

Zutaten

Sie wissen es bestimmt: Vegetarische Produkte dürfen kein Fleisch enthalten. Das V-Label ermöglicht Ihren Kunden auf den ersten Blick zu erkennen, dass Ihr Produkt nicht nur kein Fleisch enthält, sondern auch wirklich vegetarisch ist und somit beispielsweise auch der Fruchtsaft nicht mit Gelatine geklärt wurde.

Küche & Hygiene

Der Produktionsprozess läuft separat ab: Während der Zubereitung darf es zu keiner Kontamination mit nicht erlaubten Zutaten kommen.

Gentechnik

Alle Produkte müssen gemäß den nationalen Kennzeichnungsrichtlinien frei von gentechnisch veränderten Organismen sein.

Unsere Leistungen

Medien

Wenn uns die Presse kontaktiert, nutzen wir jeweils die Gelegenheit, mit den V-Label-Produkten aufzuzeigen, wie schmackhaft und einfach es ist, vegetarisch oder vegan zu leben. Die nationalen Label-Vertriebsorganisationen sind Anlaufstelle für Medienanfragen zur vegetarischen und veganen Ernährungsweise. Von diesen Medienkontakten könnten auch Sie profitieren.

Internet

Auf den Internet-Seiten der nationalen Vertriebspartner und der EVU findet sich viel Material über das Gütesiegel und die Lizenznehmer. Ihr Produkt wird darüber hinaus auch im E-Mail-Newsletter beworben. Besuchen Sie auch die umfangreiche internationale Homepage des V-Labels unter: www.v-label.info

Partnerorganisationen

Die nationalen Vegetarier-Organisationen haben die besten Kontakte zu Vegetarismus-freundlichen Vereinen im Bereich Tierschutz, Tierrecht, Umweltschutz und zu anderen gemeinnützigen Organisationen. Also auch direkt zu Ihrer Zielgruppe!

Veranstaltungen

Das V-Label-Material liegt darüber hinaus auch bei diversen Standaktionen, Messen und weiteren Veranstaltungen auf.

Know-how-Transfer

Die zuständigen nationalen Partner haben ein umfassendes Fachwissen im Bereich vegetarische und vegane Lebensweise, das sie gerne mit Vertragspartnern teilen. Die Möglichkeiten eines solchen Know-how-Transfers reichen von einer einfachen Mitarbeiterschulung die Labelvorschriften betreffend über Abklärung einer eventuell tierischen Herkunft bis zur Beratung beim Produktionsprozess.

«Wir können die Welt nicht mit 70 Kilo Fleisch und Wurst pro Kopf ernähren. Denn alles, was über das Tier geht, kostet etwa das 7- bis 10-fache an Getreideinput. Die tierische Veredelungsproduktion, einschließlich Milch, ist deshalb das schlimmste Problem. Das sage ich, obwohl Nestlé mit der Milchverarbeitung groß geworden ist.»

Helmut Maucher (bis Mai 1997 Nestlé-Chef) in einem Interview mit der ZEIT vom 19. Juli 1996

«Der Trend ins Vegetarische ist unaufhaltsam. Vielleicht isst in hundert Jahren kein Mensch mehr Fleisch.»

Ebenfalls Helmut Maucher (Nestlé ist heute der weltweit größte Lebensmittelkonzern)

Von 1998 bis 2003 stieg der Anteil der vegetarischen Bevölkerung in Österreich von 2% auf 3%, das ist eine Steigerung von 50% in 5 Jahren.

Ernährungsbericht der Universität Wien/Institut für Ernährungswissenschaften

Der vegetarische Markt wird voraussichtlich zwischen 2003 und 2007 um 32% wachsen.

Healthy Eating Key Note Report 2003

Laut der Ernährungsexpertin Mag. Hanni Rützler ist «Ethic Food» ein zentraler Ernährungstrend der Zukunft.

www.hanni-ruetzler.at

Gemäß der letzten schweizerischen Gesundheitsbefragung im Jahre 2002 gaben 2,5% der Befragten (Frauen 3,7%, Männer 1,3%) an, nie Fleisch und Wurstwaren zu essen. Bei den Frauen sind es eher die jungen und besser gebildeten als die älteren und weniger gebildeten. Im Vergleich zu den Befragungen von 1992/93 und 1997 ging der Prozentsatz der Befragten, die täglich Fleisch- oder Wurstwaren essen, von 24,7% auf 20% zurück.

Der Fleischverbrauch sank in der Schweiz von 1987 bis 2002 um 14%.

