



EDITORIAL

Liebe Freunde, Mitglieder und Unterstützer

Wir blicken auf ein sehr erfolgreiches Jahr zurück: Unsere Werbekampagne zu den Fischen wurde millionenfach ausgestrahlt. Damit erreichten wir auch sehr viele Personen, die sich selbst nie mit dem Thema auseinandergesetzt hätten. Die Supermarktketten lancierten viele neue vegane Produkte, die wir – nach unserer fachlichen Prüfung – mit dem V-Label versehen konnten. Swissveg ist in allen Bereichen stark gewachsen. Neben den Mitgliederzahlen, die um rund 20 % gestiegen sind, konnten wir auch den Vorstand erweitern und zusätzliche Mitarbeiter in unserem Sekretariat in Winterthur anstellen.

2019 war das Jahr, in dem der Klimawandel die Politik und Gesellschaft bewegte. Wir haben dies genutzt, um auf den Zusammenhang zwischen dem Konsum tierischer Produkte und der Erzeugung klimaschädlicher Emissionen aufmerksam zu machen. Swissveg wurde Mitglied der Klima-Allianz Schweiz, da das Thema Ernährung bislang keine Aufmerksamkeit fand.

Diesen grossen Schwung in der Bewegung nahmen wir gleich mit ins neue Jahr 2020 und starteten eine noch grössere Informationskampagne für unsere sogenannten «Nutztiere».

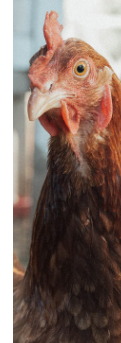
All dies war nur dank Ihrer Unterstützung möglich. Vielen Dank für die Swissveg-Mitgliedschaft, die Spenden und ehrenamtlichen Unterstützungen! Gemeinsam verändern wir die Gesellschaft in Richtung einer nachhaltigeren, tierfreundlicheren Lebensweise.

Nach diesem tollen Abschluss des vergangenen Jahrzehnts werden wir voller Energie und Elan das neue in Angriff nehmen.

Renato Pichler
Präsident, Swissveg



INHALT



Personelles

Vorstand	07
Geschäftsstelle	08
Partner	10
Swissveg-Team	11
Workshops	11
Klimaneutral	11

Öffentlichkeitsarbeit

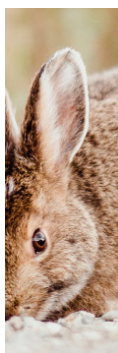
GPK Eingabe	13
Dialog aufgenommen	13
Gesetzesanpassung Vitamin-B12-Präparate	14
Vegan-Monat	14
Zitate von Influencern	15
FAQ-Seite für Studenten	16
SBB-Menükarte	16
Weihnachtsseite	16
Infomaterial	17

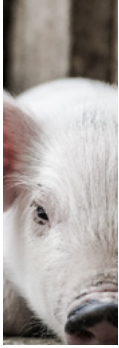
Projekte

V-Label	39
govegan.ch	39
Veg-Info	40

Entwicklung

Social Media	42
Mitglieder und Unterstützer	45
Intern	46
Swissveg Newsletter	46
V-Label Software	47





Medienarbeit

Medien **19**

Kampagnen

Insekten: Vergessene Nutz- und bedrohte Wildtiere **23**

Fisch vom Tisch **25**

Leder **30**

Giving Tuesday **31**

Events

Eventüberblick **33**

Bodypaint Event **36**

Standaktionen **36**

Helferbörse **37**

Ausblick

Swissveg App **49**

Ausblick und Ziele **50**



Personelles



VORSTAND

Im Swissveg-Vorstand kam es 2019 zu grossen Änderungen. Das Gremium besteht neu aus sechs Mitgliedern. 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 sind weiterhin im Vorstand. Neu dazu kamen Werner Akeret, Ivo Jegge und Thomas Hereth. Alle Mitglieder üben ihre Tätigkeit als Vorstandsmitglied ehrenamtlich für Swissveg aus.

Der Vorstand hält einmal im Monat eine Telefonkonferenz. Zweimal jährlich treffen sich alle Vorstandsmitglieder zu einer Tagessitzung. Je nach persönlichen Fähigkeiten, Interessen und zeitlichen Möglichkeiten bringen sich alle individuell ein. Weitere Infos zu den einzelnen Vorstandsmitgliedern gibt es unter: www.swissveg.ch/team.



Renato Pichler



Monika Akeret



Marco Eberhard



Werner Akeret



Ivo Jegge



Thomas Hereth

GESCHÄFTSSTELLE

Die Geschäftsleitung von Swissveg wurde wiederum von Renato Pichler (80%) wahrgenommen. Als seine Stellvertreterin hat Simone Fuhrmann (90%), seit 2016 Personalverantwortliche und Projektleiterin bei Swissveg, ihn bei dieser Tätigkeit unterstützt.

Mitglieder des V-Label-Teams sind Marcel Bohnet (80%), der auch die Leitung der Zertifizierung innehat, und Beatrice Stahel (100%).

Für die Redaktionsleitung unseres Magazins Veg-Info war auch im 2019 unsere langjährige Mitarbeiterin Bernadette Raschle (40%) zuständig.

Das Marketing und die Kommunikation inklusive Kampagnen- und Medienarbeit wurden von Danielle Cotten (100%) zusammen mit den Praktikantinnen Julia Neukomm (Jan. bis Feb., 100%), Tomoko Latteier (Feb. bis Aug., 100%), Sinah Lippuner (März bis Aug., 40%), Felicia Mändli (Aug. bis Dez., 80%) und Alina Dubach (Sep. bis Dez., 70%) umgesetzt.

Die Administration sowie die Mitgliederbetreuung von Swissveg wurden von Karin Pichler (40%) betreut.

Französische redaktionelle Beiträge in der Romandie wurden von Olivia Villard (20%) übersetzt, die uns per Ende Jahr nach vielen treuen und tollen Jahren verlassen hat. Olivia wurde ab Januar 2019 neu von Sophie Lebel (40%) bei den Übersetzungsarbeiten unterstützt. Simone Fuhrmann betreute und organisierte Events mit der grossartigen Unterstützung von Aurélie Carillo in der Romandie. Evelyne Campana leistete wiederum unzählige ehrenamtliche Einsätze für Übersetzungen und Social Media.

Martin Schaffner (50%) ist im Februar 2019 als IT-Projektleiter zu Swissveg gestossen.

Der Beschäftigungsgrad der zehn festangestellten Swissveg-Mitarbeitenden im Jahr 2019 betrug insgesamt 640 Stellenprozent. Dazu kommen pro Halbjahr je zwei Praktikantinnen mit einem Beschäftigungsgrad von durchschnittlich insgesamt 140 Stellenprozent. Vervollständigt wurde das Swissveg-Team wie in den Vorjahren durch zahlreiche freie Mitarbeitende, Volontäre und ehrenamtliche Helfer.



Alina Dubach



Beatrice Stahel



Bernadette Raschle



Danielle Cotten



Felicia Mändli



Julia Neukomm



Karin Pichler



Marcel Bohnet



Martin Schaffner



Olivia Villard



Renato Pichler



Simone Fuhrmann



Sinah Lippuner



Sophie Lebel



Tomoko Latteier

PARTNER

Auch im Jahr 2019 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 2019 unter anderem den Onlineshop The Lovely Chickpea und das vegane Hotel La Vimea neu dazu gewinnen.

Auch im Non-Food-Bereich gab es spannende Neuzugänge, wie etwa das Unternehmen Revendo: Revendo bietet gebrauchte Smartphones, Tablets und Mac Computer, die noch voll funktionstüchtig sind, aber wegen eines jüngeren Modells von der Seite ihres Besitzers weichen mussten. Produkte von Revendo belasten weder die Umwelt, noch Fabrikarbeiter und schonen zusätzlich das Portemonnaie. Die gesamte Liste unserer Card-Partner ist unter www.swissveg.ch/card aufgeführt.

Swissveg schlägt keinerlei Profit aus solchen Partnerschaften – jegliche Auflistungen von Anbietern veganer Produkte, Dienstleistern, Experten und Partnern soll ein Mehrwert für unsere Mitglieder und alle Interessierten darstellen, um die pflanzenbasierte Lebensweise und Bewegung zu stärken.

Seit 2019 ist Swissveg als Mitglied Teil der Klima-Allianz Schweiz, mit welcher wir beispielsweise die nationale Klima-Demo am 28. September 2019 in Bern organisierten. Mit über 100 000 Teilnehmenden war dies die bisher grösste Demo in Bern überhaupt. Ebenfalls sind wir neu Mitglied des Ernährungsforums in Zürich.

Swissveg-Präsident Renato Pichler wurde 2019 in die Bundesleitung von Proveg in Deutschland gewählt. Dadurch wird auch diese langjährige internationale Kooperation weiter gestärkt.



Swissveg-Team

Das gesamte Team wurde im September 2019 von Robert Reber (www.simply-picture.ch) in Winterthur fotografiert.

Workshop

Das Swissveg-Team wächst im Eiltempo. Dabei ist es von grosser Wichtigkeit, sich ständig weiterzubilden, bestehende Prozesse zu hinterfragen und weiterentwickeln zu lassen. Aus diesem Grund haben wir Mitte des Jahres bei Patrick Christopher Ehler in Winterthur einen Workshop zu den Themen Emotionale Intelligenz, Intuition und Kultivierung von Mitgefühl durchgeführt. Weitere Infos zu Patricks Ehlers Arbeit gibt es unter: www.patrick-ehler.com.

Klimaneutral

Auch 2019 hat Swissveg 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.

Öffentlichkeitsarbeit und politische Kommunikation



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Swissveg ist auf den gängigen sozialen Medien beinahe täglich mit aktuellen Beiträgen präsent. Auf Facebook erreichten wir per Ende Jahr über 13 500 Abonnenten und haben wöchentlich eine durchschnittliche Reichweite von rund 75 000 Personen. Im Spitzenmonat August erreichten wir auch dank der Fisch-Kampagne täglich bis zu 37 000 Personen.

Auf Instagram schlugen wir 2019 einen steilen Kurs ein und erreichten bis zum Jahresende 11 200 Abonnenten.

Unsere Website www.swissveg.ch wurde auch im vergangenen Jahr laufend erweitert. Sie gibt auf praktisch jede Frage rund um die vegane Lebensweise Antworten. Seit 2019 werden laufend Artikel auf Italienisch übersetzt – im Jahr 2020 soll diese Arbeit noch weiter ausgebaut werden.

