

1. Die Ausgangslage

In Europa wird zwischen „Haustieren“ und sogenannten „Nutztieren“ unterschieden. Während Erstere eine Sonderstellung als „des Menschen beste Freunde“ genießen, haben Zweitere keinen Platz in der allgemeinen Moralvorstellung. Ihnen wird jegliche Individualität, die Fähigkeit zu Fühlen und ein Recht auf Leben aberkannt. Wir haben ihr Leiden normalisiert und im Stillen darauf geeinigt, dass es **ethisch vertretbar** ist, sie für die Befriedigung unserer Bedürfnisse (aus-)zunutzen.

In den letzten Jahrzehnten wurde die Ausbeutung der „Nutztiere“ wirtschaftlich immer weiter optimiert. Darum leben fast alle Tiere, die zur Nahrungsmittelproduktion gezüchtet werden aus Gründen der Profitmaximierung in der industriellen Tierhaltung. Heute werden jedes Jahr etwa 800 Millionen Hühner, Schweine, Puten, Rinder und andere Tiere in deutschen Schlachthöfen getötet. Als „Nutztiere“ verstehen wir in unserem Kulturkreis unter anderem: Hühner, Schweine, Rinder, Puten, Enten, Wachteln, Ziegen, Schafe, Büffel, Fische, Krebse und Kraken.

Die Tierhaltung ist außerdem eine der Hauptursachen für Treibhausgasemissionen, Entwaldung, Wasserverschmutzung und Verlust der Artenvielfalt. Der Anbau von Futtermitteln für Nutztiere erfordert große Mengen an Land, Wasser und Energie. Um die **Klimakrise** zu überleben, ist die Umstellung auf eine pflanzliche Ernährung unabdingbar.

Eine ausgewogene vegane Ernährung hat auch viele **gesundheitliche Vorteile**, wie z.B. ein niedrigeres Risiko an Herzkrankheiten, Diabetes und bestimmte Krebsarten zu erkranken. Pflanzliche Lebensmittel enthalten in der Regel weniger gesättigte Fette und Cholesterin als tierische Produkte und sind reich an Ballaststoffen, Vitaminen und Mineralstoffen.

Die Produktion von tierischen Produkten erfordert große Mengen an Ressourcen wie Wasser, Land und Energie. Angesichts des wachsenden Bevölkerungswachstums und des steigenden Bedarfs an Nahrungsmitteln würde eine pflanzliche Ernährung dazu beitragen, diese **Ressourcen effizienter zu nutzen** und den Hunger in der Welt zu bekämpfen.

Zusammenfassend kann man also sagen, dass man mit einer veganen Ernährung Tierleid vermeidet, gesünder lebt, den Welthunger beendet und das Klima rettet.

2. D i e A u f g a b e

Eine App mit digitalem Magazin wird konzipiert und gestaltet. Um diese kurz und prägnant visuell darzustellen, wird ein Plakat kreiert und gedruckt. Dieses wird die Maße 70x100cm haben und mindestens drei screens der App zeigen. Schlussendlich wird der creative Brief präsentiert.

3. D a s Z i e l

Mit Hilfe der App findet weltweit ein Wandel in der Landwirtschaft statt. Die Art und Weise wie Höfe Nahrungsmittel produzieren verändert sich weg von der „Nutztier“haltung hin zu einer biozyklisch veganen Landwirtschaft. Alle Ställe wurden umgenutzt und innovative Konzepte wurden entwickelt. Das Leiden und Töten aller „Nutztiere“ hat ein Ende. Kein Tier muss mehr für unseren Genuss sterben. Die Auswirkungen der Klimakrise halten sich in ertragbaren Grenzen, weil wir im letzten Moment noch angefangen haben, global konsequent zu handeln.

