



**DARF ICH DICH  
VERWURSTEN,  
MEIN FREUND?**

---

**Tierfreunde essen anders**

[swissveg.ch/tierfreunde](https://swissveg.ch/tierfreunde)

## EDITORIAL

Für Swissveg stand das vergangene Jahr im Zeichen der grössten Tierrechtskampagne, welche die Schweiz je sah: In allen grösseren Bahnhöfen in allen Landesteilen wurde unsere Sensibilisierungskampagne «Das Tier als Tier» gezeigt. Insgesamt millionenfach über das ganze Jahr verteilt. So konnten wir trotz der vielen durch die Coronamassnahmen des Bundesrates abgesagten Events einen grossen Teil der Schweizer Bevölkerung erreichen.

Die Pandemie hat einen direkten Bezug zu unserer Arbeit: Swissveg zeigte den Zusammenhang zwischen der heutigen Massentierhaltung und dem Entstehen immer neuer Pandemien auf. Dass ausgerechnet die Zivilisationskrankheiten, die durch zu hohen Konsum tierischer Produkte gefördert werden (Bluthochdruck, Adipositas, Diabetes Typ 2), zu den Risikofaktoren für einen schweren Krankheitsverlauf führen, war sicher auch ein Ausschlag dafür, dass das Interesse an einer gesunden, pflanzlichen Ernährung weiter gestiegen ist. Vielleicht hat das politisch verordnete zurückgekehrte Sozialleben sogar etwas Positives bewirkt: Noch nie machte Coop einen so grossen Umsatz mit Alternativen zu Fleisch und Milchprodukten wie im Frühling 2020, während des Lockdowns. Auch bei anderen Grossverteilern (Migros, Aldi, Lidl) wuchs im

vergangenen Jahr das Sortiment an veganen Fleisch- und Milchalternativen stark. Gesunde Nahrungsmittel erlebten einen Boom. Und Swissveg hat so viele Neumitglieder dazugewonnen, wie noch nie in ihrer 27-jährigen Geschichte. Ganz besonders freut mich das gestiegene Interesse an einer gesünderen Lebensweise, wovon wir im vergangenen Jahr ebenfalls profitieren konnten.

Vielen Dank an alle, die unsere Arbeit ermöglicht haben! Auch wenn wir durch die speziellen Umstände leider nur wenige unserer vielen UnterstützerInnen und HelferInnen persönlich an Events treffen konnten, so war das vergangene Jahr nicht nur das Jahr der Einschränkungen, sondern auch ein Jahr, das viele nutzten, um sich über ihre bisherige Lebensweise Gedanken zu machen. Grosse Veränderungen im Alltag bieten immer auch eine grosse Chance für positive Neuausrichtungen. Wir werden auch dieses Jahr alle darin unterstützen, die ihr Leben tier- und umweltfreundlicher und gesünder ausrichten wollen.

*R. Pichler*

Renato Pichler  
Geschäftsführer und Präsident Swissveg



### Jahresbericht Das Jahr 2020

Niederfeldstr. 92  
8408 Winterthur  
Schweiz

+41 (0)71 477 33 77  
info@swissveg.ch  
www.swissveg.ch

Postkonto  
90-21299-7

# INHALT

## Personelles

VORSTAND.....	7
EVU-VORSTAND.....	7
GESCHÄFTSSTELLE .....	8
PRAKTIKUM FUNDRAISING .....	9
PARTNER .....	10
REFARM'D .....	10

## Öffentlichkeitsarbeit

SGE OPTIMALER TELLER.....	12
UMFRAGE DEMOSCOPE .....	12
VEGAN-MONAT .....	13
SPRACHKOMPASS UNI BERN .....	14
ERNÄHRUNGSPARLAMENT .....	14
INFOMATERIAL .....	15
KLIMANEUTRAL.....	15
MEDIENARBEIT .....	16



## Kampagne

KAMPAGNEN-RÜCKBLICK.....	22
GIVING TUESDAY.....	25
UNSER JAHR IN ZAHLEN .....	26

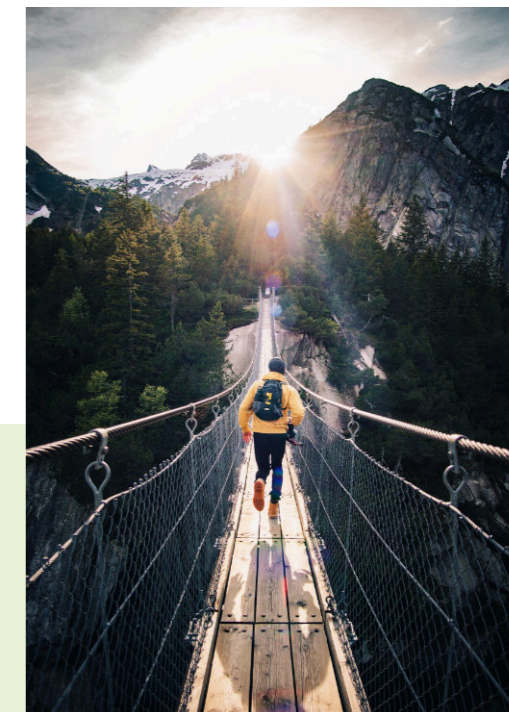
## Events

VERANSTALTUNGEN 2020.....	27
EVENT-ZEITSTRAHL .....	28

## Politik und Wirtschaft

POLITISCHES ENGAGEMENT .....	30
BIOVEGANE LANDWIRTSCHAFT .....	31
ISO-STANDARD VEGAN & VEGETARISCH ...	31

## ERNÄHRUNGSPARLAMENT



## Projekte

V-LABEL.....	33
SWISSVEG-APP .....	33
VEG-INFO .....	34

## Entwicklung

SOCIAL MEDIA.....	37
UNTERSTÜTZERINNEN.....	38
V-LABEL-SOFTWARE .....	38

## Ausblick

VEGGIEDAY.....	40
NEUE WEBSEITE.....	40
VISIONEN UND ZIELE.....	41

# Personelles

## VORSTAND

Im Swissveg-Vorstand kam es 2020 zu Veränderungen. Das Gremium bestand per 31.12.2020 aus fünf Mitgliedern. Präsident Renato Pichler (Präsident und Geschäftsführer Swissveg) und Marco Eberhard (Vizepräsident) und Ivo Jegge waren weiterhin dabei. Monika und Werner Akeret sowie Thomas Hereth haben den Vorstand im vergangenen Jahr verlassen. Dafür konnten wir Barbara Achermann (Kassierin) und Andrea Hilfiker für diese ehrenamtliche Tätigkeit gewinnen. Die beiden neu Hinzugekommenen wurden vom Vorstand interimsmässig in den Vorstand geholt und müssen an der Mitgliederversammlung 2021 noch von den Mitgliedern bestätigt

werden. Der Vorstand hält einmal im Monat eine Telefonkonferenz. Zweimal jährlich treffen sich alle Vorstandsmitglieder zu einer Tagessitzung. Im vergangenen Jahr konnte nur im März dieses physische Treffen abgehalten werden. Das 2. geplante Treffen im Herbst wurde per Videokonferenz abgehalten. Die weitere Korrespondenz läuft ebenfalls digital, entweder per E-Mail oder per Telefon. 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-grid](http://www.swissveg.ch/team-grid)

Stand: 31.12.2020



Renato Pichler



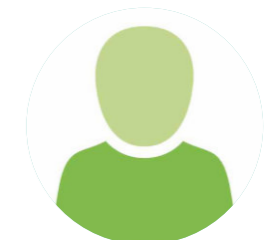
Marco Eberhard



Ivo Jegge



Andrea Hilfiker



Barbara Achermann

## EVU-VORSTAND

Seit 2020 sind gleich zwei Mitarbeitende von Swissveg im Vorstand der European Vegetarian Union (EVU) vertreten. Renato Pichler wurde in seinem Amt bestätigt und neu wurde auch Simone Fuhrmann in den Vorstand gewählt.

Die EVU ist der Dachverband der veganen und vegetarischen Vereine in Europa. Die Haupt-

schwerpunkte sind Gesundheit, Ernährung, Verbraucherschutz, Nachhaltigkeit und Umweltfragen. Die EVU setzt diese Themen in Bezug auf Veganismus und Vegetarismus auf die europäische politische Agenda. Finanziert wird dies zum grössten Teil durch die Einnahmen des V-Labels. In diesem Jahr wurde die jährliche Versammlung online durchgeführt.



# GESCHÄFTSSTELLE

Die Leitung von Swissveg wurde wiederum von Renato Pichler (80%) wahrgenommen. Als seine Stellvertreterin hat Simone Fuhrmann (90%), Personalverantwortliche und Leiterin von diversen Projekten bei Swissveg, ihn bei dieser Tätigkeit unterstützt.

Mitglieder des V-Label-Teams sind Marcel Bohnet (80%), der auch die Leitung der Zertifizierung innehat, Beatrice Stahel (100%) und seit August 2020 auch Olivia Amstutz (70%), die bereits 2018 als Praktikantin Marketing & Administration bei Swissveg tätig war.

In der Redaktionsleitung unseres Magazins *Veg-Info* kam es 2020 zu einer grossen Veränderung: Unsere langjährige Mitarbeiterin, Bernadette Raschle, hat sich nach über 14 Jahren bei Swissveg für eine berufliche Neuorientierung entschieden. Ab März 2020 durften wir Katherina Schöffner (80%) als ihre Nachfolgerin willkommen heissen.

Das Marketing, die Kommunikation sowie Kampagnen- und Medienarbeit wurden von Danielle Cotten (100%) zusammen mit den Praktikantinnen Felicia Mändli (Januar bis Februar, 80%), Alina Dubach (Januar bis Februar, 70%) und Elina Wehrli (August bis Dezember,

100%) umgesetzt. Seit Mitte August 2020 hat Swissveg erstmals ein Praktikum im Bereich Fundraising angeboten, das von Gabriele Müller (80%) besetzt wurde.

Die Administration und Mitgliederbetreuung von Swissveg wurden von Karin Pichler (45%) betreut.

Französische redaktionelle Beiträge in der Romandie wurden von Sophie Lebel (40%) koordiniert und übersetzt. Seit 2020 wird sie von Evelyne Campana (10%), langjährige ehrenamtliche Helferin, nun als offizielle Mitarbeiterin unterstützt. Simone Fuhrmann betreute und organisierte Events in der Romandie mit der tollen Unterstützung von Aurélia Carillo.

Martin Schaffner (60%) hat als IT-Projektleiter unsere digitalen Projekte vorangetrieben.

Der Beschäftigungsgrad aller elf festangestellten Swissveg-Mitarbeitenden betrug gegen Ende Jahr 2020 insgesamt 755 Stellenprozent. Dazu kommen zwei Praktikantinnen mit einem Beschäftigungsgrad von insgesamt 180 Stellenprozent. Das Swissveg-Team wurde wie in den Vorjahren durch zahlreiche freie Mitarbeitende, Volontäre und ehrenamtliche HelferInnen vervollständigt.



