-LÄNDER

PLATZ	LAND
1	USA
2	Großbritannien
3	Indien
4	Deutschland
5	Italien
6	Mexiko
7	Argentinien
8	Kolumbien
9	Chile
10	Brasilien

**NICOLE, 24, OBERBAYERN:**

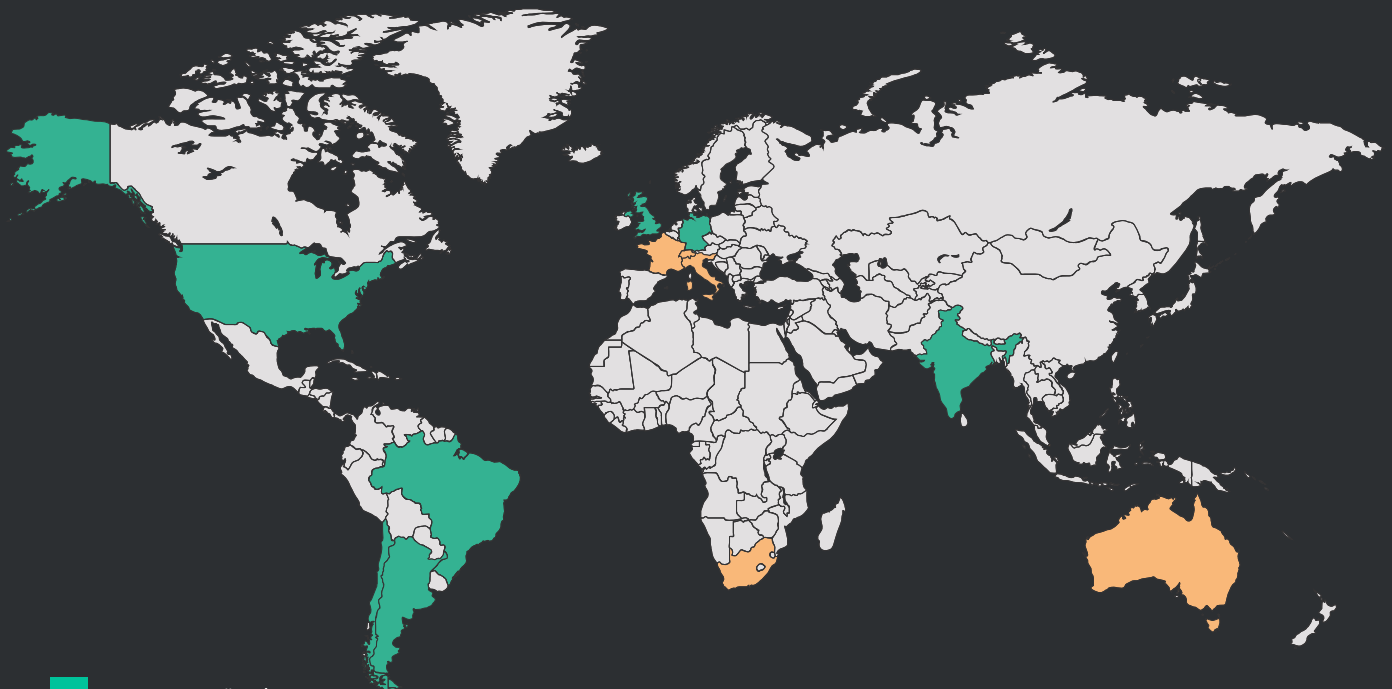
„Veganuary hat für mich gesundheitlich einen großen Unterschied gemacht, ich hatte mehr Energie und war nach dem Essen nicht so schlapp, sondern hätte Bäume ausreißen können. Mir ist aufgefallen, dass es daheim und mit den Alternativprodukten super easy ist – nur im Skiurlaub konnte ich den Veganuary nicht durchziehen. Hier wäre es zum Beispiel toll, wenn es noch viel mehr vegane Angebote gäbe. Veganuary war für mich ein voller Erfolg und ich esse auch jetzt im Anschluss weiterhin zu 90 Prozent vegan.“

EINE NACHHALTIGE VERÄNDERUNG

Sechs Monate nach dem Veganuary berichten unsere Teilnehmenden regelmäßig in einer Umfrage von ihren Erfahrungen. Die Ergebnisse der Umfrage zum Veganuary 2021 sprechen für sich: 82 Prozent der Befragten, die vor ihrem Veganuary noch nicht vegan lebten, gaben an, ihren Konsum tierischer Produkte nun drastisch zu reduzieren. 30 Prozent ernährten sich weiterhin komplett vegan, 14 Prozent hatten ihren Konsum tierischer Produkte laut Angabe um mindestens die Hälfte, 38 Prozent sogar um mindestens 75 Prozent verringert.

Zudem berichteten 68 Prozent der Befragten auch von größerem Wohlbefinden – zum Beispiel von mehr Energie, einem verbesserten Hautbild und besserer Stimmung. Und das nach nur einem Monat pflanzlicher Ernährung!

VEGANUARY WELTWEIT

 Unsere Länder Partner-Länder

VEGANUARY WORKPLACE CHALLENGE

Mehr als 100 Unternehmen weltweit – darunter IKEA, Unilever, Domino's, EWR, Harrods, Aveda, Volkswagen Group UK, Superdrug, Sky, Adept Care Homes, Papa John's, PWC, Allianz Deutschland, EY, M&S, Higgidy und Quorn – nahmen während der Kampagne 2022 an der Veganuary Workplace Challenge teil. Mit Tübingen war zum ersten Mal sogar eine ganze Stadt beim Veganuary dabei! Sie alle ermutigten ihre Mitarbeitenden, im Januar vegan zu essen, und begleiteten den Aufruf vielfach mit mehr pflanzlichen Optionen am Arbeitsplatz.



