



ProVeg Food Services

Erfolgsfaktoren einer gesunden und nachhaltigen Gemeinschaftsgastronomie



VISION



Wir streben nach einer Welt, in der sich alle für genussvolles und gesundes Essen entscheiden, das gut für alle Menschen, Tiere und unsere Erde ist.

MISSION



Den weltweiten Konsum tierischer Produkte bis zum Jahr 2040 um 50 % zu verringern.



PRO
GENUSS

PRO
GESUNDHEIT

PRO
GERECHTIGKEIT

PRO
TIERE

PRO
UMWELT

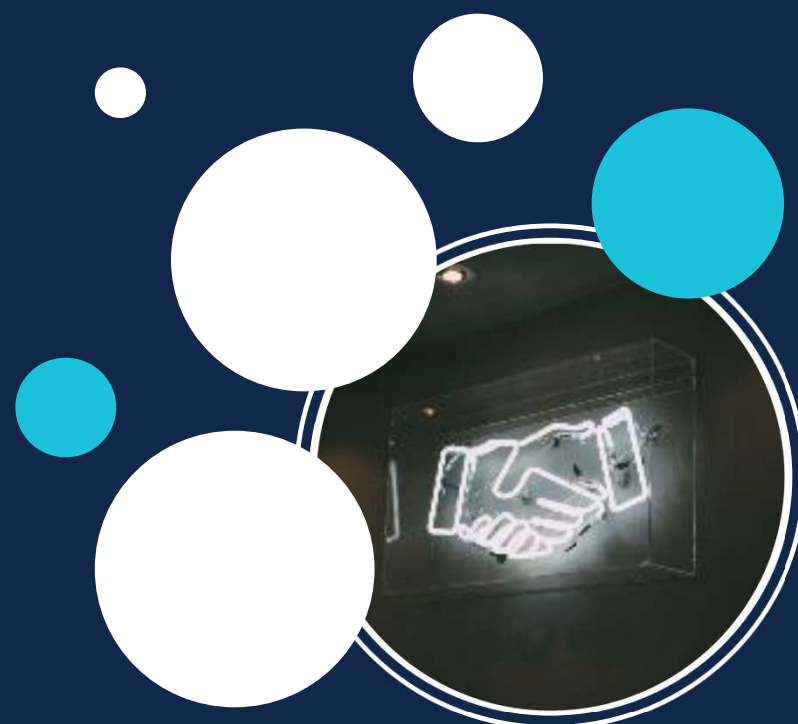
ProVeg arbeitet mit den wichtigsten Akteuren und einflussreichsten Multiplikatoren aus Politik, Wirtschaft, Medizin und Medien zusammen, um den gesellschaftlichen Wandel hin zu einer nachhaltigen Lebensweise zu beschleunigen, die gut ist für Menschen, Tiere und Umwelt.



Unsere Dienstleistungen

- **Status-Quo-Analyse** Ihres Angebotes
- **Beratungsleistungen zur klimafreundlichen Gemeinschaftsverpflegung**
 - Angebotsgestaltung und Darbietung der Speisen
 - Zielgruppenkommunikation
 - Vorträge und Aktionstage
- **Rezeptprüfung und -optimierung**
- **Rezeptentwicklung**
- **Berechnung von Co₂- und Nährwerten** von Gerichten
- **Speiseplangestaltung**
- **Trainings** für Küchenpersonal und Ausgabekräfte
- **Impulsvorträge** (Präsenz oder Online) für Mitarbeiter*innen
- **Vernetzung** mit Herstellern pflanzenbasierter Produkte im Großgebäude





Unsere Referenzen

Unsere aktuellen Projekte, Partner & Kampagnen

Für Unternehmen



- Kochtrainings
- Beratungsleistungen
- Rezeptentwicklung & Speiseplangestaltung
- Kommunikationskonzepte
- Vernetzung mit Herstellern



Leckerer Essen für alle



- Schulprogramm
- Aktion Pflanzen-Power



Kommunikation



...und viel mehr!



Pro GESUNDHEIT

Pflanzliche Ernährung steigert die körperliche und geistige Leistungsfähigkeit

Pro **GESUNDHEIT**

- Pflanzliche Ernährung unterstützt nachweislich bei der **Prävention** und **Behandlung** von **Zivilisationskrankheiten** ^{*}, ^{**}
 - Übergewicht, Diabetes Typ II, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, hohe Cholesterinwerte, Krebs, Gicht

Der Fleisch- und Wurstkonsum in Deutschland ist zweimal höher als empfohlen: derzeit fast **1,2 kg** pro Woche von **max. 600 g!**
^{***, ****}



Empfehlungen der Fachgesellschaften

 Academy of
Nutrition
and Dietetics

Eine gut geplante vegane Ernährungsform, sowie andere Formen der vegetarischen Ernährung, sind für alle Phasen des Lebenszyklus geeignet, einschließlich Schwangerschaft, Stillzeit und für Säuglinge, Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Sportler*



[...] Eine pflanzenbetonte Ernährungsform (mit oder ohne einen geringen Fleischanteil) [ist] gegenüber der derzeit in Deutschland üblichen Ernährung mit einer Risikosenkung für ernährungsmitbedingte Krankheiten verbunden**