## PRAKTIKUM FUNDRAISING

### Ein Erfahrungsbericht

Nach fast 20 Jahren Kundenbetreuung im Bereich der beruflichen Vorsorge entschloss ich mich, meinen Beruf an den Nagel zu hängen und nochmals neu anzufangen. Ich möchte künftig mein Geld als Fundraiserin verdienen. Für mich war klar, dass ich nebst der theoretischen Ausbildung an der ZHAW erste Berufserfahrung in einem Praktikum sammeln muss. Obwohl ich 47 Jahre alt – und somit eher eine «Exotin» unter den PraktikantInnen – bin, fühlte sich mein Praktikum bei Swissveg von Beginn weg genau richtig an. Im 6-monatigen Praktikum lerne ich sehr viel über Projektarbeit. Ich bin verantwortlich für den «Veggie-day», der 2021 lanciert wird. Die Arbeit passt sehr gut zu meinem theoretischen Teil an der ZHAW und ergänzt meine Ausbildung bestens. Ich sammle erste Erfahrungen im Bereich Marketing und Kommunikation – all dies ist komplett Neuland für mich und ich bin dankbar dafür, dass ich bei Swissveg so einen «Rundum-Blick» erhalten darf. Das ist toll und sehr bereichernd! Der «Veggie-day» ist auch auf Social Media präsent, weshalb auch das Posten auf diesen Kanälen zu meiner Arbeit dazugehört. Momentan – und das freut mich ganz besonders – schreibe ich diverse Förderstiftungen an und mache dadurch meine ersten Schritte im Bereich des institutionellen Fundraising. Auch dazu gibt mir Swissveg die Gelegenheit und begleitet mich dabei.

Ich liebe Tiere und es ist grossartig, dass ich mich für sie einsetzen kann. Auch dahingehend habe ich mein Praktikum bei Swissveg noch keine Sekunde lang bereut. Last but not least: Das Team ist supernett, ich bin hier gut aufgehoben und akzeptiert.

Gabriele Müller

## PARTNER

Das Netzwerk von Swissveg konnte das ganze Jahr über weiter ausgebaut werden. Es kamen zahlreiche Swissveg-Card-Partner hinzu. Mit dabei sind nun auch: das ETH Spin Off Planted Foods; Wild Foods, wo Schweizer Rüeblen zu einer täuschend echten Lachsalternative verarbeitet werden; Affechrut, die den Markt der Fleischalternativen nochmals aufmischen und bereichern und viele mehr! Die kostenfreie Partnerschaft kommt den Unternehmen, unseren Mitgliedern und nicht zuletzt auch uns zugute. Zudem waren wir wieder im Austausch mit anderen Organisationen, um Kooperationen einzugehen und uns für das Thema vegane Ernährung auch übergreifend stark zu machen. So sind wir zum Beispiel weiterhin mit Fridays for Future in Kontakt, mit der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) oder den Initiativkomitees der Trinkwasserinitiative und der Klimagerechtigkeitsinitiative Basel2030. Partnerschaften können sehr vielseitig und unterschiedlich sein. So verbindet uns bereits eine jahrelange Partnerschaft mit der Stiftung für das

Tier im Recht (TIR), die eine feste Kolumne im *Veg-Info* hat. Auch Benjamin Signer von *betteryou*, ebenfalls Swissveg-Card-Partner, schreibt seit 2020 regelmässig für uns.

Seit 2020 sind wir im Austausch mit Animal Free Research und unterstützen ihre Petition, die vom Bund fordert, mehr Gelder in die Forschung ohne Tierversuche zu stecken. Auch mit KYMA sea conservation & research haben wir uns vernetzt für eine gegenseitige Unterstützung und kleinere Kooperationen. Mit *myblueplanet* starteten wir 2020 eine wertvolle Kooperation, in der vegane Swissveg-Rezepte von *myblueplanet* auf ihren CO<sub>2</sub>-Abdruck berechnet und publiziert werden.

Von Beginn an haben wir den Vegi-Pass unterstützt und dieser ist auch Card-Partner. Die Partnerschaft mit dem Vegan Festival ist neu und die mehrjährige Partnerschaft mit der VeggieWorld, welche den Inhaber gewechselt hat, bleibt bestehen.

## REFARM'D



In einem ersten Anlauf hat Refarm'd zusammen mit dem Lebenshof Aurelio aus Büron im Kanton Luzern gearbeitet und hat den Betrieb dabei unterstützt, von der «Nutz»-Tierhaltung zu einem zukunftsweisenden Lebenshof mit Kühen, Schweinen, Alpakas und Hühnern als Weggefährtinnen und Pflanzenmilch als Produkt zu werden.

Für eine Zeit lang konnte über Refarm'd ein Abo-Modell von Claudias und Beats Pflanzenmilch bestellt werden, um den Lebenshof

zu unterstützen und wöchentliche Lieferungen von frischen und handgemachten Bio-Haferdrinks in wiederverwendbaren Glasflaschen zu erhalten. Swissveg war eine der Abholstellen für die Haferdrinks in der Schweiz. Obschon sich die Wege vom Lebenshof Aurelio und von Refarm'd getrennt haben und Swissveg derzeit keine Abholstelle mehr ist, unterstützen wir die Projekte in Kommunikation und Projektarbeit und freuen uns auf die weitere Entwicklung von Lebenshöfen wie auch von Refarm'd!

## Öffentlichkeitsarbeit

Swissveg ist auf den gängigen sozialen Medien beinahe täglich mit aktuellen Beiträgen präsent. Auf Facebook erreichten wir per Ende Jahr knapp 15000 AbonnentInnen und haben wöchentlich eine durchschnittliche Reichweite von rund 98000 Personen. Instagram ist seit diesem Jahr unser stärkster Kanal: Bis zum Jahresende konnten wir dort mehr als 17100 AbonnentInnen erreichen.

Seit 2020 gibt es Swissveg auch auf TikTok anzutreffen. Unsere Reichweite ist auf dem neuen Kanal noch klein und wird nun laufend ausgebaut.

Unsere Website [www.swissveg.ch](http://www.swissveg.ch) wurde auch im vergangenen Jahr aktualisiert und erweitert. Sie gibt auf praktisch jede Frage rund um die vegane Lebensweise Antworten. 2020 wurden insbesondere auf Italienisch viele Artikel ergänzt – nicht zuletzt auch im Rahmen unserer Kampagne «Tier als Tier».

Mit über 8000 AbonnentInnen ist der monatliche Swissveg-Newsletter ein wichtiges und kostengünstiges Medium zur Informationsverbreitung bzw. -gewinnung. Alle können sich online für unseren Newsletter anmelden: [www.swissveg.ch/newsletter](http://www.swissveg.ch/newsletter)

# SGE OPTIMALER TELLER

Wir haben zusammen mit der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE) vegane Rezepte zum optimalen Teller zusammen gestellt. Bislang waren nur Rezepte mit Fleisch oder ovo-lacto-vegetarische Rezepte verfügbar.

Die Rezepte kamen von Swissveg, die SGE hat sie berechnet und für die Visualisierung haben fleissige Swissveg-AktivistInnen die Rezepte gekocht und fotografiert. Nun gibt es zehn verschiedene vegane Rezepte auf drei Sprachen bei der SGE. Abrufbar sind die Rezepte unter [www.sge-ssn.ch/ich-und-du/essen-und-trinken/rezepte/rezepte-zum-tellermodell/](http://www.sge-ssn.ch/ich-und-du/essen-und-trinken/rezepte/rezepte-zum-tellermodell/)



**sg**e Schweizerische Gesellschaft für Ernährung  
**ssn** Société Suisse de Nutrition  
**ssn** Società Svizzera di Nutrizione

# UMFRAGE DEMOSCOPE

Wir haben unsere repräsentative Umfrage von 2017 über die Anzahl VeganerInnen und VegetarierInnen in der Schweiz 2020 wiederholt. Leider wurde dabei ein Berechnungsfehler von Demoscope bei der ersten Umfrage festgestellt. Sie konnten die Daten korrigieren und stellten uns zusätzlich die relevanten Daten der MACH Consumer zur Verfügung. Leider mussten die Zahlen von 2017 nach unten hin korrigiert werden.

Unsere Umfrage von Anfang 2020 zeigte, dass sich rund 5,1% der Schweizer Bevölkerung aus der

Deutschschweiz und Romandie als VegetarierInnen bzw. VeganeInnen bezeichnen. Die jährliche MACH-Umfrage bestätigt einen stetigen Zuwachs. Gemäss verschiedener Untersuchungen liegt der Anteil der VeganerInnen in der Bevölkerung etwas unterhalb von 1%. Etwa Dreiviertel davon leben in der Deutschschweiz und Dreiviertel sind Frauen.

Mehr als die Hälfte der Schweizer Bevölkerung gab Anfang 2020 an, sich selbst als TierfreundIn zu bezeichnen. In der Deutschschweiz etwas mehr als in der West-

schweiz. Ein Drittel sieht sich selbst eher als TierfreundIn. Und nur 4% sehen sich selbst überhaupt nicht als TierfreundIn. Erstaunlich ist, dass der Anteil «TierfreundInnen» nur wenig Einfluss auf die Ernährungsweise hat.

Erfreulicher waren die Ergebnisse zum V-Label: 2017 kannten 47% der Schweizer Gesamtbevölkerung das V-Label. Anfang 2020 war das V-Label bereits bei 60% der Bevölkerung bekannt. Unter den VegetarierInnen und VeganeInnen sind es sogar 85%. Nur 3% davon kannten es gar nicht.