JO MACKIE, CUSTOMER AND PEOPLE DIRECTOR BEI SUPERDRUG:

„Wir bei Superdrug haben uns sehr gefreut, dieses Jahr die Veganuary Workplace Challenge zu unterstützen. Als Unternehmen liegt es uns am Herzen, uns nachhaltig für Initiativen wie Veganuary, unser veganes und tierversuchsfreies Angebot und im Sinne der gesellschaftlichen Verantwortung unseres Unternehmens zu engagieren und die erste Adresse für vegane Produkte in den Einkaufsstrassen zu sein.“



STOFFEL THIJIS, GESCHÄFTSFÜHRER VON DOMINO'S PIZZA DEUTSCHLAND:

„Bei Domino's Deutschland wurden alle Mitarbeiter:innen in der Hamburger Zentrale eingeladen, im Januar eine vegane Ernährung auszuprobieren – unterstützt und motiviert durch ein Veganuary-Webinar sowie eine vegane Gruppe im Domino's Intranet, in der viele Informationen ausgetauscht wurden und alle Mitglieder aktiv ihre veganen Lieblingsgerichte teilten.“



**PETER DEKKERS,
EXECUTIVE VICE PRESIDENT BEI
UNILEVER FÜR MITTELEUROPA:**

„Pflanzenbasierte Ernährung ist besser für uns und für unseren Planeten. Diese Überzeugung spiegelt sich nicht nur in unserem Portfolio wider – Unilever plant, den Umsatz mit pflanzenbasierten Produkten in den nächsten Jahren auf 1 Mrd. Euro zu steigern –, auch unsere Mitarbeitenden sind dieser Meinung. Viele haben, so wie auch ich, bereits im letzten Jahr mit Begeisterung an der Veganuary-Challenge teilgenommen.“



**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.“



DER VEGANUARY-BUZZ

WELTWEIT BERICHTETEN MEDIEN ÜBER DEN VEGANUARY

**DEUTSCH-
LAND,
SCHWEIZ,
ÖSTERREICH**

MEHR ALS 1.490 MEDIENBEITRÄGE

darunter Interviews und Reportagen, unter anderem in: ARD (Brisant), HR, NDR, Spiegel Online, Stern Online, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, WirtschaftsWoche und Welt am Sonntag; Berichte in Lifestyle-Magazinen wie Elle und FitforFun

**GROSS-
BRITANNIEN**

MEHR ALS 1.060 MEDIENBEITRÄGE

darunter Interviews auf Sky News und Euronews; exklusive Berichte im Observer, Guardian und iNews sowie über 100 weitere landesweite Medienberichte und 450 regionale Berichte

USA

MEHR ALS 680 MEDIENBEITRÄGE

darunter Los Angeles Times, AdWeek, Today.com, Shape, InStyle und Cheddar News

INDIEN

MEHR ALS 700 MEDIENBEITRÄGE

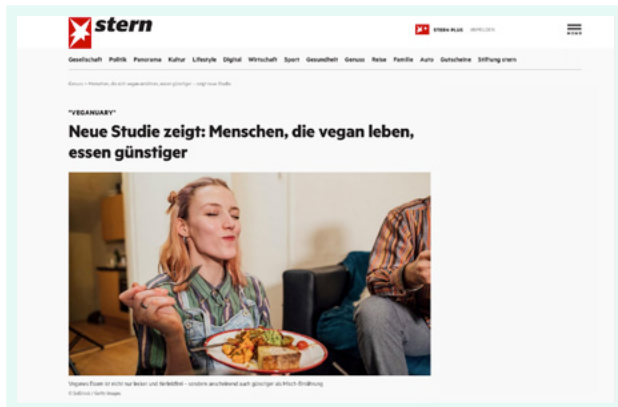
darunter führende landesweite Tageszeitungen wie Times of India, Indian Express und Hindustan Times, sowie 26 Medienberichte in Lifestyle-Magazinen und regionalen Publikationen wie GQ India, Vogue India, Mint Lounge, Forbes India und Upper Crust

**LATEIN-
AMERIKA**

MEHR ALS 280 MEDIENBEITRÄGE IN 11 LÄNDERN

darunter ein Auftritt in Chiles nationalem Fernsehsender Televisión Nacional, in Spaniens zweitgrößter Zeitung El Mundo und in Brasiliens größter Tageszeitung Folha

In Deutschland gab Veganuary eine Kostenstudie beim renommierten Forschungsinstitut für pflanzenbasierte Ernährung (IFPE) in Auftrag. Die Studie zeigte die durchschnittlichen Preisvorteile der veganen Versionen beliebter, typisch deutscher Gerichte gegenüber den Varianten mit Tierprodukten auf. **Diese Kostenstudie wurde exklusiv von Stern Online, einem der führenden Nachrichtenportale in Deutschland, veröffentlicht.**

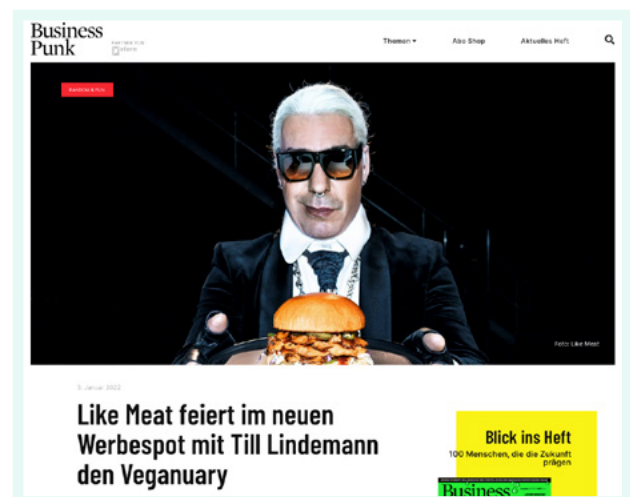


In Großbritannien, den USA und Indien gab Veganuary dieses Jahr Umfragen beim Meinungsforschungsinstitut YouGov in Auftrag, um mehr über die Einstellung der Menschen zu Ernährung zu erfahren. Das Ergebnis: Etwa ein Drittel der britischen Bevölkerung ist daran interessiert, sich vegan zu ernähren; fast ein Drittel der Befragten in den USA plant, im Jahr 2022 mehr pflanzlich zu essen; und ganze 65 Prozent der Befragten in Indien wollen in diesem Jahr verstärkt vegan essen. Die Studie wurde in zahlreichen Medienartikeln vorgestellt.



Auch die **DAILY SHOW WITH TREVOR NOAH** griff die Kampagne auf und nahm die herausfordernde Aussprache von „Veganuary“ humorvoll auf die Schippe – Millionen Menschen feierten das Video in den sozialen Medien..

