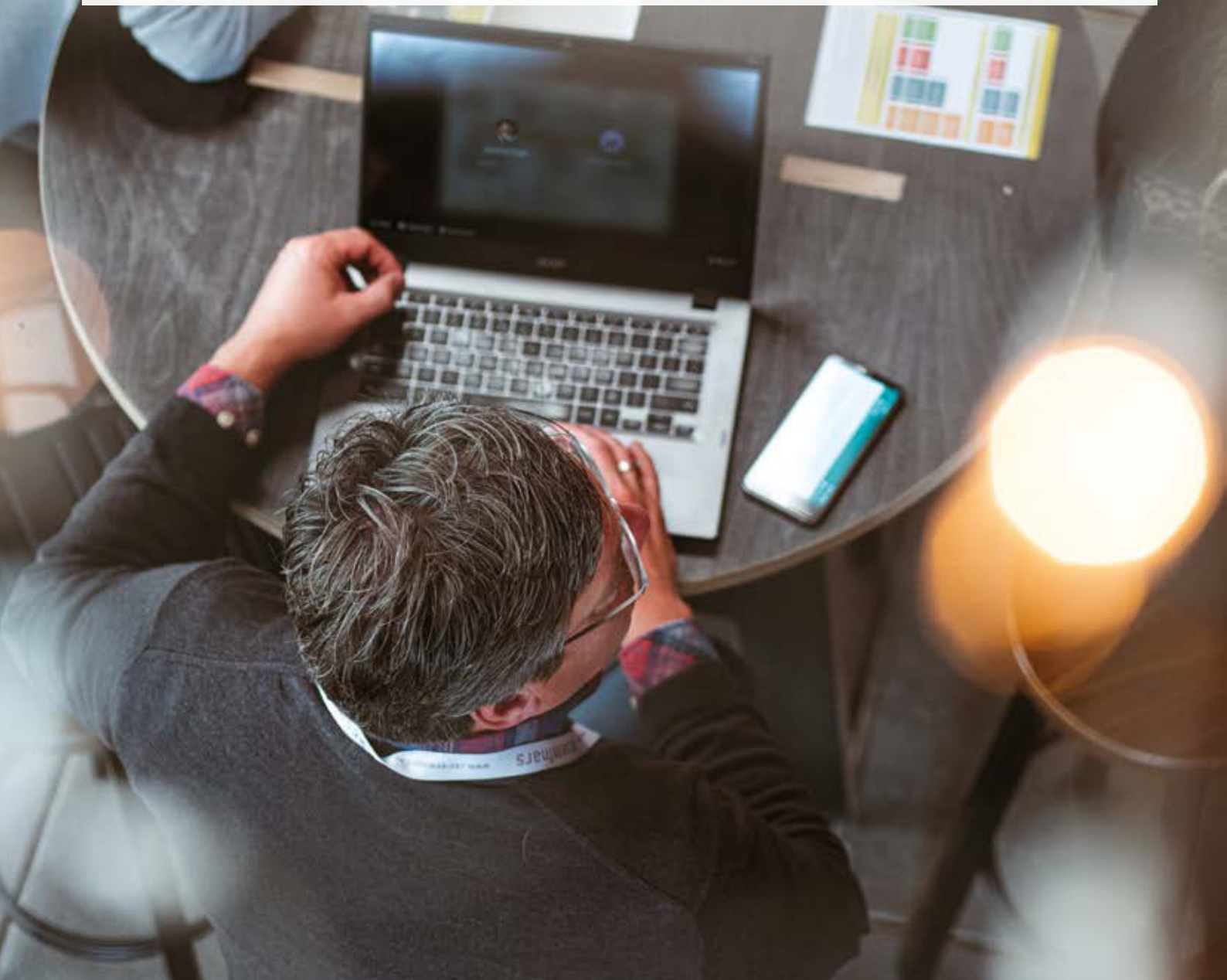


# PROVEG-JAHRESRÜCKBLICK 2020

## Wir als Online-Community

.....