Mit über 7000 Abonnenten ist der monatliche Swissveg-Newsletter ein wichtiges und kostengünstiges Medium zur Informationsverbreitung bzw. -gewinnung. Jeder kann sich ganz einfach online für den Swissveg-Newsletter anmelden:
www.swissveg.ch/newsletter

GPK Eingabe

Die Werbekampagnen für «Schweizer Fleisch» werden jedes Jahr mit 6 Millionen Franken vom Schweizer Bund zum Zweck der Absatzförderung subventioniert. Gegen diese Subventionierung von Fleischwerbung hat Swissveg zusammen mit dem Verein gegen Tierfabriken Schweiz (VgT) Anfang Juli 2019 Einsprache bei der Geschäftsprüfungskommission des Nationalrats eingereicht.

2015 kam die Weltgesundheitsorganisation WHO zum Ergebnis, dass rotes Fleisch «wahrscheinlich krebserregend» sei. Ausserdem sind tierische Nahrungsmittel generell klimaschädlicher als pflanzliche. Staatliche Subventionen, welche zugesundheits- und klimaschädlichem Verhalten anreizen, sind nicht mit unserer Gesetzgebung vereinbar. Deshalb ist es auch nicht die Aufgabe des Bundes, durch Werbesubventionen dafür zu sorgen, dass noch mehr Fleisch konsumiert wird.

Wir hoffen, dass unser Anliegen in der Politik Gehör findet und die Tage der subventionierten Fleischwerbung bald vorbei sind.

Die gesamte Eingabe an die GPK kann mit folgendem QR Code aufgerufen werden:



Dialog aufgenommen

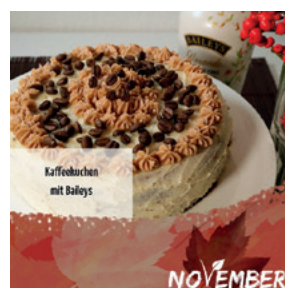
In einem persönlichen Gespräch hat im September 2019 ein erster Austausch mit der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung stattgefunden, in welchem wir uns gegenseitig besser kennenlernten und mögliche künftige Kooperationen besprochen haben. Wir haben unsere Standpunkte erläutert und sind zuversichtlich, dass einer projektbasierten Kooperation nichts im Wege steht.

Gesetzesanpassung Vitamin-B₁₂-Präparate

Seit Jahren sind wir im Kontakt mit den zuständigen Behörden, um die Obergrenze für die Dosierung des Vitamins-B₁₂ aufzuheben. Durch die Kontrollen in veganen (Online-)Shops, die daraufhin gezwungen waren, die meisten Produkte mit dem Vitamin aus dem Sortiment zu nehmen, hatte sich die Situation verschärft. Im Zuge einer generellen Überarbeitung des Lebensmittelrechts erreichten wir im letzten Jahr, dass die Obergrenze für Vitamin-B₁₂ aus dem Gesetz gestrichen wird. Wir erwarten, dass das neue Lebensmittelrecht noch dieses Jahr in Kraft tritt. Damit können die B₁₂-Produkte, die in den umliegenden Ländern legal im Handel sind, auch bei uns wieder legal verkauft werden. Wir freuen uns darauf, dieses wichtige Projekt erfolgreich abschliessen zu können.

Vegan-Monat

Am 1. November 2019 feierten wir den Welt-Vegan-Tag und somit auch den Start in einen weiteren Vegan-Monat November! Swissveg teilte mit täglichen Social Media Posts leckere Rezepte, veranstaltete tolle Gewinnspiele und verbreitete informative Beiträge rund um die vegane Bewegung. Wir danken allen Sponsoren, die diesen Vegan-Monat möglich gemacht haben, für die grosszügige Unterstützung. Es freut uns sehr, dass wir unserer Community tolle Gewinnpreise bieten und unsere Reichweite mit dieser Aktion weiter vergrössern konnten.



Zitate von Influencern

Seit April 2019 sind neue Gesichter auf unserer Webseite zu sehen. Wir freuen uns, dass einige Personen der Öffentlichkeit für uns ein Statement verfasst haben und wir Gülsha, Niko Rittenau oder etwa Patrick Reiser auf www.swissveg.ch zitieren dürfen. Lauriane Gilliéron sagt: «Seit meiner Kindheit liegt mir das Tierwohl sehr am Herzen. Wir geben diesen sensiblen Wesen eine Stimme und ich bin stolz, mich an der Seite von Swissveg für sie einzusetzen, damit ihr Recht auf eine ethische Behandlung für alle eine Selbstverständlichkeit wird.»

Zitate von Influencern sollen in Zukunft zunehmend Raum erhalten, um unsere Reichweite noch mehr zu vergrössern.



«Ich unterstütze Swissveg, weil Swissveg sich für eine gesunde, tier- und umweltfreundliche Ernährung engagiert.» Nico Rittenau



«Wir sollten Teil der Lösung sein, und nicht des Problems.» Gülsha



«Solange das systematische Abschachten und Töten anderer Spezies für den eigenen Profit kein Ende nimmt, wird das verursachte Leid immer wieder auf den Menschen zurück fallen. Aus diesem Grund supporte ich Swissveg.» Patrick Reiser

FAQ-Seite für Studenten

Beinahe täglich erreichen uns Interview-Anfragen von Schülern und Studenten, die eine Abschlussarbeit zum Thema Veganismus, Vegetarismus oder Fleischkonsum verfassen. Die FAQ richten sich vor allem an Schüler und Studenten, aber natürlich auch an alle Interessierten, welche sich einen Überblick über das Thema Veganismus und die damit verbundenen Aspekte verschaffen wollen. Die FAQ sollen als Hilfestellung zum Verfassen von Arbeiten dienen. Sie werden laufend erweitert und ermöglichen es der Swissveg-Geschäftsstelle, mühelos und effektiv viele Anfragen zu bearbeiten.

SBB-Menükarte

Swissveg hat die SBB mehrfach aufgefordert, ein veganes Menü auf ihre Speisekarte im Zug zu setzen. Doch die SBB war dazu nicht bereit. Nachdem wir wiederholt vertröstet wurden, hiess es Anfang Mai 2019, es sei aufgrund «einiger Qualitätsprobleme» nicht möglich, ein veganes Hauptgericht zu servieren. Und das, obwohl die Menükarte im April erst neu erschienen war. Nur weil die Art der Fortbewegung der SBB umweltschonender ist als andere, bedeutet das nicht, dass der geringere ökologische Fussabdruck mit einem fleisch-, milch- und eierlastigen Angebot kompensiert werden muss.

Als Reaktion auf unseren Kritik-Aufruf lancierte die SBB im Sommer 2019 zeitlich begrenzt eine vegane Option. Wir begrüssen das, wünschen uns aber permanent eine ökologische sowie ethisch vertretbare Speiseauswahl.

Weihnachtsseite

Um allen Veganern in der Schweiz ein tierisch schönes Fest zu bereiten, haben wir 2019 unsere Weihnachts-Webseite www.vegi-weihnachten.ch aufgefrischt. Auf unserer neuen Weihnachtsseite gibt es tolle Rezeptideen, Kaufempfehlungen bei verschiedenen Vegan-Shops, Infos zu veganem Weihnachtsschmuck und hilfreiche Tipps, um die Festtage mit der omnivoren Familie zu überstehen, ohne dass es Zoff am Tisch gibt.



Infomaterial

2019 wurde wiederum fleissig CO₂-neutrales Infomaterial gedruckt. Neu im Sortiment kam hinzu hinzu kam Info- und Werbematerial rund um die durchgeführten Kampagnen «Insekten, vergessene Nutztiere» und «Fisch vom Tisch». Gegen Ende 2019 wurde auch die A5-Nährstoffbroschüre fertig.

Insbesondere gab es neu auf Deutsch die Postkarten «Umweltbilanz» und «Avocado», ein Faltblatt zu «Karnismus» sowie ein Poster in der Grösse A2 zur Fisch-Kampagne. Eine überarbeitete Auflage entstand für die Broschüre «Vegan Baby» und für die beiden Faltblätter «Kinder» und «Fische».

Auf Französisch kamen neu die Broschüren «go vegan – Wie?» und «go vegan – Warum?» hinzu. Das Faltblatt «Karnismus» gibt es ebenfalls in französischer Sprache.

Das wurde 2019 gedruckt:

Kugelschreiber *Swissveg* 1000

Faltblatt *Swissveg* 20 000

Broschüre *go Vegan franz. Warum* 3500

Broschüre *go Vegan franz. Wie* 3500

Faltblatt *Fisch franz.* 1250

Karte *Umweltbilanz* 2500

Faltblatt *Ei* 7500

Nährstoffbroschüre 2500

Faltblatt *Fisch* 2500

Broschüre *go Vegan deutsch Wie* 10 000

Broschüre *go Vegan Baby* 5000

Aufkleber *Vegan Rocks* 2500

Karte *Wie viele Tiere* 2500

Faltblatt *Karnismus* 15 000

Poster *Fischkampagne* 15

Postkarte *Milch echt schwach* 5000

Faltblatt *Karnismus franz.* 1000

Faltblatt *Klimaschutz franz.* 2500

Faltblatt *Wasser franz.* 2500

Karte *Avocado* 500

Faltblatt *Achtsam, Nachhaltig, gesund* 5000

Karte *Wie viele Tiere franz.* 1000

Karte *Autokilometer franz.* 1000

Broschüre *Milch* 2500

Faltblatt *fleischlos* 2500

Jahresbericht 2018 5000

Jahresbericht 2018 franz. 500

Karte *Wasserdiagramm* 2500

Faltblatt *Kinder* 2500

Faltblatt *Anziehend* 2500

Karte *Landflächenverbrauch* 5000

Faltblatt *Huhngesund* 2500

Aufkleber *Herzlichen Dank* 2500

Broschüre *Go Vegan Warum* 10 000

Postkarte *Lederkampagne* 15

VegInfo Aufkleber 2019 deutsch 35 700

VegInfo Aufkleber 2019 franz. 3000

Swissveg Banner 4

VAZ- Plache *Ei, Milch, Karnismus* 3

Gesamtanzahl Printpublikationen: 174 480

Medienarbeit



MEDIEN

Ein wichtiger Bestandteil der Medienarbeit beinhaltet das Monitoring: Wir beobachten veröffentlichte Inhalte von Print- und Onlinemedien und setzen uns dafür ein, dass Falschaussagen über die vegane Lebensweise richtiggestellt werden. Auch im Jahr 2019 mussten wir uns der Herausforderung stellen, dass Medien häufig im Interesse der Milch- und Fleischindustrie arbeiten, da diese ein finanzstarker Inserent und somit Geldgeber ist. Nichtsdestotrotz wurde Swissveg als kompetente Anlaufstelle und Interessenvertreter vegan und vegetarisch lebender Menschen von diversen Zeitungen, Radios und Fernsehsendern kontaktiert. Auch drei Jahre nach Veröffentlichung unserer repräsentativen Umfrage, die wir beim Marktforschungsinstitut Demoscope in Auftrag gegeben hatten, werden die Ergebnisse laufend genutzt und zitiert. 2019 erreichten uns auch dank unserer Kampagnen diverse Medienanfragen; darunter sind 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 in Radiosendungen in der gesamten Schweiz und sogar über die Landesgrenzen hinaus erwähnt und zitiert.