Zahlreiche Medien berichteten über Prominente im Veganuary 2022, u.a. über Jimi Blue Ochsensnechts Teilnahme für Lieferando und den aufsehenerregenden Clip von LikeMeat, in dem Rammstein-Sänger Till Lindemann als Karl Lagerfeld auftritt und einen Pflanzenburger verspeist.



HOUSTON, WE HAVE A SOLUTION

Im November 2021 wandten wir uns öffentlichkeitswirksam an die Staats- und Regierungsoberhäupter, die sich zum Klimagipfel COP26 in Glasgow versammelten: Unsere Botschaft „Houston, We Have a Solution“ prangte überall in der Stadt in öffentlichen Verkehrsmitteln und auf Plakatwänden. Damit wiesen wir auf einen der wichtigsten Lösungsansätze hin, den wir im Kampf gegen die Klimakrise haben: die Umstellung auf eine pflanzliche Ernährung.

Unser Aufruf wurde von über einem Dutzend international renommierten Wissenschaftlerinnen und Umweltschützern unterstützt, darunter die US-amerikanische Raketenwissenschaftlerin Olympia LePoint, der britische Luftfahrtingenieur Vijay Singh, die deutsche MIT-Astronomin Anna Frebel, der wissenschaftliche Direktor des Instituts Scotland's ClimateXchange Professor Peter Smith sowie Umweltschützer Chris Packham und Greenpeace UK. Sie alle unterzeichneten unseren Offenen Brief, in dem es heißt:

„Klimaschutz ist keine Raketenwissenschaft! Wir kennen bereits eine wichtige Lösung, die dabei helfen kann, Treibhausgasemissionen drastisch zu reduzieren: die Umstellung auf eine pflanzenbasierte Ernährung. Die Entscheidungsträgerinnen und -träger der Welt müssen dem Ernährungswandel Priorität einräumen, um unseren Planeten zu schützen.“



Die Kampagne fand insbesondere in Großbritannien, Austragungsland des internationalen Klimagipfels, große Beachtung in den Medien. Zum Beispiel wurden in insgesamt 18 Radiointerviews mit Veganuary-Vertreterinnen und -Botschaftern die schädlichen Auswirkungen der Tierhaltung auf das Klima diskutiert – und wie Veganuary den Menschen hilft, ihre Ernährung dauerhaft umzustellen.

SOGAR BIGFOOT ISST JETZT VEGAN!

In diesem Kampagnenjahr haben wir unseren allerersten Animations- und Kinospot produziert: Der legendäre Bigfoot – im Deutschen gesprochen von Schauspieler und langjährigem Veganuary-Supporter Matthias Weidenhöfer (Netflix' „Barbaren“), im Englischen von dem Oscar-nominierten Schauspieler James Cromwell, – meldet sich zum Veganuary an, um seinen CO₂-Ausstoß zu verringern. Über 500 Kinos in Großbritannien zeigten den farbenfrohen Animationsfilm, in den USA streamten den Spot die Videoanbieter Hulu und NBC Universal. Auch die deutschen, spanischen und portugiesischen Versionen bekamen große Aufmerksamkeit. Allein auf den Social-Media-Kanälen von Veganuary wurde der Spot über 500.000 Mal aufgerufen.

DIE GESCHICHTE

Bigfoot ist eine lebende Legende, doch recht allein in seinen weiten Wäldern. Er fühlt sich isoliert – als ob er mit der Welt da draußen nicht viel zu tun hätte. Zwar sieht er täglich Bilder von Klimakatastrophen aus aller Welt in den sozialen Medien, doch scheint dies alles sehr weit weg. Bis es auch seinen besten Freund Schneemann trifft – der einfach zerschmilzt. Bigfoot wird klar, dass wir alle letztlich nur einen Planeten haben. Und so will auch er seinen Teil dazu beitragen, die Erde zu retten. Er fasst den Entschluss, beim Veganuary mitzumachen und so seine Ernährung umzustellen – und kann seinen ökologischen Big-Footprint verkleinern..



SCHAUSPIELER MATTHIAS WEIDENHÖFER, BEKANNT AUS DER NETFLIX-SERIE „BARBAREN“ UND DEM WDR-THRILLER „ZERO“:

„Sich vegan zu ernähren bewirkt viel und es lohnt sich aus vielen Gründen. Da sind Bigfoot und ich uns einig.“



SCHAUSPIELER JAMES CROMWELL, BEKANNT AUS „SUCCESSION“, „SIX FEET UNDER“ UND „EIN SCHWEINCHEN NAMENS BABE“:

„Tun Sie dem Planeten und sich selbst einen Gefallen. Nehmen Sie die Veganuary-Herausforderung an. Bewirken Sie mit wenig oder gar keinem Aufwand etwas Gutes.“



„NIMM KLIMASCHUTZ SELBST IN DIE HAND!“

PROMINENTE AUS ALLER WELT VERBREITEN UNSERE BOTSCHAFT

Die Zahl der internationalen Supporter von Veganuary wächst in jedem Jahr: Arzt und Klimaschützer Dr. Eckart von Hirschhausen, ZDF-Moderator Florian Weiss, Schauspielerin Julia Hartmann und New York Citys Bürgermeister Eric Adams gehören zu den vielen, die die Kampagne seit 2022 unterstützen. Venus Williams, Jane Goodall und Bryan Adams kreierten vegane Lieblingsrezepte für das Veganuary-Kochbuch 2022, das alle Teilnehmenden erhalten.



