swissveg

JAHRESBERICHT 2018

Swissveg
Das Jahr 2018
JAHRESBERICHT

Niederfeldstrasse 92
CH-8408 Winterthur

TEL. +41 (0)71 477 33 77

E-MAIL info@swissveg.ch
WEB www.swissveg.ch

BANKVERBINDUNG
Postkonto 90-21299-7

Gedruckt auf Recycling-Papier

IM NAMEN DER TIERE UND DER UMWELT

Liebe Freunde, Mitglieder und Unterstützer

Gemeinsam können wir Institutionen mächtig aufrütteln und gestalten Geschichte. Mit Ihrer grosszügigen Unterstützung im Jahr 2018 haben wir genau das gemacht:

Unsere expansiven Kommunikationskanäle, kombiniert mit Medienberichterstattung und Kampagnenarbeit, ermöglichen es uns, das Bewusstsein im ganzen Land zu schärfen.

Dank Ihrem Beitrag wird unsere politische Stimme immer stärker – miteinander können wir nachhaltig etwas bewegen und die Schweiz umwelt- und tierfreundlicher gestalten.

Das Jahr 2018 war geprägt von wichtigen Aufklärungskampagnen, die vielen Menschen die Augen dafür öffneten, was Massentierhaltung in der Schweiz und auch global bedeutet und welche weitreichenden Folgen der scheinbar harmlose Konsum Einzelner für Tiere wie die Umwelt hat.

Wir haben fesselnde Videos erstellt, vegane Restaurants vorgestellt, Rezepte geteilt, Events veranstaltet, Petitionen und Initiativen unterstützt und miteingereicht und vieles mehr.

Zusammen mit Outside The Box haben wir den Film «The End of Meat» von Marc Pierschel in die Schweizer Kinos gebracht und spannende Vorpremiere–Events und Podiumsdiskussionen mit verschiedenen Experten gehalten.

Herzlichen Dank, dass Sie den Tieren eine dringend benötigte Stimme geben. Die Zukunft ist vegan, die Zukunft isst vegan.

Wir haben die Erde nicht von unseren Eltern geerbt – sondern von unseren Kindern geliehen. Glücklicherweise ist die zukünftige Generation auf dem besten Weg, sich ihren Planeten zurückzuerobern.

Renato Pichler
Präsident, Swissveg

INHALT

2018

Personelles

Vorstand 7

Partner 7

Geschäftsstelle 8

Tätigkeiten

Öffentlichkeitsarbeit und politische Kommunikation 10

- Lauterkeitsbeschwerde 10
- Muttertagsaktion 11
- Vegan-Monat 12
- Inserat Tagesanzeiger 13
- Erklärungsvideo 13
- Fotos mit Schild 14
- Infomaterial 15

Medienarbeit 17

Kampagnen 19

- Echt schwach 19
- Huhngesund? 20
- Pelz ohne Haare 21

Events 22

- Standaktionen 23

V-Label 24

Projekte 25

- Krankenkassen 25
- Fluggesellschaften 25

Veg-Info 26

Entwicklung

Klimaneutral 28
Mitglieder 29
Social Media 29

Ausblick

Ausblick und Ziele 31

Personelles

VORSTAND

Im Swissveg-Vorstand kam es 2018 zu keinen Änderungen. Das Gremium bestand aus Präsident Renato Pichler (Geschäftsführer Swissveg, Stiftungsrat Das TIER + WIR – Stiftung für Ethik im Unterricht und Vorstandsmitglied der Europäischen Vegetarier Union EVU), Marco Eberhard (Vizepräsident) und Monika Akeret (Geschäftsführerin Tofulino Winterthur). Alle Vorstandsmitglieder üben ihre Tätigkeit als Vorstandsmitglied ehrenamtlich für Swissveg aus.

Der Vorstand hat einmal im Monat eine Telefonkonferenz. Dazwischen wird in der Regel per E-Mail kommuniziert. Zwei Mal jährlich trifft man sich physisch zu einer Tagessitzung. Ansonsten bringen sich die Vorstandsmitglieder sehr unterschiedlich je nach Zeit, Fähigkeiten oder Interessen ein.

Renato Pichler

Marco Eberhard

PARTNER

Auch im Jahr 2018 konnte Swissveg viele neue Partnerschaften mit Organisationen und Unternehmen eingehen. Für unser Swissveg-Card-Partnerschaftsprogramm, das unseren Mitgliedern Vorteile und Rabatte bei allen beteiligten Partnern bietet, konnten wir seit 2018 unter anderem die Restaurants Hiltl und tibits Oerlikon gewinnen.

Auch im Non-Food-Bereich gibt es spannende Neuzugänge, wie etwa das Unternehmen exurbe, das vegane und tierversuchsfreie Kosmetik aus der Schweiz anbietet. Die gesamte Liste unserer Card-Partner ist unter swissveg.ch/card aufgeführt.

Monika Akeret

GESCHÄFTSSTELLE

Bernadette Raschle

Simone Fuhrmann

Karin Pichler

Leon

Beatrice Stahel

Marcel Bohnet

Olivia Villard

Olivia Amstutz

Danielle Cotten

Yoshi

Julia Neukomm

Nadja Lazar

Die Geschäftsleitung von Swissveg wurde wiederum von Renato Pichler wahrgenommen. Seit 2018 wurde er neu von Simone Fuhrmann, seit 2016 Personalverantwortliche und Projektleiterin bei Swissveg, als seine Stellvertreterin unterstützt.

Mitglieder des V-Label-Teams sind Marcel Bohnet, der seit 2018 sein Pensum auf 80% reduziert hat, und Beatrice Stahel, die mit einem 100% Pensum im Bereich Zertifizierung tätig ist.

Für die Redaktionsleitung unseres Magazins *Veg-Info* hat uns zu Beginn des Jahres 2018 Marion Sommer als freie Mitarbeiterin unterstützt, bis im Mai 2018 Bernadette Raschle von ihrem Mutterschaftsurlaub zurückgekehrt ist.

Für die Planung und Durchführung von Kampagnen, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Events und Betreuung von Studentenanfragen war Danielle Cotten zusammen mit den Praktikantinnen Nadja Lazar (Jan-Feb), Olivia Amstutz (Feb-Aug) und Julia Neukomm (Aug-Dez) zuständig.

Die Administration sowie die Mitgliederbetreuung von Swissveg wurden von Karin Pichler geleitet.

Französische redaktionelle Beiträge sowie Events in der Romandie wurden von Olivia Villard geleitet, mit Unterstützung von Simone Fuhrmann (Events) und Evelyne Campana (Ehrenamtliche Mitarbeiterin Übersetzungen Social Media).