Nach Zahlen der Fleischproduzenten

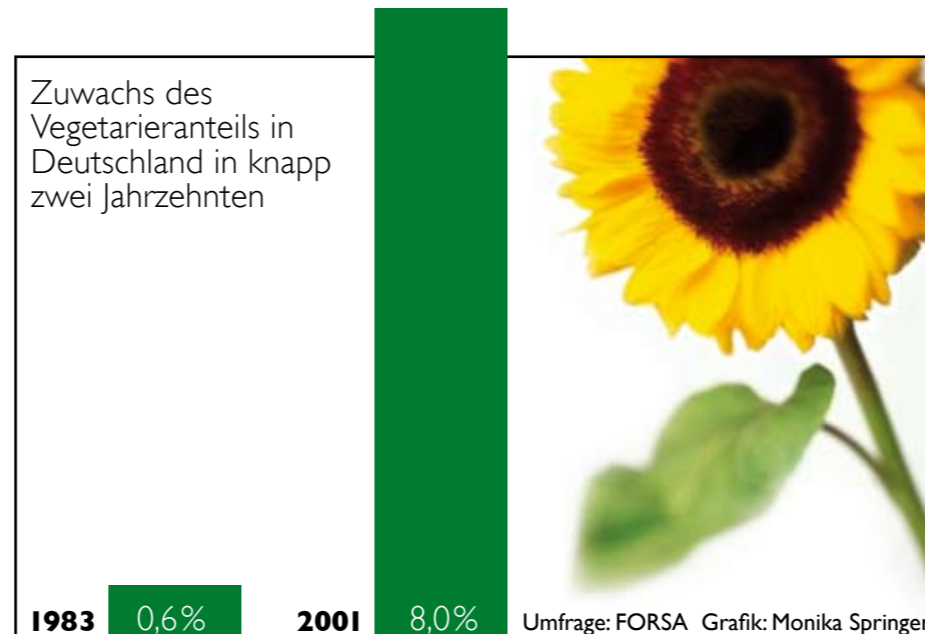
In Deutschland nahm der Fleischkonsum in diesem Zeitraum um über 10% ab.

Nach CMA und ZMP

Eine Erhebung des Institutes FORSA ergab die Zahl von mittlerweile 8% Vegetariern in Deutschland, das sind absolut über 6 Millionen Menschen.

FORSA, Umfrage im Auftrag des Fernsehsenders RTL vom 25. Januar 2001

1983 lag der Anteil an Vegetariern erst bei 0,6%. Er hat sich also innert 20 Jahren mehr als verzehnfacht.



Das V-Label kennzeichnet vegetarische und vegane Produkte, ohne die restlichen Konsumentengruppen auszuschließen. Wir können Ihnen somit helfen, dass auch Ihr Betrieb vom Boom im vegetarischen Sektor profitiert und Sie die bisherigen Kunden noch stärker an sich binden können.

Gruppen

- ✓ verantwortungsvolle Konsumenten
- ✓ gesundheitsbewusste Personen
- ✓ Laktoseintolerante und Allergiker
- ✓ Tierschützer
- ✓ bestimmte religiöse Gruppen
- ✓ Vegetarier und Veganer

Die einzelnen Schritte zum V-Label

1. Bei Interesse wird ein Termin mit der zuständigen Kontrollorganisation in Ihrem Land vereinbart, bei dem alle Unklarheiten ausgeräumt und offene Fragen geklärt werden.

2. Der V-Label-Rahmenvertrag wird unterzeichnet.

3. Nun sollten die ausgefüllten V-Label-Spezifikationsformulare an die Kontrollorganisation geschickt werden.

4. Sie erhalten Feedback zu den Spezifikationsformularen. Normalerweise kann schnell auf die Formulare reagiert werden. Die nationalen Partner sind auch gerne bereit, Anfragen an Zulieferer von Zutaten selber zu stellen und Know-how weiterzugeben.

5. Die Erlaubnis für die Labelverwendung wird erteilt. Sie erhalten ein Zertifikat pro Produkt bzw. Restaurant.

Danach: Zirka eine Kontrolle pro Jahr soll die Einhaltung der Richtlinien gewährleisten. Bei jeder Verwendung des Labels für andere Zwecke als die direkte Produktdeklaration oder Kennzeichnung des Restaurants gibt die Lizenzpartnerin in Ihrem Land nach Anfrage die Erlaubnis.

Vegetarische Kategorien

- ovo-lacto-vegetarisch (mit Milch und Eiern)
- ovo-vegetarisch (mit Eiern, ohne Milch)
- lacto-vegetarisch (mit Milch, ohne Eier)
- vegan/rein pflanzlich (ohne tierische Produkte)

Natürlich gelten für alle Kategorien dieselben strengen Bedingungen bezüglich Schlachtprodukte (darunter fallen auch versteckte tierische Produkte wie Kälberlab und Gelatine). Unter Milch und Eiern werden auch alle Bestandteile daraus verstanden (Molke, Ei-Eiweiss, Ei-Lezithin, Laktose etc.). Zudem ist Honig in der veganen Kategorie verboten. Produkte aus Käfigeiern sind generell nicht erlaubt. Die Einteilung in diese vier Kategorien ist international einheitlich festgelegt.