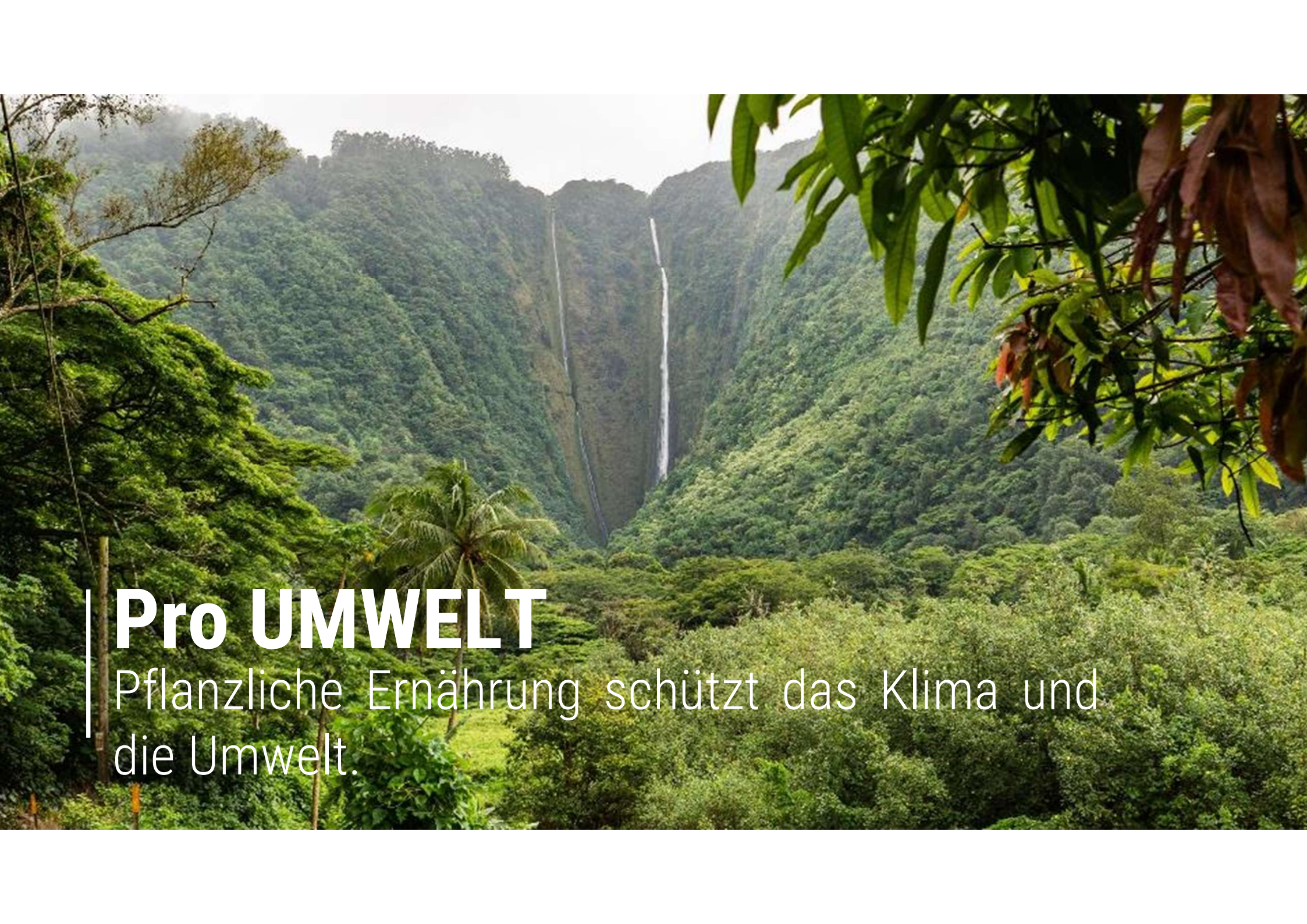
Empfehlungen der Fachgesellschaften



Kanada: keine Lebensmittelgruppen mehr, sondern Nährstoffe
Fokus auf pflanzliche Proteine



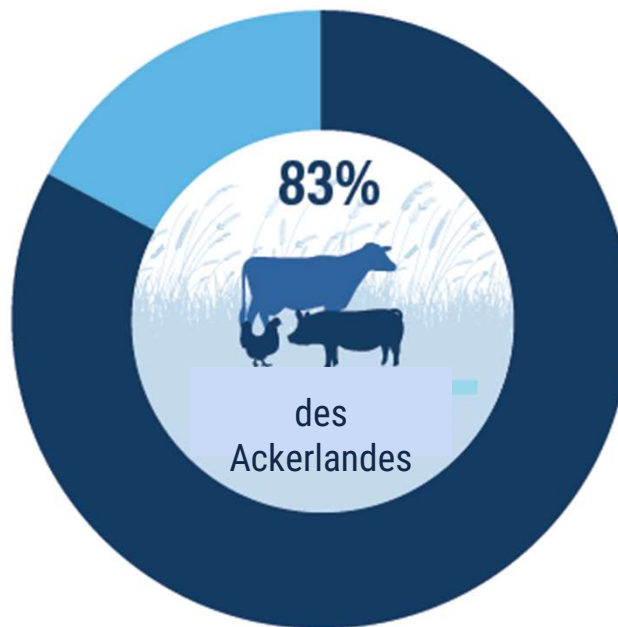
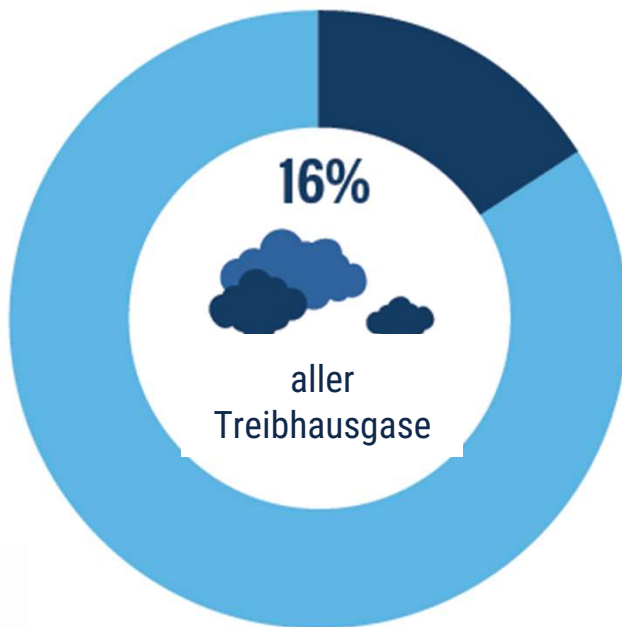
EAT Lancet Kommission: Fokus auf pflanzliche Proteine
Auf Fleisch kann komplett verzichtet werden