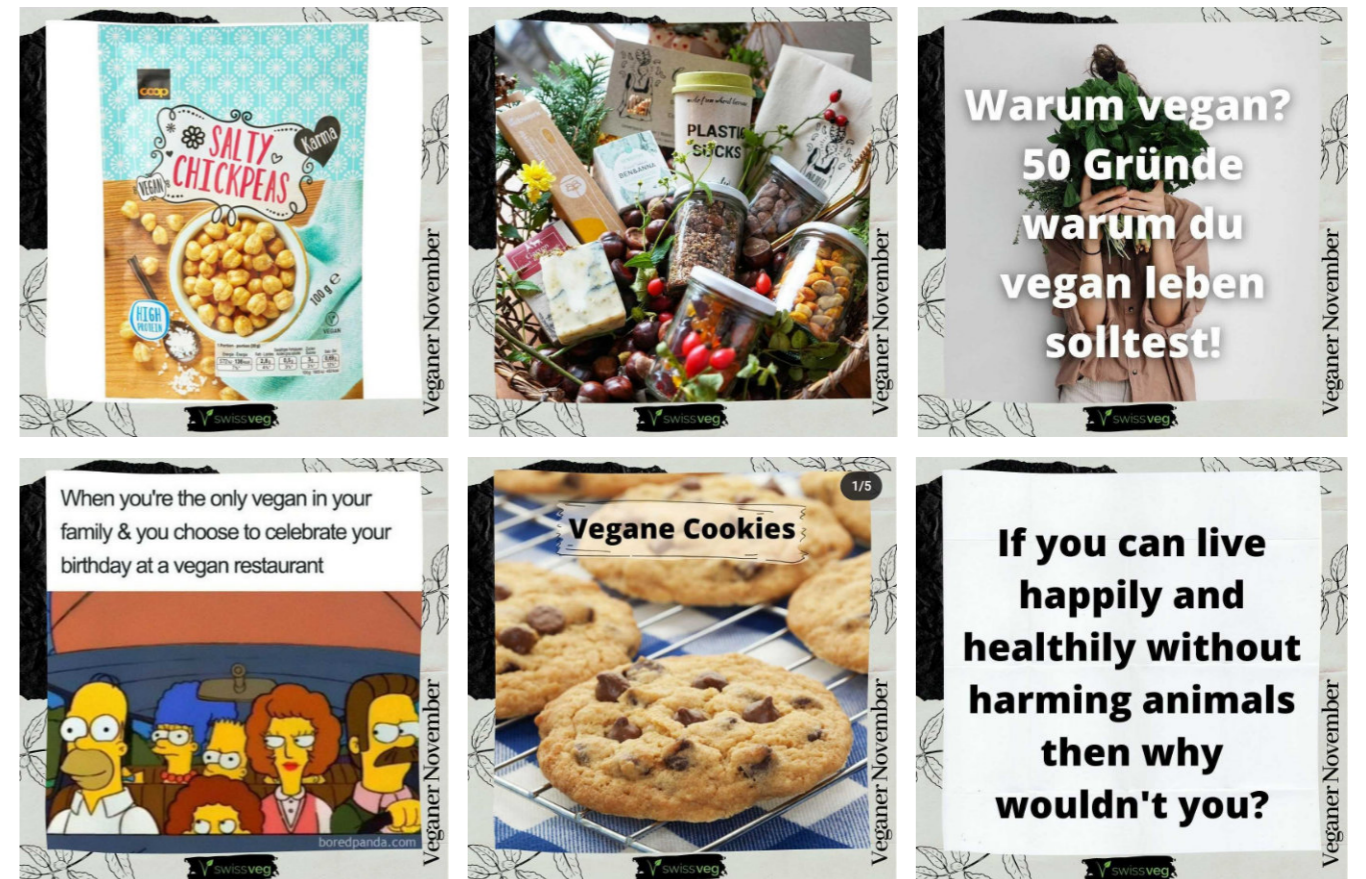
# VEGAN-MONAT

Am 1. November 2020 feierten wir den «Welt-Vegan-Tag». Aus dem Tag machte Swissveg zum fünften Mal in Folge den ganzen November zum «Vegan-Monat». Mit dem Ziel, dass möglichst viele Personen während des ganzen Monats vegan leben und wir sie dabei unterstützen.

Doch auch für den Teil unserer Community, der schon vegan lebt, gestalteten wir interessanten und unterhaltsamen Content. So posteten wir Rezepte, Memes, Challenges, Lehrreiches und Communityfragen – alles zum Thema Veganismus. Ausserdem führten wir neun tolle Verlosungen durch. Ein herzli-

ches Dankeschön geht deshalb an: Exurbe, Eva's Apples, Startkraft, Planted Foods, New Roots, OHNI Thun, Iswari und Wild Foods, die uns mit einer Sachspende und auf Social Media kräftig unterstützten.

Vor allem wegen der vielen Gewinnspiele benötigte der Monat viel Zeit zur Planung, die daher bereits im August startete. Doch die Planung zahlte sich aus. Es freut uns sehr, dass wir mit dieser Aktion unsere Reichweite vergrössern konnten und auch unserer treuen Community etwas zurückgeben konnten.





## SPRACHKOMPASS UNI BERN

Der Sprachkompass gibt Fachleuten, EntscheidungsträgerInnen ebenso wie Laien ein Instrument in die Hand, ihre sprachlichen Denkmittel in Bezug auf bestimmte Themen kritisch zu prüfen. Für die Erarbeitung eines neuen Sprachkompass' zum Thema Ernährung hat Swissveg Hugo Caviola, den Leiter des Forschungsprojekts Sprachkompass Mobilität und Ernährung, aktiv unterstützt und eine beratende Funktion eingenommen.

Der Sprachkompass basiert auf neuen sprachwissenschaftlichen Methoden der Diskurslinguistik und stellt seine Ergebnisse allgemein verständlich vor.

Indem er einen reflektierten Umgang mit der Sprache fördert, leitet er zu einem umsichtigen und nachhaltigen Umgang mit dem Thema Ernährung an und unterstützt die Verständigung unter den verschiedenen AkteurlInnen.

Alle Texte können unter [www.sprachkompass.ch](http://www.sprachkompass.ch) eingesehen werden.



## ERNÄHRUNGSPARLAMENT

Das Ernährungsparlament glaubt an eine Welt, in der nachhaltige, sozial produzierte und gesunde Lebensmittel die Norm sind und keine Ausnahme. Organisiert wird das Ganze von Landwirtschaft mit Zukunft, einer Bewegung, die auch als Organisation auftritt. Sie wurde initiiert von AktivistInnen, unter anderem vom Klimastreik aus der Deutschschweiz und der Romandie. Unzählige Menschen mit verschiedensten Hin-

tergründen arbeiten für die gemeinsame Vision einer sozialen, bäuerlichen und agrarökologischen Landwirtschaft.

Swissveg durfte beim Vorbereitungswebinar der Teilnehmenden mit einer Präsentation zum Thema «Rolle der individuellen Ernährung» dabei sein und zum Denken anregen.

Mehr Infos finden Sie hier: [landwirtschaftmitzukunft.ch](http://landwirtschaftmitzukunft.ch)



## INFOMATERIAL

Obwohl wir 2020 nur begrenzte Möglichkeiten hatten, Interessierten unser vielseitiges Infomaterial physisch zugänglich zu machen, wurde dennoch eine stattliche Menge Publikationen CO<sub>2</sub>-neutral (nach-)gedruckt. Neben diversen Postern und Aufklebern der Tierfreunde-Kampagne wurden zudem die Faltblätter Milch, Klimaschutz und Fleischlos (jeweils auf Deutsch und Französisch) neu aufgelegt.

Ausblick: In knapp 28 Jahren Swissveg hat sich eine sehr grosse Menge Infomaterial angesammelt. Für die Zukunft soll ein Konzept helfen, allen Interessenten die wichtigsten Informationen übersichtlicher, kompakter und einfacher zugänglich zu machen.

### ANZAHL PRINTPRODUKTE

Aufkleber Tier als Tier	7000
Plakate Tier als Tier	285
Aufkleber Go Vegan	500
Jahresbericht 2019	4000
Faltblatt Klimaschutz	2500
Faltblatt Karnismus	2500
Faltblatt Karnismus (frz.)	1000
Faltblatt Milch	5000
Faltblatt Milch (frz.)	1000
Faltblatt Huhngesund (frz.)	1000
Faltblatt Fisch vom Tisch (frz.)	1000
Flyer App	1000
Flyer App Download	1000
Ökologie-Broschüre (frz.)	1000

INSGESAMT  
**28 785**



## KLIMANEUTRAL

Auch 2020 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 zu diesem Thema finden Sie unter [www.swissveg.ch/klimaneutral](http://www.swissveg.ch/klimaneutral).





# MEDIENARBEIT

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 2020 mussten wir uns der Herausforderung stellen, dass Medien häufig im Interesse der Milch- und Fleischindustrie arbeiten, da diese finanzstark als InserentInnen und somit GeldgeberInnen in den Medien vertreten sind. Nichtsdestotrotz wurde Swissveg als kompetente Anlaufstelle und Interessensvertreter vegan und vegetarisch lebender Menschen von diversen Zeitungen, Radios und Fernsehsendern kontaktiert. Dadurch, dass die repräsentative Umfra-

ge, die wir beim Marktforschungsinstitut Demoscope in Auftrag gegeben hatten, nicht wie geplant an die Umfrage von 2017 anknüpfen konnte, fiel auch das Medienecho geringer aus, als wir gehofft haben.

Allerdings erreichten uns 2020 auch dank unserer grossangelegten Kampagne diverse Medienanfragen und zudem viele E-Mails mit Interviewwünschen oder Sachfragen zu Veganismus, Vegetarismus, Umwelt, Tierethik und Gesundheit.

Diverse Male wurde Swissveg in Medien wie 20 Minuten, NZZ, SRF oder in Podcasts in der gesamten Schweiz und sogar über die Landesgrenzen hinaus erwähnt und zitiert.

## Folgende Medien erwähnten Swissveg 2020

20 Minuten



06.04.2020, 20 Minuten  
Vegetarier warnen wegen Corona vor Fleischkonsum

10x10



20.03.2020, 10x10  
Fleischlose Renditen

Annabelle



10.11.2020, Annabelle  
10 Fragen und Antworten zum Fleischkonsum

Beobachter



26.06.2020, Beobachter  
So klappt ein leichter Einstieg ohne Mängel

Bauernzeitung



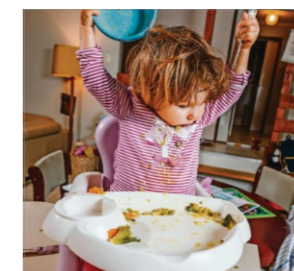
27.08.2020, Bauernzeitung  
Ist eine vegane Wurst eine Wurst?

Bluewin



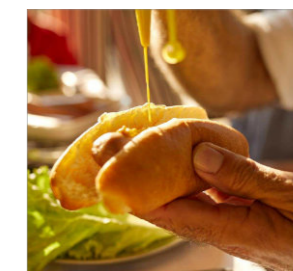
01.10.2020, bluewin  
Fleischlose Ernährung liegt bei jungen Menschen im Trend

Der Bund



03.03.2020, Der Bund  
Veganes Essen für Kinder: Jetzt gibt's offizielle Tipps

Handelszeitung



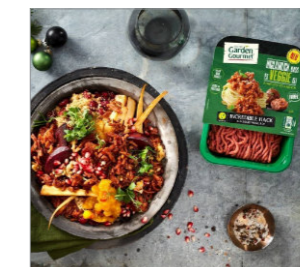
13.07.2020, Handelszeitung  
V-Love: Migros lanciert vegane Marke



14.07.2020, Bauernzeitung  
Migros reagiert mit neuer Marke auf Vegi-Trend



15.12.2020, bluewin  
Beleidigende Facebook-Einträge zu teilen ist keine gute Idee



29.09.2020, Der Bund  
Nestlé setzt noch stärker auf den veganen Trend



20.10.2020, Handelszeitung  
Wie Anleger auf den Trend zum Pflanzenfleisch setzen können



01.10.2020, 20 Minuten  
Isst du zum heutigen Welt-Vegi-Tag ein vegetarisches Menü?



27.05.2020, agf.nl  
131% van de Zwitsers eet geen of minder vlees en meer groenten



22.07.2020, Argauer Zeitung  
Kritik von unerwarteter Seite: Den Veganern ist die Massentierhaltungsinitiative wurscht



03.03.2020, Berner Zeitung  
Veganes Essen für Kinder: Jetzt gibt's offizielle Tipps



24.09.2020, Bauernzeitung  
Klima-Diskussionen auf dem Bundesplatz: Es fehlten die Bäuerlichen



02.01.2020, CDT  
Dimagrire sì, ma... occhio alla salute

Giving Tuesday



Giving Tuesday  
Heute ist #Giving Tuesday

Heidi News



10.06.2020, Heidi News  
Les végétariens refusent-ils de recevoir de l'héparine, ...