*Die COVID-19-Pandemie brachte für ProVeg einschneidende Veränderungen und Herausforderungen mit sich. So wurden unter anderem unsere beiden großen Konferenzen, VegMed und New Food Conference, verschoben und in Form von Webinar-Reihen online durchgeführt. Doch dank der tatkräftigen Unterstützung unserer Förderinnen und Förderer konnten wir trotz allem einige erhebliche Erfolge erzielen. Deshalb blicken wir jetzt gemeinsam mit Ihnen auf das Jahr 2020 zurück – voller Dankbarkeit, Demut und Stolz.*





Im März 2020 startete der ProVeg-Incubator mit NX-Food eine Veranstaltungsreihe zur Zukunft des Essens



Nachdem die verheerenden Folgen der Pandemie erkennbar wurden, war es an der Zeit, zu handeln. Neben der strategischen Neuausrichtung unserer Verbandsaktivitäten auf Online-Formate war es notwendig, den Zusammenhang zwischen der Pandemie und dem globalen Ernährungssystem wissenschaftlich aufzuarbeiten. Das Ergebnis erschien in Form einer Online-Publikation als erster Teil unseres COVID-19-Reports und wurde in Fachkreisen intensiv diskutiert. Fast zeitgleich publizierten andere Institutionen, wie die Universität von Cambridge, ähnliche Forderungen. Die Risiken des Tierkonsums für die Gesundheit aller Menschen erreichten damit eine breite Öffentlichkeit.

Im Folgenden möchten wir Ihnen einige unserer erfolgreichsten Projekte 2020 vorstellen. Unter den Pandemie-Einschränkungen gewannen sie durch Online-Formate ganz neue Dimensionen an Reichweite und Einfluss.

### Strategische Anpassung durch Online-Formate

#### ● Schulprogramm „Leckerer Essen für alle“

Kinder erlernen ihre Ernährungsgewohnheiten bereits in jungen Jahren. Eine frühzeitige Vermittlung von Wissen rund um ein gesundes Essverhalten ist daher von

großer Bedeutung. Deshalb hat ProVeg 10 kurze Videoclips für Kinder und Jugendliche entwickelt, die über gesundes und nachhaltiges Schulsessen aufklären. Diese inhaltliche Ausweitung des Programms „Leckerer Essen für alle“ passt sich den aktuellen Gegebenheiten an. Denn die Digitalisierung gewann durch Kontaktbeschränkungen und Homeschooling auch bei Kindern und Jugendlichen stark an Bedeutung.

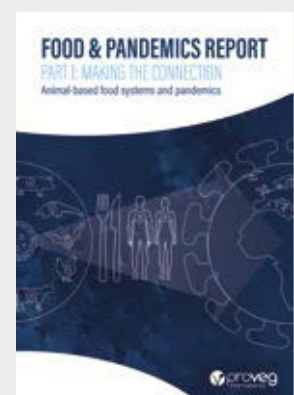
#### ● Unser ProVeg-Incubator ging online

Das Incubator-Programm für die fünfte Kohorte wurde komplett als Online-Format

## COVID-19-Report

Der COVID-19-Report „Food & Pandemics“ richtete den Fokus auf die Risikominderung und Prävention künftiger Ausbrüche neuer Krankheiten und Pandemien. Dazu erläuterten die Autorinnen und Autoren den grundlegenden Zusammenhang zwischen der aktuellen COVID-19-Krise und dem weltweiten tierbasierten Nahrungsmittelsystem. So machten sie deutlich, wie unsere Vorliebe für Tierprodukte dazu beiträgt, zoonotische