**TIMO HILDEBRAND,
EHMALIGER
NATIONALTORHÜTER
UND GESCHÄFTSFÜHRER
DES VEGANEN
RESTAURANTS WHY!:**

„Ich möchte durch meine Einstellung und meinen Lifestyle Menschen dazu inspirieren, sich mit der pflanzlichen Ernährung auseinanderzusetzen. Es geht um neue Wege, Erkenntnisse und darum, ein Umdenken stattfinden zu lassen.“



**DERRICK GREEN, SÄNGER
DER BAND SEPULTURA:**

„Wenn wir Empathie gegenüber allen Lebewesen zeigen, erzeugt das eine Art positiven Dominoeffekt – und der kommt letztendlich dem ganzen Planeten zugute.“



**ANNE MENDEN,
SCHAUSPIELERIN:**

„Wenn wir die intelligenteste Spezies auf diesem Planeten sind, sollten wir dafür sorgen, dass er gesund bleibt und ein sicheres Zuhause für jedes Lebewesen ist. Das Schöne ist, es ist so einfach – eine vegane Ernährung hilft dem Klima und der eigenen Gesundheit. Probier es aus!“



**ERIC ADAMS, BÜRGERMEISTER
VON NEW YORK CITY:**

„Ganz egal, welche Gewohnheiten oder Familientraditionen du in der Vergangenheit gepflegt hast – du hast jederzeit die Möglichkeit, dich für eine gesündere Ernährung zu entscheiden. Dabei kannst du Lebensmittel und Gerichte einbeziehen, die du mit deiner Herkunft und deiner Kindheit verbindest, und daraus neues pflanzliches Comfort Food kreieren. Das ist dann auch das, was es sein sollte: heilsam für Geist, Körper und Seele. Probier's vegan – in diesem Veganuary!“



**MARIE VON DEN BENKEN,
MODEL UND AUTORIN:**

„Ich bin zu Nächstenliebe erzogen. Doch die hört für mich nicht bei meinen Mitmenschen auf. Als ich zwei Katzen zu mir holte, fragte ich mich, warum ich für eine Operation bei den beiden sogar Kredite aufnehmen würde, während Schweine, Rinder oder Hühner grausam getötet werden, nur damit ich für einen kurzen Augenblick Fleisch essen kann. Fragt Euch einfach, warum Katzen oder Hunde in Euren Betten liegen, Hühner oder Schweine aber als Salami in Euren Kühlschränken. Und dann probiert doch im Veganuary einfach mal einen Monat, Euch vegan zu ernähren.“



Credit: Julian Feldmann

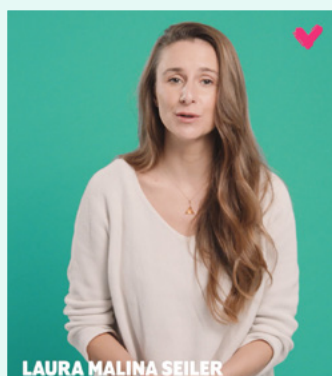
**DR. ECKART VON HIRSCHHAUSEN, ARZT,
WISSENSCHAFTSJOURNALIST UND GRÜNDER DER
STIFTUNG GESUNDE ERDE – GESUNDE MENSCHEN:**

„Als Arzt und Fan der ‚planetary health diet‘ weiß ich: Allein durch pflanzenbasierte Ernährung könnten wir jedes Jahr 150.000 Todesfälle in Deutschland verhindern. Weniger Fleisch zu essen ist also ein echter Verzicht, nämlich auf Herzinfarkt und Schlaganfall. Darauf kann doch jeder gern verzichten, oder?“

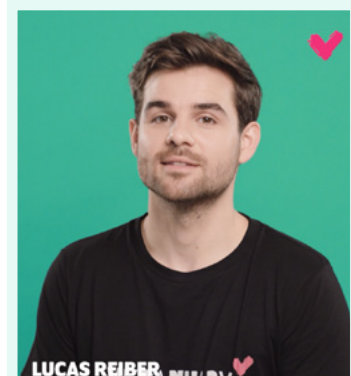
Exzessiver Fleischkonsum macht uns nicht nur krank, er zerstört auch unsere Umwelt, unser Klima. Mein Team von der Stiftung Gesunde Erde – Gesunde Menschen und ich machen gerne beim Veganuary mit. Denn wenn man sich fragt: ‚Was kann ich zum Klimaschutz tun,‘ dann ist weniger Fleisch vertilgen ein guter Anfang.“

Im Rahmen des Veganuary 2022 berichteten Profisportlerinnen und Athleten aus aller Welt über die positiven Auswirkungen, die ihre vegane Ernährung auf ihre Energie, ihre Ausdauer und ihr allgemeines Wohlbefinden hat, darunter Ultra-Ausdauersportler Rich Roll, AC-Mailand-Stürmerin Nina Stapelfeldt und der olympische Boxer Cheavon Clarke.

Viele unserer prominenten Supporter aus Deutschland regten möglichst viele Menschen zum Mitmachen an. Marijke Smittenaar, Leslie Clio, Lucas Reiber, Jamie-Lee Kriewitz und Laura Malina Seiler berichteten in Clips von ihrer persönlichen Motivation oder erstaunlichen Fakten rund um die pflanzliche Ernährung. Die Videos erreichten in den sozialen Medien insgesamt weit über 100.000 Views.



LAURA MALINA SEILER



LUCAS REIBER

NICHT ZU ÜBERSEHEN

HUNDERTE VON PLAKATEN, POSTERN UND BANNERN SORGTEN DAFÜR, DASS DER VEGANUARY 2022 ÜBERALL UNÜBERSEHBAR WAR.



Von Nord nach Süd und von Ost nach West:

BERLIN, HAMBURG, LEIPZIG, KÖLN UND MÜNCHEN

waren mit den leuchtenden Veganuary-Farben geschmückt. Dutzende von großen Plakatwänden inspirierten im Winter 2021/2022 die Menschen in den fünf deutschen Großstädten, sich dem Veganuary anzuschließen.



ROSSMANN warb als eine der größten Drogeriemarketten Europas für die Veganuary-Kampagne und ihre neu eingeführten veganen Produkte. Zugleich nahm das Unternehmen selbst an der Workplace Challenge teil.



Die deutsche Marke

RÜGENWALDER MÜHLE

ermutigte Menschen mit einer Außenwerbekampagne, beim Veganuary dabei zu sein.



Lieferdienst **DELIVEROO** warb mit diesen großen Plakaten für seine diesjährige Veganuary-Kampagne in Großbritannien.



In **ARGENTINIEN** riefen unsere U-Bahn-Anzeigen Tausende von Menschen dazu auf, es im Januar rein pflanzlich zu probieren.



Unsere Lichtprojektion in den Straßen von **BUENOS AIRES** hat den Leuten sprichwörtlich den Kopf verdreht und regte zum Nachdenken über unsere Ernährungsgewohnheiten an.



Unsere Plakate an 60 Bushaltestellen und weiteren lebendigen, vielbesuchten Orten in **SANTIAGO DE CHILE** machten auf den Zusammenhang zwischen Klimawandel und Tierprodukten aufmerksam. Unser Aufruf war deutlich: Schützt den Planeten – mit Messer und Gabel!