Bilan



25.02.2020, Bilan  
Etre végétane tout en restant épicurien

Das Lamm



29.08.2020, Das Lamm  
«Tsch-Tsch»: Toxische Grillade auf Kosten des Klimas

Gedankengrün



Gedankengrün (Podcast)  
01.03.20, 20.02 Von Geld ...  
30.08.20, 20.14 Von Abfall ...  
27.09.20, 20.16 Von Bergen ...  
07.11.20, 20.18 Von Fehlern ...

Horti Daily



01.06.2020, Horti Daily  
Green Party wants Swiss government to subsidize vegetables

Impact Untangled



20.09.2020, Impact Untangled Episode 11: Danielle Cotten: Promoting a plant-based life-style in CH with Swissveg

Info Sperber



24.08.2020, Info Sperber Der Wolf hat Schwein, dass er keine Sau ist

Kath



14.05.2020, kath.net Impfstoff aus Zelllinien abgetriebener Föten?

Kyma



30.11.2020, Kyma Newsletter Fischereisubventionen – Was du dagegen tun kannst

La Regione



11.07.2020, La Regione Quelle quasi-bistecca di carne vegetale

L'illustré



20.04.2020, L'illustré Tribune – COVID19 : Une place pour les animaux

Livekindly



17.07.2020, livekindly.co An Endangered Baby Black Rhinoceros In the Time of COVID-19

Luzerner Zeitung



27.07.2020, Luzerner Zeitung Kritik von unerwarteter Seite: Den Veganern ist die Massentierhaltungs-Initiative wurscht



31.10.2020, Luzerner Zeitung So vegan-freundlich ist Luzern & diese Luzerner setzen sich für Tierwohl ein

Nau



29.01.2020 Nau Meret Schneider (Grüne) will Videoüberwachung in Schlachthöfen



08.02.2020, Nau Bell und Micarna: Videoüberwachung der Schlachthöfe hilft



01.04.2020, Nau Vegan boomt bei Coop weiterhin



07.04.2020, Nau Können Hunde vegan ernährt werden?



29.04.2020, Nau Mehr vegan und vegetarisch bei Lidl Schweiz



13.07.2020, Nau Migros lanciert neue Vegan-Offensive



17.07.2020, Nau Veganer finden Streit um Produktamen von Fleischalternativen absurd



22.07.2020, Nau Rebel Whopper: Vegi-Burger mit Fleisch-Geschmack kommen besser an



08.08.2020, Nau Zoff um Wasserverbrauch bei Fleisch-Produktion



15.02.2020, NZZ am Sonntag Schweizer Fleischkonsum: Edler, dafür seltener



13.07.2020, Punkt 4 Info Migros führt Marke für Vegetarier ein

Radio Energy



07.02.2020, Radio Energy 3 Live Beiträge

Schweizer Bauer



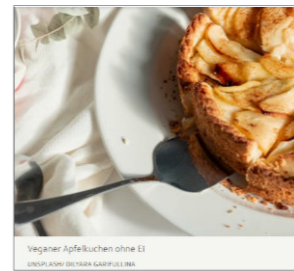
17.07.2020, Schweizer Bauer Vegi-Trend: Migros will mitmischen

Soaktuell

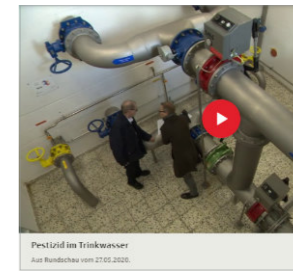


24.11.2020, soaktuell.ch Vegan und vegetarisch: Lidl Schweiz verdoppelt Umsatz

SRF



30.03.2020, Radio SRF 1 Vegan Backen: Kochen und Backen ganz ohne Ei



27.05.2020, SRF Pestizid im Trinkwasser - Grenzwert ums 22-fache überschritten

St. Galler Tagesblatt

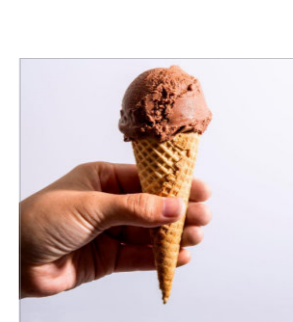


22.07.20, St. Galler Tagesblatt Kritik von unerwarteter Seite - Veganern ist Massentierhaltungsinitiative wurscht

Tages Anzeiger



03.03.2020, Tages Anzeiger Veganes Essen für Kinder: Ärger über Tipps des Bundes



08.08.2020, Tages Anzeiger Hafer statt Milch: Das Milliarden-geschäft mit veganen Glaces und Joghurts



23.09.2020, Tages Anzeiger Vegan-Supermarkt pfeift auf Masken & muss den Laden dichtmachen

Tele Basel



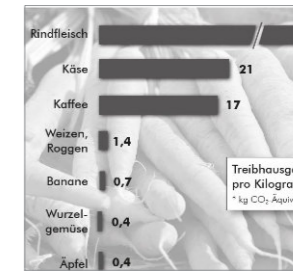
26.02.2020, Tele Basel Immer mehr Menschen leben vegan

Ticino Online



07.04.2020, Ticino Online Epidemie dovute al consumo di carne?

UGB



23.11.2020, UGB forum 6/20, Pflanzliches im Vorteil

# Kampagne

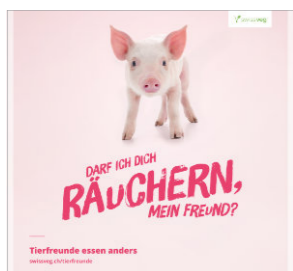


DARF ICH DICH AUF DEN  
**GRILL WERFEN,**  
 MEIN HÜBSCHER?

**Tierfreunde essen anders**  
 swissveg.ch/tierfreunde



## Vegconomist



16.03.2020, Vegconomist  
 Swissveg: Grösste Nutztier-  
 kampagne der Schweiz ge-  
 startet



09.06.2020, Vegconomist  
 ProVeg-Studie sieht großes  
 Potenzial für neue pflanzli-  
 che Produkte auf den euro-  
 päischen Märkten

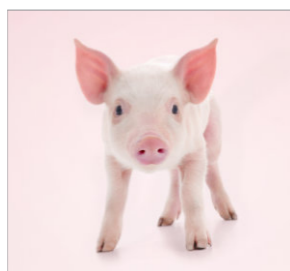


07.07.2020, Vegconomist  
 Renato Pichler- Die ISO  
 definiert «vegetarisch» und  
 «vegan»



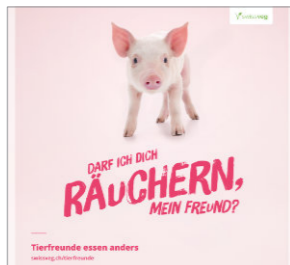
04.08.2020, Vegconomist  
 COOP erweitert sein veganes  
 Produktsortiment um weite-  
 re pflanzenbasierte Eis-Vari-  
 ationen

## Vegi Pass



06.02.2020, Vegi Pass  
 Tierfreunde essen anders!  
 Die Swissveg Kampagne  
 ist gestartet

## Werbewoche



10.01.2020, Werbewoche  
 Darf ich Dich räuchern,  
 mein Freund? Swissveg lan-  
 ciert Tierschutz-Kampagne

## Zinfos 974



26.09.2020, Zinfos 974  
 Végétaliser l'alimentation  
 est une question de survie  
 pour l'espèce humaine

DARF ICH DICH  
FILETIEREN,  
MEIN SÜSSER?

Tierfreunde essen anders



## «Tier als Tier» 2020 KAMPAGNEN- RÜCKBLICK

Sie heissen Frida, Berta, Oskar, Felix, Hope, Karl, Shelly, Lotti, Alfons, Fredi, Lucy und Gustav. Zwölf Kampagnen-Tiere, die von unserer Swissveg-Community liebevoll einen Namen erhalten haben und stellvertretend für beinahe 80 Millionen Individuen stehen, die in der Schweiz jährlich in der industriellen Nutztierhaltung in ihrer Würde nicht respektiert, ausgebeutet und getötet werden.



Unsere zwölf Protagonisten wurden über das gesamte Jahr 2020 hinweg in all ihren Facetten vorgestellt. Wussten Sie, dass der Geruchssinn eines Schweins besser ausgeprägt ist als derjenige eines Hundes? Und wussten Sie, dass Tintenfische zu komplexen Denkleistungen fähig sind, dass sie Werkzeuge nutzen und durch Beobachtung lernen? Oder dass Pferde die grössten Augen aller am Land lebenden Säugetiere haben?

2020 zeigten wir das «Tier als Tier» und haben seine Bedürfnisse und Eigenschaften hervorgehoben. Mit

Insgesamt haben wir für die Kampagne

- 39 Artikel auf Deutsch, Französisch und Italienisch für unsere Website [swissveg.ch](http://swissveg.ch) verfasst und publiziert.
- 10 Artikel auf Deutsch und Französisch für *Veg-Info* verfasst und publiziert.
- 42 verschiedene Poster für 12 unterschiedliche Tiere in jeweils 10 Formaten kreiert.
- über CHF 20000 Spenden und Fördergelder gesammelt, um die Kampagne zu realisieren.

Die Kampagnen-Poster wurden an insgesamt

- 56 Standorten
- 19 Städten
- 15 Kantonen
- über 4,6 Millionen Mal ausgestrahlt.

Auch digital konnten wir eine grosse Reichweite verzeichnen: Die Artikel über die 12 vorgestellten Tiere wurden auf [swissveg.ch](http://swissveg.ch) insgesamt 42 867 Mal aufgerufen.

ZUG  
Olten  
Lausanne  
GENÈVE  
Biel  
Fribourg  
Luzern  
Brig  
BELLINZONA  
Aarau  
Basel  
St. Gallen  
Chur  
Winterthur  
Neuchâtel  
OERLIKON  
Lugano  
Bern  
ZÜRICH

Für die grandiose Umsetzung der Kampagne möchten wir uns an dieser Stelle herzlich bei der Agentur Januar Designbüro bedanken.