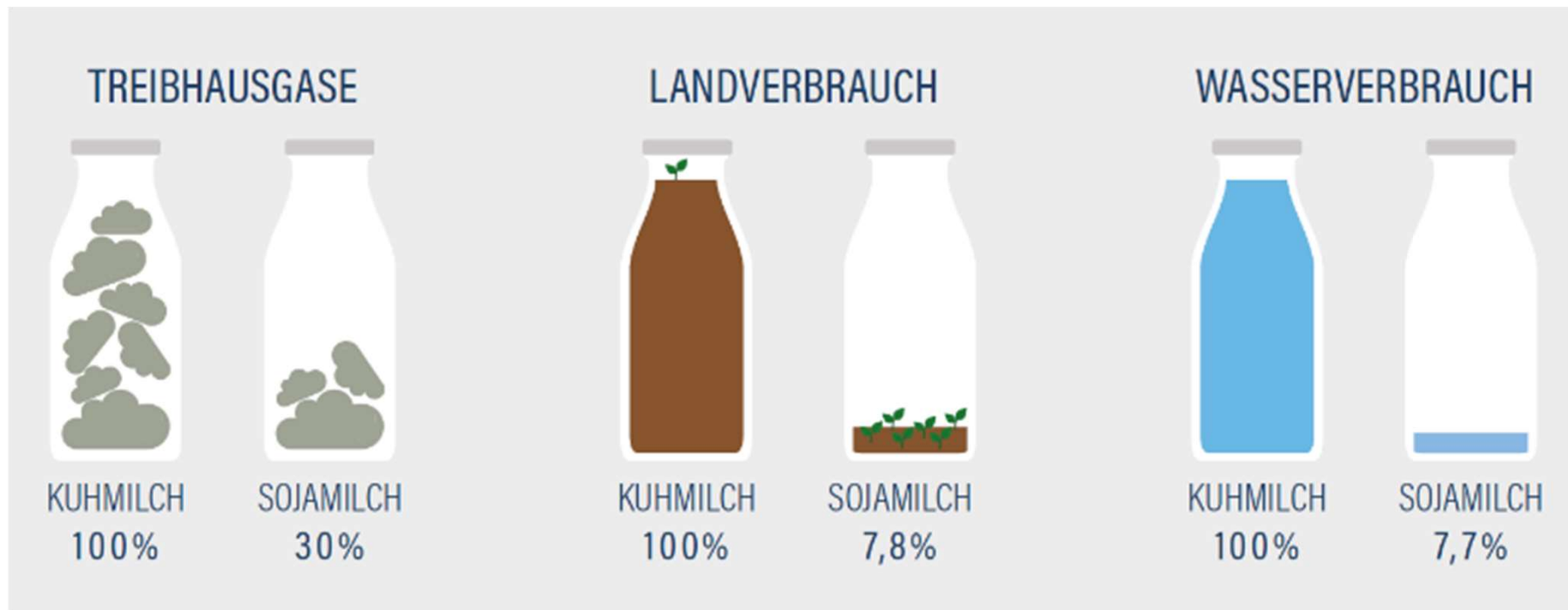
Pro UMWELT

Pflanzliche Ernährung schützt das Klima und die Umwelt.