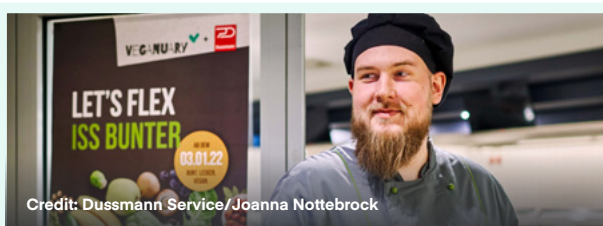
CORPORATE ENGAGEMENT IN DEUTSCHLAND

301 NEUE
VEGANE
GERICHTE
UND MENÜS
WURDEN
EINGEFÜHRT

307 NEUE
VEGANE
PRODUKTE
KAMEN AUF
DEN MARKT

426
UNTERNEHMEN
WAREN BEIM
VEGANUARY
DABEI

Mehr als 426 Marken, Restaurants und Einzelhändler zelebrierten den Veganuary 2022 mit Produkteinführungen, neuen Menüangeboten, Werbeaktionen in den Geschäften, digitalen Marketingkampagnen und Veganuary-Specials wie Podcasts und Magazinen für ihre Kundinnen und Kunden. Im ganzen Land standen Veganuary-Gerichte und -Optionen in beliebten Restaurants als Specials auf den Speisekarten. Zum ersten Mal beteiligten sich auch acht große Lebensmitteldienstleister und Catering-Unternehmen am Veganuary und versorgten Hunderte Betriebsrestaurants mit rein pflanzlichen Optionen – vielfach bleiben diese Angebote auch über den Veganuary hinaus erhalten. Insgesamt brach der Veganuary in Deutschland mit insgesamt über 600 neu eingeführten veganen Gerichten und Produkten und der gigantischen Unternehmensbeteiligung alle bisherigen Rekorde.



Credit: Dussmann Service/Joanna Nottebrock

Food-Services und Catering-Unternehmen wie **ARAMARK, DUSSMANN, EUREST, TRANSGOURMET, SV GROUP, KLÜH, KRUSCHINA UND UNILEVER FOOD SOLUTIONS** führten zahlreiche neue vegane Menüoptionen ein. In hunderten Betriebsrestaurants und Kantinen hatten so tausende Mitarbeitende zum Veganuary 2022 und darüber hinaus die Möglichkeit, auch im Arbeitsalltag rein pflanzlich zu essen.



SUBWAY

Das Meatless Chicken Fajita kam pünktlich zum Veganuary auf den Markt.



BURGER KING

brachte exklusiv für Veganuary den Plant-based Long Curry Burger in die Restaurants.

BJÖRN KUSE, MANAGING DIRECTOR DACH BEI 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.“



LIEFERANDO

führte gemeinsam mit taste&soul die exklusive „Jimi Orange Bowl“ ein, kreiert von Schauspieler und Veganuary-Teilnehmer Jimi Blue Ochskennecht.

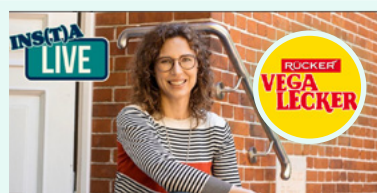
SILKE KRÜGER, HEAD OF BRAND BEI DOMINO'S PIZZA DEUTSCHLAND:

„Die Anfang Januar gelaunchte Pizza ‚Las Vega‘, unsere vegane Salami-Pizza, die in Zusammenarbeit mit The Vegetarian Butcher kreiert wurde, hat bis dato alle Erwartungen übertroffen! Wir haben ausschließlich positives Feedback aus der Community erhalten, die Pizza verkauft sich sogar doppelt so gut wie erwartet. Auch auf Social Media feiern unsere Kund:innen die neue Kreation, wir entdecken immer wieder neue Posts und Videos dazu. Es macht uns sehr stolz, den Geschmack so vieler Kund:innen mit unserer veganen Salami-Pizza getroffen zu haben!“



RÜGENWALDER MÜHLE

bewirbt die pflanzliche Produktlinie mit einem berührenden Clip zum Veganuary 2022.



RÜCKER / VEGALECKER

Insa Rücker, Teilhaberin des Molkereiunternehmens Rücker, nahm am Veganuary teil und richtete die Aufmerksamkeit auf die VegaLecker-Produktlinie.



DOMINO'S PIZZA DEUTSCHLAND

hat eine neue vegane Pizza auf die Speisekarte gesetzt.

LAURA KRISTIN KAISER, MANAGERIN CORPORATE RESPONSIBILITY/QUALITY ASSURANCE GERMANY BEI ALDI NORD:

„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.“

DR. ANNETT WERNY, MANAGERIN CORPORATE RESPONSIBILITY BEI ALDI SÜD:

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



KATJES

verkündete mit Influencerin Bonnie Strange: „veggie goes vegan“! Die Süßwarenmarke plant, einen Großteil ihrer Produkte im Jahr 2022 auf vegan umzustellen.



EDEKA, ALDI, LIDL, KAUF LAND, REWE UND PENNY

Alle großen deutschen Einzelhändler und Einzelhandelskonzerne nahmen an Veganuary teil, führten viele neue Angebote ein und konzentrierten sich darauf, ihr wachsendes veganes Produktsortiment zu fördern.

CORPORATE ENGAGEMENT IN GROSSBRITANNIEN

Allein in Großbritannien wurden im Januar 2022 mehr als 800 neue vegane Produkte und Gerichte im Kontext des Veganuary eingeführt. Zu den Highlights gehörten vegane Versionen von Babybel und Philadelphia-Frischkäse, neue vegane Optionen der beliebten Krispy Kreme Donuts, neue rein pflanzliche Angebote bei McDonald's, Burger King, KFC und Nando's, neue vegane Pizzen bei Domino's, Papa John's, Pizza Hut und Pizza Express, vegane Fish and Chips bei Wagamama und neue rein pflanzliche Sandwiches bei Costa, Starbucks und Caffè Nero. Und: Starbucks schaffte seinen bisherigen Aufpreis für Pflanzenmilch dauerhaft ab.