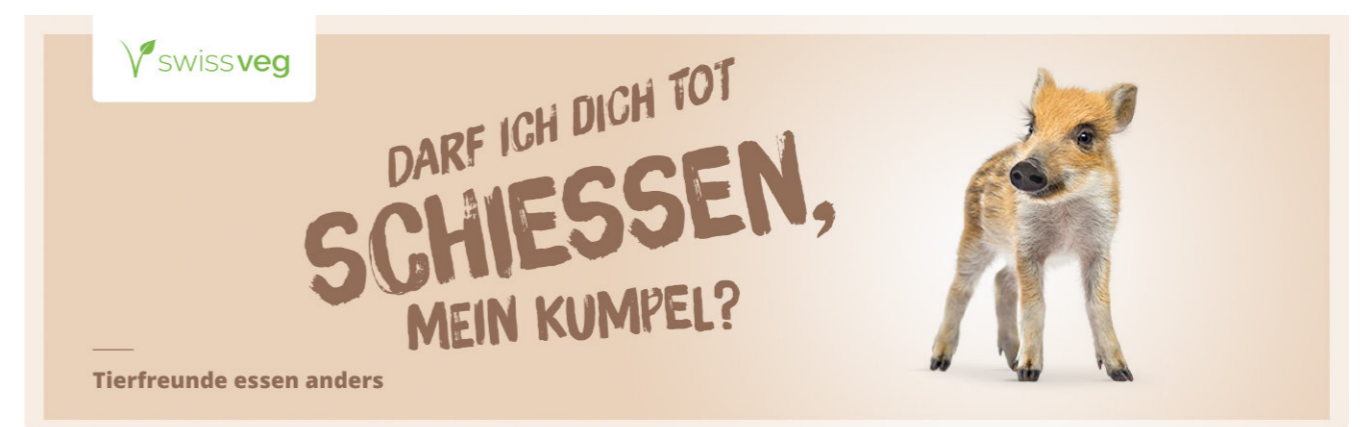
provokanten Plakaten, die eine emotionale Bindung zwischen dem Tier und dem/der BetrachterIn ermöglicht sowie mit informativen Artikeln über die Bedürfnisse der einzelnen Tiere haben wir die Schweizer Bevölkerung auf Deutsch, Französisch und Italienisch zum Nachdenken angeregt. Die Kampagne «Tier als Tier» mit dem Slogan «Tierfreunde essen anders» weicht die künstliche Trennung zwischen Haustieren und Nutztieren in der Vorstellung der Öffentlichkeit auf und zeigt, was die Fleischindustrie mit ausgeklügelten Werbekampagnen verschleiert.

Nie würde man es wagen, einen Hund so zu halten wie ein Schwein – obwohl beide ähnliche Bedürfnisse und Fähigkeiten haben. Die willkürliche Aufteilung der Tierarten haben wir das ganze Jahr über zum Thema gemacht.

Auf unseren Social Media Kanälen wurden im Rahmen der Kampagne insgesamt über 400 Beiträge und mehr als 150 Stories geteilt, die jeweils zwischen 5000 und 25000 Personen erreichten. Der Fisch «Karl» hat im Sommer in einem einzelnen Post auf Instagram mit 45000 Personen die grösste Reichweite von allen Kampagnen-Postern erreicht.



Obschon wir unzählige Rückmeldungen in Form von Mails, Briefen, Anrufen, persönlichen Nachrichten und Gesprächen erhalten haben, blieb die erwünschte mediale Wirkung leider aus. Wir vermuten, dass das Thema Corona uns hier einen Strich durch die Rechnung gemacht hat. Obwohl das Thema Fleischkonsum in Zusammenhang mit globalen Pandemien umso stärkere Aufmerksamkeit verdient: Tofu hat noch nie eine Pandemie ausgelöst. Ebenfalls wurde die Reichweite unserer Kampagne trotz einer Ausstrahlung in Millionenhöhe durch den Lockdown im Frühjahr stark eingedämmt. Diverse Male lief unsere Kampagne auf den grössten Werbeflächen an Schweizer Bahnhöfen, wie beispielsweise dem Hauptbahnhof



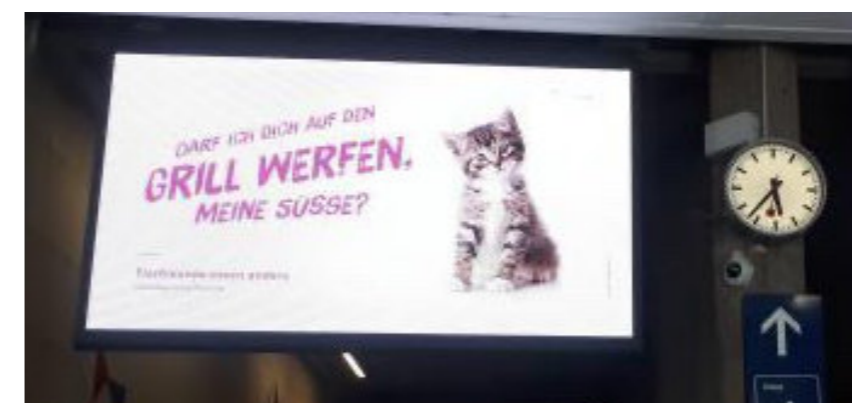


in Zürich, während die Reisenden ausblieben und die Bahnhofshalle praktisch leer blieb. Wir haben daraufhin die Online Präsenz unserer Kampagne massiv ausgeweitet und alles gegeben, um die stark umkämpfte Aufmerksamkeit der UserInnen auf Online Plattformen für uns zu gewinnen. Entsprechend haben wir vermehrt vegan und vegetarisch orientierte Menschen erreicht, als wir es zunächst geplant haben. Wir verzeichneten über das Jahr hinweg rund 400 neue Mitglieder, die Dank der Kampagne den Weg zu uns gefunden haben und unsere wichtige Arbeit unterstützen möchten.

Aufklärungskampagnen, die in der Öffentlichkeit so breit gestreut werden, sind mit einem enormen finanziellen und personellen Aufwand verbunden, während sie sehr schwer messbar sind. Nach drei Jahren dieser Art von Kampagnenführung planen wir für das kommende Jahr einen Richtungswechsel, um noch gezielter auf den gesellschaftlichen Wandel in Sachen Ernährung hinzuarbeiten: Der «VeggieDay» wird eingeführt.



## Bilder aus der Community



## GIVING TUESDAY

Direkt nach dem Black Friday und dem Cyber Monday findet der Giving Tuesday statt. 2012 wurde er von den amerikanischen Organisationen 92nd Street Y und United Nations Foundation als grosser Aktionstag ins Leben gerufen. Im Gegensatz zum Black Friday und Cyber Monday, bei denen es um Rabattschlachten und Shopping geht, lenkt der Giving Tuesday die Aufmerksamkeit auf die Themen Geben, Schenken und Spenden. Inzwischen wird er alljährlich in über 150 Ländern gefeiert. Auch dieses Jahr haben wir mit einer Aktion teilgenommen: Mit unserer neuen Kampagne «VeggieDay». Während eines Monats stellten wir auf Social Media unseren FollowerInnen und Mitgliedern erstmalig die Kampagne vor- und forderten zum Spenden auf. Denn darum geht's beim Giving Tuesday. Wir danken hier an dieser Stelle nochmals allen, die sich an diesem Tag solidarisch zeigten und sich mit einem grosszügigen finanziellen Zustupf für den VeggieDay einsetzten.





## UNSER JAHR IN ZAHLEN

7 200 NEUE FOLLOWERINNEN AUF SOCIAL MEDIA

**21 Medienanfragen**

500 schriftliche und 75 telefonische Anfragen rund um Veganismus, die wir beantwortet und bearbeitet haben.

21 % WACHSTUM IM UNTERSTÜTZERKREIS VON SWISSVEG

35 000 AbonnentInnen auf Social Media

48 Studenten- und Interviewanfragen, wobei 5 Bachelor- und Masterarbeiten zeitintensiver betreut wurden

**1200 Posts & 850 Stories**

**35 neue V-Label-LizenznehmerInnen und 838 neue zertifizierte Rezepturen**

Die für den internationalen Markt geprüften Rezepturen beliefen sich auf 212 Stück und es kamen 22 neue KundInnen dazu.

**81 261 E-Mails als Newsletter versendet**

120 Artikel und Beiträge für das Magazin Veg-Info verfasst

27 360 E-MAILS AN PARTNERINNEN UND MEDIEN VERSENDET

453 Artikel und Beiträge auf swissveg.ch erstellt/aktualisiert

**18 Events, bei denen wir on- oder offline vertreten waren**

## Events

### VERANSTALTUNGEN 2020

Betreffend Veranstaltungen mussten wir in diesem Jahr, wie so viele andere auch, grosse Abstriche machen: Die Mehrzahl der Events wurde verschoben oder gar ersatzlos gestrichen.

Da der direkte Kontakt zu Menschen in der Aufklärungs- und Informationsarbeit rund um Veganismus so wichtig ist, bedauern wir es umso mehr, dass

2020 kein Eventjahr war. Dennoch: Gewisse Veranstaltungen konnten durchgeführt werden, andere fanden in einer anderen Form, etwa im digitalen Rahmen, statt und einige mussten vertagt werden.

Wir freuen uns umso mehr, mit viel Elan und Motivation die geplanten Events für das Jahr 2021 in Angriff zu nehmen!

### Themenwoche des ARD, Berlin

Danielle Cotten brachte den Medienschaffenden der ARD die Themen Nachhaltigkeit und Veganismus in Workshops und als Podiumsgast näher.

### Podiumsgespräch, Historisches Museum Bern

Vegetarisch, biologisch, regional. Können wir mit einer anderen Ernährungsweise die Welt verändern?

### Vegifest, Chur

Online-Vortrag: «Wie lebe ich gesund vegan?» via Instagram-Live-Stream.

### 8. Swiss Economy Symposium, online

Swissveg durfte am Stakeholderdialog Nachhaltige Ernährungssysteme Schweiz am SGES 2020 als Expertin für vegane Ernährung teilnehmen.

### Alternatiba Léman

Das Alternatiba Festival, eine Bürgerbewegung gegen Klimakatastrophen, kehrte 2020 in den Parc des Bastions zurück. Swissveg hatte auch wieder einen Infostand.

### Landwirtschaft mit Zukunft

Swissveg hielt im Webinar des Ernährungsparlaments eine Präsentation zur Rolle der individuellen Ernährung in Bezug zur Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft und Politik.

### Konsumententagung Migros

Swissveg durfte der Online-Konsumententagung der Migros unter dem Thema «Erbsenburger für 10 Milliarden Erdenbürger?» beiwohnen.



25.01.

**Workshop mit Niko Rittenau, Volkshaus Zürich**  
Der Event mit dem sympathischen Ernährungswissenschaftler Niko war restlos ausverkauft! Das Video dazu ist auf [swissveg.ch/youtube](https://www.swissveg.ch/youtube) abrufbar.

30.01.

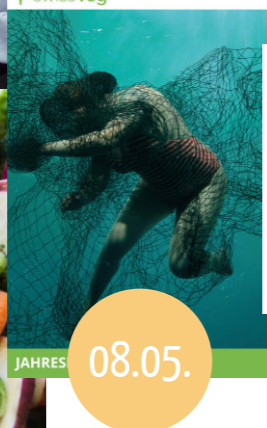


19.02.

### «Stadtgmües» Dialog, Winterthur

03.03.

Bernisches Historisches Museum  
Musée d'Histoire de Berne



08.05.

### Swissveg GV

Die Swissveg GV musste online durchgeführt werden. Alle Mitglieder haben im Vorfeld unsere Präsentation und den Jahresbericht erhalten und konnten im Rahmen einer Google Meet-Videokonferenz Fragen stellen.

16.05.



19.08.

### BVM Fachgespräch, Bern

Swissveg tauscht sich in der NGO-Branche aus, um sich mit Best Practices stetig weiterzuentwickeln.

01.09.



10.09.