4 . P e r s o n a

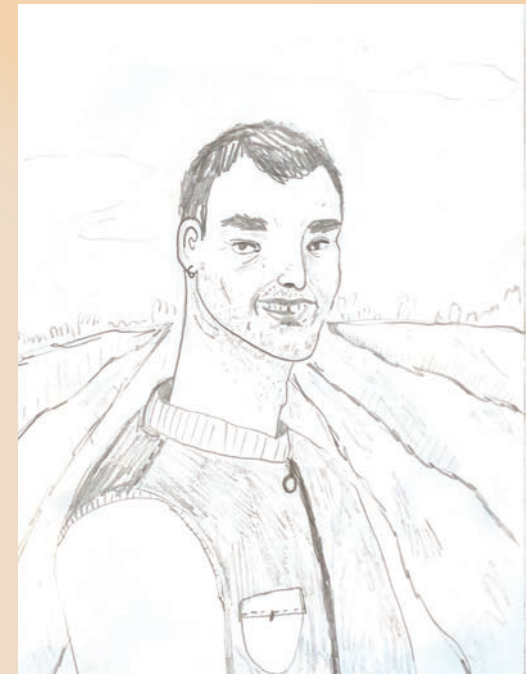
Jan, 35 hat Landwirtschaft studiert und lebt mit seiner Frau Johanna auf einem ehemaligen Milchkuhbetrieb, den sie vor 2 Jahren von seinen Eltern übernommen haben. Er wurde seit Generationen von der Familie geführt. Obwohl die Tiere in der besten Haltungsform lebten, merkte Jan, dass sie leiden. Und immer, wenn der Schlachttransporter eine Kuh oder ein Kälbchen abholte, schnürte es Jan die Kehle zu. Er arbeitete täglich viele Stunden auf dem Betrieb ohne das Gefühl zu haben, etwas Gutes zu tun. Seine Arbeit setzte ihm also zunehmend körperlich und psychisch zu und finanziell lohnte sich das Ganze auch nicht mehr. Da Jan selbst mit 4 Geschwistern aufgewachsen ist, wünscht er sich sehnlichst eine eigene Familie. Früher hatte er kein Mitgefühl mit den Tieren, da waren sie für ihn einfach Produkte, die funktionieren mussten. So hat man das schließlich schon immer gemacht. Aber seit er sich eine eigene Familie wünschte, stellte er sich manchmal vor, den eigenen Kindern einmal erklären zu müssen, warum er ihre Lieblingskühe in den Tod schickte. Das hatte etwas in ihm verändert.

Er merkte auch, dass er mit seiner Arbeit früher aktiv zum Artensterben beitrug und die Klimakrise weiter verschlimmerte. Die Sorge, dass seine zukünftigen Kinder einmal auf einem weitestgehend zerstörten Planeten leben müssten, lähmte ihn. Irgendwann wurde ihm auf Youtube ein Video vorgeschlagen, indem die Organisation „Transformation“ sich vorstellte. In dem Beitrag ging es um eine ehemalige Landwirtin, die ihren Hof komplett umgestellt hatte. Ihm kamen die Tränen und er wusste gleich, dass diese Landwirtin das Richtige getan hatte und dass es das war, was er auch tun musste.

Vor dem ersten Anruf war er ziemlich aufgeregt. Was würden seine Kolleg*innen wohl sagen? Und seine Eltern? Er wusste, dass sein Vater große Zweifel haben würde. Trotzdem rief er an. Seitdem ist ein Jahr vergangen und Jan hat endlich das Gefühl, das Richtige zu tun. Er spürt, dass er Teil von einer tiefgreifenden Bewegung, einer Transformation der Landwirtschaft ist. Die anfängliche Skepsis seines Umfelds hat ihn zuerst verunsichert aber mittlerweile, wo der Hof sehr gut funktioniert, kommen immer mehr Interessierte auf Jan zu und wollen wissen, wie der das macht. Selbst sein Vater ist mittlerweile überzeugt.