Außerdem gab es neue Produkteinführungen von großen Marken wie Cadbury, Marks & Spencer und Lindt sowie beeindruckende Marketingkampagnen von Unternehmen wie Deliveroo, THIS™ und Meatless Farm.

Das Veganuary-Logo war in diesem Jahr auf Verpackungen, in Online-Anzeigen und Zeitschriften zu sehen. Unterstützende Marken, Einzelhändler und Restaurants wie Zizzi, Hotel Chocolat und Asda nutzten unser Logo für ihre POS- und Werbekampagnen in den Geschäften.

**465 NEUE
VEGANE
PRODUKTEIN-
FÜHRUNGEN**

**343 NEU
EINGEFÜHRTE
VEGANE
GERICHTE UND
MENÜS**

**66
UNTERNEHMEN
BEI VEGANUARY
WORKPLACE
CHALLENGE
DABEI**

Die Veganuary-Kampagnen waren ebenso bunt wie begeisternd: Der Hersteller von Käsealternativen Violife rief anlässlich des Veganuary die Kampagne „Change Your Cheese“ ins Leben. Die Message: Tauscht Milchkäse gegen pflanzliche Alternativen, um die Auswirkungen auf das Klima zu verringern. Wicked Kitchen führte im Januar bei Tesco ein Angebot für eine Mahlzeit für zwei Personen im Wert von 8 £ ein. Die Supermarktkette Tesco macht den Veganuary für den enormen Verkaufsboom von pflanzlichen Lebensmitteln verantwortlich: Die Nachfrage nach veganen Produkten hatte sich verdoppelt.

Beyond Meat begann das Jahr mit einem Paukenschlag und arbeitete im Januar mit mehreren Restaurants zusammen, darunter BrewDog, Yard Sale Pizza und Oowee. Die größte Neueinführung war jedoch der McPlant, der jetzt in 1.300 McDonald's-Filialen im ganzen Vereinigten Königreich erhältlich ist.





MCDONALD'S MCPLANT

Nach einem erfolgreichen Testlauf wurde der McPlant im Januar landesweit eingeführt. Der vegane Burger entstand in Zusammenarbeit mit Beyond Meat.



CADBURY

Nach dem Launch des Plant Bar und des Plant Bar Salted Caramel im Oktober 2021 kamen die beiden Produkte im Januar 2022 landesweit in die Regale.

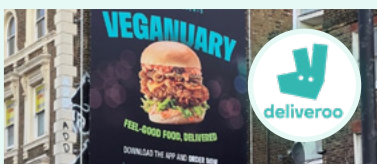


LINDT

Die Schokoladentafeln Vegan Smooth und Vegan Hazelnut kamen pünktlich im Januar auf den Markt. Lindt UK nahm außerdem als Unternehmen an der Veganuary Workplace Challenge teil.



ALDI stellte dem Markt im Januar 2022 die gigantische Zahl von 40 neuen Produkten vor (einschließlich einer Eigenmarke für pflanzlichen Käse) und verzeichnete einen Umsatzzanstieg von 500 Prozent im Vergleich zum Januar 2021.



DELIVEROO

Das Unternehmen verzeichnete im Veganuary 2022 einen Anstieg der pflanzlichen Bestellungen um 117 Prozent gegenüber Veganuary 2021.



BABYBEL

Eine vegane Version des berühmten Käse-Snacks begeisterte im Januar als Marktneuheit.



STARBUCKS

bot im Januar neue vegane Optionen an und verabschiedete sich vom bisherigen Aufpreis für pflanzliche Milchalternativen.



WAGAMAMA

In Zusammenarbeit mit OmniFoods wurde das Veganuary-Special Fish and Chips zu Wagamamas meistverkauftem veganen Hauptgericht über den Lieferservice Deliveroo.



THE QUEEN INN, SOUTH WALES

Der Pub veganisierte sein Angebot für den Januar. Mit so großem Erfolg, dass er nun dauerhaft ausschließlich vegane Gerichte serviert. In den sozialen Medien wurden die News um The Queen Inn landesweit gefeiert.

CORPORATE ENGAGEMENT IN DEN USA

Mindestens 251 Hersteller, Restaurants und Einzelhändler waren beim Veganuary dabei – inklusive der Einführung neuer Produkte, neuer Gerichte und Menüoptionen, Werbeaktionen in Geschäften und digitalen Marketingkampagnen in den USA. Im Januar servierten beliebte Restaurantketten im ganzen Land Veganuary-Specials.

**96 NEUE
VEGANE
GERICHTE
WURDEN
EINGEFÜHRT**

**20 NEUE
VEGANE
PRODUKTE
KAMEN AUF
DEN MARKT**

**251
UNTERNEHMEN
BETEILIGTEN
SICH AM
VEGANUARY**



„Veganuary war eine äußerst erfolgreiche Kampagne, die veganes Sushi ins Rampenlicht setzte und es den Gästen ermöglichte, neue pflanzliche Meeresfrüchte zu probieren, die wir einschließlich unserer lang erwarteten veganen Shrimps im Rahmen des Veganuary vorstellten.“

**NESTOR REBOLLEDO,
CORPORATE CHEF BEI
BLUE SUSHI SAKE GRILL**

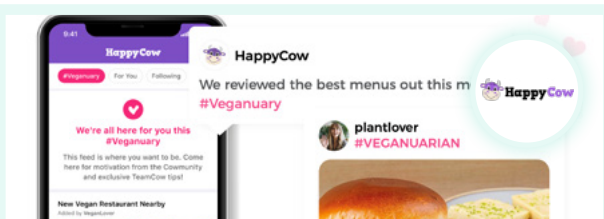


MELLOW MUSHROOM hat sich mit Follow Your Heart und Spork Foods zusammengetan, um anlässlich des Veganuary zwei neue vegane Pizzen – die „Miss Mushroom“ und die „Greek Goddess“ – in ihren über 200 Filialen einzuführen.



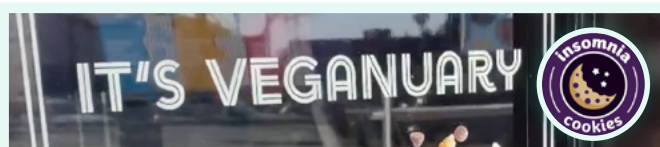
JUST SALAD

Das Veganuary-Logo zierte die Speisekarte und inspirierte die Kundinnen und Kunden, rein pflanzliche Angebote zu probieren.



