

TRYDAYS FOR FOODTURE

iglo ruft TRYDAYS FOR FOODTURE aus - Einfach ausprobieren!

- Motivation für eine Ernährungswende
- Verzicht war gestern: Der Januar ist die beste Zeit den Bauch entscheiden zu lassen

Hamburg 15.12.2021 - Längst entscheidet die „Generation Greta“ mit an den deutschen Esstischen und isst pflanzlich, kreativ und modern. Insgesamt gibt es in Deutschland mittlerweile 1,13 Millionen Veganer! Und mehr als 55 % der Deutschen bezeichnen sich als Flexitarier. Tendenz steigend.

Auch beim Essen ist die gesellschaftspolitische Debatte rund um den Klimawandel bei den Verbrauchern angekommen. Immerhin trägt die Herstellung von Lebensmitteln zu rund einem Drittel des CO₂-Ausstoßes bei. Handel und Nahrungsmittelindustrie müssen sich also auf eine Ernährungswende einstellen und kreative Lösungen bieten - und die Verbraucher mit auf diese Reise nehmen.



Zukunft gestalten heißt „Machen“ und „Probieren“!

Verzicht war gestern. Wenn man die Menschen für eine klimabewusste Ernährungswende begeistern will, gilt es positive Signale zu setzen und Neugierde zu wecken. Die TRYDAYS FOR FOODTURE sind dabei ein Beginn. Rechtzeitig zum Jahresstart in den Aktionsmonat „Veganuary“ startet iglo eine aufmerksamkeitsstarke Haltungskampagne, die ganz bewusst auf den

bekanntem Aktivisten-Slogan referenziert. Damit will das Unternehmen zum Nachdenken anregen und die Konsumenten zu einem Engagement für eine Ernährungswende bewegen.



Jeder von uns trifft mehrmals am Tag eine Ernährungsentscheidung, die klimarelevant ist. Schon kleine Veränderungen können Großes bewirken und etwas mehr an pflanzlicher sowie etwas weniger tierische Ernährung machen dabei einen wesentlichen Unterschied. Der Jahresstart ist also die perfekte Gelegenheit, um die eigene kulinarische Komfortzone mit neuen Ideen zu erweitern.

Geschmack entscheidet! Hör auf deinen Bauch!

Probieren geht über Studieren – sagt der Volksmund. Um die Menschen ganz praktisch im Alltag zu überzeugen, kommt es auf den Geschmack der pflanzenbasierten Angebote an. Als Ankermarke im Tiefkühlkostsegment verzeichnet iglo aktuell bei den pflanzlichen Fleischalternativen einen Marktanteil von über 50 Prozent – und das bei einem ständig wachsenden Gesamtmarkt. iglo ist sich sicher, dass ausprobieren der simple Schlüssel dazu ist. Dafür muss niemand alle Lieblingsspeisen verbannen. Es gibt fast immer leckere Alternativen mit veganen und vegetarischen Zutaten.

Auf in die TRYDAYS FOR FOODTURE!



Kontakt

Dorothea Schmitz
iglo Deutschland
040 / 180 249 – 455
dorothea.schmitz@iglo.com

Janka Jungclaus
segmenta communications
0172 84 80 398
iglo@segmenta.de