Ressourcenverbrauch landwirtschaftlicher Tierhaltung: **global***



Tierische Milch und Pflanzenmilch*

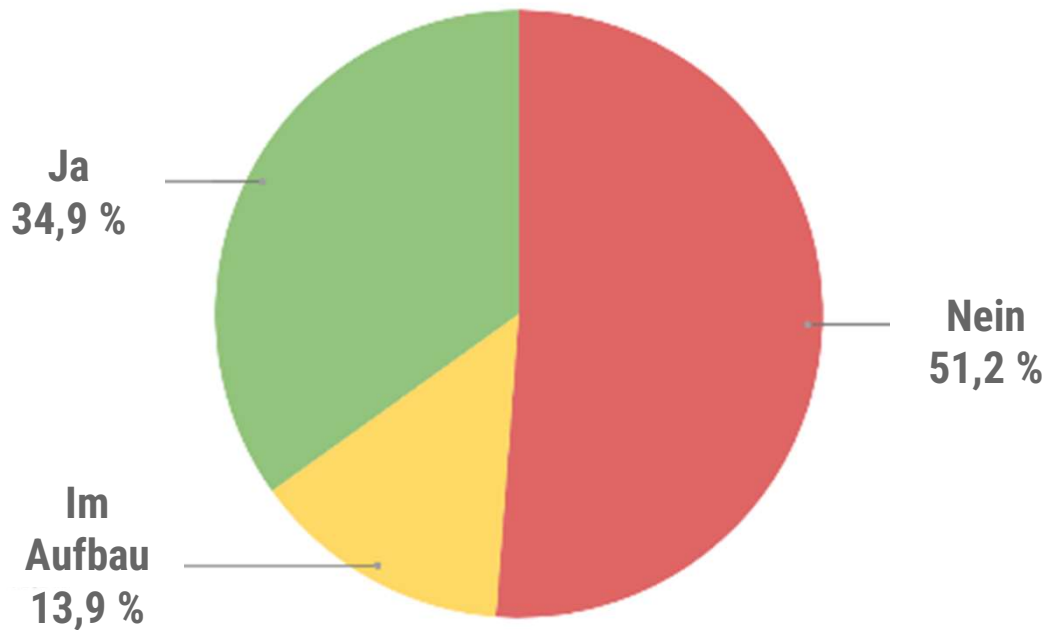




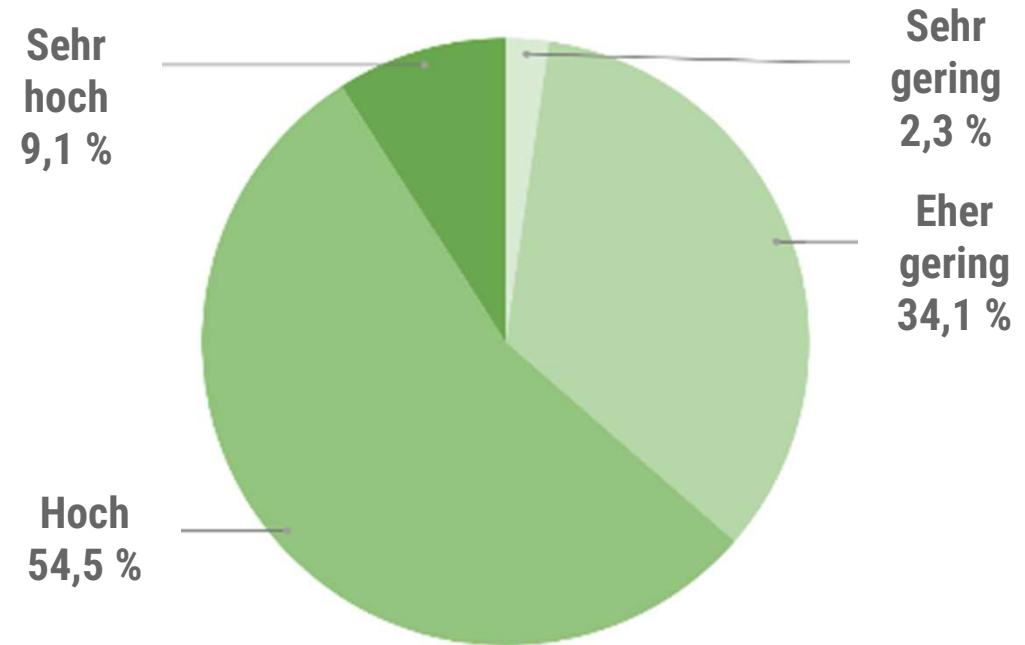
Entwicklungen und Trends auf dem **pflanzlichen Markt**