HAPPYCOW

Die beliebte App bietet das weltweit größte Verzeichnis für vegane Optionen und richtete für den Veganuary 2022 einen eigenen #Veganuary-Feed ein.



INSOMNIA COOKIES

Die beliebte, landesweit vertretene Kekskette brachte zu Ehren des Veganuary zwei neue vegane Cookies auf den Markt und warb durch Auslagen in den Geschäften.



POKEWORKS arbeitete eng mit OmniFoods, Hersteller von OmniPork, zusammen, um eine vegane Version ihrer beliebten Garlic Spam Musubi zu kreieren.

**DAN HUA, VP OF
MARKETING BEI DAIYA
FOODS:**



„Veganuary 2022 war für uns hier bei Daiya ein wunderbarer Start ins neue Jahr. Wir brachten unsere Mac & Cheese und die neue Geschmacksrichtung Roasted Garlic & Herb Cream Cheese auf den Markt, unsere Food-Service-Angebote und unsere laufende Partnerschaft mit FAT Brands wurden in BuzzFeed vorgestellt und zu unserer Überraschung waren wir sogar in der Tonight Show von Jimmy Fallon zu Gast! Das wahre Highlight jedoch? Der Kommentar einer unserer neuen Instagram-Followerinnen, dass wir ihr ‚den Übergang zum Veganismus so viel leichter gemacht haben‘ – der Inbegriff jeder Veganuary-Kampagne, finden Sie nicht auch?“

CORPORATE ENGAGEMENT IN LATEINAMERIKA ...

Unser Team in Lateinamerika motivierte 127 Unternehmen, den Veganuary zu zelebrieren und zu gestalten: Marken aus 13 Ländern (einschließlich lateinamerikanischer Länder sowie Spanien und Portugal) schlossen sich der erfolgreichen Kampagne 2022 an. Zum ersten Mal nahmen auch drei große Supermärkte teil: Jumbo in Chile, Lidl in Spanien und Walmart in Argentinien. Bei allen liefen während des Veganuary 2022 umfangreiche Aktionen und Sonderangebote. Auch Subway, Starbucks und Aldi gehörten zu den großen Unternehmen, die einen erfolgreichen Veganuary feierten und ihre Kundinnen und Kunden mit besonderen Angeboten überzeugten.

**12 NEUE
VEGANE
PRODUKTE
VORGESTELLT**

**5 NEUE
VEGANE
GERICHTE
EINGEFÜHRT**

**127
UNTERNEHMEN
BEIM
VEGANUARY
DABEI**



SUBWAY, SPANIEN

Die bekannte Fast-Food-Kette erklärte: „Mit dem neuen veganen Käse und unserer Zusammenarbeit mit Veganuary wollen wir einen gesunden Lebensstil fördern und gleichzeitig unseren Respekt für die Umwelt zum Ausdruck bringen.“



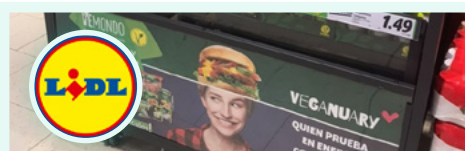
WALMART, ARGENTINIEN

Das weltbekannte Unternehmen bewarb sein Portfolio pflanzlicher Produkte mit einer Rabattaktion zum Veganuary.



JUMBO, CHILE

Als einer der führenden Supermärkte des Landes startete Jumbo anlässlich des Veganuary eine Reihe von Angeboten für vegane Produkte auf seiner Website. Jumbo verzeichnete im Januar einen deutlichen Anstieg der Verkaufszahlen.



LIDL, SPANIEN

Als eine der größten Discount-Supermarktketten des Landes startete Lidl zum Veganuary spezielle Werbeaktionen mit großen Anzeigen unserer Kampagne in den Auslagen und Regalen.

... UND IN INDIEN

Erfolgreicher Start: Bereits im ersten Veganuary-Jahr in Indien, dem Land mit der zweitgrößten Bevölkerung der Welt, gewann unser Team 50 Unternehmen für die Kampagne. Insgesamt wurden 40 Sonderangebote eingeführt und 10 neue Produkte speziell zum Veganuary auf den Markt gebracht. Indiens führende Unternehmen für pflanzliche Fleischalternativen, GoodDot und Blue Tribe Foods, übernahmen die Veganuary-Kampagne und wussten ihre Kundinnen und Kunden mit neuen Produkten und Rabatten zu begeistern. Zudem erzeugten die teilnehmenden Unternehmen in den sozialen Medien einen großen Veganuary-Buzz, richteten die Aufmerksamkeit auch im digitalen Rahmen aktiv auf ihre rein pflanzlichen Angebote und nutzten den Veganuary als einzigartige Marketingmöglichkeit.

Über die Teilnahme am Veganuary wurde in mehr als 200 Zeitungsartikeln berichtet, unter anderem in führenden Medien wie Mint Lounge, The Print, Business Standard und New Indian Express.

**10 NEUE
VEGANE
PRODUKTE
WURDEN
EINGEFÜHRT**

**2 NEUE
VEGANE
GERICHTE
KAMEN AUF
DEN MARKT**

**50
UNTERNEHMEN
BETEILIGTEN
SICH AN DER
VEGANUARY-
KAMPAGNE**

„GoodDot ist stolz darauf, mit Veganuary zusammenzuarbeiten, um Menschen zu motivieren, sich im Januar vegan zu ernähren.

Veganuary ist eine großartige Möglichkeit, sich selbst davon zu überzeugen, dass es heutzutage sehr einfach ist, vegan zu leben – und dass jeder Mensch zu einem gesünderen Planeten beitragen kann, indem man vegan lebt.“

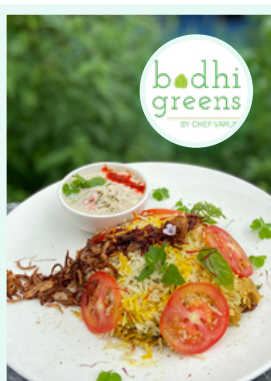


GOOD DOT



SANTE SPA

Die beliebte Restaurantkette bot eine exklusive vegane Platte an – mit Vorspeisen, Hauptgerichten und Desserts auf rein pflanzlicher Basis.