### EVU Meeting

Die Mitgliederversammlung der Europäischen Vegetarier Union (EVU) wurde online abgehalten. Unter anderem wurde der Vorstand gewählt: Swissveg-Präsident Renato Pichler wurde im Amt bestätigt. Neu wurde Simone Fuhrmann, stellvertretende Geschäftsführerin, in den Vorstand gewählt.

02.09.



ab 10.09.

### V-Label international Meeting, online

Beim dreitägigen Austausch mit über 50 TeilnehmerInnen aus über zwei Dutzend Partnerländern konnten diverse Themen besprochen werden, um den hohen Qualitätsstandard international sicher zu stellen.

ab 21.09.



### Vegan Festival, Zürich HB

Das Vegan Festival im Hauptbahnhof Zürich war ein voller Erfolg. Es gab eine grosse Auswahl an veganen Köstlichkeiten und auch Swissveg war mit einem Stand vor Ort.

06.10.



### Vegan Messe Basel

Die 2. Vegan Messe Basel fand in der Elisabethenkirche statt. Die BesucherInnen erwartete z.B. vegane Kosmetikartikel, Bademode, Live-Musik und jede Menge feines Essen.

04.11.

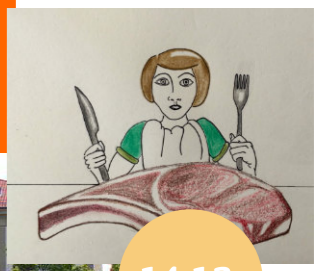


ab 13.10.

### Workshop NMS, Bern

Swissveg führte im Gymnasium NMS in Bern während zwei Tagen Ernährungsworkshops durch, um die SchülerInnen im Geografieunterricht auf die ökologischen Zusammenhänge ihres Konsumverhaltens zu sensibilisieren.

14.12.



### Workshop Sprachkompass UniBe

Für die Erarbeitung eines neuen Sprachkompass' zum Thema Ernährung hat Swissveg Hugo Caviola, den Leiter des Forschungsprojekts Sprachkompass Mobilität und Ernährung, aktiv unterstützt und eine beratende Funktion eingenommen.

# Politik & Wirtschaft



## POLITISCHES ENGAGEMENT

Das Coronajahr zeigte allen auf, wie sehr politische Entscheide Auswirkungen auf das Zusammenleben aller haben können. Gesetzliche Grundlagen erlauben es der Politik aber nicht nur, ganze Wirtschaftsbereiche zu schliessen, sondern auch andere zu fördern. So hat mitten in der Coronakrise der Bundesrat zusätzliche Millionen an Steuer-geldern für die Fleischindustrie herausgegeben. Swissveg beobachtet die Politik genau und versucht, überall die Anliegen der Menschen einzubringen, die mit dieser einseitigen Politik zugunsten der Fleisch-, Milch- und Eierindustrie nicht einverstanden sind. Wir beteiligen uns an Vernehmlassungen (z. B. beim Gegenvorschlag des Bundesrats zur sogenannten Massentierhaltungsinitiative) und fördern Initiativen, wie z. B. die Trinkwasserinitiative, die wir schon von Beginn an tatkräftig unterstützt haben.

Im Jahr 2021 werden wir unser politisches Engagement weiter verstärken und hoffen natürlich, dass – mit der Hilfe unseres Unterstützerkreises – die Trinkwasserinitiative angenommen und damit das Ende der Massentierhaltung in der Schweiz eingeleitet wird.

Unsere Petition «Keine Gefährdung der Volksgesundheit unter Missbrauch von Subventionen», die wir zusammen mit dem Verein gegen Tierfabriken Mitte 2019 eingereicht haben, wurde im Oktober 2020 von der Kommission für Wirtschaft und Abgaben behandelt. Wir verlangen darin, dass für Fleischwerbung keine öffentlichen Gelder mehr zur Verfügung gestellt werden. Leider wurde unser Vorstoss mit 15 gegen 10 Stimmen abgelehnt. Selbstverständlich werden wir trotzdem an diesem wichtigen Thema dranbleiben.

## BIOVEGANE LANDWIRTSCHAFT

Noch immer ist der Glaube, dass eine nachhaltige Landwirtschaft nur mit tierischen Fäkalien – also mit Tierhaltung – möglich ist, weit verbreitet. Swissveg setzt sich dafür ein, dass dieser Mythos bald der Vergangenheit angehört. In enger Kooperation mit dem Förderkreis Biozyklisch-Veganer Anbau e.V. und dem «nternational Biocyclic Vegan Network aus Deutschland bringen wir das

Know-how rund um die bio-vegane Landwirtschaft in die Schweiz. Gleichzeitig unterstützen wir natürlich diejenigen Bauern, die bereits umgestellt haben und statt Kuhmilch nun z.B. Haferdrink produzieren. Wir kooperieren deshalb auch mit Refarm'd, einer Organisation, die Bauernbetriebe in der Umstellung von «Nutztier»-Haltung auf Lebenshöfe begleitet. Für das Jahr 2021 ist eine

noch weitergehende Kooperation mit dem Förderkreis biozyklisch-veganen Landbau aus Deutschland geplant.



## ISO-STANDARD FÜR VEGAN UND VEGETARISCH

Die internationale Standardisierungsorganisation ISO hat im vergangenen Jahr die Wörter «vegan» und «vegetarisch» definiert. Anfang 2021 werden die Definitionen veröffentlicht. Als Vertreter der Europäischen Vegetarier Union (EVU) und der V-Label GmbH hat auch Swissveg-Präsident Renato Pichler an den Sitzungen der ISO teilgenommen. Die langen Diskussionen, an denen sich auch viele WirtschaftsvertreterInnen diverser Länder beteiligt haben, führten schlussendlich zu einem guten Resultat. In der Schlussabstimmung mit 74 Staaten gab es nur eine einzige Gegenstimme.

### Warum einen Standard?

Die ISO hat als Grundlage für ihre Definition diejenige der EVU und des V-Labels verwendet, da diese sehr differenziert ist. Die ISO ist selbst, genauso wie die EVU und Swissveg, als Verein organisiert und hat international grossen Einfluss. Viele Länder übernehmen Standards, welche die ISO festgelegt hat, da sie wissen, dass diese jeweils breit in der Wirtschaft abgestützt sind und von Fachleuten definiert wurden. Für einen Nahrungsmittelproduzenten, der international tätig ist, ist es ein Problem, wenn keine inter-

nationale Norm für ein Wort besteht, das er auf seiner Produktpackung verwenden will. Dies mussten wir auch bereits mit bestimmten V-Label-Produkten erleben, die in Lateinamerika verkauft werden sollen: In Argentinien hat sich eine Region geweigert, diese zuzulassen, da das Wort «vegan» auf der Packung vorkommt. Solch willkürlichen Handlungen kann man eher entgegentreten, wenn man sich auf einen offiziellen Standard der ISO berufen kann.

### Was hat Swissveg damit zu tun?

Eine gute Definition dient der ganzen veganen Bewegung weltweit, eine verwässerte Definition hätte allen geschadet. Und wäre die Definition zu einschränkend ausgefallen, so würden die HerstellerInnen künftig kein Produkt mehr als vegan bzw. vegetarisch kennzeichnen, sondern andere Wörter dafür verwenden. Deshalb war es für uns wichtig, positiv auf den Prozess dieser neuen Definition Einfluss nehmen zu können. Selbst auf die Gefahr hin, dass dadurch künftig neue Konkurrenzlabels entstehen könnten. Wir sind zuversichtlich, dass das V-Label auch künftig gegen alle rein kommerziellen Labels und andere NachahmerInnen bestehen wird.



# Projekte



## V-LABEL

Das Erfolgsprojekt V-Label hat sich weiter sehr gut entwickelt. 2020 sind für die Schweiz 35 neue LizenznehmerInnen dazugekommen und insgesamt 838 neue zertifizierte Rezepturen. Die für den internationalen Markt geprüften Rezepturen beliefen sich auf 212 Stück und es kamen 22 neue KundInnen dazu. Swissveg übernimmt weiterhin die Prüfung für Länder, in denen es noch keinen lokalen Partner gibt. Wir konnten die Audits auf zwei professionelle Partner auslagern. Wir sind mit bio.inspecta und SGS Kooperationen eingegangen. Richtig durchstarten werden diese im 2021.

Weiterhin, und nochmals verstärkt, sind wir im regelmässigen Austausch mit den Einzelhandelsketten wie Migros, Coop, Lidl und Aldi.

Wegen dem konstant hohen Arbeitsvolumen haben wir im August eine neue Mitarbeiterin einstellen können und im Dezember noch eine weitere Stellenausschreibung für 2021 veröffentlicht.

Auch im internationalen Team gab es viel zu tun und wir haben viele Arbeitsstunden zur Unterstützung und Koordination beigetragen. Das jährliche Treffen mit den internationalen Partnern fand erstmals über drei Tage online statt und war dennoch ein voller Erfolg.

## SWISSVEG APP

Seit Ende März 2020 ist die kostenlose Swissveg-App im App-Store von Apple und über Google Play verfügbar. Sie enthält ein Archiv aller *Veg-Info*-Ausgaben und Jahresberichte, sowie diverses Info- und Kampagnenmaterial. Durch die einfache Sprachauswahl innerhalb der App, können die Inhalte von deutschen, französischen und zum Teil auch von italienisch und englischsprachigen Usern gelesen werden. Eine Suchfunktion am oberen Rand ermöglicht eine Übersicht und damit den gezielten Zugriff auf Inhalte, welche den eingegebenen Begriff enthalten. Insgesamt wurde die App in diesem Jahr 1653 Mal installiert.

zeit wird diverses Infomaterial aufgrund von abweichenden DIN-A Formaten noch nicht optimal dargestellt. Zwar sind die Texte nach dem Öffnen gut lesbar, jedoch ist z. B. die zentrierte Vorschau der Falblätter für die User weder aussagekräftig noch sehr ansprechend. Als vorübergehende Lösung wurde für neu aufgelegte Falblätter ein Titelblatt erstellt. Diese Adaption muss zukünftig für alle betroffenen Materialien durchgeführt werden.

Mitglieder, AbonnentInnen und GönnerInnen erhalten durch einen Freischaltcode exklusiven Online-Zugriff auf die neuste Ausgabe des Magazins. Die Codes werden den UnterstützerInnen in einem separaten E-Mail mitgeteilt und können sowohl in der App als auch im Webbrowser eingelöst werden. Der-

Obwohl wir die anfänglichen Startschwierigkeiten überwinden konnten und die Rückmeldungen zur App durchweg positiv sind, wird sie momentan noch zurückhaltender genutzt, als wir uns das bei der Einführung gewünscht hatten. Durch die reduzierte Anzahl an Veranstaltungen und Events fehlte uns die Möglichkeit, die App ausgedehnt und persönlich zu bewerben. Wir gehen davon aus, dass wir diesen Wegfall mit Hilfe von kommenden Veranstaltungen wieder aufholen können.