Folgende Medien erwähnten Swissveg 2019

Watson



Warum Veganer Fleischwerbung stoppen wollen.
watson
30.07.2019



Vegane Menüs bei den SBB – aber die Veganer sind trotzdem wütend.
watson
09.05.2019

Horizont.net



Veganer schießen gegen Fleischwerbung.
horizon.net
29.07.2019

Nau.ch



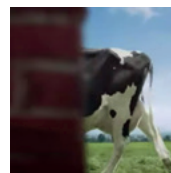
Sind Veganer heute schlimmer als früher?
Nau.ch
27.07.2019



75 Millionen Menschen ernähren sich in Europa vegan.
Nau.ch
11.08.2019



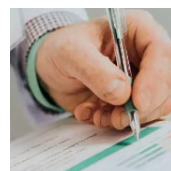
Ist Fleisch doch kein so grosser Umweltsünder?
Nau.ch
13.07.2019



Scharfe Kritik gegen Werbekampagne der Milch-Lobby.
Nau.ch
18.05.2019



So bequem ist das Veganer-Leben heute.
Nau.ch
25.08.2019

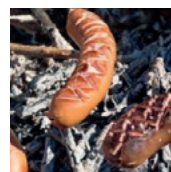


Erste vegane Arztpraxis der Schweiz eröffnet in Altstetten ZH.
Nau.ch
03.04.2019

20 Minuten



Bund rät zu Vegi-Buffer – Fleisch-Lobby wehrt sich.
20minuten
15.05.2019



Fleischesser wollen Schlachthöfe schliessen.
20minuten
25.01.2019



Fleischloser Burger macht Vegetarier sauer.
20minuten
12.11.2019



Veganer kämpfen gegen Fleischwerbung.
20minuten
28.07.2019

St. Galler Tagblatt



Nachhaltigkeitsfestival in Gossau findet vorerst nicht mehr statt.
St.Galler Tagblatt
04.07.2019



Das ganze Praxisteam lebt vegan.
St. Galler Tagblatt
24.02.2019

Aargauer Zeitung



Die vegane Armee ist auf dem Vormarsch.
Aargauer Zeitung
29.04.2019



Swissmilk verteilt Milch an Schulen – und macht nicht nur Veganer damit wütend.
Aargauer Zeitung
12.11.2019



Bauernverband: Trinkwasserinitiative schiesst am Ziel vorbei.
Aargauer Zeitung
07.05.2019



Veganer ärgern sich über die Speisekarte der SBB.
Aargauer Zeitung
09.10.2019

Blick



«Tamy schadet unserer Bewegung».
Blick
25.05.2019



«Fisch vom Tisch»: Veganer-Kampagne macht Fischer stinkig.
Blick
01.08.2019

Friday Magazin



Diese 8 Dinge sind imfall nicht vegetarisch.
Friday Magazin
24.07.2019

Bauern Zeitung



Veganer und Milchbauer über die Milch.
Bauern Zeitung
16.05.2019



Bafu-Merkblatt erhitzt die Gemüter.
Bauern Zeitung
15.05.2019

Luzerner Zeitung



Raclette auf Bohnenbasis und veganes Fondue Chinoise.
Luzerner Zeitung
02.08.2019



Glutenfreie Pizza, vegane Burger.
Luzerner Zeitung
17.05.2019

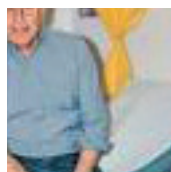
Tages Anzeiger



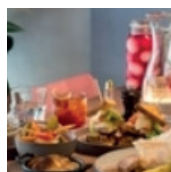
Die Schlacht ums Fleisch.
Tages Anzeiger
25.08.2019



Fleischloser Burger macht Vegetarier sauer.
Tages Anzeiger
13.11.2019



«Unter den Veganern gibt es weniger Adipositas».
Tages-Anzeiger
13.04.2019



So vegan isst der Spitzensport.
Tages-Anzeiger
13.04.2019

NZZ



Politisch korrekte Ernährung.
Neue Zürcher Zeitung
25.08.2019

Vegconomist



Interview mit Coop Schweiz.
vegconomist
19.04.2019



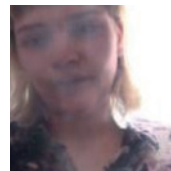
Was ist das V-Label und wofür steht es?
Vegconomist
06.05.2019

SRF



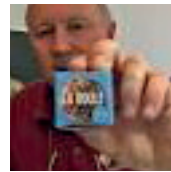
6 Milch-Mythen
Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)
15.05.2019

Telebasel



«Wir haben den Bezug zum Tier verloren»
Telebasel
20.05.2019

Basler Zeitung



Vegan: Basel erhält neue Trendmesse.
Basler Zeitung
22.08.2019

Zürcher Oberländer



Pausenmilch enthält Schulverbot.
Zürcher Oberländer
29.10.2019

Die Weltwoche



Allergische Veganer.
Die Weltwoche
20.11.2019

Der Bund



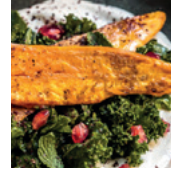
Ein Leben lang trächtig.
Der Bund
03.07.2019

Travelnews



Die SBB verfügt jetzt über zwei Menüs.
Travelnews
12.08.2019

Le Temps



Vous reprendrez bien un peu de celtuce?
Le Temps
02.02.2019

reisetopia.ch



Einführung veganer Menüs nur auf Druck.
reisetopia.ch
31.08.2019

Le Matin



Au tour de Nestlé de lancer son burger sans viande.
Le Matin
26.09.2019

messenger.ch



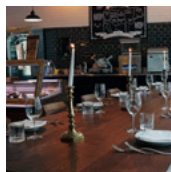
Veganer Strom in der Schweiz noch kein Thema.
messenger.ch
26.11.2019

Paris Match Suisse



Le grand retour du terroir.
Paris Match Suisse
18.12.2019

Falstaff



Neu: «ButchersTable» in Bern.
Falstaff
18.04.2019

La Côte



Cuisiner sans produits animaliers.
La côte
17.12.2019

Krone.at



Fleischloser Whopper verärgert viele Vegetarier.
Krone.at
14.11.2019

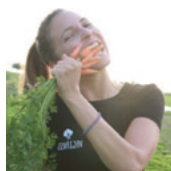
The KXAN 36 News



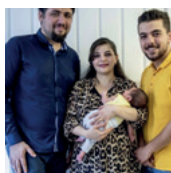
Fish on the table.
The KXAN 36 News
31.07.2019

Medien weiterer Sprachen

La Liberté



Une deuxième édition pour le VegiPass
La Liberté
01.11.2019



Véganes en manque de restaurants
La Liberté
05.08.2019

Kampagnen



KAMPAGNEN

Im Jahr 2019 gab es zahlreiche Kampagnen unterschiedlichen Ausmasses. Insgesamt haben wir in diesem Jahr zwei Hauptthemen aufgegriffen. Diese wurden mit Hilfe von aktiver Öffentlichkeitsarbeit über einen Zeitraum von mehreren Wochen bis hin zu vier Monaten verbreitet. Auch wurde im Rahmen unserer Kampagnen neues Infomaterial gedruckt.

INSEKTEN

Vergessene Nutz- und bedrohte Wildtiere

Im März 2019 lancierten wir unsere Insekten-Kampagne, welche ausschliesslich online über SocialMedia sowie unsere Webseite und den Swissveg-Newsletter verbreitet wurde. Die meisten Menschen wissen kaum etwas über Bienen und andere Insekten – unsere Kampagne informierte über dieses wichtige Thema:

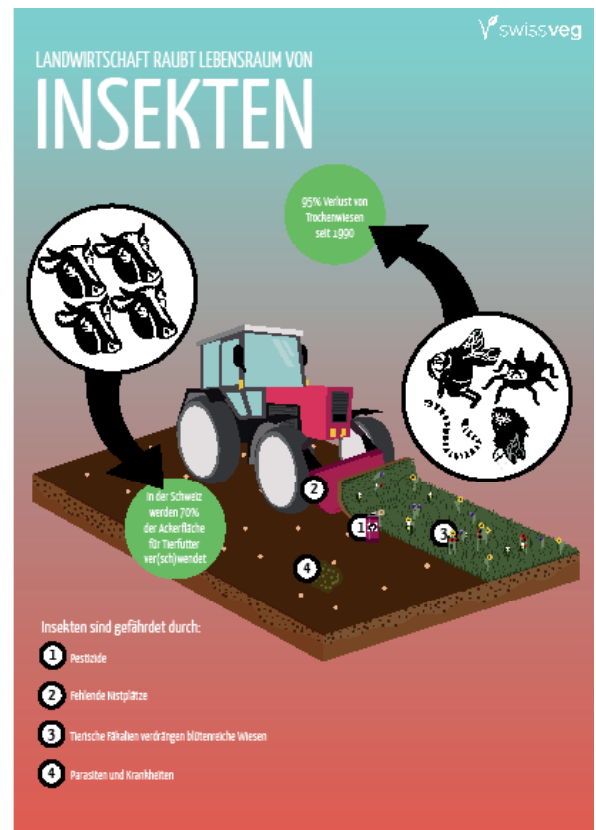
- Weltweit gibt es über 20 000 Bienenarten, davon sieben Arten von Honigbienen.
- In der Schweiz kennen wir über 620 Arten, davon eine Honigbienenart.
- Von den 620 Arten in der Schweiz ist bereits die Hälfte bedroht.
- Unsere Lebensqualität und auch unser eigenes Überleben ist eng mit dem Schicksal der Bestäuber verknüpft.
- Besonders das westliche Mittelland und das Wallis weisen eine lückenhafte Abdeckung von bestäubenden Insekten auf.
- Vor allem die Erträge des Obstbaus sind gefährdet, weil sie von der Insektenbestäubung abhängig sind.