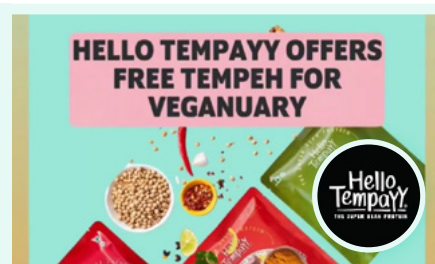
BODHI GREENS

CAFE führte pflanzliches Hammel-Biryani ein.



ALT FOODS stellten anlässlich des Veganuary 2022 neue Pflanzenmilchprodukte vor: „Der Veganuary hat es den Menschen sehr viel leichter gemacht, vegane Produkte kennenzulernen und zu probieren. Mit unserer Mission, großartige und leckere Alternativen zu kreieren, hofft Alt Foods auch weiterhin die Reise von Menschen zu unterstützen, die eine bessere Ernährung für sich und den Planeten suchen. Ein großes Dankeschön an das gesamte Veganuary-Team, das dazu beigetragen hat, dass dies ein so großer Erfolg für Alt Foods war.“

HELLO TEMPAYY haben ebenfalls spezielle Angebote für Veganuary ins Leben gerufen: „Veganuary war dieses Jahr in Indien ein großer Erfolg und wir waren begeistert, ein Teil davon zu sein. Unsere Mission ist es, schmackhafte, vielseitige und nahrhafte Lebensmittel in allen Küchen anzubieten. Das ist entscheidend, um die Auswahl zu bieten, nach der indische Verbraucherinnen und Verbraucher zunehmend suchen.“



UNSERE PARTNER IM VEGANUARY 2022

Unsere Zusammenarbeit umfasste 15 offizielle Partnerorganisationen aus aller Welt, um den Veganuary in neue Länder zu bringen oder in jenen Ländern zu erweitern, wo die Kampagne bereits initiiert wurde. Dank der großartigen Kooperationsbereitschaft und des Engagements unserer Partner gelang es uns, den Veganuary auf insgesamt sechs Kontinente zu bringen und die positiven Auswirkungen unserer Kampagne zu vergrößern.



Vegane Gesellschaft
Schweiz



SCHWEIZ

Unsere Partnerorganisation **Vegane Gesellschaft Schweiz** führte eine erfolgreiche Werbekampagne mit analogen und digitalen Plakaten durch, einschließlich Schildern in Bussen und Trams in fünf großen Schweizer Städten. Mit über 60 Medienartikeln in der Schweiz fand der Veganuary im ganzen Land große öffentliche Aufmerksamkeit.

Über 100 neue vegane Produkte kamen dank des Engagements der Veganen Gesellschaft Schweiz im Rahmen der Kampagne auf den Markt. Coop, einer der größten Einzelhändler der Schweiz, veröffentlichte ein 80-seitiges Veganuary-Magazin und verteilte es an rund 2,5 Millionen Haushalte im ganzen Land.

Rund 850 Restaurants, Kantinen und Cafeterien in der Schweiz entwickelten spezielle Veganuary-Angebote, darunter große Unternehmen wie die SV Group, ZFV-Unternehmen, Coop-Restaurants und IKEA.

FRANKREICH

Unsere Partnerorganisation **L214** brachte Veganuary zum zweiten Mal nach Frankreich – mit enormem Erfolg: Mehr als 80 Unternehmen nahmen in Frankreich am Veganuary teil, darunter bekannte Namen wie Starbucks, Alpro und Carrefour, aber auch eine Vielzahl individueller Restaurants und lokaler Marken.

Eine Plakatkampagne in Paris und Anzeigen in den renommierten Zeitungen Le Parisien und Les Echos machten den Veganuary in der französischen Öffentlichkeit populär. Mehr als 100 Medienartikel berichteten zudem über die Kampagne 2022!



SÜDAFRIKA

ProVeg Südafrika arbeitete im Rahmen der Veganuary-Aktivierungen mit Dutzenden von Unternehmen zusammen. Das beeindruckende Resultat: 98 neue vegane Gerichte und Menüs, 44 neue vegane Produkte – und die Eröffnung von zwei brandneuen, vollständig veganen Restaurants im Kontext des Veganuary 2022! Außerdem initiierte ProVeg Südafrika in Kooperation mit Influencerinnen und Influencern neun Veganuary-Dinnerpartys mit speziellen Menüs in zwei südafrikanischen Provinzen.



l'Adige.it

Salute / Alimenti

Non è mai troppo tardi per diventare vegani: siamo in "Veganuary", il mese della prova

In Italia cresce il pubblico disponibile a consumare meno carne e pesce: fra chi ha fatto la scelta «radicale» e chi l'ha provata almeno una volta, ed è boom dei ristoranti vegan

#Veganuary #Dieta Vegana #Vegan



ITALIEN

Die italienische Tierschutzorganisation **Essere Animali** gestaltete die Veganuary-Kampagne 2022 mit so großem Erfolg, dass Italien unter den erfolgreichsten Veganuary-Ländern weltweit den fünften Rang belegt! Insgesamt beteiligten sich in diesem Kampagnenjahr 45 Unternehmen am Veganuary, darunter drei Supermarktketten. Auch in den (sozialen) Medien war das Interesse an Veganuary riesig – die Kampagne ist unter der italienischen Bevölkerung mittlerweile ein weithin bekanntes Event im Jahresverlauf.

Ein großes Danke gilt all unseren wunderbaren Partnerorganisationen, die die Veganuary-Bewegung international voranbringen und unglaubliche Erfolge erzielen – für die Tiere, die Umwelt und den ganzen Planeten!

ÜBER SPENDEN FREUEN WIR UNS SEHR:

WWW.VEGANUARY.COM/SPENDEN



**VIELEN DANK,
DASS SIE VEGANUARY
UNTERSTÜTZEN
UND ALL DIESE
ERFOLGE UND
FORTSCHRITTE
MÖGLICH MACHEN!**

Veganuary ist eine in England und
Wales registrierte, gemeinnützige
Organisation, die international tätig ist.

Charity-Nummer: 1168566

Veganuary
PO Box 771
York, YO1 0LJ
United Kingdom

info@veganuary.com

VEGANUARY 