Jan ist gut vernetzt mit anderen Höfen in der Umgebung. Weil er so viel Zeit mit Arbeiten verbringt, hat er aber wenig bis keine Zeit soziale Kontakte zu pflegen. Darum beschränkt sich sein sozialer Kreis auf seine Eltern, Schwiegereltern und Kolleg*innen von anderen Höfen. Manchmal fühlt er sich einsam.

Jan spielt leidenschaftlich gerne Kniffel und hat einen faibles für praktische Outdoorbekleidung. Er trinkt seinen Kaffee schwarz mit extra viel Zucker und hasst das beengende Gefühl von Thermo-Unterwäsche auf der Haut.



5 . M a r k e n u m f e l d

The logo for demeter, featuring the word "demeter" in a white, lowercase, sans-serif font on an orange rectangular background with a green swoosh underneath.The logo for SIEMENS, consisting of the word "SIEMENS" in a teal, uppercase, sans-serif font on a white background.The logo for OBI, featuring the word "OBI" in a large, bold, orange, uppercase, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to the right.The logo for SAMSUNG, featuring the word "SAMSUNG" in a white, uppercase, sans-serif font on a blue oval background.The logo for mewa, featuring a white stylized leaf icon to the left of the word "mewa" in a white, lowercase, sans-serif font on a red background.The logo for Wrangler, featuring the word "Wrangler" in a black, lowercase, sans-serif font on a white background.The logo for toom, featuring the word "toom" in a red, lowercase, sans-serif font with a green and red vertical bar to the right.

6 . S i t u a t i o n s m e t a p h e r

Du drückst dich ewig davor, einen Termin bei/m Arzt/Ärztin zu vereinbaren. Seit Wochen hast du dir vorgenommen, in der Praxis anzurufen, aber du verschiebst diesen Anruf von Tag zu Tag. Deine Symptome verschlechtern sich stetig, aber du kannst sie immernoch gut verdrängen. Dann, endlich, überwindest du dich und schaffst es, einen Termin zu vereinbaren. Die Äztin kann dir sofort helfen und die Symptome verbessern sich danach stetig. Du bist erleichtert und fragst dich, warum du nur so lange prokrastiniert hast.

7 . K e r n b o t s c h a f t

Ich habe gelernt, dass es besser ist, zu handeln.

8 . S l o g a n

Besser handeln.

9 . M i t b e w e r b e r * i n n e n

Direkte:

- Alle konventionellen landwirtschaftlichen Betriebe mit Nutztierhaltung
- Andere Lebenshöfe und innovative Konzepte
-

Indirekte:

- Traditionelle/konservative Landwirt*innen
- Familie (generell soziales Umfeld)
- Landwirtschafts Influencer*innen
- Angst vor Veränderung
- Bequemlichkeit
- Zeit
- Unsicherheiten

10 . G e w ü n s c h t e R e a k t i o n

Das Team von der Organisation Transformation hat mit Jan ein Konzept ausgearbeitet, wie er seinen Hof umstellen kann. Sobald das Konzept stand, hat Jan sich auf Anraten von Transformation die App heruntergeladen. Er benutzt sie alleine und in Zusammenarbeit mit dem Team von Transformation. So können alle Parteien einen Überblick behalten.

11. Reason Why

Wenn die landwirtschaftlichen Betriebe in Zukunft einfach so weitermachen, hat das fatale Folgen für unsere Umwelt, Gesundheit und etliche nicht- menschlichen Tiere. Wir können unmöglich die wachsende Weltbevölkerung ernähren, wenn wir so weitermachen wie bisher. Landwirtschaft muss endlich zukunftsfähig werden und die Basis für einen gesunden und friedlichen Planeten bilden. Es ist höchste Zeit für eine tiefgreifende Veränderung, für TRANSFARMATION.