Plant-Based: gekommen, um zu bleiben

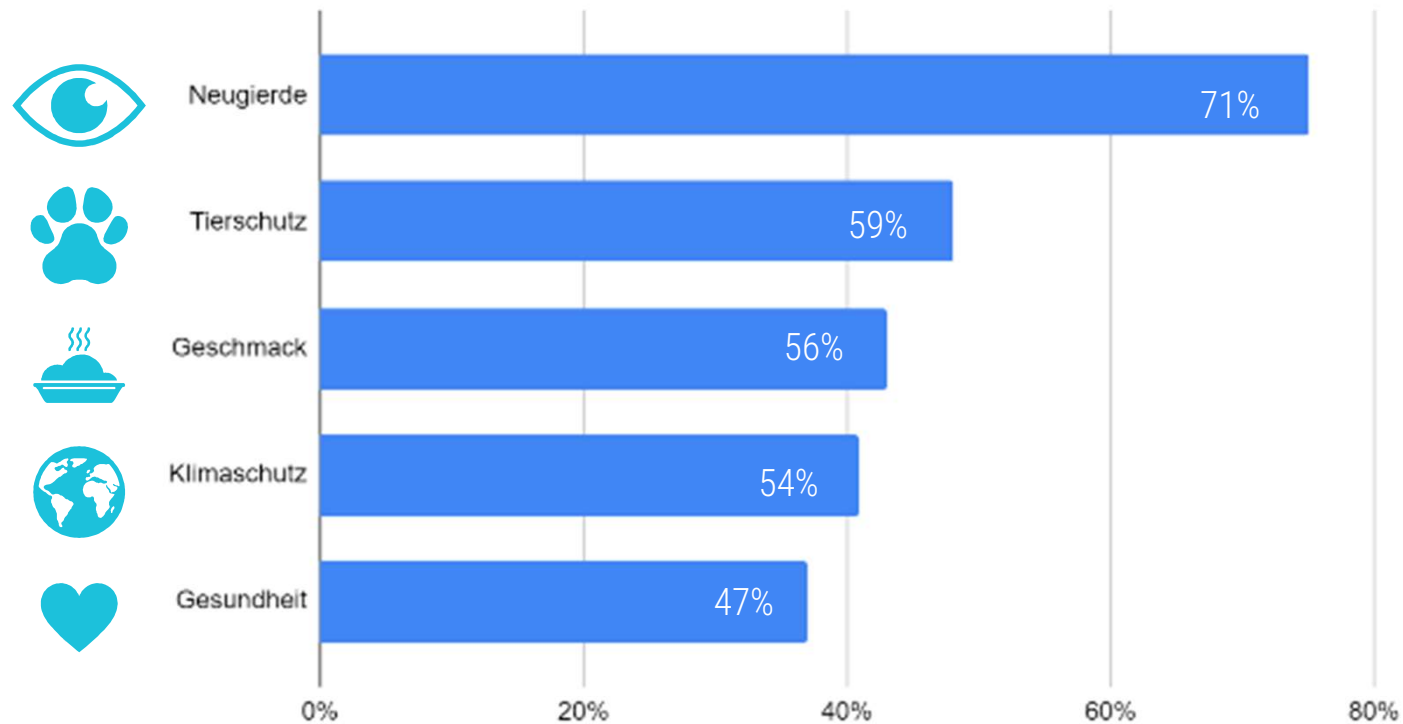
Vegane Menülinie im Angebot*

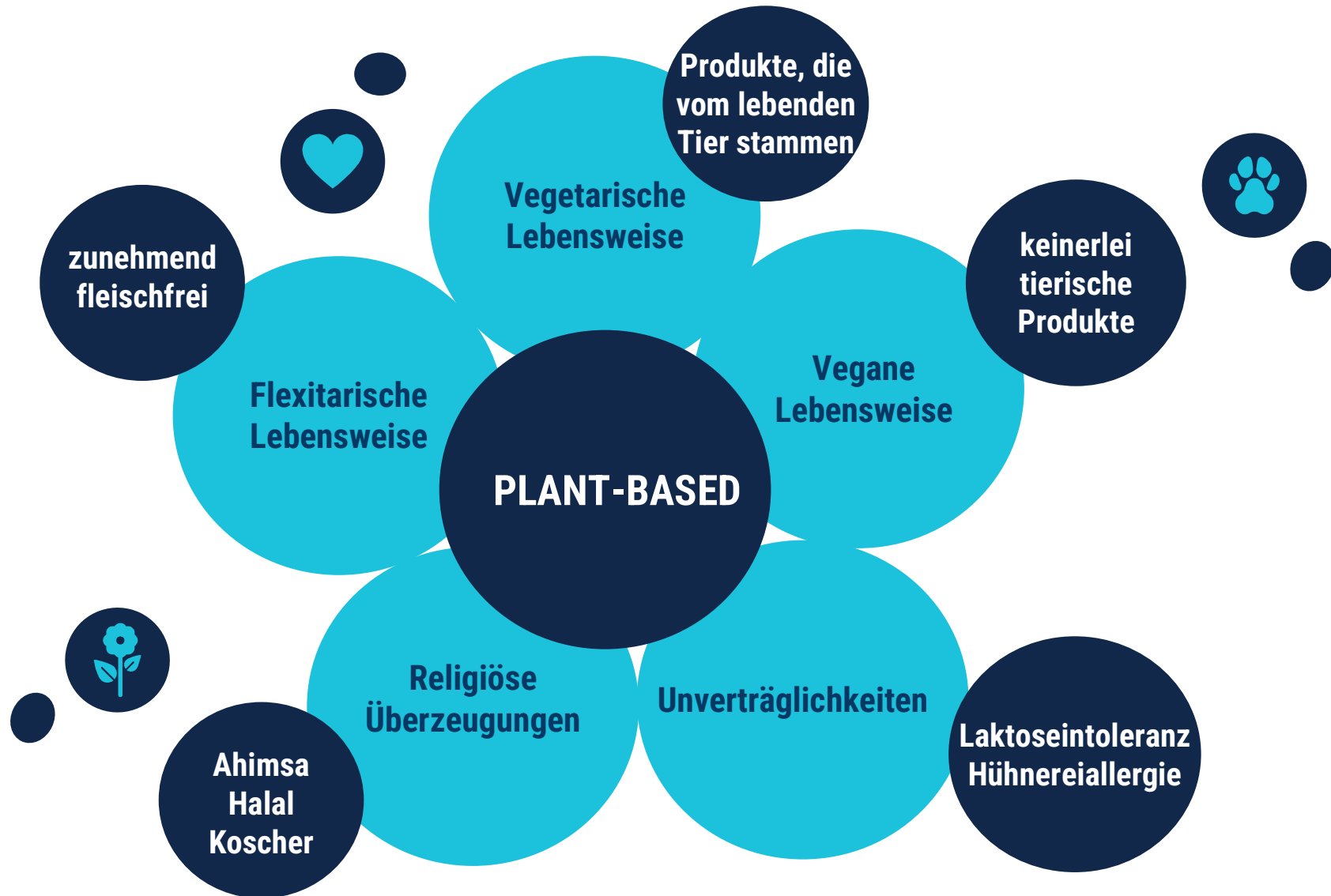


Gästeinteresse an pflanzlichen Menüs*



Gründe für eine fleischreduzierte Ernährung





Zielgruppen pflanzlicher Angebote

40 % Flexitarier*innen

Ernährungsform von 33 Mio. Menschen

6 % Vegetarier*innen

Ernährungsform von 5 Mio. Menschen

1,5 % Veganer*innen

Ernährungsform von 1,2 Mio. Menschen

Alle Zahlen beziehen sich auf Deutschland.*

Zielgruppe: Millennials & Gen Z

26%* der Millennials bezeichnen sich bereits als Vegetarier oder Veganer. In den nächsten Jahrzehnten wird diese Zielgruppe den Markt dominieren.

