

PROVEG-JAHRESRÜCKBLICK 2021

Wir als Wegbereiter für pflanzliche Alternativen

Flut, Waldbrände, Hitzewellen und ein alarmierender IPCC-Report – die Warnzeichen der Klimakrise hätten 2021 kaum lauter sein können. ProVeg hat deshalb im vergangenen Jahr seine Aktivitäten auf politischer Ebene weiter ausgebaut. Mit Kampagnen rund um die Bundestagswahl, Präsenz auf der Weltklimakonferenz und Appellen an die EU setzten wir uns für politische Rahmenbedingungen ein, die die Ernährungswende vorantreiben. Dank zahlreicher Unterstützerinnen und Unterstützer blicken wir auf ein Jahr wegweisender Erfolge und wichtiger Meilensteine zurück.



Milch-Zensur, Fleischwerbungs-Stopp, Essen fürs Klima: 2021 stand ganz im Zeichen politischer Arbeit. Indem wir Strukturen schaffen, die pflanzliche Produkte am Markt weiter stärken, treiben wir den Ernährungswandel entscheidend voran.

Bemühungen dieser Art braucht es nicht nur auf hohem politischen Niveau, sondern auch vor Ort bei der Lebensmittelindustrie

sowie bei Verbraucherinnen und Verbrauchern. Deshalb hat ProVeg wieder viele Events veranstaltet und mitgestaltet – online und vor Ort. Mit der New Food Invest rückte erstmals der Investmentbereich als wichtiges Glied der Wertschöpfungskette in den Fokus.

Zahlreiche Unternehmen haben den Wandel hin zu pflanzlicher Ernährung bereits erkannt. Mit Unterstützung von ProVeg

haben sie neue Produkte entwickelt und pflanzliche Menülinien eingeführt. Von ProVeg in Auftrag gegebene Marktforschungsdaten weisen den Weg, welche pflanzlichen Alternativen als Nächstes den Markt erobern werden. International hat ProVeg Zuwachs bekommen und baut bestehende Aktivitäten weiter aus. Im Folgenden stellen wir eine Auswahl der erfolgreichsten Projekte 2021 vor.

GEMEINSAM MIT STARKEN PARTNERN

Veggie im Außer-Haus-Markt

Im Austausch mit ProVeg hat Deutschlands größter Betriebs-Caterer Eurest die rein pflanzliche Menülinie „Powered by Plants“ in rund 200 Betriebsrestaurants eingeführt. Außerdem schulte ProVeg Mitarbeitende von Frischli und Hilcona. Auch die Verpflegung in Kliniken rückt immer mehr in den Fokus. Die von Klüh Catering und ProVeg gemeinsam entwickelte pflanzliche Menülinie „Pflanzenkraft“ für Krankenhäuser und Reha-Kliniken bekam 2021 den Frankfurter Preis, die höchste Auszeichnung der Gemeinschaftsgastronomie.

Pflanzliche Produkte im Supermarkt

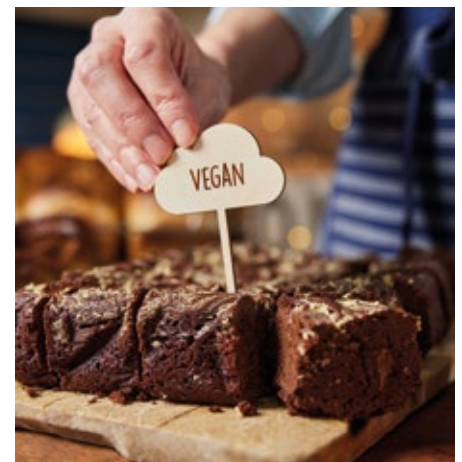
Für mehr pflanzliche Produkte in den Supermarkt-Regalen: Mit Unterstützung

von ProVeg hat Lidl unter der Veggie-Eigenmarke Vemondo im vergangenen Jahr 44 vegane Produkte auf den Markt gebracht – erhältlich in über 3.200 Filialen. Dazu zählen pflanzliche Fisch-Nuggets, eine Ei-Alternative sowie vegane Milch- und Käseprodukte.