1 2 . A n m u t u n g s k r i t e r i e n

belebend (visionär)

robust

unkompliziert

Gemeinschaft

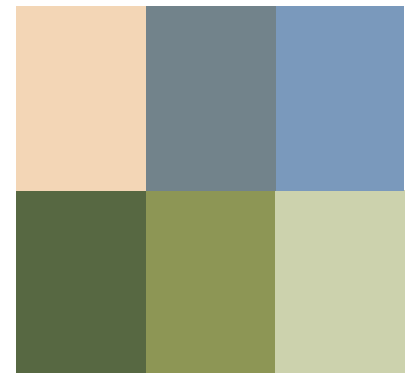
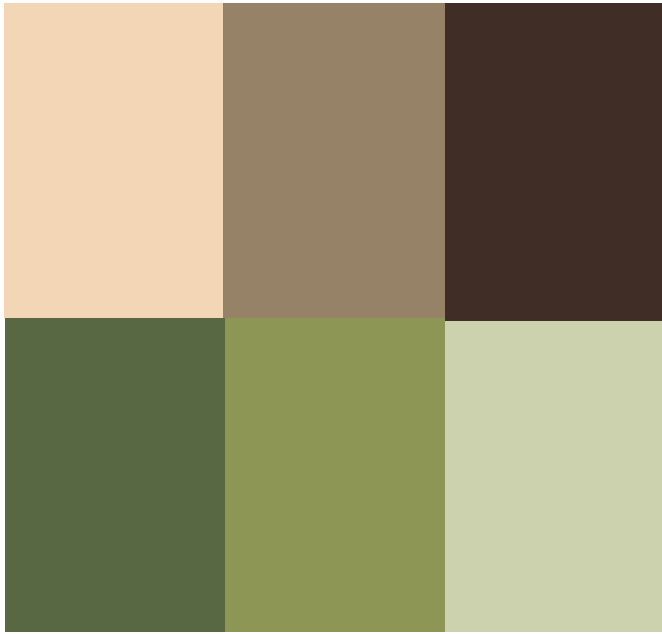
13 . M o o d b o a r d



14 . F a r b p a l e t t e



1 4 . F a r b p a l e t t e

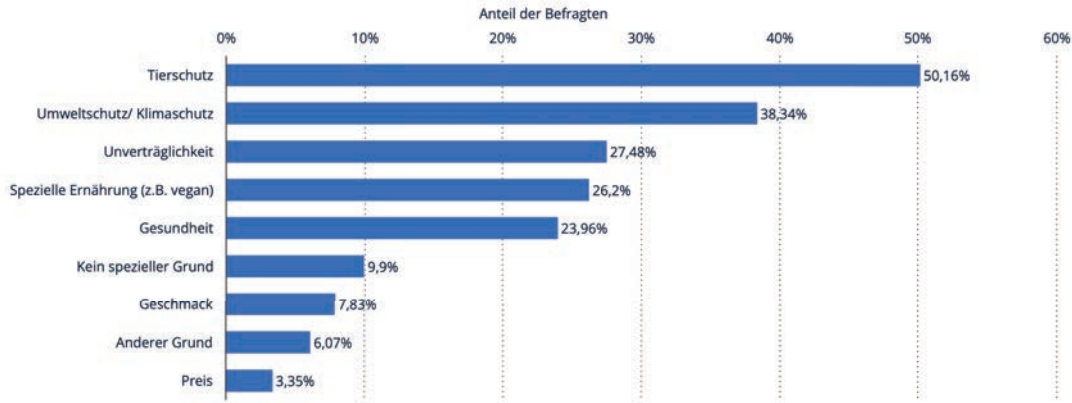


E x t r a : R e c h e r c h e

- Tierwohl ist den Menschen wichtig
- Der meistgenannte Grund, warum Menschen sich vegan oder vegetarisch ernähren, ist die Vermeidung von Tierleid. Der zweitmeistgenannte Punkt ist der Beitrag zum Umweltschutz.
- Der häufigste Grund, warum Menschen sich carnivor ernähren ist Genuss (dicht gefolgt von Tradition)
- Für Frauen ist der Tierwohl Aspekt ein wichtigerer Grund dafür, vegetarisch zu leben, als für Männer. Für Männer ist der Gesundeitliche Aspekt wichtiger.
- Die Zahl der vegan und vegetarisch lebenden Personen nimmt von Generation zu Generation stetig zu. Während sich bei den Baby Boomern noch 2% vegetarisch und 2% vegan ernähren, sind bei der Gen Z schon 9% vegetarisch und 6% vegan.

