



## Pressemitteilung

**Kulturwandel der Ernährung hebt ab: Veganz kooperiert mit Eurowings**

**Berlin, den 12.04.2022 Veganz arbeitet mit der deutschen Airline Eurowings zusammen. Ab Mai 2022 können sich Passagiere die [klimafreundlichen Veganz Gummy Bears](#) an Board der über 70 Flugzeuge schmecken lassen.**

32 Millionen Deutsche ernähren sich aus Gründen des Klimaschutzes und der eigenen Gesundheit inzwischen mindestens flexitarisch. (1) Sie sind sich bewusst, dass 30% des globalen CO<sub>2</sub> Ausstoßes durch tierische Lebensmittelproduktion verursacht werden.(2)

Veganz bedient nun gemeinsam mit Eurowings die Nachfrage nach klimafreundlicher Ernährung auch in der Luft. Nach Kooperationen mit dem deutschen Fußballverein RB Leipzig, in dessen Stadion seit der aktuellen Bundesliga Saison Veganz Produkte zu finden sind, und dem Foodservice Experten Aramark, ermöglicht Veganz den Konsument:innen nun einen weiteren Zugang zu veganen Lebensmitteln. Veganz treibt damit den Kulturwandel der Ernährung erfolgreich voran, denn Eurowings bedient aktuell über 210 Strecken, vorwiegend in Europa, und ist als Teil der Lufthansa Group eine der größten Airlines Deutschlands.

Die Veganz Gummibärchen enthalten im Vergleich zu den meisten Fruchtgummis keine tierische Gelatine und punkten mit einer ausgezeichneten Klimabilanz. Für die Gummibären werden pro Packung nur 204g CO<sub>2</sub> ausgestoßen und 1 Liter Wasser verbraucht, was dazu führt, dass sie in allen vier Kategorien des Veganz Nachhaltigkeits-Score die Bestwertung von drei Sternen erhalten. Somit helfen sie aktiv dabei den ökologischen Fußabdruck der Kund:innen zu reduzieren.

Ebenfalls schreitet Internationalisierung der Marke Veganz mit den veränderten Ernährungsgewohnheiten der Europäer voran. So baut die Marke die Listungen bei den Supermarktketten AB Basilopoulos, Market In, Sklavenitis, Krhtikos in Griechenland aus. Begleitet wird der Ausbau mit der in Deutschland preisgekrönten „Iss mal was fürs Klima“-Kampagne, die zu Ostern im TV und digital ausgespielt wird. Anhänger:innen der griechisch-orthodoxen Kirche fasten in der Zeit vor Ostern traditionell und verzichten auf die meisten tierischen Lebensmittel. Rund 96% der Bevölkerung in Griechenland gehören der griechisch-orthodoxen Kirche an.

Veganz verbreitet die somit Verfügbarkeit für klimafreundliche Lebensmittel in Europa, damit auch in Zukunft weltweit alle Menschen ernährt werden können.

Weitere Informationen über Veganz und zu den Produkten erhalten Sie [hier](#).

Bildmaterial zum Produkt auf Anfrage.

(1) Quelle: Civey Markenmonitoring, Welche dieser Ernährungsweisen trifft am ehesten auf Sie zu?, n>10.000 & Veganz Ernährungsreport 2021, <https://veganz.de/wp-content/uploads/2022/01/2022-01-11-ernaehrungsreport-2021-de-final.pdf>

(1) Quelle: Science, Vol 360, Issue 6392, Reducing food's environmental impacts through producers and consumers, Poore/Nemecek, published June 1, 2018 (<https://science.sciencemag.org/content/360/6392/987.full>)

## **Über Veganz Group AG**

Veganz - Gut für dich, besser für alle - ist die Marke für pflanzenbasierte Lebensmittel. Gegründet 2011 in Berlin, wurde Veganz als europäische vegane Supermarktkette bekannt. Mit einer bunten und lebensbejahenden Unternehmensphilosophie gelang es Veganz, die vegane Nische aufzubrechen und den pflanzlichen Ernährungstrend auf dem Markt zu etablieren. Das aktuelle Produktportfolio umfasst rund 120 Produkte in 17 Kategorien und ist in mehr als der Hälfte aller europäischen Länder und in mehr als 22.000 Points of Sale (POS) weltweit erhältlich. Daneben wird das Veganz-Produktportfolio kontinuierlich um hochwertige, innovative Artikel erweitert und die nachhaltige Wertschöpfungskette stetig verbessert. Für dieses Engagement wurde Veganz in einem exklusiven Handelsblatt-Ranking 2021 zur innovativsten Lebensmittelmarke Deutschlands gewählt.

**Medienkontakt: Moritz Möller | [presse@vegan.de](mailto:presse@vegan.de) | +49 30 2936378 172**