# VEG-INFO

Das Swissveg-Magazin *Veg-Info* erschien 2020 im 24. Jahrgang. Auch in diesem Jahr konnten wir vierteljährlich je eine Ausgabe der einzigen Schweizer Zeitschrift für VeganerInnen, VegetarierInnen und Interessierte in deutscher und französischer Sprache herausgeben. Neben exklusiven Fachartikeln, V-Label-News, leckeren Rezepten und vielem mehr war auch die «Tier als Tier»-Kampagne in allen Ausgaben präsent. So zierten z. B. die vier Haupttiere, Schwein, Huhn, Kalb und Schaf, die Titelseiten und wurden in separaten Beiträgen über mehrere Seiten hinweg ausgedehnt vorgestellt. Wie angekündigt, wurde die französische Ausgabe von *Veg-Info* ab 2020 ausschliesslich als E-Paper angeboten. Durch die frei wählbare Anzahl der Seiten sind wir in der Menge der zu übersetzenden Artikel flexibler und können unseren französischen LeserInnen mehr Inhalte anbieten. Weitere Informationen dazu lesen Sie unter der Rubrik «Swissveg-App». Nach wie vor wird die

deutsche Ausgabe mit 52 Seiten klimaneutral gedruckt. Alle Ausgaben von unserem *Veg-Info*-Magazin können unter [www.swissveg.ch/veginfo](http://www.swissveg.ch/veginfo) oder in der Swissveg-App eingesehen werden.

Unabhängig vom Weltgeschehen gab es 2020 auch für das *Veg-Info* einschneidende Momente. Im März 2020 mussten wir uns nach 14-jähriger Vereinstätigkeit mit der Frühlings-Ausgabe von Redaktionsleiterin Bernadette Raschle verabschieden. Gerne danken wir Bernadette an dieser Stelle von Herzen für ihr vielseitiges Engagement und wünschen ihr für ihren weiteren beruflichen Weg nur das Beste. Wir freuen uns, dass wir Katherina Schöffner als Nachfolgerin gewinnen konnten. Trotz erschwerten Einarbeitungsbedingungen aufgrund des Lockdowns konnte Katherina den Arbeitsbereich erfolgreich übernehmen und nachfolgende *Veg-Info* Ausgaben adäquat umsetzen.



# Entwicklung





## SOCIAL MEDIA

Auch 2020 vergrösserten wir unsere Social-Media-Präsenz stark. Auf Facebook erreichten wir 14150 Fans, auf Instagram starteten wir mit 11300 und erreichten Ende Jahr stolze 17100 FollowerInnen. Wir beobachten vermehrt, dass sich neue Mitglieder wegen unseres Social-Media-Auftritts dazu entschliessen, Swissveg als Mitglied zu unterstützen. Wir knüpfen damit an den Erfolg von 2019 an. Wir stärken seit 2019 insbesondere auch unseren Social-Media-Auftritt in der Romandie, wo wir auf Instagram 2020 mit 640 FollowerInnen starteten und gegen Ende Jahres 1100 UserInnen erreichten. Auf Facebook haben wir indes 125 neue FollowerInnen dazugewonnen, was ein Total von 1575 Personen macht, die wir über Swissveg Romandie auf Facebook erreichen. Wir planen für 2021 und 2022 eine aktivere Betreuung der Romandie-Kanäle zu organisieren sowie mehr lokal relevante Infos zu posten, um unsere Attraktivität für die französischsprachige Schweiz zu erhöhen.

Des Weiteren starteten wir Anfang November einen Telegram-Chat, in dem sich unsere Community austauschen kann. Dort zählten wir bis Ende Jahr bereits über 160 Mitglieder. Da TikTok im Jahr 2020 durch die Decke ging und aus der Social-Media-Welt nicht mehr weg zu denken ist, starteten wir im August 2020 ausserdem einen TikTok-Account. Diesen

werden wir 2021 pushen, um weitere Menschen zu erreichen.

Seit 2020 nutzen wir auch den bereits länger existierenden Pinterest-Account von Swissveg und publizieren neue Rezepte zum Nachkochen. Wir planen, 2021 noch aktiver auf Pinterest zu sein und mehr Rezepte zu posten.

### Wie nutzen wir die verschiedenen Kanäle?

Die starke Online-Präsenz schöpfen wir aus: Wir unterstützen unsere vegan und vegetarisch lebenden AbonnentInnen auf vielen Wegen. Beispielsweise, indem wir Rezepte posten, 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 Veranstaltungen und Demonstrationen oder für die Informationsgewinnung über diverse Themengebiete geworden. Wir haben diese Funktion z.B. genutzt, um auf den Zusammenhang zwischen der industriellen Nutztierhaltung und der Entstehung von neuen Krankheiten aufmerksam zu machen.

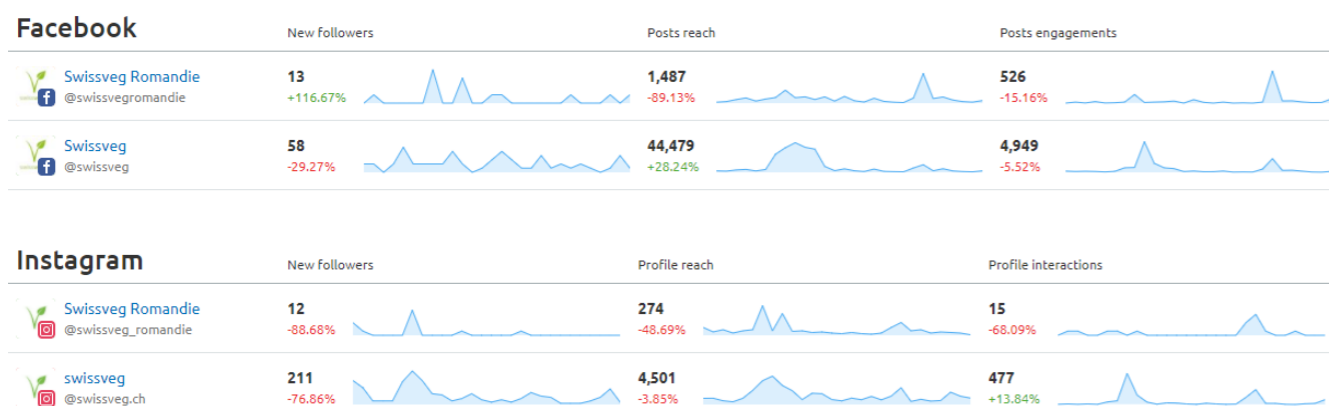
Wir stellen unseren FollowerInnen neue vegane Produkte vor und nutzen unsere Online-Präsenz auch, um gute Nachrichten oder auch vergessen gegangene Themen möglichst stark zu verbreiten. Häufig müssen wir auch falsche bzw. einseitige Informatio-

nen der Medien richtigstellen. Unser erfolgreichster Beitrag 2020 war auf Facebook ein Beitrag zu den Schlachtzahlen in der Schweiz im Jahr 2019. Damit haben wir organisch 18360 Leute erreicht. 140 Mal wurde der Beitrag geteilt. Auf Instagram hingegen war der erfolgreichste Beitrag vom Jahr 2020 ein Post, in dem wir drei vegane Alternativen zu Käse vorstellten, die neu in der Migros verkauft wurden. Mit diesem Beitrag erreichten wir 13300 Menschen, er wurde 1220 mal geliked und wir haben 77 neue FollowerInnen durch den Beitrag dazu gewonnen.



Twitter nutzten wir im Jahr 2020 spärlich. Die Resonanz ist insbesondere im Verhältnis zu Instagram sehr gering. Dafür vergrösserten wir unsere Reichweite auf der Businessplattform LinkedIn, wo wir Ende Jahr erstmals über 1000 Personen erreichten.

Auf unserem YouTube-Kanal haben wir in diesem Jahr unter anderem eine Interviewserie mit dem Fitness Trainer Tom Thoma von Elemental Training und Danielle Cotten von Swissveg lanciert. Auch diverse Beiträge über Events sowie verschiedene Interviews sind auf [www.swissveg.ch/youtube](http://www.swissveg.ch/youtube) abrufbar. Momentan haben wir 380 AbonnentInnen auf YouTube.



## Folgen Sie uns!

Facebook  
@swissveg  
@swissvegromandie

Instagram  
@swissveg.ch  
@swissveg\_romandie

TikTok  
@swissveg.ch

Twitter  
Swissveg\_ch

LinkedIn  
Swissveg

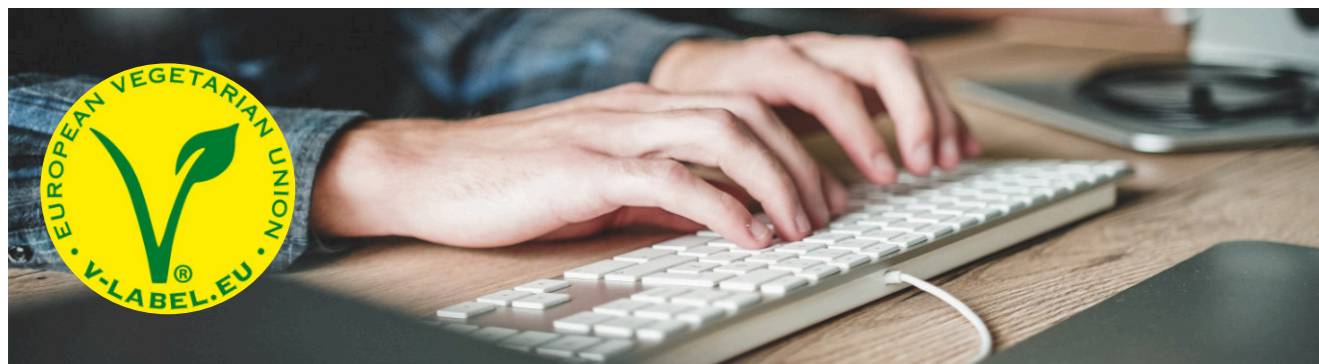
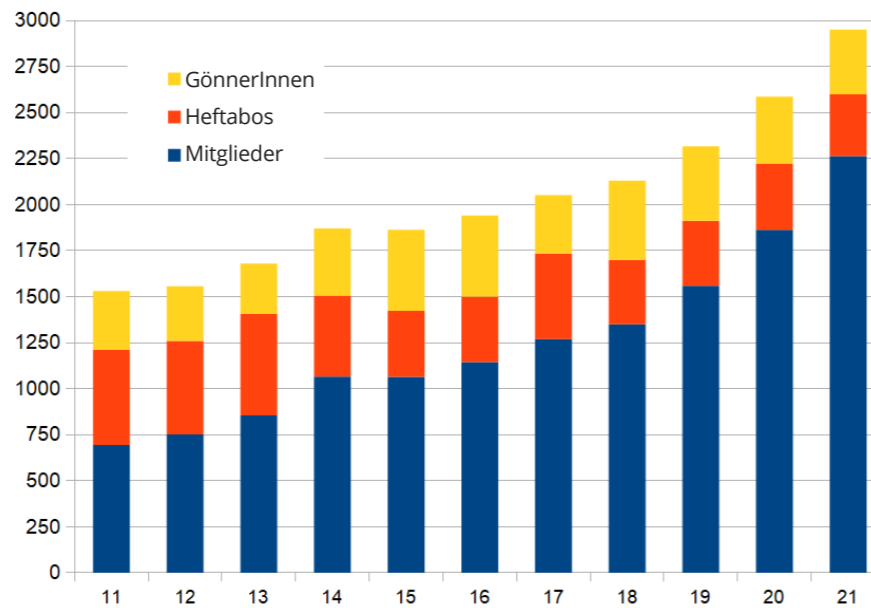
Pinterest  
Swissveg

YouTube  
Swissveg

Telegram  
Swissveg Community  
Communauté Swissveg

# UNTERSTÜTZERINNEN

Trotz vieler abgesagter Events konnten wir im vergangenen Jahr dank unserer Tierrechtskampagne noch mehr Menschen erreichen als je zuvor. Ende 2020 unterstützten uns 21% mehr Mitglieder als im Vorjahr, die zusätzlich unsere Arbeit fördern. Insgesamt wurde die Arbeit von Swissveg am 1.1.2021 von 3330 Privatpersonen getragen. Hinzu kommen diverse Firmen, die hinter Swissveg stehen und solche, die uns in Form einer (Firmen-) Mitgliedschaft oder als Swissveg-Card-Partner unterstützen.