Weshalb verzichtest du auf Milchprodukte?

Umfrage zu Motiven zum Verzicht auf Milchprodukte in Deutschland 2021

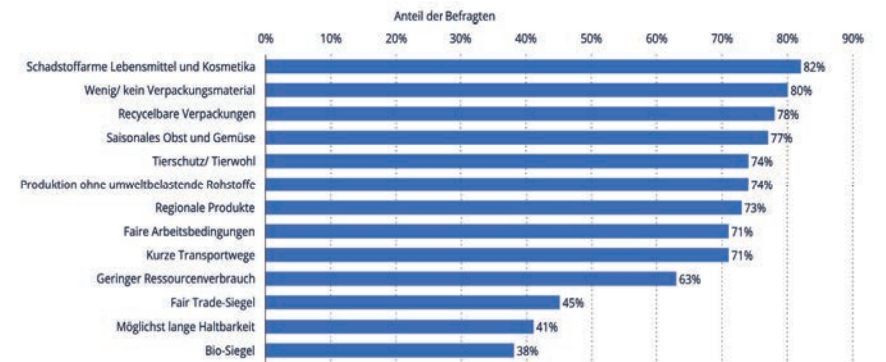


21 Beschreibung: Im Rahmen einer Umfrage von PöSpulse aus dem Jahr 2021 gaben rund 50,16 Prozent der befragten Personen an, dass sie aufgrund des Tierschutzes auf den Konsum von Milchprodukten verzichten. Auch eine Unverträglichkeit von Laktose war bei rund 27,48 Prozent der Befragten ein Grund für den Verzicht auf Milchprodukte. Motiv
 Hinweis: Deutschland; 14.01. bis 27.01.2021; 626 Befragte
 Quelle: PöSpulse



Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien zum Thema Nachhaltigkeit für Ihren Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren?

Umfrage zur Bedeutung von Nachhaltigkeitskriterien im Lebensmittelhandel 2020

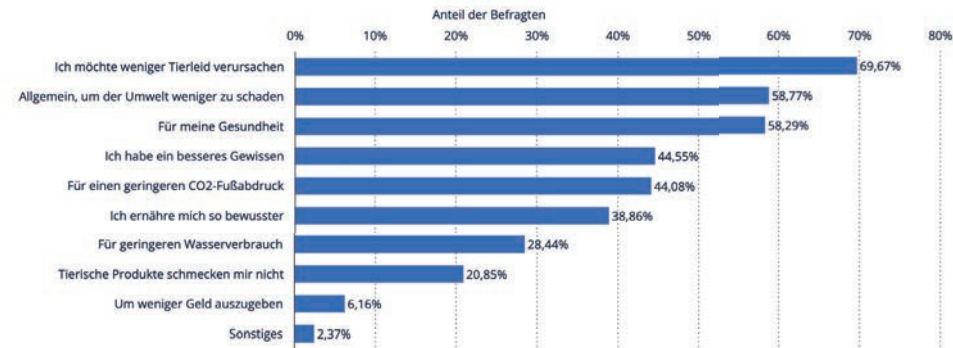


41 Beschreibung: Das Bewusstsein für das Thema ökologische Nachhaltigkeit gemäß zunehmende Verbreitung in der Bevölkerung. Die Statistik zeigt dabei den Stellenwert unterschiedlicher Nachhaltigkeitskriterien bei den Kaufentscheidungen deutscher Konsumenten im Jahr 2020. Es wird deutlich, dass insbesondere auf schadstoffarme Lebensmittel und Kosmetika mit 82 Prozent, wenig bis kein Verpackungsmaterial mit 80 Prozent und recycelbare Verpackungen mit rund 78 Prozent Wert gelegt wird. Motiv
 Hinweis: Deutschland; 03. September
 Quelle: ifl Köln



Aus welchen Gründen ernähren Sie sich vegetarisch?