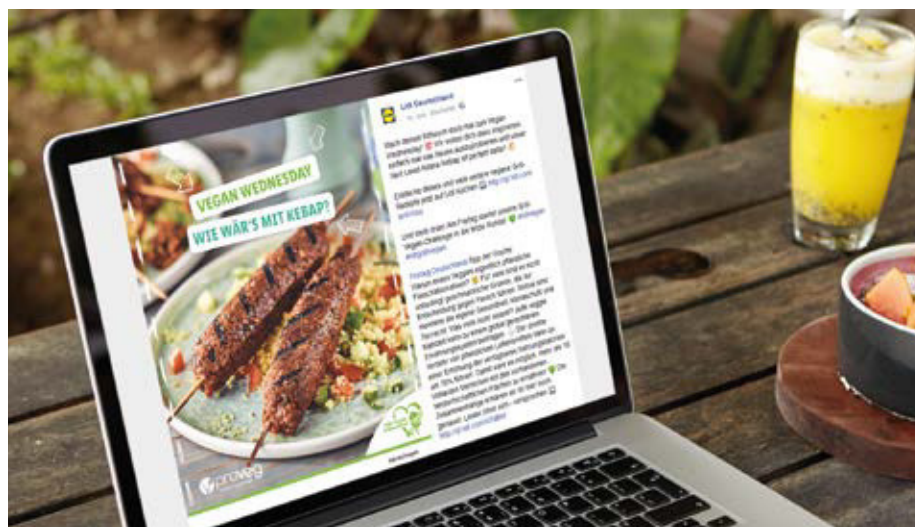
Pandemien zu begünstigen. Teil II wird 2021 publiziert und gibt einen detaillierten Überblick über Lösungsansätze. Es werden ermutigende Entwicklungen ebenso wie neue Chancen aufgezeigt und schließlich konkrete Forderungen formuliert, um Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger dazu anzuregen, ein nachhaltiges und sicheres Ernährungssystem zu schaffen.







Das Incubator-Programm als Online-Format



In unserer umfassenden Social-Media-Kampagne mit Lidl erreichen wir neue Zielgruppen

## Konsumentenumfrage von ProVeg

Im Juni 2020 präsentierten wir die Ergebnisse unserer großen Konsumentenumfrage als Webinar. An der Befragung nahmen 6.221 Verbraucherinnen und Verbraucher aus 9 europäischen Ländern teil. Die Ergebnisse vermitteln einen umfassenden Einblick in das aktuelle Konsumverhalten, aus dem sich das Nachfragepotenzial für pflanzliche Produktalternativen ableiten lässt. Sie bieten Akteurinnen und

Akteuren der Lebensmittelindustrie und dem Handel die Chance, neue nachfragegerechte Angebote erfolgreich auf den Markt zu bringen und bereits vorhandene Produkte zu optimieren. Pflanzliche Alternativen zu Käse, Eiern, Fisch und anderen Meeres-tieren sowie Fertiggerichten gehören zu den Produkten mit den größten Wachstumschancen auf dem Markt für Veggie-Alternativen.

umgesetzt. Das ermöglichte uns eine zunehmend internationale Vernetzung. Außerdem vergab der Incubator erstmals Stipendien an Start-ups und investierte in ausgewählte Unternehmen, initiiert von einem Großspender und langjährigen Unterstützer von ProVeg. Damit bekommt jedes Start-up, das dem ProVeg-Incubator beitrifft, einen Zuschuss von 20.000 €, mit der Möglichkeit, nach Abschluss des Programms weitere Mittel in Höhe von bis zu 180.000 € zu erhalten.

## ● Reichweitenstarke Webinare

Um die Lebensmittelindustrie trotz der COVID-19-Einschränkungen über die aktuellen Entwicklungen am Markt alternativer Proteine auf dem Laufenden zu halten, hat ProVeg einen Teil des geplanten Event-Programms in Webinare mit insgesamt 37 Übertragungen umgewandelt. Mehr als 1.000 Interessierte aus der Lebensmittelbranche haben sich zum Beispiel für die 5-teilige Webinar-Reihe der New Food Conference angemeldet. Aber auch andere ProVeg-Abteilungen, allen voran der Bereich „Food Industry & Retail“ und der oben erwähnte Incubator, konnten mit diesem neuen Format ihre Zielgruppe bestens über laufende Trends des pflanzenbasierten Sektors informieren.