Der Beschäftigungsgrad der neun fest angestellten Swissveg-Mitarbeitenden betrug insgesamt 630 Stellenprozent. Vervollständigt wurde das Swissveg-Team wie in den Vorjahren durch zahlreiche freie Mitarbeitende, Volontäre und ehrenamtliche Helfer.

Tätigkeiten

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND POLITISCHE KOMMUNIKATION

Swissveg ist auf den gängigen sozialen Medien beinahe täglich mit aktuellen Beiträgen präsent. Auf Facebook erreichten wir per Ende Jahr 12 500 Abonnenten und haben wöchentlich eine durchschnittliche Reichweite von rund 30 000 Personen. Im Spitzenmonat Dezember haben wir innert 28 Tagen 130 000 Menschen erreicht.

Auf Instagram schlugen wir 2018 einen steilen Kurs ein und erreichten bis zum Jahresende 5500 Abonnenten.

Unsere Website www.swissveg.ch wurde auch im vergangenen Jahr laufend erweitert. Sie gibt auf praktisch jede Frage rund um die vegane Lebensweise eine Antwort.

Mit knapp 6000 Abonnenten ist der Swissveg-Newsletter ein wichtiges und kostengünstiges Medium zur Informationsverbreitung bzw. -gewinnung. Jede/r kann sich ganz einfach online für den Swissveg-Newsletter anmelden:

www.swissveg.ch/newsletter

Lauterkeitsbeschwerde

Aufgrund der irreführenden Werbekampagne «Echt stark» von Swissmilk hat Swissveg am 12. März 2018 Beschwerde an die Schweizerische Lauterkeitskommission betreffend unlauterer kommerzieller Kommunikation eingereicht.

Speziell kritisiert haben wir folgende Behauptung von Swissmilk:
Die umweltgerechte und nachhaltige Landwirtschaft «… beschert Lovely und ihren Freundinnen ein gutes Leben». Lovely ist die Protagonistin der Swissmilk-Kampagnen und wird in der Werbung als natürliche, in der Freiheit lebende Kuh mit Hörnern dargestellt, die in der Realität kaum anzutreffen ist.

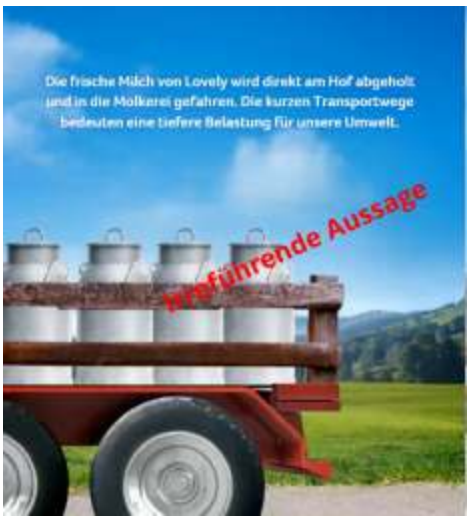
Am 4. Juli 2018 hat uns die Lauterkeitskommission ihren Entscheid dazu mitgeteilt. Unsere Beschwerde wurde abgelehnt. Sie sieht keine Unlauterkeit in der Werbung von Swissmilk. Begründung: Der Durchschnittsadressat gehe davon aus, dass Schweizer Kühe ein «gutes Leben» führen, sofern die Mindestvorgaben der Tierschutzgesetzgebung eingehalten werden. Zudem sei «ein gutes Leben» nicht absolut bestimmbar oder objektiv messbar und letztlich eine rein subjektive Ansichtssache. Nicht beachtet wird dabei, dass das Tierschutzgesetz nur die Grenze zur (illegalen) Tierquälerei festlegt, was jedoch nicht automatisch eine tierfreundliche Haltung ergibt.

Swissveg kritisiert mit dieser Beschwerde ohne Frage auch die Werbeaussagen von Swissmilk, welche verschleiern, was mit den sogenannten Nutztieren tagtäglich passiert. Auch in Zukunft werden wir gegen Unlauterkeit in Werbungen vorgehen. Dafür benötigen wir unbedingt auch weiterhin Ihre Unterstützung.

Alle Details zur Richtigstellung der Swissmilk-Behauptungen aus der «Echt stark»-Kampagne haben wir unter swissveg.ch/echt-schwach aufgelistet.

Dialog aufgenommen

In einem persönlichen Gespräch haben wir im Dezember 2018 einen ersten Austausch mit Swissmilk gewagt, um unsere Standpunkte zu erläutern und um Lösungen für bestimmte Konflikte anzustreben, unter anderem die Namensgebung von pflanzlichen Alternativprodukten.



Muttertagsaktion

Rund um den Muttertag 2018 haben wir die am härtesten arbeitende Mutter der Schweiz vorgestellt und folgende Fragen an die Schweiz gerichtet:

Sind Kühe glücklich,

- wenn sie immer wieder künstlich befruchtet werden?
- wenn ihnen ihr Kalb direkt nach der Geburt weggenommen wird?
- wenn ihnen die Milch gestohlen wird, die sie für ihr Kalb produzieren?
- wenn sie in einem Lastwagen ins Schlachthaus transportiert werden?
- wenn das Bolzenschussgerät an ihren Kopf gerichtet wird?

Wir haben dazu aufgerufen, an die am härtesten arbeitenden Mütter der Schweiz zu denken: Die Milchkühe. Mit unserer Muttertagskampagne stellten wir die Schweizer Milchkuh ins Rampenlicht und durften sehr viel positives Feedback dafür entgegennehmen.

Unter swissveg.ch/muttertag gibt es zehn verschiedene Postkarten zum Thema, die man herunterladen kann.

Vegan-Monat

Am 1. November 2018 feierten wir den Welt-Vegan-Tag und somit auch den Start in einen weiteren Vegan-Monat November! Swissveg hat mit täglichen Social Media Posts leckere Rezepte geteilt, tolle Gewinnspiele veranstaltet und lehrreiche Beiträge rund um die vegane Bewegung verbreitet. Wir danken allen Sponsoren für die grosszügige Unterstützung, die diesen Vegan-Monat möglich gemacht haben. Es freut uns sehr, dass wir unserer Community ein vielseitiges Angebot an Gewinnpreisen bieten und unsere Reichweite mit dieser Aktion nochmals vergrössern konnten.