Backwaren ohne Ei

Das One-Ingredient-Projekt hat sich 2021 auf Ei-Alternativen in Backwaren fokussiert. Gemeinsam mit einem erfahrenen Bäcker testete das Team mehr als 20 vegane Ei-Lösungen für die industrielle Anwendung. Die Ergebnisse wurden gemeinsam mit einem Marktforschungsinstitut veröffentlicht. Das ist der erste umfassende Überblick über Ei-Alternativen. Ziel des One-Ingredient-Projekts: beliebte Lebens-

mittel durch den Austausch einer einzelnen Zutat zu veganisieren – bei überzeugendem Geschmack und gleicher Textur (Seite 24).



V-Label bei Burger King, dm und Co.

2021 hat Burger King 2 vegane Produkte lizenzieren lassen, weitere sind in Planung. Damit wurde das V-Label in Deutschland erstmals für den Gastronomie-Bereich vergeben. Die Drogeriekette dm zertifiziert jetzt alle Eigenmarken mit dem V-Label. Außerdem sind weitere große Kunden dazugekommen oder haben ihr veganes Sortiment maßgeblich erweitert, darunter Henkel Freixenet, Puma, Haribo und Bauer.



POLITISCHE KAMPAGNEN

Milch-Zensur, Fleischwerbung und Co.

Anfang 2021 machte ProVeg lautstark auf die geplante Zensur pflanzlicher Milchprodukte aufmerksam. In der zugehörigen Petition unterstützte fast eine halbe Million EU-Bürgerinnen und -Bürger unsere Forderung. Mit Erfolg: Die EU hat den Änderungsantrag zurückgezogen. Im Rahmen der Kampagne „Das macht keinen Sinn!“ forderte ProVeg EU-Politikerinnen und -Politiker auf, die Bewerbung von Fleisch- und Milchprodukten nicht länger zu subventionieren. Im Mai 2021 leitete ProVeg einen Independent Food Systems Summit Dialogue der Vereinten Nationen (UN). Hier wurde diskutiert, wie persönliches Verhalten so gelenkt werden kann, dass Menschen sich mehr für klimafreundliches Essen entscheiden. Der Feedback-Bericht wurde anschließend der UN vorgelegt. Außerdem ist ProVeg dem One Planet Network beigetreten und leistet damit einen Beitrag zu dessen Programm für nachhaltige Lebensmittelsysteme.

Ernährung im Koalitionsvertrag

Unter dem Titel „Essen fürs Klima“ forderte ProVeg die neue Bundesregierung auf, Ernährung auf die Klimaschutzagenda zu nehmen. Vor der Bundestagswahl haben wir in Berlin im Rahmen des globalen Klimastreiks dafür auf der Straße demonstriert. Ein positives Ergebnis: Der Koalitionsvertrag erfüllt zentrale Forderungen von ProVeg (Seite 10).



ProVeg auf der COP 26



ProVeg war auf der Weltklimakonferenz und machte klar: Ohne eine Umstellung unseres Ernährungssystems sind die Klimaziele nicht zu erreichen. In Pressekonferenzen, Diskussionsrunden und mit einer Videobotschaft im Pavillon der Weltgesundheitsorganisation (WHO) erklärte ProVeg den Zusammenhang zwischen Ernährung, Klima und Pandemien. Der neue Status als Berater beim UN-Wirtschafts- und -Sozialrat ermöglichte ProVeg Veranstaltungen in der Blue Zone, der wichtigen Verhandlungszone (Seite 8).

Marktforschung von ProVeg



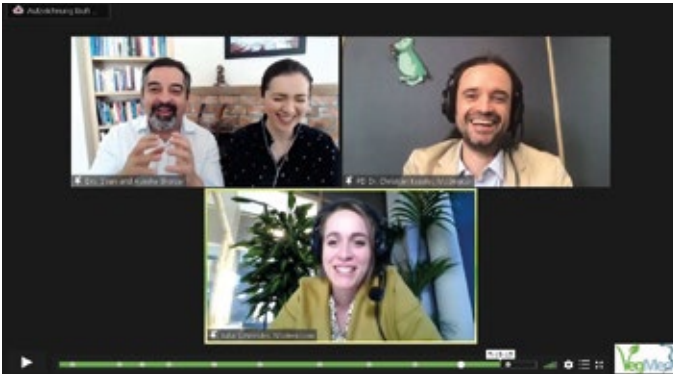
2021 veröffentlichte ProVeg im Rahmen des Smart-Protein-Projekts 2 wegweisende Studien: Die eine erhob Supermarkt-Daten in 11 europäischen Ländern und zeigte, welche pflanzlichen Alternativprodukte besonders gefragt sind. Die andere erfasste das Konsumverhalten von Europäerinnen und Europäern sowie Wünsche bei Alternativprodukten. Marktforschungsdaten dieser Art sind eine wichtige Grundlage für neue Produktentwicklungen.