Insekten sind für unsere Ökosysteme eine unersetzliche Grundlage. Dennoch gelten 40% der Schweizer Insektenarten als bedroht. Das Insektensterben gefährdet die Nahrungsmittelproduktion, ganze Ökosysteme und damit unsere eigene Lebensgrundlage. Es gibt zahlreiche Gründe für das Aussterben von Insekten:

- Biodiversitätsverlust
- Zersiedelung
- Intensive Nutzung von Böden und Gewässern
- Ausbreitung invasiver gebietsfremder Arten
- Pestizid- und Stickstoffeinträge aus der Landwirtschaft

Mit unserer Kampagne machten wir auf die Insekten aufmerksam, welche im Tier- und Umweltschutz oft vergessen werden. Während der Kampagnenlaufzeit haben wir 71 neue Mitglieder dazugewonnen. Die gesamte Kampagne und weitere Informationen zum Insektensterben sind auf der Webseite unter www.swissveg.ch/insektensterben ersichtlich.



FISCH VOM TISCH

Im Monat Juni starteten wir mit unserer Fisch-Kampagne «Fisch vom Tisch». Dabei zeigten wir der Öffentlichkeit auf, welche Auswirkungen der Fischkonsum auf unsere Ozeane hat. Die Ozeane scheinen für die Schweizer Bevölkerung weit weg zu sein, aber sie gehen auch uns etwas an. Denn 98% des in der Schweiz konsumierten Fisches ist aus dem Ausland importiert oder stammt aus Zucht. Dabei werden viel Tierleid und ökologische Schäden angerichtet. Wie bei früheren Kampagnen haben wir im Stil des «Go Vegan»-Projektes gleich auf zwei Wegen sensibilisiert: Umfangreich beschrieben und erklärten wir unter www.swissveg.ch/fische, WARUM es besser ist, Fisch vom Tisch zu lassen. Gleichzeitig zeigten wir unter www.swissveg.ch/fischalternativen, WIE man Fisch vom Tisch lässt, selbst wenn man auf den Geschmack und die gesundheitlichen Aspekte von Fisch nicht verzichten will. Das gesamte Bildmaterial wurde von Julia Neukomm, ehemalige Swissveg-Praktikantin und Grafik Designerin und von Lisa Graber, ebenfalls Grafik Designerin, designt und produziert.

Lebst du wirklich gesund?



Fisch vom Tisch: Gesundheitsbewusste Menschen essen vegan
 Von allen Nahrungsmitteln haben Fische die höchste Konzentration an Giftstoffen

swissveg

Reichweite

Swissveg hat mit verschiedenen Anbietern zusammengearbeitet, darunter die APG und PassengerTV. Das Ziel war, mit der Kampagne «Fisch vom Tisch» so viele Personen wie möglich zu erreichen. Insbesondere auch diejenigen, die unsere Infos gar nicht erst hören möchten. Deswegen haben wir uns auch nicht nur auf Städte wie Zürich beschränkt, sondern Plakate via Postautos auch in ländlichere Regionen getragen.

«Fisch vom Tisch» wurde während drei Monaten insgesamt 3,3 Millionen Mal ausgestrahlt.

Erfolge für Swissveg

Während «Fisch vom Tisch» ausgestrahlt wurde, haben wir:

- 104 Neumitglieder
- 420 Facebook-Abbonnenten
- 2600 Instagram-Followers
- 350 Newsletter-Abbonnenten dazu gewonnen.

Reichweite pro Kommunikationskanal

APG

Die APG hat schweizweit die höchste Reichweite im Vergleich mit anderen Anbietern von Plakatwerbung. Dank der Grösse der E-Panels und Rail E-Boards wurden Zeitungen und Radiostationen auf unsere Kampagne aufmerksam. Unsere Plakate wurden während den Sommermonaten in grösseren Schweizer Städten im deutsch- und französischsprachigen Raum gezeigt.

Passenger TV

Mit PassengerTV brachten wir unsere Botschaft auch in die abgelegenen Ecken der Schweiz. Gezeigt wurden zwei Spots von je 18 und 20 Sekunden.

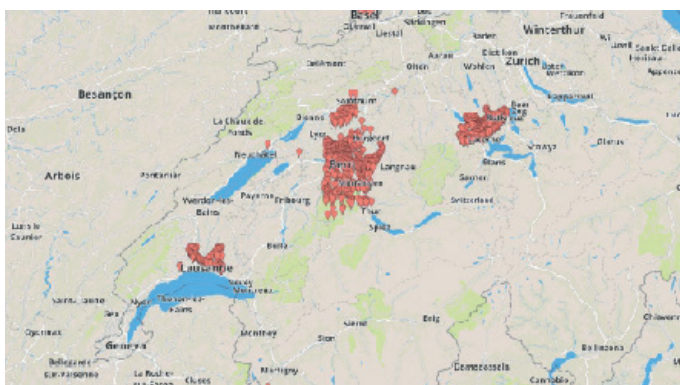
Spot 1



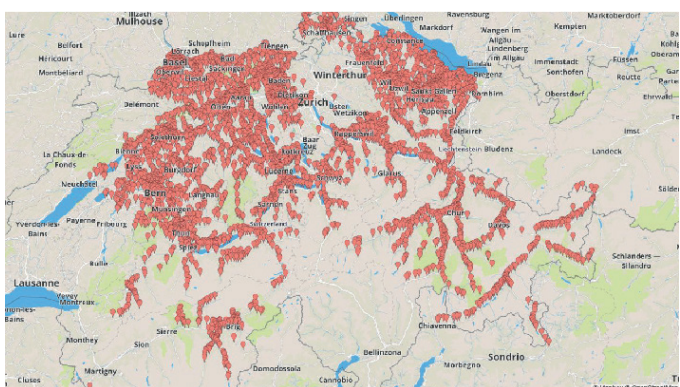
Spot 2



Ausstrahlungsorte Spot 1



Ausstrahlungsorte Spot 2



Mama, warum hast du so viel Fisch gegessen?

Fisch vom Tisch: Verantwortungsvolle Eltern ernähren sich vegan
 Rund 46% des gesamten Plastikmülls im Meer stammt aus der Fischerei

swissveg



Instagram/Facebook

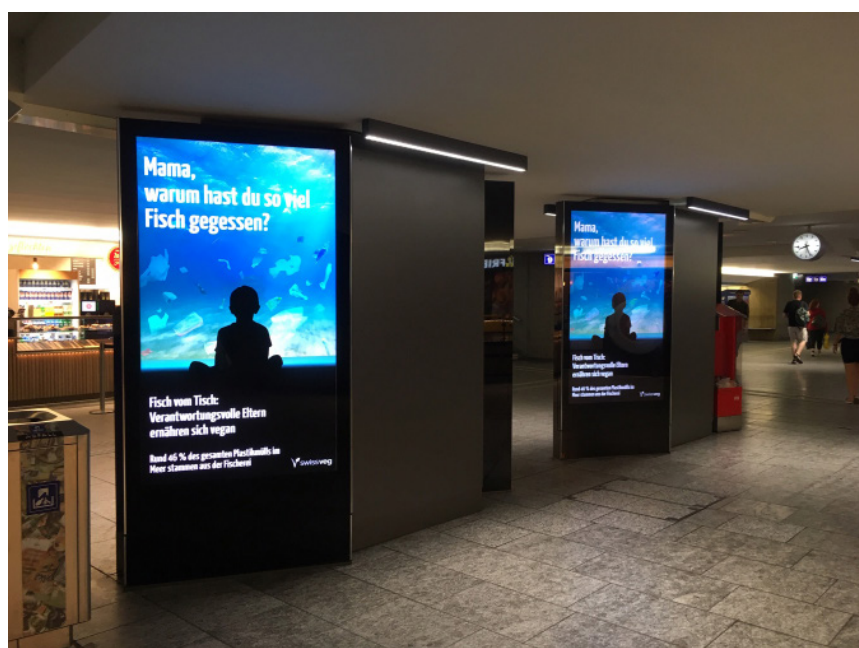
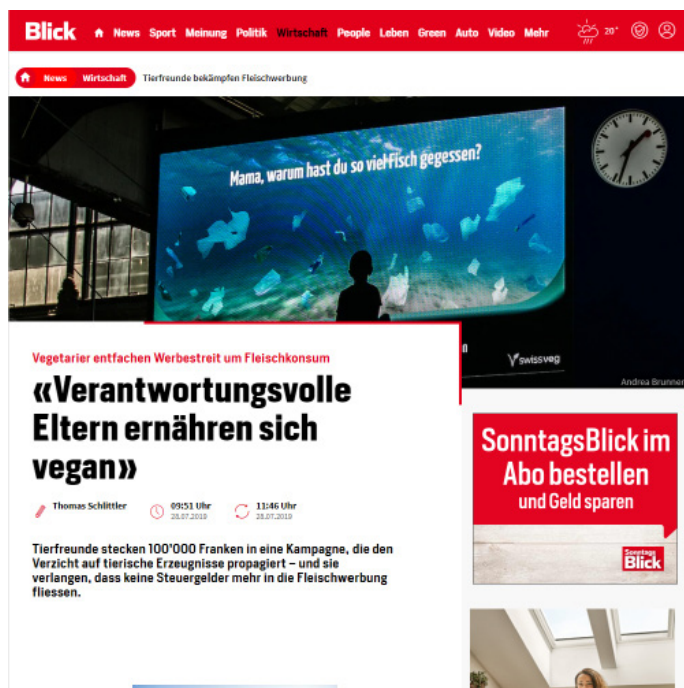
Viele Posts auf Instagram und Facebook erhielten zahlreiche Kommentare und wurden mehrfach geteilt. Wir sind überzeugt, dass die Kampagne «Fisch vom Tisch» bei vielen Leuten ein Umdenken und vor allem ein Hinterfragen eigener Handlungen ausgelöst hat. Alles zur Kampagne sowie Informationen dazu, «Wie» und «Warum» der Fisch vom Tisch gehört, ist unter: www.swissveg.ch/fische abrufbar.