Inserat Tagesanzeiger

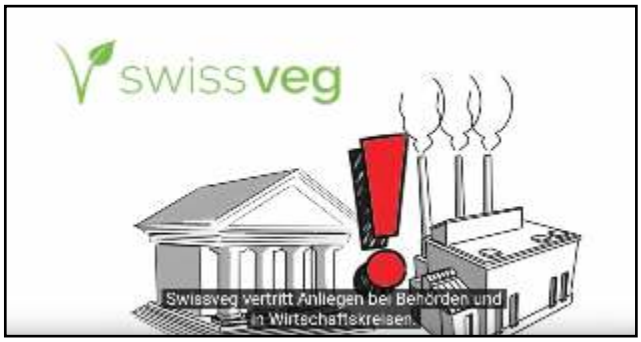
Dank der grosszügigen Spende einer Gönnerin von Swissveg publizierten wir im März 2018 das nebenstehende Inserat in einer Spezialbeilage mit dem Thema Gesundheit im «Tages-Anzeiger». Mit unserer Ernährung wählen wir täglich, ob wir Krankheiten bekämpfen und die Gesundheit fördern – oder umgekehrt.

Erklärungsvideo

Viele vegetarisch und vegan lebende Menschen in der Schweiz schätzen zwar unsere Aufklärungsarbeit oder den Komfort, den das V-Label beim Einkaufen bietet; sie unterstützen aber die Interessenvertretung (noch) nicht als Mitglied. Um aufzuzeigen, welche Arbeit wir – häufig unerkannt im Hintergrund – leisten, haben wir im April 2018 ein 1-minütiges Erklärungsvideo über Swissveg veröffentlicht.

Es zeigt eine Frau mit Kind sowie einen Mann und erklärt, weshalb die beiden vegan leben und weshalb sie gemeinsam als Mitglied den Verein Swissveg aktiv unterstützen.

Das Video ist auf unserer Swissveg-Website unter swissveg.ch/ueber_uns oder auf unserem Youtube-Kanal swissveg.ch/youtube jeweils auf Deutsch und Französisch abrufbar.



Fotos mit Schild

«Gemeinsam etwas beVEGen» – unter diesem Motto hat Swissveg Menschen getroffen, die sich mit ihrem Statement zur vegetarisch-veganen Lebensweise fotografieren liessen. Die Bilder wurden im Sommer und Herbst 2018 auf verschiedenen Kommunikationskanälen von Swissveg verbreitet.

Ein besonderes Dankeschön geht nicht nur an alle freiwilligen Models, sondern auch an tibits für die tolle Location und selbstverständlich an unseren Fotografen Robert Reber (www.robert-reber.com) sowie an Cornelia Ammon, die assistiert hat.

Die verschiedenen Bilder sind unter swissveg.ch/statements abrufbar.

Das wurde 2018 gedruckt:

Swissveg-Card-Partner-Flyer 100 Stück
Klimaflyer 2500 Stück
Postkarte Leder 7500 Stück
Aufkleber Leder 1000 Stück
Faltblatt Klimaschutz 5000 Stück
Öko-Broschüre 2500 Stück
Postkarte Autokilometer 2500 Stück
Eier-Faltblatt 5000 Stück
Fisch-Faltblatt 10 000 Stück
Milch-Faltblatt 17 500 Stück
Faltblatt Achtsam Nachhaltig 10 000 Stück
Aufkleber Huhngesund? 500 Stück
Poster Huhngesund? A2 3 Stück
Postkarte Milch – echt schwach 5000 Stück
Faltblatt Vegi-Basics Franz. 2500 Stück
Milchbroschüre Ital. 500 Stück
Aufkleber vegan rocks 2500 Stück
Tier+Wir Kinderheft 5000 Stück
Aufkleber rund 25 Jahre Swissveg 2500 Stück
Swissveg-Blache 200x50 1 Stück
Faltblatt Huhngesund? 2500 Stück
Faltblatt Huhngesund? Franz. 1000 Stück
Postkarte Huhngesund? 5000 Stück
Aufkleber Huhngesund? klein 500 Stück
Tier+Wir Tierschutzhandbuch 2500 Stück
Postkarte Wasserdiagramm 1000 Stück
Postkarte Tiere achten A8 2500 Stück
Aufkleber Herzlichen Dank klein 1000 Stück
Aufkleber GoVegan klein 5000 Stück
Swissveg-Card-Broschüre 1000 Stück
Autokleber VGNFUN 1 Stück
Postkarte Avocado CO_2 5000 Stück
Adressaufkleber 5000 Stück
Veg-Info 2018 Deutsch 40 000 Stück
Veg Info 2018 Franz. 4000 Stück

Total: **158 105** Stück

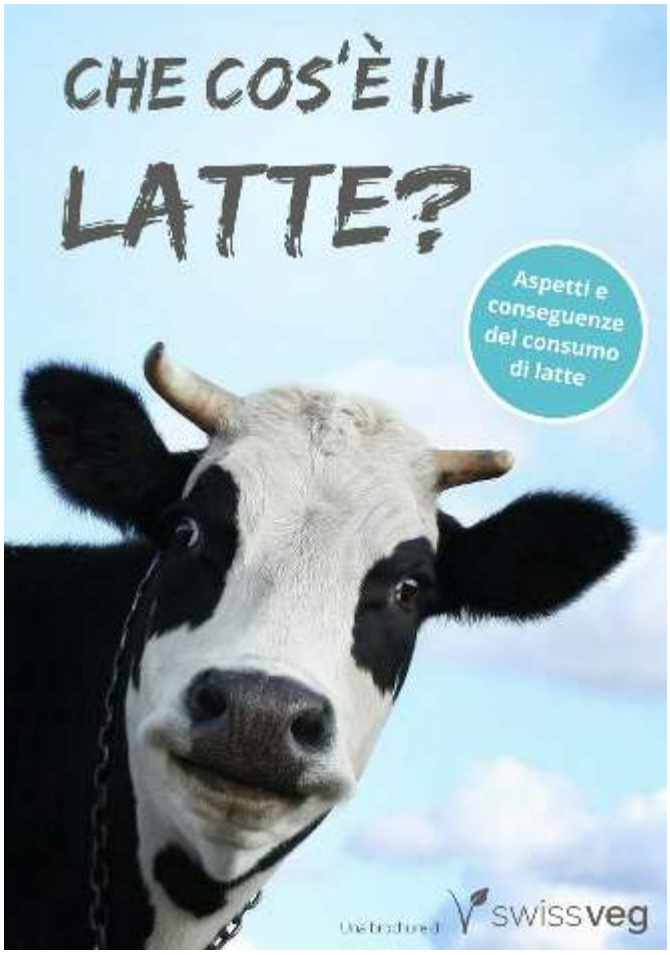
Infomaterial

2018 wurde wiederum fleissig CO_2-neutrales Infomaterial gedruckt! Neu zum Sortiment hinzu kam Info- und Werbematerial rund um die durchgeführten Kampagnen «Echt schwach», «HuHngesund?» und «Pelz ohne Haare» (siehe nächste Seite).