International aktiv



Das Ernährungssystem zu verändern, ist eine globale Aufgabe. Deshalb hat ProVeg 2021 seine internationalen Tätigkeiten weiter ausgebaut. ProVeg Asien startete die erste Food Innovation Challenge in Südostasien. ProVeg Polen arbeitete eng mit Aldi zusammen, um die pflanzliche Produktpalette zu erweitern. Der ProVeg Africa Accelerator weitete seine Reichweite aus und ist nun in 24 Ländern aktiv. Außerdem ist die Czech Vegan Society jetzt als ProVeg Tschechien Teil der ProVeg-Familie (Seite 12).

INFORMIEREN, NETZWERKEN, VONEINANDER LERNEN



ProVeg auf der großen Bühne

Online und offline: Auch 2021 richtete ProVeg wegweisende Veranstaltungen aus und setzte Impulse auf wichtigen Kongressen. Auf der virtuellen Internorga, der führenden Gastronomie-Messe, gab ProVeg Anstöße für pflanzliche Gerichte im Außer-Haus-Markt. Bei der VegMed diskutierten über 700 medizinische Fachkräfte, wie pflanzliche Ernährung unser Gesundheitssystem verändern kann. Gemeinsam mit dem Großhändler Transgourmet informierte und inspirierte ProVeg mit „Kitchen Plan(t)“ den Gastronomie-Sektor (Seite 17).



New Food Conference und New Food Invest

Gleich 2 Editionen der New Food Conference verankerten alternative Proteine noch stärker in der Lebensmittelindustrie. Die erste Ausgabe beleuchtete als Online-Event die gesamte Wertschöpfungskette pflanzlicher Alternativen. Die zweite fand im Rahmen der weltgrößten Lebensmittelmesse Anuga statt und richtete den Blick auf die zelluläre Landwirtschaft. Dafür gab es reges Medieninteresse – unter anderem von Sat.1 und ZDF. Außerdem fand erstmals die New Food Invest statt, die Start-ups mit Investorinnen und Investoren zusammenbringt.

DIE NÄCHSTE GENERATION: SCHULEN UND START-UPS

Kochen mit Kindern

Die Kampagne „Leckerer Essen für alle“ hat auch 2021 wieder pflanzliche Ernährung in Schulen gebracht. Neben Aktionstagen vor Ort gab es Online-Unterricht und Webinare für Lehrkräfte (Seite 22). Die neue Kampagne „Planetary Health Mensa“ unterstützt Universitäten bei der Einführung pflanzlicher Menülinien.



Start-ups werden flügge

Der ProVeg-Incubator hat bereits die 6. Kohorte vielversprechender Start-ups in die Wirtschaft entlassen. Das Programm gipfelte erneut in einem Demo-Tag vor einem Online-Publikum, bestehend aus Investorinnen und Investoren, Einzelhandel und Medien. Im Herbst wurde mit dem „Hackathon“ ein neues Programm zur Förderung und Rekrutierung junger Talente ins Leben gerufen. Der ProVeg-Incubator zählt mittlerweile mehr als 55 internationale Alumnis. Insgesamt haben diese Start-ups bereits über 100 Millionen Euro Investitionssumme eingesammelt; ihre Produkte gibt es weltweit in 15.000 Läden.

Danke

Auch 2021 war wieder ein bewegtes Jahr mit großen Aufgaben, neuen Herausforderungen und motivierenden Erfolgen. Erfolge, die ohne den Einsatz vieler Tausend Menschen nicht möglich gewesen wären. Deshalb möchten wir uns an dieser Stelle noch einmal von ganzem Herzen bedanken: bei allen Mitgliedern, Ehrenamtlichen, Sponsorinnen und Sponsoren und all jenen, die auf ihre Art die pflanzliche Botschaft in die Welt tragen. Ihre Unterstützung ist es, die uns antreibt, uns immer wieder über uns hinauswachsen lässt und den Weg für eine pflanzliche Ernährungswende bereitet. Danke.



Kathleen Gerstenberg

Unsere Autorin interessiert sich für gesunde Ernährung. Seit 2018 ist sie bei ProVeg, liebt Wortneuschöpfungen und jongliert als Content-Managerin mit Sprache, um noch mehr Menschen für eine pflanzliche Lebensweise zu begeistern.