Medien

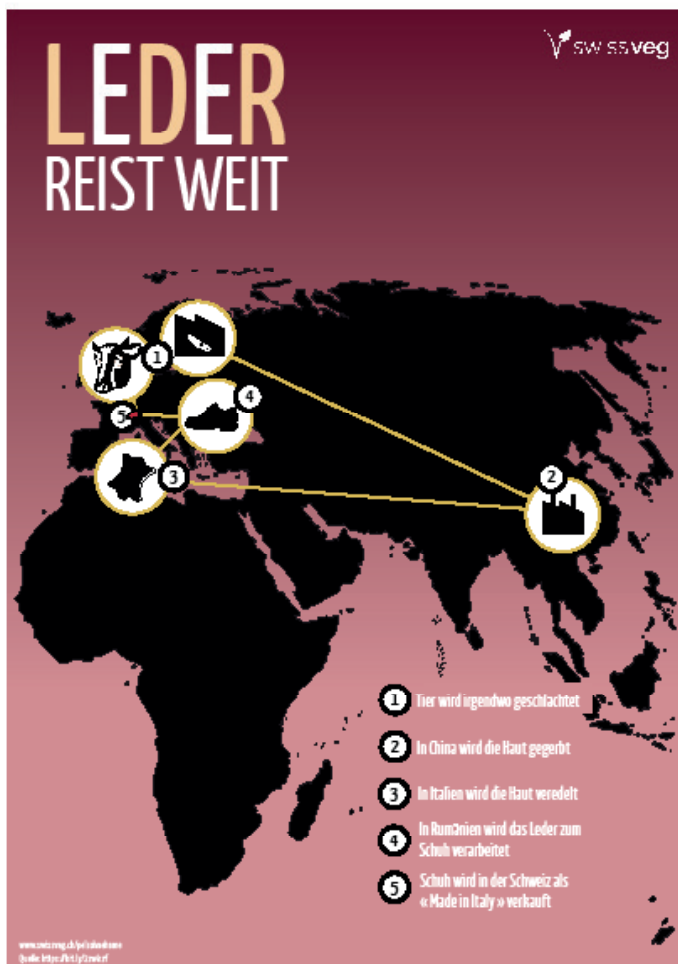
Ein Artikel im «Blick» sowie eine bezahlte Werbung auf Facebook haben hitzige Debatten zwischen Usern ausgelöst.

Besonders die Facebook- und Instagram-Werbung war wichtig, um auch Personen zu erreichen, die sich in ihrem Alltag nicht mit diesen Themen beschäftigen.



LEDER

Leder ist untragbar. Das wollten wir allen Einwohnern der Schweiz mit unserer Leder-Kampagne «Pelz ohne Haare» im Herbst und Winter 2019 nochmals klarmachen. Leder ist omnipräsent. Die wenigsten hinterfragen die Herkunft der Tierhaut, die sie tragen. Während inzwischen einige Menschen mit dem Finger auf andere zeigen, die Pelz tragen, gehen sorglos mit Lederprodukten durch ihren Alltag. Wir haben deshalb auch 2019 unsere digitalen Kommunikationskanäle genutzt, um auf Leder und das unsagbare Leid dahinter aufmerksam zu machen. Dazu haben wir auf das Kampagnenmaterial vom Herbst 2018 zurückgegriffen, das damals von Julia Neukomm erstellt worden war.



GIVING TUESDAY

2019 startete Swissveg zum ersten Mal eine Spendenaktion im Rahmen vom #GivingTuesday: Er reiht sich nahtlos an den «Black Friday» und «Cyber Monday». Anstatt zu kaufen, ist am «GivingTuesday» Zeit zu geben. Auf giving-tuesday.ch sind gemeinnützige Projekte und Organisationen aufgelistet, die am 3. Dezember 2019 Geld-, Sach- und Zeitspenden sammelten.

Swissveg sammelte Spenden, um die Interessen im Sinn der Nutztiere in der Schweiz zu stärken: Mit der Kampagne «Das Tier als Tier» wird Swissveg das gesamte Jahr 2020 der Schweizer Bevölkerung Nutztiere näherbringen. Wir wollen spielende Schweine und schmutzende Kühe, statt Cervelat- und Hamburgerwerbung an unseren Bahnhöfen und in unseren Städten sehen. Wir werden der Schweiz zeigen, dass Nutztiere so viel mehr sind, als ein Produkt!

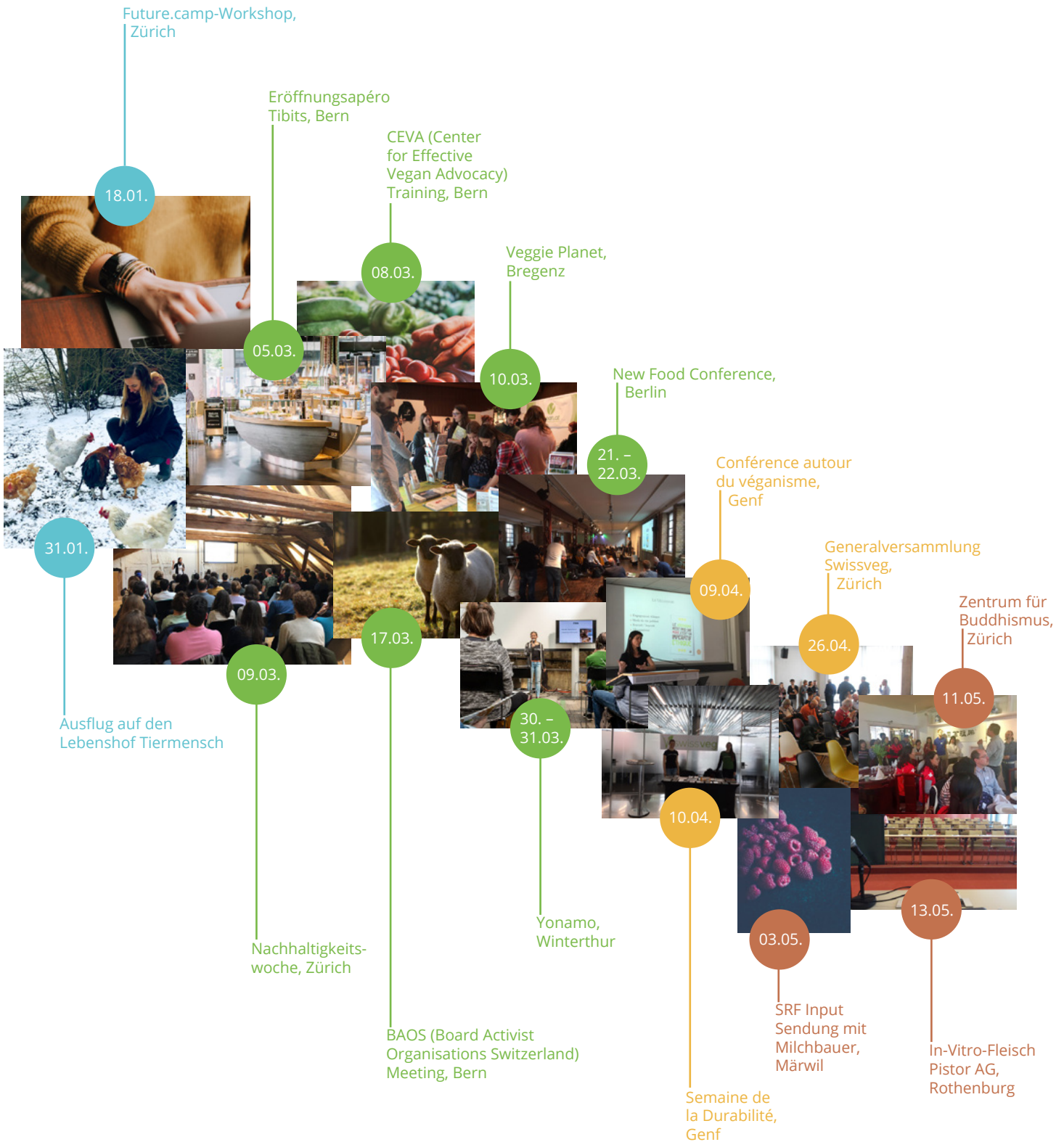
In Vorbereitung auf den 3. Dezember 2019 haben wir jeden Dienstag im November Werbung über Social Media für unsere Spendenaktion gemacht. Wir haben die Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und LinkedIn dazu genutzt. Die Aktion war zweisprachig.



A close-up photograph of two horses' heads. The horse in the foreground is a dark brown color, looking slightly to the right. The horse behind it is a lighter, golden-brown color, also looking to the right. The background is a soft, out-of-focus landscape under a clear blue sky. A white rectangular box is overlaid on the upper left portion of the image, containing the word "Events" in a green, sans-serif font.

Events

EVENTÜBERBLICK



ISO-Definition vegetarisch vegan, Genf
Die Internationale Organisation für Normung hat über Normen für die Begriffe «vegetarisch» und «vegan» debattiert, Swissveg-Präsident Renato Pichler hat mitdiskutiert.

Cody Screening für Tierschutzorganisationen, Zürich
Swissveg war eingeladen zum Screening von «Cody - The Dog Days are over».

Meetup Referat Hoffmann, Zürich
Danielle Cotten hielt einen Vortrag zur Fisch-Kampagne von Swissveg.

Standaktion Fischstäbchen, Biel

SOS Amazonas, Zürich
Danielle Cotten hielt eine kurze Rede bei der Demo SOS Amazonas

Animal Pride Day, Kreuzlingen (CH) nach Konstanz (DE)

SRF Input Milchbauer

19.05.

25. - 26.05.

Swiss Yoga Conference, Zürich

26.06.

12. - 19.06.

Vegan Surf Camp, Moliets-Plage (FR)

23.06.

06.06.

Bodypaint Aktion, Zürich

13.07.

19.07.

«Darf ich missionieren?» Podium am Campus Kappel.
Simone Fuhrman vertrat Swissveg und die vegane Lebensweise auf einem Podium des Campus Kappel.

17.08.

Animal Rights March, Zürich

22. - 25.08.

ProVeg Global Leadership Summit, Berlin

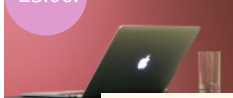
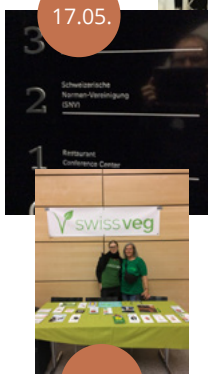
05.09.

20.07.

17.05.

18.05.

Vegi-Fest Chur



Delinat-Degustation
«Vegan Living»,
Basel, Olten, St.Gallen,
Bern, Winterthur,
Zürich, Luzern. Swiss-
veg hat Infomaterial an
den einzelnen Degusta-
tionen bereitgestellt
und war in St. Gallen
mit einem betreuten
Infostand vertreten.

Earthling Ed,
Winterthur
Swissveg hat
Earthling Ed
bei seiner
Präsentation
in Winterthur
besucht.