Insbesondere gab es neu auf Deutsch eine Postkarte «Milch – echt schwach»; zu «HuHngesund?» ein Faltblatt, eine Postkarte, Aufkleber und ein Poster in der Grösse A2; zur Lederkampagne «Pelz ohne Haare» einen Flyer, Aufkleber sowie ein Poster in der Grösse A2. Ebenfalls entstand eine aktualisierte Swissveg-Card-Broschüre. Es wurden zudem eine überarbeitete Neuauflage der Ökologiebroschüre sowie eine komplett überarbeitete Version der Postkarte «Autokilometer» erstellt.

Auf Französisch kam neu ein Basics-Faltblatt hinzu.

Neu gibt es seit 2018 auch eine Auswahl an Material auf Italienisch. Bisher wurden die Milchbroschüre sowie die Faltblätter zu den Themen Klimaschutz, Milch, Ei und Fisch übersetzt.



Zusätzliches:

Swissveg-T-Shirts schwarz und grün

Swissveg-Laufshirt

Swissveg-Hoodies

Swissveg-V-Label-Anhänger mit und ohne Karabiner

MEDIENARBEIT

Ein wichtiger Bestandteil der Medienarbeit beinhaltet das Medienmonitoring – wir beobachten veröffentlichte Inhalte von Print- und Onlinemedien und setzen uns dafür ein, dass Falschaussagen über die vegane Lebensweise richtiggestellt werden. Auch im Jahr 2018 mussten wir uns der Herausforderung stellen, dass Medien häufig im Sinne der Milch- und Fleischindustrie arbeiten, da diese finanzstarke Inserenten und somit Geldgeber sind. Nichtsdestotrotz wurde Swissveg als kompetente Anlaufstelle und Interessenvertreter vegan und vegetarisch lebender Menschen von diversen Zeitungen, Radios und Fernsehsendern kontaktiert. Auch beinahe zwei Jahre nach Veröffentlichung unserer repräsentativen Umfrage, die wir dem Marktforschungsinstitut Demoscope in Auftrag gegeben hatten, werden die Ergebnisse laufend genutzt und zitiert.

Es erreichen uns täglich E-Mails mit Interview- oder Sachanfragen zu Veganismus, Vegetarismus, Umwelt, Tierethik und Gesundheit. Diverse Male wurde Swissveg in Medien wie 20 Minuten, Blick, SRF oder Radiosendungen in der Deutsch- und Westschweiz erwähnt und zitiert.

Hier wurde Swissveg erwähnt:

20 Minuten:

Was passiert, wenn wir einen Monat vegan leben?
20min.ch – 05.01.2018

Wir wollen, dass man bewusst Fleisch isst.
20min.ch – 08.03.2018

Für diese Täter ist das Tierwohl eine Art Religion.
20min.ch – 14.03.2018

Farbanschlag auf Knies Fleisch-Restaurant.
20min.ch – 14.03.2018

Was taugen die Alternativen zur Milch?
20min.ch – 15.05.2018

Swissveg warnt vor tödlichem Poulet-Konsum.
20min.ch – 23.06.2018

Zirkus-Spross spielt mit totem Schwein.
blick.ch – 06.03.2018

Vegi-Verein entfernt Gregory Knie nach «Säuligate» von Website.
blick.ch – 07.03.2018

Gregory Knie wegen «Säuligate» immer mehr unter Beschuss.
blick.ch – 08.03.2018

Vegetarier sollten toleranter werden!
blick.ch – 29.04.2018

Dürfen Vegi-Produkte Schnitzel und Wurst heissen?
blick.ch – 03.05.2018

Bundesrat empfiehlt Nein zu Initiative gegen Pestizid.
blick.ch – 15.06.2018

Bundesrat lehnt Trinkwasserinitiative ohne Gegenvorschlag ab.
blick.ch – 14.12.2018

Schweizer Bauer:

Trinkwasser-Initiative eingereicht.
schweizerbauer.ch – 18.01.2018

Veganer haben das Güllen im Visier.
schweizerbauer.ch – 14.02.2018

Trinkwasser-Initiative kommt an Urne.
schweizerbauer.ch – 01.03.2018

Bauernverbände fördern Veganer.
schweizerbauer.ch – 30.03.2018

SMP: Veganer klagen erneut.
schweizerbauer.ch – 09.04.2018

Trinkwasserinitiative abgelehnt.
schweizerbauer.ch – 15.06.2018

Kein Fleisch für Mitarbeiter.
schweizerbauer.ch – 19.07.2018

Watson:

Bundesrat empfiehlt Nein zu Initiative gegen Pestizid
watson.ch – 15.06.2018

Abweisende Vegetarier, skeptische Metzger.
watson.ch – 17.07.2018

Jetzt wird das Laborfleisch dem Bundesrat aufgetischt.
watson.ch – 01.12.2018

Bundesrat lehnt Trinkwasserinitiative ohne Gegenvorschlag ab.
watson.ch – 14.12.2018

Bluewin:

Vegetarische Ernährung für Kinder: Gesund oder riskant?
bluewin.ch – 20.04.2018

Fleischersatz: Wie gesund ist die Vegi-Wurst wirklich?
bluewin.ch – 10.09.2018

Fleischkonsum: Eine Steuer zum Schutz der Gesundheit?
bluewin.ch – 22.12.2018

Nein zur Trinkwasserinitiative.
bluewin.ch – 22.12.2018

Nau:

Kann Spuren von Milch enthalten - sind diese Lebensmittel vegan?
nau.ch – 01.11.2018

Schweizer kaufen immer mehr Vegi-Produkte.
nau.ch – 05.04.2018

SRF:

So isst die Schweiz – 10 Fakten.
srf.ch – 15.06.2018

Vielen Tieren könnte es besser gehen.
srf.ch – 14.09.2018

FM1:

Vegantasia schliesst schon wieder.
fm1today.ch – 12.10.2018

Lust auf veganes Raclette?
fm1today.ch - 15.10.2018

Swissmilk ist «Feindbild Nummero Uno».
fm1today.ch – 26.10.2018

NZZ:

Trinkwasser-Initiative kommt an die Urne.
nzz.ch – 01.03.2018

Eine Steuer zum Schutz der Gesundheit?
nzz.ch – 02.12.2018

Tages-Anzeiger:

Auf einmal macht Milch alle sauer.
tagesanzeiger.ch – 12.05.2018

Unternehmen streicht Fleisch für Mitarbeiter.
tagesanzeiger.ch – 19.07.2018

Werbewoche:

Die Schweiz verliert das Interesse an Kuhmilch.
werbewoche.ch – 13.05.2018

Infosperber:

Das saubere Image der Milch bröckelt.
infosperber.ch – 09.07.2018

Luzerner Zeitung:

Bundesrat empfiehlt Nein zu Initiative gegen Pestizid.
luzernerzeitung.ch – 15.06.2018

Bundesrat lehnt Trinkwasserinitiative ohne Gegenvorschlag ab.
luzernerzeitung.ch – 14.12.2018

Landbote:

«Entweder wir ändern uns, oder wir sterben aus.»
landbote.ch – 31.08.2018

Berner Zeitung:

Erstes veganes Restaurant in Thun.
bernerzeitung.ch – 25.02.2018

Der Vollmond ist aufgegangen
bernerzeitung.ch – 06.03.2018

Aargauer Zeitung:

Vegan erreicht den Supermarkt.
aargauerzeitung.ch – 24.02.2018

Vegi-Menü ist nötig.
aargauerzeitung.ch – 29.06.2018

Züriost:

«Damals kannten viele das Wort vegan noch nicht.»
zueriost.ch – 15.08.2018

Lokalinfo:

VeggieWorld lockt in die Zürcher Messehalle.
lokalinfo.ch – 28.09.2018

Barfi:

Veganer Allerlei-Laden zieht an die Schneidergasse.
barfi.ch – 28.05.2018

Rolling Pin:

Gregory Knie: Vegetarier eröffnet Metzgerei.
rollingpin.ch – 09.03.2018

Medien weiterer Sprachen:

RTS:

L'initiative contre l'utilisation de pesticides et d'antibiotiques déposée.
rts.ch – 19.01.2018

Les restaurants végétariens se fraient un chemin en Suisse romande.
rts.ch – 04.10.2018

Le Temps:

Le visage raisonnable de la défense animal.
letemps.ch – 02.03.2018

RSI:

In Svizzera si beve meno latte.
rsi.ch – 13.03.2018

Bilan:

La chaine végétarienne Tibits parie sur Lausanne.
bilan.ch – 06.12.2018

SWI:

La femme qui va convoquer un pays entier aux urnes.
swissinfo.ch/fre – 18.01.2018

La Liberté:

L'association Swissveg fête ses 25 ans.
laliberte.ch – 07.08.2018

Greenmatters:

IKEA vows to eliminate all single-use plastic by 2020.
greenmatters.com – 16.06.2018

La Regione:

Latte macchiato.
laregione.ch – 14.05.2018

Agefi:

Le végane est un jeune citadin cultivé.
agefi.com – 05.12.2018

20 Minutes:

Hier végétarien militant, il se lance dans la boucherie.
20min.ch/ro – 07.03.2018

Tio 20 Minuti:

Riuscita l'iniziativa contro pesticidi e antibiotici in agricoltura
tio.ch – 01.03.2018

Beviamo sempre meno latte.
tio.ch – 13.05.2018

Specialisti della cucina veg si diventa: parte il corso della Scuola Club.
tio.ch – 29.10.2018

KAMPAGNEN

2018 war geprägt von intensiver Kampagnenarbeit. Über das Jahr hinweg haben wir drei wichtige Themen aufgegriffen, die wir mit Öffentlichkeitsarbeit über einen Zeitraum von jeweils mehreren Wochen bis Monaten an diverse Zielpublika gerichtet haben.

Echt schwach

Im März 2018 sind wir der «Echt-stark»-Kampagne von Swissmilk auf den Grund gegangen und haben die 10 untenstehenden Argumente richtiggestellt:

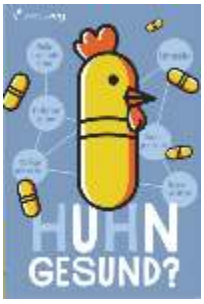
- Sind 2/3 der landwirtschaftlichen Fläche nur als Grasland geeignet?
- Kommt Schweizer Milch aus nachhaltiger Landwirtschaft?
- Hat Lovely ein gutes Leben?
- Wie geht es Lovelys Brüdern und Kindern?
- Ist Futterimport aus dem Ausland nachhaltig?
- Ist es für irgendeine Spezies artgerecht, zu mehr als 50 % eingesperrt zu sein?
- Auf wessen Kosten wird Tierfutter hergestellt?
- Ist Kuhmilch umweltfreundlich?
- Kann man von Familienbetrieben sprechen?
- Repräsentiert Lovely eine Schweizer Kuh?

Die ausführlichen Antworten auf die Fragen sind unter www.swissveg.ch/echt-schwach abrufbar.

Während mehreren Wochen präsentierten und verbreiteten wir auf unseren digitalen Kommunikationskanälen die Infos und Bilder zur Gegenkampagne von Swissmilk.

Aufgrund des positiven Echos zur Gegenkampagne und weil noch so viel Aufklärungsbedarf rund um den Konsum von Kuhmilch besteht, haben wir dazu eigens eine Postkarte erstellt, die bei Events und Flyeraktionen verteilt wurde (siehe Seite 11).

Huhngesund?



Ziel der «HuHngesund?»-Kampagne war in erster Linie die Aufklärung der Bevölkerung über das Gesundheitsrisiko, das mit dem Verzehr und der Produktion von Mastpoulet einher geht. Weiter haben wir über bestehende Mythen aufgeklärt: Poulet ist NICHT die gesunde und ökologische Alternative zu rotem Fleisch.

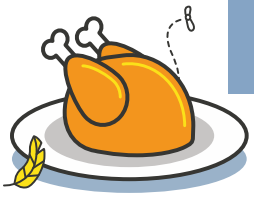
Mit positiver Öffentlichkeitsarbeit haben wir während den Sommermonaten von Juni bis September gesunde und ökologische Proteinquellen aufgezeigt und über die gesundheitlichen Gefahren informiert, die von Poulet ausgehen. Das Thema ist insbesondere auch für vegan und vegetarisch lebende Menschen wichtig, weil riesige Mengen an Fäkalien, die von unseren «Nutztieren» und insbesondere auch von den Masthühnern anfallen, als Dünger auf Schweizer Anbauflächen verteilt werden. Selbst Bio-Gemüse darf mit den von Bakterien kontaminierten Hühnerfäkalien gedüngt werden.

Je nach Zielgruppe wurden die Botschaften angepasst: «Rette das Rüebli» richtet sich eher an Vegis, das «HuHngesund?»-Plakat mit den Pillen ist zur Aufklärung der breiten Bevölkerung gedacht.

Dank grosszügigen Spendengeldern im Umfang von CHF 20 000.– nutzten wir erstmalig den Kommunikationskanal PassengerTV mit einem Video für Anzeigen in Bussen in der Deutschschweiz und Romandie sowie die APG für Kartonhängeschilder in Zürcher Trams.