Jung und gut gebildet, die U40-jährigen sind an pflanzlichen Optionen besonders interessiert. Sie **reduzieren** ihren Konsum von tierischen Produkten aus **gesundheitlichen oder ethischen** Gründen. Sie sind neuen Geschmacksrichtungen gegenüber offen und **prägen die Essgewohnheiten** ihrer Partner und Familienmitglieder.

Fleisch- und Milchkonsum

50%

der europäischen Konsumenten reduzieren ihren Fleischkonsum aktiv **

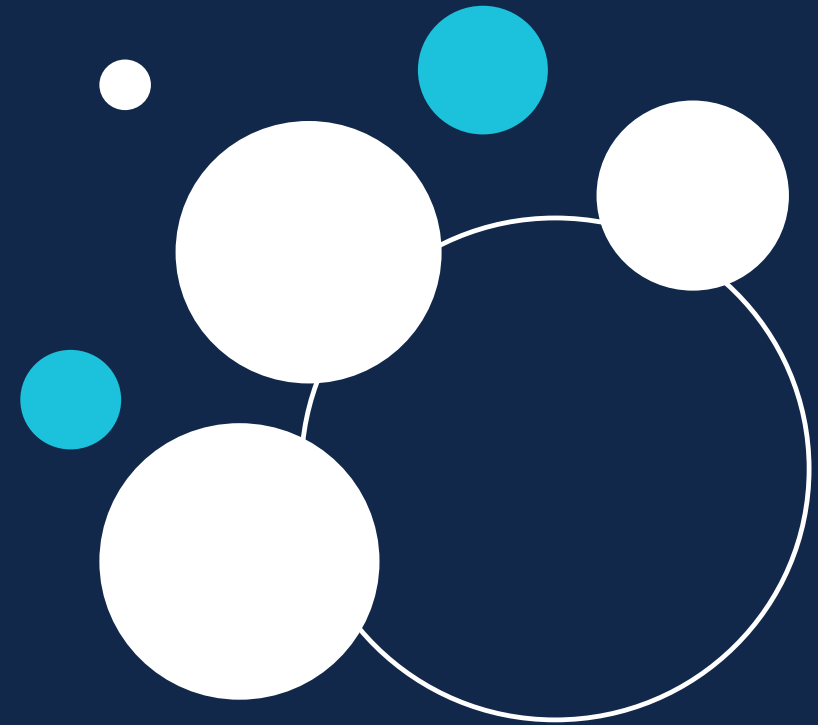


43 % der europäischen Verbraucher*innen konsumieren bereits pflanzliche Milch*



- 18% **





Tipps zur **praktischen Umsetzung** in der **GV**

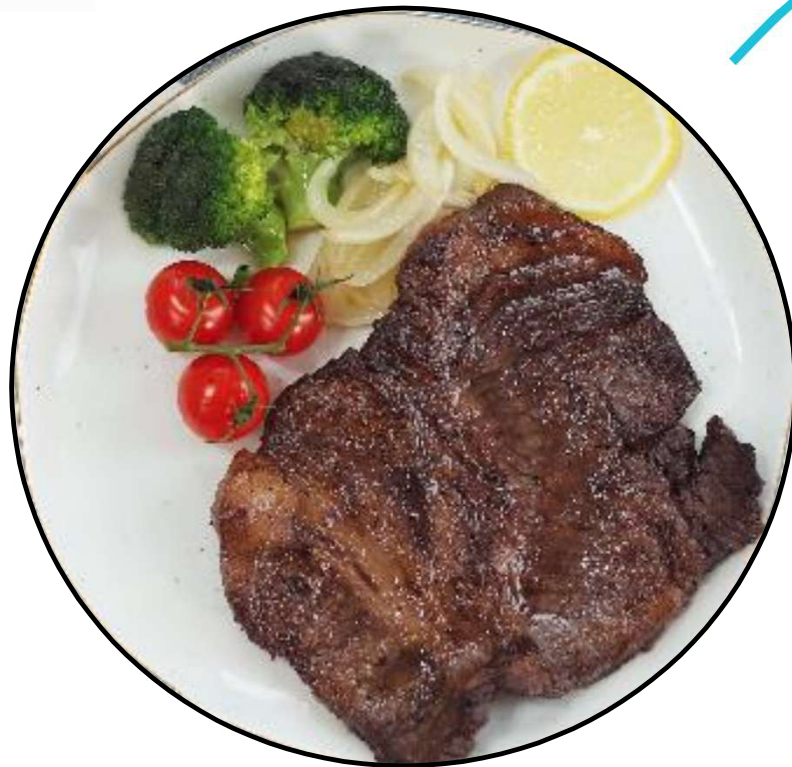


Schritt 1: Substitution





Schritt 2: Reduktion & Blending



Die Studentenwerke als Vorreiter

FOOD SERVICE
Portal für den Außenbereich

Studentenwerk Berlin: Veggie-Revolution ...