Alternatiba Léman,
Genf

V-Label-Meeting
in Spanien

Ernährungswoche
NMS Bern

Preny-Chambésy,
Genf

Schilder malen für
die Klima-Demo,
Zürich

14.09.

14.09.

26.09.

30.09.

12.10.

15. -
17.10.

17.12.

21. -
22.09.

19. -
20.10.

13.11.

14.12.

29.12.

28.09.

Vegan Messe,
Basel

Nationale
Klima-Demo
in Bern

Swissveg war mit
veganen Umweltschützern und -aktivisten an der nationalen Klima-Demo in Bern, um die Bevölkerung auf die Umwelteinflüsse der Ernährung hinzuweisen. Swissveg war im Rahmen der Klima-Allianz Mitorganisatorin.

VeggieWorld
Zürich 2019

Vortrag zu
Umwelt und
Ernährung,
Thun

Marche Noel,
Genf

Proveg-Mitglieder-
versammlung,
Deutschland



Bodypaint Event

Echte Umweltschützer leben vegan! Am Freitag, 28. Juni 2019, marschierte Swissveg mit fünf Aktivisten, alle per veganer Bodypaint-Farbe als Planet Erde bemalt, als unser Planet Erde mit veganer Bodypaint-Farbe durch die Zürcher Innenstadt. Dabei wurden die Aktivisten von zahlreichen Freiwilligen begleitet, die die Umwelt-Flyer «Klimaschutz mit Messer und Gabel» verteilten. Mit der Aktion bezweckten wir, den Zusammenhang zwischen Ernährung und Klimawandel der Öffentlichkeit vor Augen zu führen. Gemeinsam liefen wir entlang der Bahnhofstrasse zum Bürkliplatz, wobei wir im Lindenhof eine kurze Fotopause einlegten. Anschliessend gingen wir über die Quaibrücke zum Bellevue und von dort aus ins tibits Bistro, wo uns ein Erfrischungsgetränk spendiert wurde. Danach liefen wir teils durch die Altstadt und teils durch die Bahnhofstrasse wieder zurück zum Hauptbahnhof. Hier war der Tag aber noch nicht zu Ende. Am Zürich HB flyerten wir an vier unterschiedlichen Standorten nochmals für zwei Stunden. Wir konnten an diesem Tag zahlreiche spannende Gespräche führen und Leute ermutigen, kleine Schritte in Richtung der veganen Lebensweise zu machen. Auch sind wir einigen Menschen begegnet, welche unsere Aktion toll fanden und uns für unsere Arbeit dankten.

Die Aktion war ein voller Erfolg! Und wir sagen danke! Denn ohne die tatkräftige Unterstützung aller Beteiligten wäre dieser Event nicht möglich gewesen. Auch die Medien haben diese Aktion aufgegriffen.

Fisch-Event mit Cube of Truth

Swissveg hat Passanten in Biel gezeigt, wie lecker vegane Fischstäbchen sind, die wir an einem Degustationsstand anboten. Den Passanten haben wir aufgezeigt, wie genussvoll, tierleidfrei und ökologisch die vegane Variante von Fischstäbchen und Lachs ist. Mit Infomaterial von Swissveg und einem gleichzeitig stattfindenden Cube of Truth konnten wir vor Ort den Passanten der Bieler Innenstadt aufzeigen, wie immens das Leid und die Umweltverschmutzung des Konsums von Fischstäbchen mit echtem Fisch ist. Wir erreichten sowohl deutsch- als auch französischsprachige Menschen. Gesponsert wurde das Essen von New Best Choice Fine Food GmbH sowie von Coop.



Helferbörse

Seit 2019 können sich Interessierte über ein Helferformular auf der Swissveg-Website als ehrenamtliche Mitarbeiter melden.

Immer wieder werden wir von hilfsbereiten Leuten angesprochen und kontaktiert. Das Helferformular ermöglicht uns, einen Helferpool aufzubauen, den wir mit konkreten Anfragen kontaktieren können. So sparen wir viel Zeit und können effizient arbeiten, während wir engagierten Personen die Möglichkeit geben, aktiv zu werden.

Wer sich als Helfer anmelden möchte, wählt je nach persönlichen Interessen und Fähigkeiten folgende Bereiche aus:

- Flyern
- Mithelfen an Veranstaltungen
- Aktionsgruppen
- Mithilfe beim Versand
- Werbung/Sponsoring
- Fotografie/Film
- Leserbriefe schreiben
- Übersetzungen (d/f/i/e)
- Grafikarbeiten
- Food Blogging

Besonders in den Bereichen Übersetzungen (Französisch, Italienisch, Englisch) und Grafikarbeiten sind wir immer wieder dankbar für fleissige Hände.

2019 haben sich über 50 engagierte Freiwillige über das Helferformular angemeldet.

Insgesamt wurden wir in diesem Jahr von über 60 ehrenamtlichen Helfern unterstützt. Das Helferformular ist online abrufbar unter www.swissveg.ch/helfer.



Gemeinsam sind wir stark für Tiere, Umwelt und Gesundheit

Projekte



V-LABEL

Kein anderes Swissveg-Projekt hat sich so stark entwickelt, wie das V-Label. Die letzten Monate investierten wir viel Zeit in die internationale Koordination, damit das V-Label auch in China, USA und Lateinamerika Fuss fassen kann. In der Schweiz gibt es heute 275 Firmen, die ihre Produkte mit dem V-Label auszeichnen. Migros, Coop, Aldi, Lidl und viele weitere Konzerne setzen heute auf die seriöse und zuverlässige Kontrolle, die wir mit unseren internationalen Partnern gewährleisten. Neben den Lebensmitteln und Getränken waren Kosmetika und weitere Non-Food-Produkte eine der Herausforderungen, die wir im vergangenen Jahr gemeistert haben. Mit der klaren Deklaration durch das V-Label erleichtern wir den Einkauf und zeigen auch Nicht-Vegetariern und Nicht-Veganern in den Supermärkten, dass es immer einfacher wird, pflanzenbasiert zu leben.



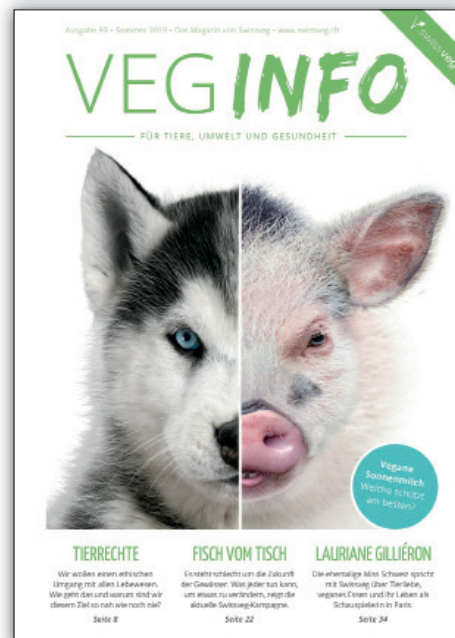
govegan.ch

Seit der Lancierung des Projekts «go vegan» haben unzählige, insbesondere junge Menschen den Zugang zur pflanzenbasierten Ernährung gefunden. «Go vegan» ist ein Projekt von Swissveg, das in zwei übergeordneten Themenbroschüren Veganismus einfach erklärt und schmackhaft macht. Seit 2019 gibt es dieses Projekt auch in französischer Sprache. Nebst den französischen Broschüren «Go vegan – Warum?» und «Go vegan – Wie?» haben wir auch die dazugehörige französischsprachige Website www.govegan.ch erstellt.



VEG-INFO

Das Swissveg-Magazin Veg-Info ging 2019 in die 23. Runde! Wiederum veröffentlichten wir vier Ausgaben der einzigen Schweizer Zeitschrift für alle Vegetarier, Veganer und Interessierte mit exklusiv recherchierten Fachartikeln und abwechslungsreichen Rezepten, Buchvorstellungen, V-Label-News und Hintergrundberichten zu den Menschen und Organisationen, die für vegane Lebensweise stehen. Das Magazin wurde wiederum klimaneutral hergestellt. Weitere Informationen zum Veg-Info stellen wir unter der Rubrik «Entwicklungen» in diesem Jahresbericht vor. Sämtliche Archiv-Ausgaben können auf www.swissveg.ch/veginfo gelesen werden.



Entwicklung



SOCIAL MEDIA

Auch 2019 vergrösserten wir unsere Social-Media-Präsenz weiterhin stark. Auf Facebook erreichten wir 13 500 Follower, auf Instagram verdoppelten wir unsere Abonnenten sogar von 5700 auf 11 300. Damit haben wir die wichtige 10 000er-Marke geknackt und konnten neue Bereiche für dieses Kommunikationstool freischalten, die es für Nutzer unter 10 000 Abonnenten nicht gibt. Wir betten jetzt Links in unsere Instagram-Stories ein, um Interessierte effektiver auf unsere Webseite zu führen und Swissveg-Projekte und -Kampagnen zu bewerben. Ausserdem beobachteten wir vermehrt, dass sich neue Mitglieder wegen unseres Social-Media-Auftritts dazu entschlossen, Swissveg als Mitglied zu unterstützen. Auf diesen Erfolg sind wir dieses Jahr besonders stolz.

Wir stärken seit 2019 insbesondere auch unseren Social-Media-Auftritt in der Romandie. Auf Facebook stieg unsere Reichweite um 25%, somit folgen uns seit Ende Jahr 1450 Personen. Im März starteten wir den Swissveg Romandie Instagram-Account. Innerhalb zehn Monaten haben wir auf diesem Kanal 640 Abonnenten gewonnen. Zudem sind wir dabei, eine aktivere Betreuung der Romandie-Kanäle zu organisieren sowie mehr lokal relevante Infos zu posten, um unsere Attraktivität für die Romands zu erhöhen.

Was treiben wir auf diesen Kanälen?

Die starke Online-Präsenz schöpfen wir aus: Wir unterstützen unsere vegan und vegetarisch lebenden Abonnenten auf vielen Wege. Zum Beispiel, indem wir Rezepte empfehlen, Tipps im Umgang mit der allgegenwärtigen Tierausbeutung geben und in den Kommentaren Raum für einen gegenseitigen Austausch bieten.

In den letzten Jahren sind die sozialen Netzwerke auch in der Schweiz zu einem effektiven Tool zur Mobilisierung für Demonstrationen geworden. Wir haben diese Funktion genutzt, um auf Klimastreiks und -Demos sowie den Animal Rights March aufmerksam zu machen.