Insgesamt war die Kampagne auf unserer Website, auf Social–Media–Kanälen, PassengerTV, Zürcher Trams, Zeitungen (z. B. 20 Minuten) und an Events (Flyeraktionen in Zürich, VeggieWorld, Vegan-Stammtische etc.) präsent. Im *Veg-Info* (2018-2) erschien ein Leitartikel zur Kampagne, der digital abrufbar ist.
www.swissveg.ch/huhngesund

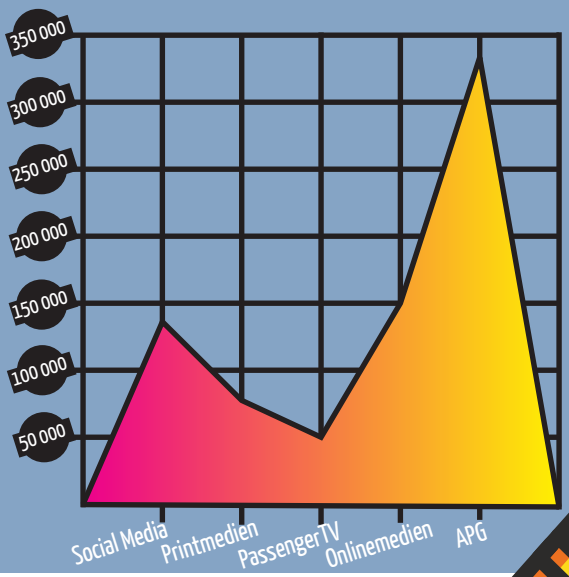
Die Botschaften rund um die Kampagne erschienen als Postkarte, Faltblatt, Poster, Kleber oder Briefmarke (siehe Seite 15).



Die APG hat zwar die höchste Reichweite im Vergleich mit anderen Anbietern, allerdings wissen wir nicht konkret, wie viele Menschen die Werbung tatsächlich wahrgenommen haben. Die Zahlen bei Social Media sind insofern verlässlicher, da wir nachweislich 130 000 Personen erreicht haben.

Ein Artikel sowie eine bezahlte Werbung auf Facebook haben hitzige Debatten zwischen Usern ausgelöst. Die bezahlte Werbung auf Facebook war wichtig, um solche User zu erreichen, die sich sonst nicht mit dem Thema befassen wollen würden.

Reichweite pro Kommunikationskanal:



Pelz ohne Haare

Ziel der «Pelz ohne Haare»-Kampagne war in erster Linie die Sensibilisierung der Bevölkerung über die Herkunft von Leder. Leder ist so omnipräsent, dass es von den Wenigsten hinterfragt wird und höchstens als Abfall- bzw. Nebenprodukt der Fleischindustrie angesehen wird.

Mit positiver Öffentlichkeitsarbeit, die an Stelle von grausamen Bildern hauptsächlich auf Comics setzt, welche übrigens eigens von unserer Praktikantin Julia Neukom erstellt wurden, haben wir während den Wintermonaten von November bis Januar über ethische und ökologische Aspekte in der Lederindustrie aufmerksam gemacht.

Ebenfalls haben wir Lederalternativen vorgestellt und mit einer Info-Seite (swissveg.ch/lederalternativen) aufgezeigt, welche Produkte wo erhältlich sind.

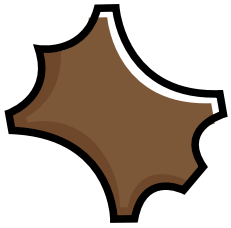
Im Gegensatz zur «HuHngesund?»-Kampagne gab es keine unterscheidbare Zielgruppenkommunikation, denn selbst unter sich vegan ernährenden Personen ist das Tragen von Leder noch weit verbreitet und der Aufklärungsbedarf scheint enorm.

Ende Dezember verlosten wir zwei Paar vegane Schuhe in einem Wettbewerb, der sehr grossen Anklang fand.

Für die wichtige Winterkampagne stand uns nur ein kleines Budget zur Verfügung, das wir hauptsächlich für digitale Medien genutzt haben.

Insgesamt war die Kampagne auf unserer Website, auf Social–Media–Kanälen und an Events (Flyeraktionen etc.) präsent. Auch im *Veg-Info* (2018-4) erschien ein Leitartikel zur Kampagne, der digital abrufbar ist.

Die Botschaften rund um die Kampagne erschienen als Video, Postkarte, Poster, Kleber und Briefmarke (siehe Seite 15).



EVENTS

Das Jahr 2018 war geprägt von Events, die unsere Herzen haben höherschlagen lassen. Verschiedene neue Veranstaltungen sind zum veganen Eventkalender dazugestossen und an neuen wie traditionellen Events war das Interesse für die pflanzenbasierte Lebensweise riesig! Nebst Vorträgen und Workshops haben wir an Infoständen unzählige Gespräche geführt, informiert und Swissveg-Infomaterial verteilt. Dieses Jahr konnten wir unsere Präsenz besonders in der Romandie ausweiten – mit Infoständen und Flyeraktionen waren wir 2018 in der Westschweiz so präsent wie noch nie!

Standaktionen

Ohne die wertvollen Helfer wären unsere zahlreichen Aktivitäten gar nicht möglich. Ein herzliches Dankeschön an alle freiwilligen Swissveg Unterstützer/-innen. Das ganze Jahr über und zu unterschiedlichen Anlässen betreuen die Swissveg-Aktionsgruppen Informationsstände und führen Flyeraktionen durch.

Für die Durchführung der einzelnen Anlässe sind wir nach wie vor auf die Mithilfe von Freiwilligen angewiesen. Wir sind froh um alle, die sich aktiv bei Swissveg einsetzen. Bei Interesse am einfachsten per E-Mail melden unter: info@swissveg.ch.

Jubiläum 25 Jahre Swissveg, Zürich
Nicht weniger als ein Vierteljahrhundert ist es schon her, seit die erste Vereinigung für eine pflanzenbasierte Lebensweise in der Schweiz ins Leben gerufen wurde. Gemeinsam mit Mitgliedern und vielen Freunden haben wir auf den Geburtstag von Swissveg angestossen und einen Blick in die Vergangenheit und in die Zukunft geworfen.

Festival Alternatiba, Genève

Veggie World, Zürich
2018 fand die VeggieWorld zum letzten Mal parallel zur Züspa in Zürich statt. Ab 2019 wird sie eine eigenständige Messe sein. Über 60 Aussteller und über 12 000 Besucher fanden den Weg zur grössten veganen Messe der Schweiz. Highlight waren die Blogger von «Vegan ist Ungesund» aus Hamburg.

