

Umsatzstark ins neue Jahr starten

Be part of it: Mit endori noch mehr pflanzliche Vielfalt zum Veganuary 2023

Stegaurach, im November 2022

Vegane Neujahrsvorsätze mit endori: Zum Jahresstart 2023 bietet der Aktionsmonat Veganuary erneut weltweit die Möglichkeit, sich an der Kampagne zu beteiligen und die Ernährung im Januar rein pflanzlich zu gestalten. Zusammen mit der Awareness zum Veganuary setzt endori mit vielseitigen Marketingaktivitäten auf maximale Reichweite für einen wachsenden Umsatz. Der Hersteller von pflanzlichen Fleisch- und Fischalternativen auf Basis von europäischen Erbsen schafft auf digitalen und analogen Kanälen sowie am PoS im Handel Präsenz.

Besonders zu Beginn des Jahres liegt der Fokus im Handel auf veganen Produkten – mehr als 6,5 Millionen Menschen weltweit haben sich allein im Januar 2022 am Aktionsmonat beteiligt.¹ Für viele steht der Januar für Veganuary und damit ganz im Zeichen einer rein pflanzlichen Ernährung. Auch die Anzahl kooperierender Unternehmen mit der gemeinnützigen Organisation Veganuary Deutschland e. V. und die Beteiligung an der Kampagne wachsen stark.² Laut einer offiziellen Umfrage der Organisation gaben 80 Prozent der Teilnehmenden aus diesem Jahr an, noch sechs Monate nach dem Veganuary tierische Produkte in ihrer Ernährung mindestens um die Hälfte reduziert zu haben.³ Mit dem vegetarisch leckeren Sortiment bringt endori nachhaltige und abwechslungsreiche Fleisch- und Fischalternativen in die Regale und unterstützt den Aufruf zum Veganuary 2023 mit einer hohen Medienpräsenz via Out-of-Home sowie auf seinen digitalen Kanälen.

Mit Produkten, wie der endori veggio bratwurst, dem veggio burger di mare oder dem veggio kebab schafft es endori, überproportional in seiner Kategorie Fleischalternativen zu wachsen – mit einer Steigerung von 168 Prozent gemessen am Wachstum nach Umsatz im Zeitraum von Januar 2021 bis Januar 2022.⁴ Andere Fleischersatzprodukte auf dem Markt erzielen im Vergleich durchschnittlich ein Wachstum von 18 Prozent.⁵

Im Rahmen der Out-of-Home-Kampagne rund um den PoS präsentiert die aus der TV-Werbung bekannte personifizierte Erbse „Peater“ auf großen Plakaten an Billboards in vielen deutschen Städten das breite endori-Sortiment. Den Veganuary unterstützt endori im Handel mit attraktiven Couponing-Aktionen und Verkostungen. Für optimale Sichtbarkeit am PoS sorgen zudem Zweitplatzierungen für geplante oder spontane Kaufimpulse in Form von Kühl displays, den so genannten Coolios und – ganz neu: magnetischen Regalschiebern.

Online sorgen Kooperationen mit zielgruppennahen Influencer:innen, Gewinnspiele auf den Social Media Accounts und maßgeschneiderter Content auf allen endori-Kanälen für eine direkte Ansprache innerhalb der Zielgruppe, die auch durch den Veganuary immer weiter wächst. Mit einem umfassenden Digital-Paket mit weiteren Marketingaktivitäten macht endori über den veganen Aktionsmonat hinaus neugierig auf leckere, nachhaltige plant-based-Produkte aus Erbsen.

¹ Marktforschungsinstitut Kantar, Online-Umfrage zum Veganuary [09.11.2022]

² <https://veganuary.com/de/pressemitteilung-veganuary-bilanz-2022/> [09.11.2022]

³ https://veganuary.com/wp-content/uploads/2022/09/Veganuary_2022_offizielle_Umfrage_6_Monate_spaeter.pdf [09.11.2022]

⁴ IRI Vegetarisch, LEH Gesamt >=200 qm, Wachstum nach Umsatz, Januar 2022 vs. Jan 21 [09.11.2022]

⁵ <https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/ruegenwalder-verbannt-currywurst-mehr-marge-dank-weniger-fleisch/24979770.html> [09.11.2022]



Bilder: Billboard der letzten Out-of-Home-Kampagne, Coolio- Kühldisplay und magnetischer Regalschieber

Über endori

endori wurde im April 2015 aus Liebe zu gutem Essen und Hunger auf eine bessere Zukunft für Tiere, Menschen und Umwelt von den Familien Büse und Wedel in Bamberg gegründet. 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten an der Herstellung leckerer pflanzenbasierter Lebensmittel als Alternative zu Produkten tierischen Ursprungs.

Das Unternehmen stellt pflanzliche Fleisch- und Fischalternativen wie Burger-Pattys, Würstchen, Hack, Kebab u. v. m. her, die als Alternative zu Fleisch und Fisch in praktisch allen Gerichten gelingsicher eingesetzt werden können. Beim Einsatz der Rohstoffe liegt der Fokus auf Proteinpflanzen, wie etwa in traditioneller Mehrfelderwirtschaft angebauten Erbsen. Das Unternehmen verzichtet bewusst auf den Einsatz von Soja, Palmfett und künstlichen Aromen.

Die „endori veggie“-Produkte sind im deutschen und österreichischen Einzelhandel sowie über den eigenen Onlineshop erhältlich. Zudem werden sie bereits von namhaften Playern aus der Ernährungswirtschaft bezogen und finden sich damit in Gastronomie, Hotellerie, Kliniken, Schulen, Betriebskantinen und vielen anderen professionellen Ernährungsbereichen. Für den Lebensmitteleinzelhandel findet der Vertrieb direkt über Reichold Feinkost GmbH (Feinkost Dittmann) statt. www.endori.de

Für mehr Informationen kontaktieren Sie:

Jara Schönfeldt, PR-Beratung
BRAND UPGRADE GmbH
Schulterblatt 58, 20357 Hamburg
Tel.: +49 40 4309368-22
E-Mail: endori@brand-upgrade.de

Pressekontakt im Unternehmen:

Andreas Müller
endori food GmbH & Co. KG
Industriestraße 2, 96135 Stegaurach
Tel.: +49 951 917975-160
E-Mail: pr@endori.de