## Erfolgreiche Kampagnenarbeit

### ● ProVeg und Lidl auf Social Media

ProVeg und Lidl gehen gemeinsame Wege: Über Social Media erschließen wir neue Zielgruppen, bringen Interessierten die Vorteile der pflanzlichen Ernährung näher und erhöhen damit die Nachfrage nach veganen Alternativen. In unserer umfassenden Social-Media-Kampagne erreichten wir mit Lidl auf Facebook und Instagram eine neue, eher veggie-ferne Community von mehr als 2,7 Millionen Menschen. Pünktlich zum Auftakt der Grill-saison inspirierten wir die Öffentlichkeit mit Wissen, Fakten und Rezepten für ein pflanzliches Barbecue. Seit Sommer 2020 werden über 100.000 kochbegeisterte Fans von Lidl wöchentlich am „Vegan Wednesday“ mit tiefgründigen Inhalten von uns versorgt. Unser „Vegan Impuls“ auf dem Instagram-Kanal @lidlkochen betont, warum pflanzliche Ernährung nicht nur sehr lecker, sondern auch für Tiere, Umwelt und Menschen gewinnbringend ist. Fundament der erfolgreichen Kooperation bildete die im Herbst 2019 von Lidl initiierte Vegane Werkstatt, die unsere ProVeg-Community bereits bei der Produktentwicklung inhaltlich mit unterstützt hat. In diesem Jahr forcieren ProVeg und Lidl gemeinsam weitere wertvolle und wirkungsreiche Kommunikationsprojekte.

### ● Veggie-Challenge auf der ganzen Welt

Im März 2020 startete die 30-tägige Veggie-Challenge von ProVeg in Deutschland. Die Online-Kampagne hilft Teilnehmenden mit Informationen, Rezepten und einem persönlichen virtuellen Coach bei Fragen rund um die Umstellung hin zu einer pflanzlichen Lebensweise. Weltweit nahmen 2020 rund 300.000 Interessierte an der Veggie-Challenge teil und haben damit ihren Teil zur Umweltentlastung beitragen können. Denn alle, die ihre Ernährung für 30 Tage von einer durchschnittlichen mischköstlichen auf eine pflanzliche Ernährungsweise umstellen, verbrauchen in dieser Zeit



ProVeg auf der Biofach 2020 in Shanghai

Folgendes nicht: etwa 2 Tiere, 62,4 kg CO<sub>2</sub>-Äquivalente (das entspricht einer Autofahrt von circa 520 km), 39.000 l Wasser und 79,8 m<sup>2</sup> Land. Die Veggie-Challenge (Seite 15) ist gerade in Zeiten von Social Distancing eine tolle Möglichkeit, zumindest virtuell mit Gleichgesinnten in Kontakt zu treten und Neues auszuprobieren.

### ● Wir stoppten das Veggie-Burger-Verbot



Im Oktober 2020 entschieden die Europa-abgeordneten über ein Verbot von Begriffen wie „Burger“ oder „Wurst“ für pflanzliche Alternativen. Dieses hätte die Vermarktung von pflanzlichen Alternativen erheblich erschwert und somit der Nachhaltigkeitsstrategie der EU entgegengestanden. Deshalb startete ProVeg eine Online-Petition

gegen das Verbot, die über 270.000 Menschen unterschrieben haben. Und tatsächlich beschloss die Europäische Union, dass Fleischalternativen weiterhin mit gängigen Begriffen wie „Schnitzel“ bezeichnet werden dürfen. Doch die EU weitete leider das Namensverbot für Milchalternativen aus. Aus diesem Grund setzen wir uns seit Mitte Januar 2021 mit einer neuen Petition für konsumentenfreundliche Bezeichnungen pflanzlicher Milchalternativen ein.

Was für ein bewegendes Jahr 2020 mit vielen Höhen und Tiefen. Aber wir haben es geschafft! Wir bedanken uns nochmals sehr herzlich bei allen Mitgliedern, Ehrenamtlichen, Unterstützerinnen und Unterstützern sowie Sponsorinnen und Sponsoren. Ohne Ihre Hilfe hätten wir all diese Projekte nicht umsetzen können. Als kleines Dankeschön möchten wir Ihnen unser brandneues Video mit Grußworten von ProVeg aus der ganzen Welt zeigen. Sie können es hier abrufen: [www.proveg.com/danke](http://www.proveg.com/danke)

*Ngoc Nguyen, Eileen Leistner  
und Lilly Sukowski  
ProVeg-Fundraising*