Festival Végane, Genève

Filmpremiere: The End of Meat
In Zürich (25.11), Basel (25.11), Bern (26.11) und Winterthur (07.12).

LUSH Prize, Berlin

V-LABEL

Nachdem praktisch alle Fleisch- und Milchalternativen in den Supermärkten mit dem V-Label gekennzeichnet wurden, nahm im letzten Jahr die Kennzeichnung vieler weiterer Produkte stark zu.

Auch 2018 haben wir laufend Produkte kontrolliert und viele neue Firmen für das V-Label gewinnen können – der Trend zu mehr vegan–zertifizierten Produkten geht weiter. Besonders erfreulich ist auch, dass die Verbreitung des V-Labels D-A-CH-weit stark wächst.

2018 konnten wir in Peru und Chile Lizenzpartner finden und haben erfolgreich Verhandlungen abgeschlossen. Ebenfalls haben wir das Gespräch mit Finnland und Dänemark aufgenommen, welches wir im Verlauf von 2019 erfolgreich zum Abschluss bringen konnten.

100 % Geschmack. 0 % Fleisch!

Besonders hervorzuheben ist die Zertifizierung des Ikea Cool Dog, der kurz nach seiner Lancierung in der Schweiz aufgrund der sehr hohen Nachfrage bereits mit Nachlieferungsengpässen konfrontiert war.

Mit Zutaten wie roten Linsen, Quinoa und Gemüse ist der vegane Hotdog von Ikea nicht nur gesünder, sondern die Produktion auch nachhaltiger und damit besser für die Umwelt: Der ökologische Fussabdruck ist um 85 % geringer als sein Pendant aus Tierprodukten.

PROJEKTE

Krankenkassen

Das Angebot der Krankenkassen variiert bei den Zusatzversicherungen teilweise stark und es ist nicht ganz einfach, den Überblick zu behalten. Wir haben bei 16 Kassen nachgefragt, wie ihre Haltung zu Vegetarismus und Veganismus ist. Wir wollten wissen, ob sie das Thema Ernährung überhaupt aufgreifen und ob sie ihren Mitgliedern eine Empfehlung aussprechen. Nur knapp die Hälfte hat, trotz telefonischer Nachfrage, reagiert. Der detaillierten Bericht wurde im *Veg-Info*-Magazin 2018-3 publiziert.

Bei unserer Umfrage kam heraus, dass Nahrung in Bezug auf Gesundheit als wichtig angesehen wird. Dennoch rät (noch) keine einzige Krankenkasse zu vegetarischer oder veganer Kost. Die EGK-Gesundheitskasse gab an, stattdessen ihren Schwerpunkt auf den «selbstverantwortlichen, freien Zugang zur Komplementärmedizin» zu legen. Die Sanitas rät ihren Mitgliedern zu einer ausgewogenen Ernährung und hält sich dabei an die Empfehlungen der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung. Auch die CSS empfiehlt eine gesunde, eher fleischarme Ernährung. Gleichzeitig gibt sie an, dass die Ernährung bei der Prävention von Krankheiten eine wichtige Rolle spielt. Die Visana empfiehlt ganz vereinfacht einen «gesunden Lebensstil».

Fluggesellschaften

In seiner gewohnten Umgebung weiss man, wo man sich am besten vegan versorgen kann. Fährt man jedoch in die Ferien, kann dies schwierig sein. Es beginnt schon mit dem Weg ans Reiseziel.

Deshalb haben wir im Sommer 2018 verschiedene Fluggesellschaften unter die Lupe genommen. Welche Fluggesellschaften haben ein veganes und vegetarisches Angebot? Unsere Resultate sind im *Veg-Info* 2018-2 publiziert worden und sind unter swissveg.ch/vegimflugzeug abrufbar.

VEG-INFO

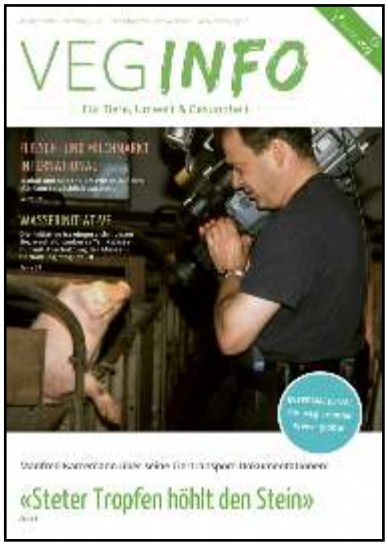
Veg-Info ist seit 2017 wieder die einzige Zeitschrift in der Schweiz, die sich dem Thema Veganismus widmet. Mit keinem anderen Magazin erreicht man direkt so viele Vegetarier/-innen und Veganer/-innen.

Mitglieder erhalten es jeweils direkt zugeschickt. Sehr viele weitere Exemplare liegen in Restaurants, Reformhäusern, Yogastudios usw. auf.

Die Arbeiten für Recherche, Layout, Interview- und Artikelbearbeitung an jeder Ausgabe nehmen viel Zeit in Anspruch. Umso erfreulicher ist es, dass der Umfang und die Auflagenzahlen der deutschen Ausgabe ständig gesteigert werden konnten. 2018 druckten wir pro Ausgabe über 10 000 Exemplare.

Deutsch: Umfang 52 Seiten
Französisch: Umfang 24 Seiten

Veg-Info ist ein wichtiges Medium, um in der Schweiz das Bewusstsein für die vegane Lebensweise zu erhöhen.