Erfolgreichster Post 2019



Wir stellen unseren Followern neue vegane Produkte vor und nutzen unsere Online-Präsenz, um gute Nachrichten oder auch vergessene vergangene Themen möglichst stark zu verbreiten, oder auch um falsche bzw. einseitige Informationen der Medien richtigzustellen.

Unser erfolgreichster Beitrag 2019 war ein Vergleich des Umgangs von Medien und Gesellschaft mit den Themen Brand der Pariser Kathedrale Notre-Dame und Brand des Amazonas-Regenwalds. Über die Notre-Dame wurde intensiv berichtet und Millionen wurden gespendet. Der Amazonas-Regenwald musste etwa drei Wochen lichterloh brennen, bevor die Medien die Gesellschaft darauf aufmerksam machten. Wir kritisierten diese Doppelmoral, denn während beim Brand der Kathedrale niemand unmittelbar bedroht war, bedeuten die Brände im Amazonas den Tod vieler Tiere und Menschen.

Auf Facebook haben wir damit 43 000 Leute erreicht, 328 Mal wurde der Beitrag geteilt. Auf Instagram wurden mit demselben Beitrag 32 300 Personen erreicht. Knapp 3000 Menschen hat der Post gefallen und 70 Personen haben einen Kommentar dazu geschrieben.

Twitter nutzten wir auch im Jahr 2019 nur am Rande. Die Resonanz ist insbesondere im Verhältnis zu Instagram sehr gering. Inwiefern wir Twitter in Zukunft verwenden, steht noch nicht fest. Dafür vergrösserten wir unsere Reichweite auf der Businessplattform LinkedIn um ein Vielfaches.

Auf unserem YouTube-Kanal haben wir in diesem Jahr unter anderem eine Interviewserie passend zu unserer Kampagne «Fisch vom Tisch» lanciert. Auch diverse Beiträge von Events sowie verschiedene Interviews sind auf www.swissveg.ch/youtube abrufbar. Wir verfolgen das Ziel, unsere Reichweite durch YouTube im 2020 stark zu vergrössern.

Der erfolgreichste Social Media Post 2019 erschien auf dem Deutschen Social Media Profil von Swissveg. Wir arbeiten daran, die französischen Profile ebenfalls wachsen zu lassen und hoffen, dass wir bald eine ähnlich grosse Reichweite in der Romandie haben, wie in der Deutschschweiz.



Erfolgreichster Post 2019

Performance deines Beitrags

43.309 erreichte Personen

1.440 Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

462 Gefällt mir	118 Zu einem Beitrag	344 Zu geteilt in
10 Love	4 Zu einem Beitrag	6 Zu geteilt in
8 Waw	0 Zu einem Beitrag	8 Zu geteilt in
378 Thaurig	101 Zu einem Beitrag	277 Zu geteilt in
150 Wärend	60 Zu einem Beitrag	70 Zu geteilt in
115 Kommentare	23 Zum Beitrag	87 Zu geteilt in
348 Geteilte Inhalte	323 Zum Beitrag	20 Zu geteilt in

7.112 Klicks auf Beiträge

2.537 Fotoaufrufe

18 In-Klicks

4.157 Andere Klicks

MILSA I NLS I LLEUWIK

5 Beitrag verbergen

4 Alle Beiträge verbergen

0 Als Spam melden

0 Seite gefällt mir nicht

Homeleiste: Reaktionen sind möglicherweise neuwertig und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

Mehr „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte
Bewirkt diesen Beitrag für 30 CHF, um bis zu 21.000 Personen zu erreichen.

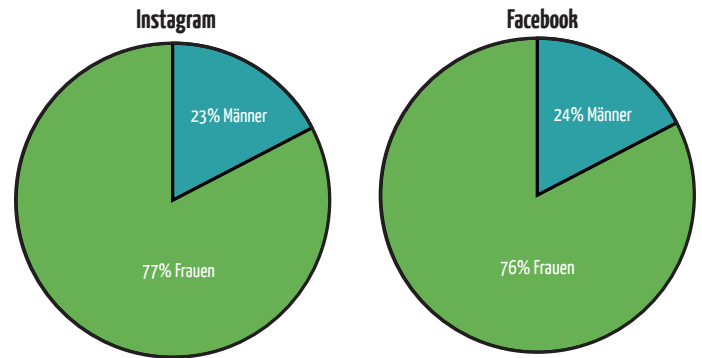
43.309 Erreichte Personen

8.862 Interaktionen

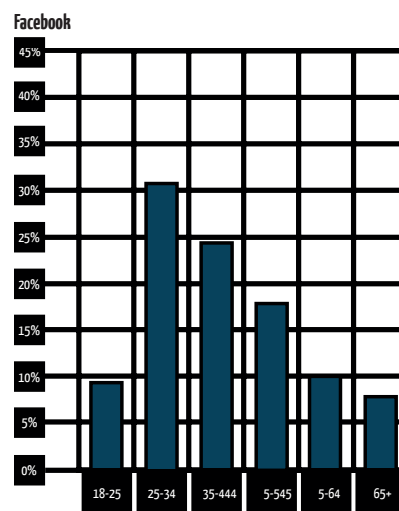
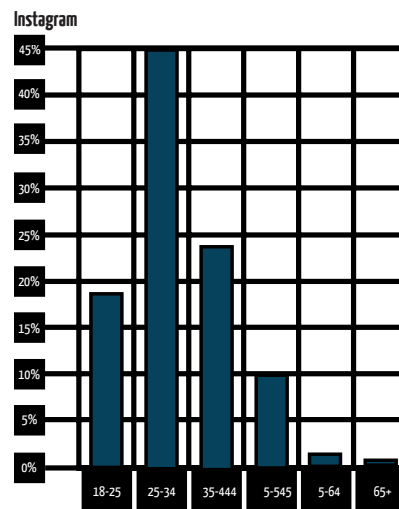
Beitrag beworben

17 Kommentare 130 Mal geteilt

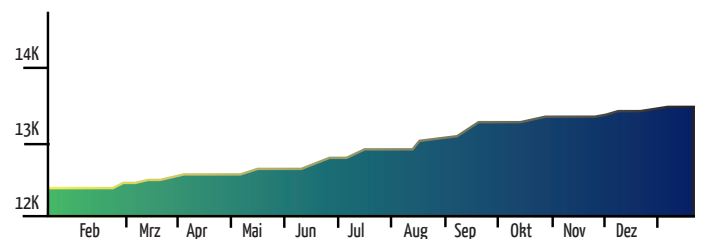
Erfasste demographische Daten zu Personen, denen unser Instagram- und Facebook-Profil gefällt, basierend auf Alters- und Geschlechtsangaben aus ihren Profilen.



Diese Altersgruppen erreichen wir:



Wachstum Seitenabonnenten Facebook



Performance deines Beitrags

44.085 erreichte Personen

1.463 Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

723 Gefällt mir	139 Zu einem Beitrag	584 Zu geteilt in
22 Love	1 Zu einem Beitrag	21 Zu geteilt in
2 Waw	1 Zu einem Beitrag	1 Zu geteilt in
13 Thaurig	3 Zu einem Beitrag	10 Zu geteilt in
7 Wärend	5 Zu einem Beitrag	2 Zu geteilt in
1 Kommentare	0 Zum Beitrag	1 Zu geteilt in
406 Geteilte Inhalte	23 Zum Beitrag	413 Zu geteilt in
250 Klicks auf Beiträge	250 Zum Beitrag	0 Zu geteilt in
761 Fotoaufrufe	80 In-Klicks	3.775 Andere Klicks

Mehr „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte
Bewirkt diesen Beitrag für 90 CHF, um bis zu 21.000 Personen zu erreichen.

44.085 Erreichte Personen

6.000 Interaktionen

Beitrag beworben

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

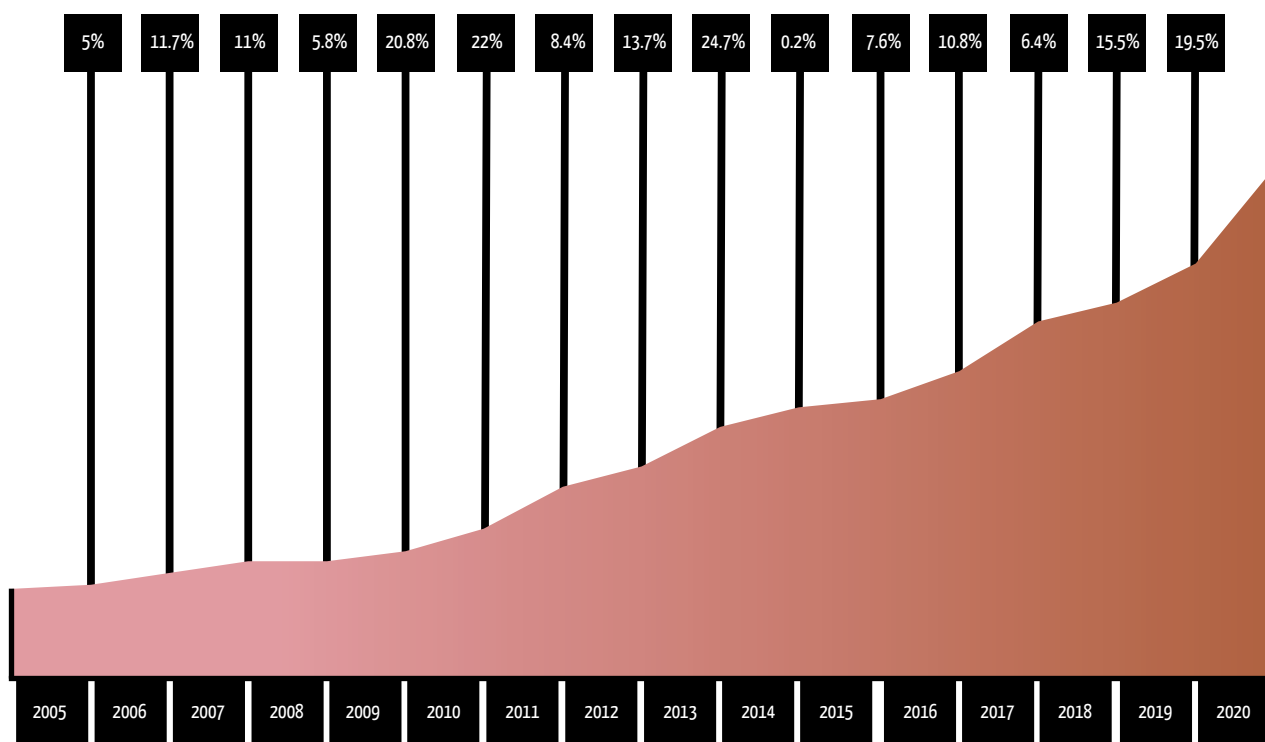
MITGLIEDER UND UNTERSTÜTZER

Dank unserer gesteigerten öffentlichen Präsenz und auch durch unsere Kampagnenarbeit konnten wir die Anzahl der Unterstützer und Mitglieder im Jahr 2019 laufend erhöhen. Unsere Mitgliederzahlen stiegen innerhalb nur eines Jahres um 20% an.