# V-LABEL-SOFTWARE

Als Swissveg 1996 das V-Label-Projekt startete, reichte die selbst entwickelte lokale Datenbank für unsere Geschäftsstelle aus. Nachdem wir das Projekt nicht nur in ganz Europa, sondern auch in anderen Kontinenten einführen konnten, musste eine andere Lösung entwickelt werden. Nach über 20 Jahren haben wir unsere V-Label-Zertifizierungsverwaltung auf eine Online-Lösung umgestellt. Diese wird stetig weiterentwickelt. 2020 begann Griechenland damit, für ihre

Zertifizierungen die neue V-Label-Software zu nutzen. Nach diesen ersten positiven Erfahrungen kommen nun im 2021 viele weitere Länder hinzu. Die Software erleichtert nicht nur die Zertifizierung in den einzelnen Ländern, sondern ermöglicht künftig auch viele zusätzliche Funktionen, die bisher mit den vielen lokalen Datenbanken nur schwer umsetzbar waren, z.B. genaue Statistiken über die zertifizierten Produkte und ihren Kategorien oder eine Online-Abfra-

ge für alle V-Label-Produkte.

Swissveg koordiniert das V-Label weltweit. Deshalb hat Swissveg auch die Führung für die V-Label-Softwareentwicklung übernommen, damit möglichst bald alle lokalen V-Label-Vertretungen in den derzeit über 30 Ländern mit dieser Software arbeiten können. Dieses Informatik-Grossprojekt wird uns sicher noch das ganze nächste Jahr begleiten.

# Ausblick



# VEGGIEDAY

2021 lancieren wir unsere Kampagne «VeggieDay». Wir ermutigen Städte, Gemeinden und Cateringunternehmen, in Kantinen öffentlicher Institutionen jeweils donnerstags das Fleisch wegzulassen. An einem Tag pro Woche soll ausschliesslich fleischloses Essen angeboten werden. Leckere, qualitativ hochwertige und abwechslungsreiche Kost ist ein Muss, wir möchten die Menschen glücklich sehen. Der «VeggieDay» soll vermitteln, Freude bereiten und Lust auf mehr machen! Mit der Kampagne möchten wir einerseits den Fleischverbrauch in der Schweiz reduzieren, andererseits Jugendliche und Erwachsene dazu anregen, sich Gedanken über ihren eigenen Fleischkonsum zu machen. Einmal pro Woche wird also in einigen Schweizer Kantinen die vegetarische oder vegane Ernährung Standard sein. Das führt zu

noch mehr Sichtbarkeit. Um unser Ziel zu erreichen, werden wir mit Städten, Gemeinden, Cateringunternehmen, Köchen und weiteren Fachleuten zusammenarbeiten. Weitere Informationen gibt es online unter [www.veggieday.ch](http://www.veggieday.ch)



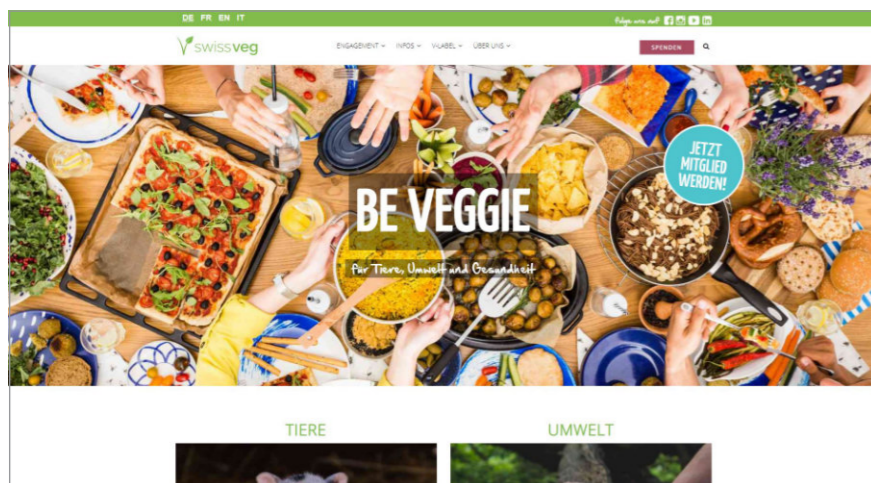
# NEUE WEBSEITE

Die aktuelle Webseite von Swissveg ist in die Jahre gekommen und entspricht nicht mehr dem heutigen Standard. Designtechnische Anpassungen der aktuellen Seite gestalteten sich als umständlich und aufwändig. Zudem wird das zugrunde liegende Redaktionssystem Drupal in der aktuellen Version bald nicht mehr mit Updates unterstützt, welches ein Sicherheitsrisiko darstellt, so-

dass ein Wechsel auf eine aktuelle Drupalversion nötig wurde. Dies wurde zum Anlass genommen, die Webseite zu modernisieren und mit einem Design nach heutigem Standard zu versehen. Wir setzten dabei auf den Mobile-First-Ansatz. Diese Entwicklung geht mit der immer weiter verbreiteten Nutzung von Smartphones einher. Wie der Begriff schon vermuten lässt, handelt es sich dabei um einen An-

satz, bei dem das Design einer Website erstmal in der mobilen Version optimiert, bevor es für grössere Bildschirme kreiert wird. Das Design wurde mit internen Ressourcen unter der Leitung von Martin Schaffner umgesetzt.

Da die Swissveg Website sehr viele Inhalte aufweist, und dies erst noch mehrsprachig, war es keine Option, die Inhalte manuell auf die neue Webseite zu übertragen. Die Migration gestaltete sich aufgrund der Mehrsprachigkeit als eine Herausforderung, da Drupal hier keine «Out of the Box»-Lösung anbietet. Daher wurde entschieden, die Migration durch eine externe Firma durchführen zu lassen. Notwendige technische Anpassungen bei den Swissveg-Anwendungen, wie zum Beispiel der Restaurant- und der Rezeptdatenbank, wurden inhouse vorgenommen. [www.swissveg.ch](http://www.swissveg.ch)



# VISIONEN UND ZIELE

Während dieser Jahresbericht geschrieben wird, plant der Bundesrat, seine Corona-Massnahmen weiter zu verschärfen. In der ganzen «Coronazeit» hat sich der Bundesrat kaum dazu geäussert, woher solche gefährlichen Viren kommen – hauptsächlich aus Ställen mit hohem Antibiotikaeinsatz und durch Wildtierkonsum. Die Politik interessiert sich auch kaum dafür, was dazu geführt hat, dass wir heute eine so hohe Anzahl an Risikopersonen haben (Personen, die an Diabetes Typ 2, Bluthochdruck oder Adipositas leiden). Ob es daran liegt, dass diese Krankheiten nachweislich durch den hohen Konsum tierischer Produkte gefördert werden und der Bundesrat weiterhin sogar die Fleischwerbung mit Millionen an Steuergeldern unterstützen will? Swissveg hat sich für 2021 ihr politisches Engagement zum Schwerpunkt gemacht. Viele Menschen wurden durch die Corona-Massnahmen wach gerüttelt. Diese Phase der Veränderung werden wir nutzen, um darauf aufmerksam zu machen, was für Folgen die Produktion und der Konsum von tierischen Produkten auf die Umwelt, die Tiere und die menschliche Gesundheit hat. Diese weitreichenden Folgen dürfen in der Politik nicht weiter ignoriert werden. Gleichzeitig werden wir uns vermehrt dafür engagieren, aufzuzeigen, dass eine biovegane Landwirtschaft nicht nur möglich, sondern sogar nachhaltiger ist als die heute in allen Schweizer Landwirtschaftsschulen gelehrt Landwirtschaft, die auf Tierhaltung und Fäkalien aufbaut.

Ein grösseres Projekt, das wir 2020 begonnen haben, werden wir dieses Jahr abschliessen: Die Erneuerung unserer Webpage [www.swissveg.ch](http://www.swissveg.ch). Da diese

umfassendste Seite zu unserem Thema im deutschen Sprachraum über mehrere Tausend Seiten umfasst, gibt es damit noch einiges zu tun. Das völlig erneuerte Erscheinungsbild wird jedoch schon bald online sichtbar sein.

Schon vor einigen Jahren hatten wir das Vegi-Tag-Projekt in der Schweiz gestartet. Damals waren nur wenige angesprochene Stellen bereit, diesen Schritt – einen fleischfreien Tag pro Woche – umzusetzen. Insbesondere die Politik war damals noch nicht dazu bereit. Das Umfeld hat sich in den vergangenen Jahren jedoch zu unseren Gunsten geändert. Deshalb wird dieses Projekt als «VeggieDay» in diesem Jahr wieder aufgegriffen und im grossen Stil lanciert.

Und natürlich wird nicht zuletzt auch unser V-Label-Projekt im Jahr 2021 eine grosse Rolle spielen, indem es das Einkaufen für viele noch mehr erleichtert. Immer mehr Firmen setzen auf nachhaltige, gesündere und tierfreundliche Produkte, indem sie in Fleisch- und Milchalternativen investieren. Bereits über 350 Schweizer Firmen verwenden für ihre Produkte das V-Label. Um diesen Firmen in der Politik und Gesellschaft mehr Gewicht zu geben, werden wir uns dort vermehrt für ihre Interessen einsetzen. Einen weiteren Schwerpunkt werden wir in diesem Jahr auf den Non-Food-Bereich legen.

All diese Projekte sind nur dank der vielen Personen möglich, die unsere Ziele teilen und deshalb Swissveg-Mitglied sind. Gemeinsam werden wir 2021 zu einem erfolgreichen Jahr für die Tiere, die Umwelt und die Gesundheit der Menschen machen.



JETZT  
MITGLIED  
WERDEN!

GEMEINSAM ETWAS

BEVEGEN

Stärken Sie aktiv die vegan/vegetarische Bewegung in der Schweiz und profitieren Sie von tollen Vergünstigungen!

[www.swissveg.ch/unterstuetzen](http://www.swissveg.ch/unterstuetzen)

2021-03 • 1. Auflage