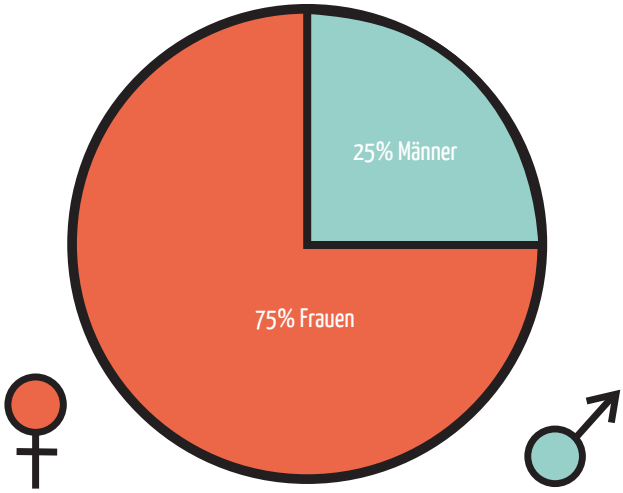
Entwicklung

KLIMANEUTRAL

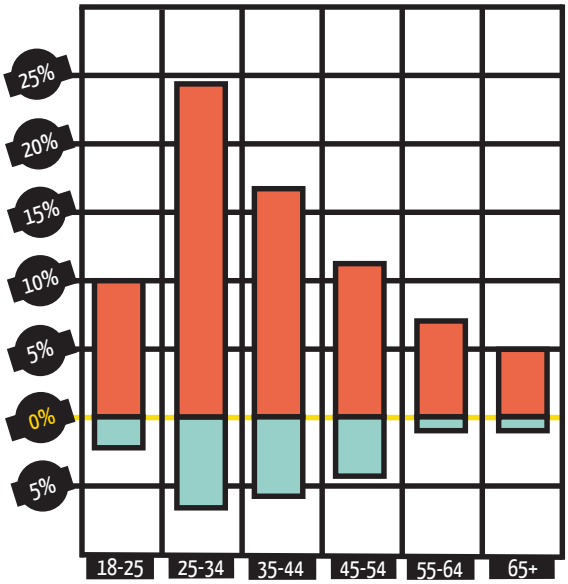
2018 hat Swissveg wiederum gänzlich klimaneutral gearbeitet. Klimaneutral bedeutet, dass die durch unsere Arbeit verursachten Treibhausgas-Emissionen durch die Unterstützung ausgewählter Klimaschutzprojekte kompensiert werden. ClimatePartner bietet ein breites Portfolio an Projekten an – von der Trinkwasseraufbereitung in Kenia bis hin zu Windkraftanlagen in der Türkei. Swissveg unterstützt das Projekt Wasserkraft in Virunga, D.R. Kongo.

Weitere Infos zum Thema sind unter www.swissveg.ch/klimaneutral abrufbar.

Erfasste demographische Daten zu Personen, denen unser Instagram-Profil gefällt, basierend auf Alters- und Geschlechtsangaben aus ihren Profilen.



Diese Altersgruppen erreichen wir:



SOCIAL MEDIA

Das letzte Jahr war aus Sicht der Online-Präsenz ein voller Erfolg! Mit 1500 neuen und organischen – also unbezahlten – Abonnenten auf Facebook haben wir gegenüber dem Vorjahr eine schnellere Wachstumsrate und erreichen somit immer mehr Menschen mit wertvollen Infos rund um die pflanzenbasierte Lebensweise. Ende 2018 erreichten wir über 12500 Fans.
Auch auf Instagram, dem derzeit wohl wichtigsten sozialen Kommunikationskanal, haben wir Gas gegeben. Von anfänglich rund 1000 Abonnenten im Januar 2018 sind wir innert nur einem Jahr auf 5500 Abonnenten gewachsen. Darauf sind wir sehr stolz und freuen uns über das positive Echo, das wir von unseren Online-Fans erhalten. Obwohl die totale Zahl an Followern auf Instagram nicht einmal die Hälfte der Facebook-Abonnenten ausmacht, ist die Interaktion der User auf Instagram um ein Vielfaches höher als auf Facebook.

Auch unseren Youtube-Kanal haben wir 2018 weiter ausgebaut und teilten nebst dem Erklärungsvideo auch Beiträge von Events. Die Plattform Twitter haben wir nur selten genutzt, weil die Resonanz bei Beiträgen im Verhältnis zu den anderen Social-Media-Kanälen tief ist. Ob und inwiefern wir unseren Twitter-Account weiter bewirtschaften, ist noch nicht definitiv.

Seit 2018 verfügt Swissveg auch über ein Profil auf LinkedIn. Auf der Business-Plattform suchen wir insbesondere den Austausch mit potenziellen Ausstellern für Events, V-Label-Lizenznehmern oder schreiben Vakanzen der Geschäftsstelle aus.

www.instagram.com/swissveg.ch
www.swissveg.ch/youtube
www.twitter.com/Swissveg_ch
www.facebook.com/swissveg
www.facebook.com/swissvegromandie
www.linkedin.com/company/swissveg/

MITGLIEDER

Dank unserer gesteigerten öffentlichen Präsenz und auch durch unsere Kampagnenarbeit konnten wir die Anzahl der Unterstützer und Mitglieder im Jahr 2018 laufend erhöhen.

Mit der laufenden Vergrösserung der Geschäftsstelle seit 2017 sind wir aber erst noch in den Kinderschuhen, was den Ausbau an Unterstützung und Förderern anbelangt.

Ausblick

AUSBLICK UND ZIELE

Wir streben nach einer Welt, die ihre Lebensweise den Bedürfnissen der Umwelt und den zukünftigen Generationen anpasst. Unsere Ernährung soll gut für alle Menschen, Tiere und unsere Erde sein.

Wir verfolgen das Ziel, den Konsum tierischer Produkte in der Schweiz nachhaltig zu reduzieren. Wir machen dies, indem wir mit dem V-Label Alternativen aufzeigen und mittels Aufklärungsarbeit ethische, gesundheitliche und ökologische Beweggründe für eine pflanzenbasierte Ernährung und Lebensweise vermitteln.

Swissveg informiert als erste Anlaufstelle und grösste Interessenvertretung in der Schweiz über die pflanzenbasierte Lebensweise.

Mit Informationsmaterialien, der Swissveg–Website oder auch der Website govegan.ch, mit Beratungsdienstleistungen und nicht zuletzt mit Events, Referaten oder Workshops unterstützen wir bei Swissveg alle, die daran interessiert sind, ihre Ess- und Lebensgewohnheiten zu ändern. Wir zeigen auf, wie der gesunde Umstieg auf tier(leid)freie Alternativen gelingt.

Swissveg arbeitet mit wichtigen Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Medien zusammen, um den gesellschaftlichen Wandel hin zu einer nachhaltigen Lebensweise zu beschleunigen. Wir begrüssen jeden Schritt von Einzelpersonen, Organisationen und Institutionen in Richtung eines zunehmend pflanzenbasierten Lebensstils und einer nachhaltigeren Gesellschaft.

Für die nächsten zwei Jahre setzt sich Swissveg zum Ziel, die Anzahl seiner Unterstützer auf 5 000 Personen zu erweitern. Je mehr Mitglieder wir zählen, desto relevanter wird unsere politische Stimme und desto höher wird unsere Reichweite in Bezug auf unsere Aufklärungsarbeit.

WERDE MITGLIED!

GEMEINSAM ETWAS BEVEGEN

Jetzt Swissveg-Mitglied werden und proaktiv die vegetarisch/vegane Bewegung in der Schweiz stärken.
www.swissveg.ch/unterstuetzen

swissveg
Für Tiere, Umwelt und Gesundheit

Niederfeldstrasse 92, CH-8408 Winterthur
Tel. +41 (0)71 477 33 77, info@swissveg.ch
Postkonto: 90-21299-7