2019 kamen auch verschiedene Firmenmitgliedschaften neu hinzu, welche wir in den kommenden Jahren stärken fördern werden.

Unzählige Menschen nutzen täglich unser umfassendes Angebot an Informationen auf der Website, kontaktieren uns betreffend Unterstützung oder finden dank dem V-Label beim Einkaufen pflanzenbasierte Produkte schnell und einfach. Nur ein Bruchteil dieser Menschen unterstützt uns auch als Mitglieder, um unsere wichtige Arbeit fortsetzen zu können. In dem wir unsere Spendentools modernisieren und unsere Öffentlichkeitsarbeit weiter ausbauen, gehen wir diese Diskrepanz im nächsten Jahr stärker an. Die genauen Zahlen der Mitgliederstatistik wie auch der Vereinsrechnung werden den Mitgliedern von Swissveg an der Generalversammlung im Mai 2020 offen gelegt und besprochen.

Mitgliederzuwachs



INTERN

Swissveg Newsletter-Anwendung

Bei der neuen Newsletter-Anwendung von Swissveg handelt es sich um eine Eigenentwicklung. Diese wurde einer Standardlösung, wie zum Beispiel Mailchimp, aus folgenden Gründen vorgezogen:

- Die Schnittstelle von Swissveg-ERP-System und einem Teil der E-Mail-Adressen kann einfacher angebunden werden.
- Die über die Webseite registrierten Newsletter-Kunden können von der Newsletter-Anwendung für den Versand direkt eingelesen werden (ohne den Umweg über einen Import).
- Die Datenhoheit liegt bei der Swissveg und nicht bei einem Fremdsystem.
- Zusatzanforderungen können praktisch alle realisiert werden, was bei einem Fremdsystem nicht möglich ist.
- Es kann über die Anwendung gesteuert werden, welche Eingaben (Formatierungen etc.) erlaubt sind. Somit wird das Design über die Anwendung vorgegeben und bleibt durch Corporate Identity (CI) immer identisch. Neben dem einheitlichen Design werden dadurch auch Fehler bei der Eingabe minimiert.
- Monatliche Kosten für ein externes Tool können eingespart werden.
- Swissveg hat die Ressourcen und das Know-how für eine Eigenentwicklung.

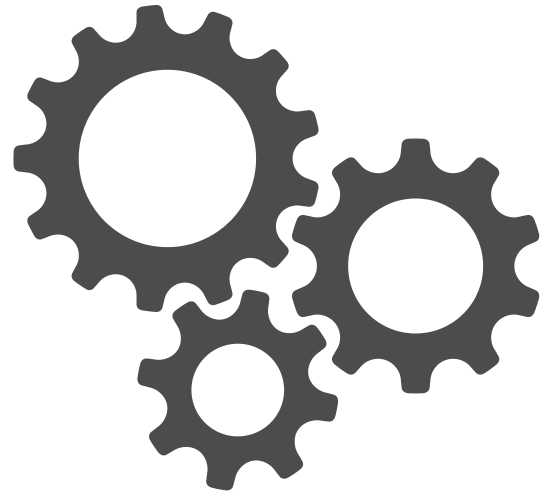


Technologie

Die Anwendung wurde in PHP programmiert. Die Daten werden in einer MySQL-Datenbank gespeichert.

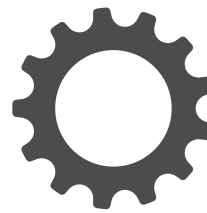
Herausforderung

Die Problematik bei einer Mailanwendung liegt darin, dass die Empfänger der E-Mails unterschiedliche Mailprogramme besitzen (Google, Yahoo, GMX, Outlook, Thunderbird, u.a.) und diese unterschiedliche Code-Interpretationen anwenden. Die Anwendung wurde dementsprechend programmiert. Es wurde jeweils der grösstmögliche gemeinsame Nenner verwendet, um den Newsletter in allen Mailprogrammen bestmöglich darzustellen; dies notabene für alle Geräte (Desktop, Tablet, Mobile). Zudem müssen noch Algorithmen angewendet werden, um möglichst zu verhindern, dass die E-Mails in den Spam-Ordern der User landen.



V-Label-Software

Seit 1997 kontrollieren wir vegetarische und vegane Produkte in der Schweiz. Wir haben dafür eine eigene Software entwickelt, welche die Kontrolle der mittlerweile Tausenden von Produkten sehr gut unterstützt. Diese Software wurde nun neu programmiert, damit wir sie auch anderen Ländern zur Verfügung stellen können. Langfristig sollen alle Landesorganisationen, die Teil des internationalen V-Label-Projektes sind, mit dieser neuen Software arbeiten. Deshalb wird die neue Software auch im Jahr 2020 weiterentwickelt, um alle Anforderungen erfüllen zu können. Wir koordinieren die Entwicklung dieser Software – genauso wie das ganze V-Label-Projekt.



Ausblick



SWISSVEG-APP

Ein Zukunftsprojekt können wir bereits für das Jahr 2020 umsetzen: Das Veg-Info-Magazin wird auch als E-Paper verfügbar sein! Ab der ersten Ausgabe 2020 wird unser Magazin in einer eigenen Swissveg-App erhältlich sein. So erhöht sich nicht nur die Reichweite des Magazins, wir schonen gleichzeitig auch die Umwelt.

In der kostenlosen App ist nicht nur das komplette Veg-Info-Archiv enthalten, auch alle unsere Broschüren, Flyer und Postkarten können dort aufgerufen werden. Für Mitglieder, Gönner und Abonnenten gibt es auf Wunsch einen eigenen Zugang, womit auch die aktuellste Veg-Info-Ausgabe digital auf dem Computer oder dem Smartphone durchgeblättert werden kann.

Ab sofort wird die französische Veg-Info-Ausgabe ausschliesslich nur noch als E-Paper angeboten. Wir haben uns hierzu entschieden, um unsere finanziellen Kräfte besser zu bündeln, unsere Ressourcen gezielter einzusetzen und so mehr Leser in der Romandie erreichen zu können. Ein weiterer Vorteil ist, dass wir nicht mehr an eine fixe Seitenzahl gebunden sind, sondern mehr Beiträge von der deutschen Ausgabe auf Französisch übersetzen können. Das gedruckte Infomaterial zu allen Themen steht natürlich weiterhin auch auf Französisch und teilweise auf Italienisch zur Verfügung.

Die Swissveg-App wird ab dem Frühjahr 2020 im App-Store von Apple und über Google Play kostenlos erhältlich sein.



AUSBLICK

Nach dem erfolgreichen Jahr 2019 haben wir das neue Jahr gleich mit einer der grössten aller Swissveg-Informationenkampagnen in allen grösseren Schweizer Bahnhöfen gestartet: Wir zeigen das «Tier als Tier». Wir werden dieses Jahr die künstliche Trennung zwischen Haustieren und Nutztieren in der Vorstellung der Öffentlichkeit aufweichen. Nie würde man es wagen, einen Hund so zu halten, wie ein Schwein – obwohl beide sehr ähnliche Bedürfnisse und Fähigkeiten haben. Die willkürliche Aufteilung der Tierarten werden wir das ganze Jahr über zum Thema machen.

Doch nicht nur in der Öffentlichkeit werden die sogenannten «Nutztiere» als minderwertige Wesen gesehen, auch die Politik und damit die Gesetze sind entsprechend ausgerichtet. Hier werden wir dieses Jahr einen weiteren Schwerpunkt setzen: Welche Gesetze müssen verändert werden, damit der gesellschaftliche Wandel zu einer tier- und umweltfreundlicheren Lebensweise nicht mehr behindert wird? Da auch heute noch ein Grossteil der Politiker direkt oder indirekt von der Ausbeutung der Tiere profitieren, wird dieser Weg nicht einfach werden. Deshalb werden wir auch in diesem Jahr Firmen, die bisher von der Tierausbeutung gelebt haben dabei unterstützen, künftig auf pflanzliche Produkte umzusteigen. Mit unseren über 275 Firmenkontakten durch unsere V-Label-Kontrolle haben wir bereits eine gute Basis, die wir auch auf andere Firmen ausweiten werden, um sie auf dem Weg zu einer nachhaltigen, pflanzlichen Nahrungsmittelproduktion zu unterstützen. Dadurch können wir aus Gegnern Partner machen, was wiederum unser Engagement für politische und gesellschaftliche Veränderung unterstützt. Langfristig denkende Fleischverarbeiter sehen sich immer mehr als «Spezialisten für proteinreiche Lebensmittel». Damit sind sie nicht mehr auf den tierischen «Rohstoff» fixiert, sondern öffnen sich der nachhaltigen Lebensmittelproduktion. Swissveg hilft diesen Firmen ebenso wie den Start-ups, die von Anfang an ausschliesslich auf zukunftsfähige, pflanzliche Lebensmittel setzen.

2020 werden wir zum Jahr der gesellschaftlichen Veränderung machen. Wir gehen dies auf allen drei Ebenen an: Öffentlichkeit, Politik, Wirtschaft. Denn nur wenn alle den Wandel mitmachen, wird er nachhaltig durchführbar werden.

Dies wird ein grosser Schritt in Richtung unseres Ziels, einer nachhaltigen, tier- und umweltfreundlicheren Welt, in der alle Wesen ein Recht auf ein würdevolles Leben haben. Damit uns dies gelingt, sind wir auf möglichst viele Unterstützer angewiesen, die dieses Ziel mit uns teilen.

A close-up photograph of a variety of fresh vegetables. In the upper left, there are several bright red radishes with their green leafy tops. To their right are several potatoes, some with reddish skin and others with light tan skin. A large, glossy yellow bell pepper with a green stem is prominent on the right side. In the lower left, there are several green zucchini. The bottom of the image is filled with several bright orange carrots. Interspersed among the vegetables are several ripe, red tomatoes. The background is dark, making the colors of the produce stand out.

VIELEN DANK!

Für Tiere, Umwelt und Gesundheit

GEMEINSAM ETWAS BEVEGEN

Jetzt Mitglied werden!

www.swissveg.ch/unterstuetzen