Nutzungsbedingungen

Der charakteristische Kern des Labels ist ein V gemäß der internationalen Marke Nr. 678.553 A. Das V und andere Label-Abwandlungen dürfen nur mit ausdrücklicher Genehmigung der zuständigen Landesorganisation verwendet werden.

Mehr Umsatz durch die Europäische Vegetarier-Union (EVU)!

Das V-Label wurde 1985 am internationalen Vegetarier-Kongress in Italien präsentiert und wird nun immer häufiger auch für die Kennzeichnung vegetarischer und veganer Produkte und Dienstleistungen eingesetzt.

«Warum mit der EVU zusammenarbeiten?»

Egal ob Take-away, Restaurant oder Produktionsbetrieb: Jede Art von Betrieb erlangt Vorteile aus dem V-Label-Lizenzvertrag. Mit uns haben Sie einen kompetenten Partner für den stets wachsenden vegetarischen Markt.

«Welche Kosten kommen auf uns zu?»

Die Gebührenordnung ist klar und transparent. Von Betriebspauschalen bis Produktpauschalen kann sie optimal auf die Bedürfnisse Ihres Betriebes zugeschnitten werden. Für Betriebe, die ausschließlich vegane oder vegetarische Produkte vertreiben oder ein einheitliches Produktsortiment haben, gibt es Ermäßigungen.

«Nicht alle unsere Produkte sind vegetarisch!»

Kein Problem! – Ist gewährleistet, dass die Zubereitung oder der Produktionsprozess ohne Kontaminierung mit nicht vegetarischen Stoffen erfolgt, ist es selbstverständlich möglich, nur die passenden Produkte & Speisen zu kennzeichnen.

«Wir haben keine Zeit mehr!»

Für die jeweiligen nationalen Partnerorganisationen ist es möglich, die gesamte Registrierungsprozedur innerhalb 48 Stunden abzuwickeln. Der eigentliche Zeitaufwand hängt also hauptsächlich davon ab, wie schnell Sie uns die notwendigen Unterlagen zu den Produkten bzw. Zutaten zukommen lassen können.

«Unsere Produkte werden weltweit verkauft!»

Super! Das V-Label ist eine international eingetragene Marke, die auf der ganzen Welt auf einen Blick von der Zielgruppe gut erkannt wird und somit perfekt Ihre Botschaft transportiert.

«Wir können jetzt unsere Verpackung nicht ändern!»

Macht nichts! Ändern Sie die Verpackung erst, wenn eine neue Charge aufgelegt wird bzw. wenn ein Redesign erfolgt. Wir beraten Sie gerne bei der Umstellung.

«Wir haben ganz unterschiedliche Produkte!»

Es gibt 4 Labelkategorien (ovo-lacto-vegetarisch, ovo-vegetarisch, lacto-vegetarisch, vegan), die sich, je nachdem, welche Kategorie zutrifft, individuell für Ihre Produkte eignen.

Der kurze Weg zum V-Label

Treten Sie in Kontakt mit der entsprechenden Vereinigung Ihres Landes:

Schweiz

Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV)

Renato Pichler
Bahnhofstr. 52
CH-9315 Neukirch (Egnach)
Tel. 071 477 33 77
Fax 071 477 33 78
E-Mail: ch@v-label.info
www.vegetarismus.ch

Deutschland

Vegetarier-Bund Deutschlands e.V. V-Label-Vertrieb

Hildegund Scholvien
Friedhofstr. 12
D-67693 Fischbach
Tel. 06305 99 31 08
Fax 06305 52 56
E-Mail: de@v-label.info
www.vegetarierbund.de

Österreich

Vegane Gesellschaft Österreich

Felix Hnat
Waidhausenstr. 13/1
A-1140 Wien
Tel. 01 92 91 49 88
Fax 01 92 91 49 82
E-Mail: at@v-label.info
www.vegan.at

Alle anderen Länder

Siehe: www.v-label.info
Kontaktieren Sie die EVU: label@v-label.info

Klare Kennzeichnung schafft Mehrwert



Was spricht mehr Kunden an?



Geeignet für viele.
oder
Geeignet für alle!

Ein kosteneffizienter Weg, alle Kunden und Kundinnen zufrieden zu stellen und Ihre Werbebotschaft zu transportieren!



www.v-label.info