STUDIENWERK BERLIN

Veggie-Revolution: magere 4 % Fisch und Fleisch auf der Karte

von Ina-Jule Brückner-Kleinböck
Mittwoch, 01. September 2021

Frau Judisch, 4 Prozent Fleisch und Fisch insgesamt. Ein Wagnis für die Umsatzzahlen nach anderthalb Jahren Corona-Tal?

Jana Judisch: Nicht zwingend: Mit den Studierenden kommt jedes Semester eine neue junge Generation an den Campus, die zunehmend umwelt- und konsumbewusster ist und klare Ansichten über ein zeitgemäßes gastronomisches Angebot mitbringt. Wir waren in der Vergangenheit bereits mit **zahlreichen studentischen Forderungen konfrontiert, die gänzlich die Abschaffung von tierischem Inhalt im Mensa-Essen forderten.** Dass Berlin zudem die Veggie-Hochburg

FOOD SERVICE
Portal für den Außenbereich

Studentenwerk Göttingen: Veggie-Revolution ...

Mittwochs nur noch vegetarisch

von Ina-Jule Brückner-Kleinböck
Dienstag, 01. September 2021

PARADIESCHEN FÜR ALLE



VEGGIE WEDNESDAY

CO2-Fußabdruck
Bürost: lauchfrische, plastikfreie
Kaffeebar

Mensen des Studentenwerks Göttingen auf dem Weg zur CO2-Reduktion

25. Oktober 2021

Gastronomie & Verpflegung

Top Themen





Schritt 3: Information



Klüh Catering



Segment: **Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen**

- Eine **pflanzenbetonte Menülinie** "Pflanzenkraft" bestehend aus **21 Hauptgerichten**
 - Wenige Handgriffe
- Umfassende **Aufklärung**
 - Tablettaufleger für die Patienten: Wie tragen diese Gerichte zur Genesung bei?
 - Broschüre für die Entscheider






Schritt 4: Nudging: Gerichte benennen



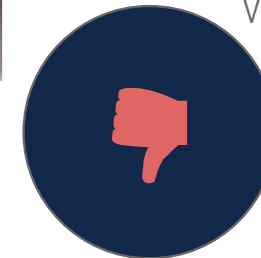
A - Süßkartoffeln mit Soja-Tzatziki

B - Gesunde Süßkartoffeln mit leichtem Soja-Tzatziki



C - Knusprig gebackene Süßkartoffeln mit pikantem Tzatziki 

D - Fettarme Süßkartoffeln mit veganem Tzatziki





Gerichte benennen: **dos and don'ts**



- “fleischlos”
- “vegan”
- “fettarm”, “frei von Cholesterin”



- “pflanzlich”, “pflanzenbasiert”
- Herkunft
- Sensorische Eigenschaften

Immanuel Dienstleistungen



Kartoffel-Kürbispüree

Das Kartoffel-Kürbispüree ist eine leicht verdauliche Beilage mit hohem Beta-Carotin Anteil, für die Sie nur wenige Zutaten benötigen. Durch den Kürbis erhält das Püree seine appetitliche Farbe.

[zum Rezept >](#)

Gemüsepfanne mit Erdnüssen

Frisches buntes Gemüse, saisonale Kräuter und ungesalzene Erdnüsse verfeinert mit Knoblauch und einer selbst gemachten Erdnusssauce ergeben dieses leckere Gericht. [zum Rezept >](#)



Immanuel Dienstleistungen



Holunder-Götterspeise mit Vanillesahne

Nicht nur bei Kindern beliebt: Holundersaft-Götterspeise mit ganzen Blaubeeren und einem unwiderstehlichen Topping aus Sojasahne, die mit Vanille und Cashewmus aufgeschäumt wird. Die farbintensive Nachspeise ist fettarm, glutenfrei und rein pflanzlich, und wirkt dank sekundärer Pflanzenstoffe einer vorzeitigen Zellalterung entgegen. [zum Rezept >](#)

Couscous-Salat mit Joghurt-Dip

Der sommerlich leichte Couscous-Salat wird durch frische Gurke und knackige Möhren saftig, Schalotten verleihen ihm Würze und durch Chili bekommt er den würzigen Pepp. Der kühlende Joghurt-Dip wird mit erfrischender Minze verfeinert. Salat und Dip lassen sich gut vorbereiten und einfach mitnehmen - perfekt für das nächste Sommer-Picknick. [zum Rezept >](#)





Schritt 4: Nudging: physische Präsentation



Frontcooking:

Lassen Sie Ihre Gäste die Zubereitung der Speisen unmittelbar erleben wenn möglich – Zuschauen weckt Neugier und Appetit!



Theke:

Stellen Sie die pflanzlichen Gerichte in den Vordergrund

Bieten Sie die Veggie-Optionen gemeinsam mit anderen Speisen an

Good Practice: **KErn Bayern**

Backwaren im Hintergrund, Obst vorne

**Appetitliche Toppings,
farbliche Kontraste**



**Gesunde
Optionen in
Warteräumen**



Schritt 5: Partizipation



Kampagne Hin & Veg

Inhalte der Kooperation:

- **Rezeptentwicklung** für die Aktionswoche Hin&Veg
- **Informationsmaterialien** mit kindgerechten Hintergrundinformationen
- zusätzliche **Aktionstage** mit Vorträgen und Koch-Workshops

Bei Sodexo stehen mittlerweile einige **neue vegane Gerichte auf dem regulären Speiseplan.**



Kampagne **Hin & Veg**



600
teilnehmende
Schulen

34%
der Kinder
bestellten den
veganen
Burger

140.000+
Kinder hat die vegane
Botschaft erreicht



E.ON Gastronomie **e.on** Green Line

Segment: **Betriebsgastronomie**

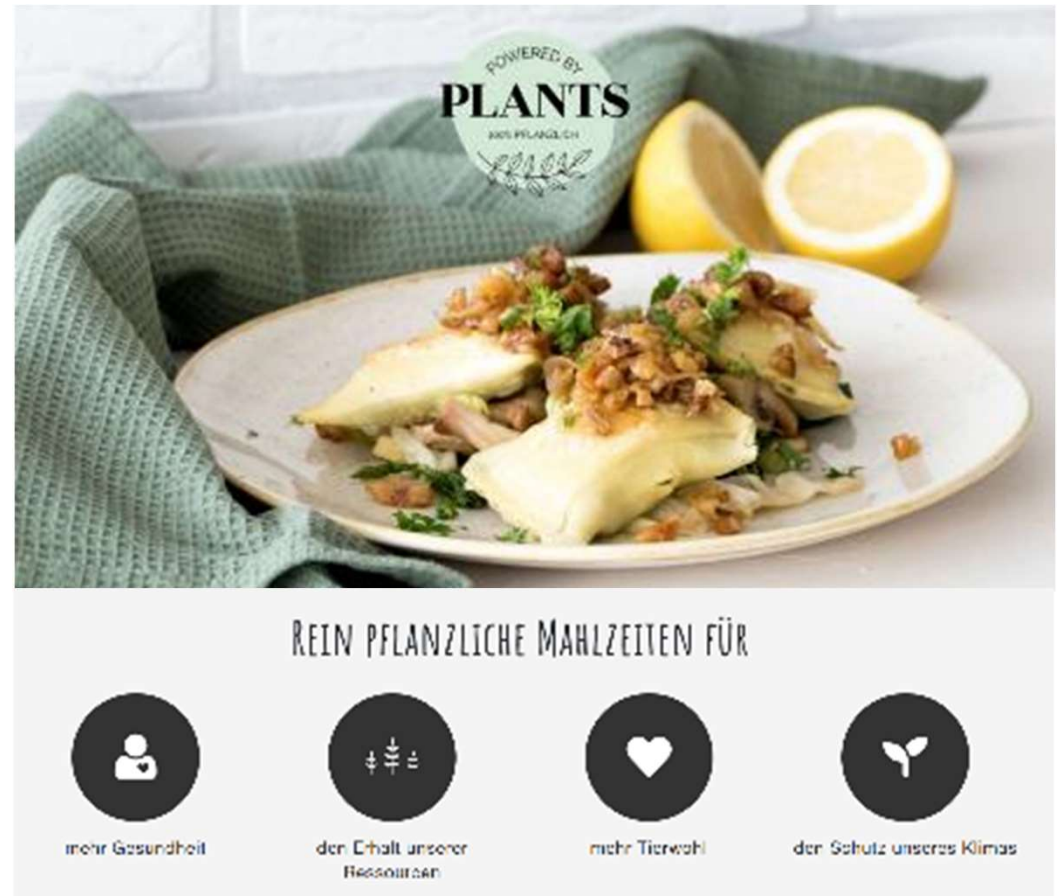
- **Optimierung** der bestehenden veganen Menülinie "Green Line"
 - Das Rad nicht neu erfunden
 - Ausgewogene Gerichte mit allen 3 Makronährstoffen (Protein, Kohlenhydrate, Fett)
- **Tischgastkommunikation** im Rahmen von Themenwochen und Wettbewerben



Eurest Deutschland

Segment: **Betriebsgastronomie**

- Rein pflanzliche Menülinie
“Powered by Plants”
- **Zielgruppengerecht**
 - Hip, bunt, sättigend
 - Inspiriert von
Länderküchen
- Umfassende
Marketingkampagne
 - Bonuskarte
 - Tischaufsteller & Poster





Schritt 6: Inklusion



Seniorenheim Augustinum Servicegesellschaft GmbH





Schritt 7: Weiterbildung



7 einfache Schritte für eine gesunde und nachhaltige Gemeinschaftsgastronomie

Labels und Symbole für mehr Klarheit



Partizipation durch Kampagnen, Events und Workshops

Reduktion von tierischen Zutaten in Rezepturen



Inklusion durch Berücksichtigung aller Bedürfnisse (Bsp. Bausteinsystem)

Austausch von Tierprodukten durch pflanzliche Alternativen



Nudging ohne Druck oder Verzicht (Bsp. Platzierung, Benennung, Ästhetik)

Mitarbeiter abholen durch **Weiterbildung**

Danke!

<https://proveg.com/food-services/>


KONTAKTIEREN SIE UNS!



Stefanie Heutling

Senior Consultant Food Services

 stefanie.heutling@proveg.com

 +49 176 17785857

 proveg.com