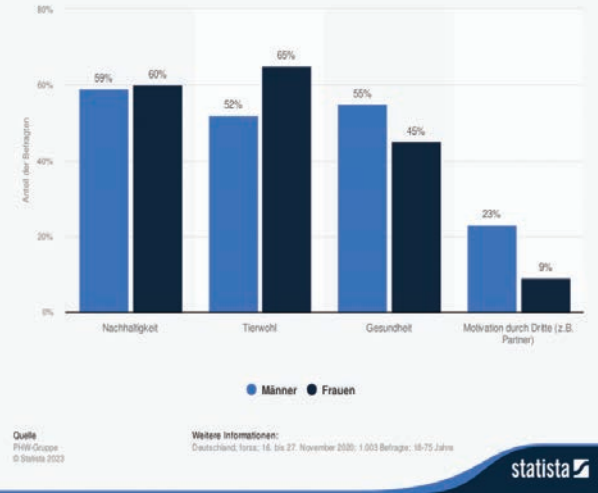
Umfrage zu den Gründen für eine vegetarische Ernährung in Deutschland 2020



51 Beschreibung: Rund 39 Prozent der befragten Teilnehmer und Teilnehmerinnen gaben an, dass sie sich vegetarisch ernähren, um der Umwelt weniger zu schaden. Einer Umfrage von POSpulse in Deutschland aus dem Jahr 2020 zufolge ernähren sich etwa 44 Prozent der befragten Konsumenten und Konsumentinnen vegetarisch, weil sie weniger Tierleid verursachen wollen. Motiv
 Hinweis(ig): Deutschland; 29.09. bis 13.10.2020; 211 Befragte
 Quelle(s): POSpulse

statista

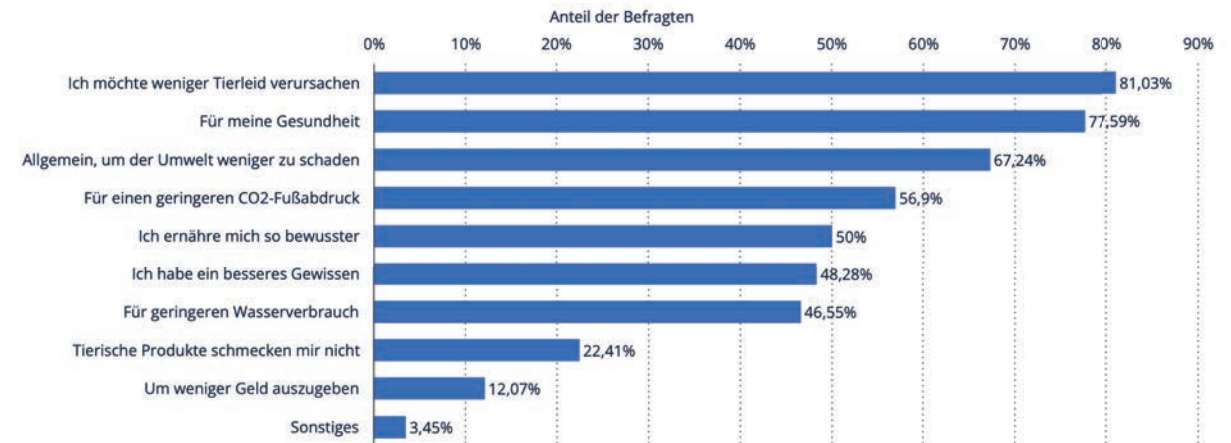
Warum verzichten Sie auf Fleisch?



statista

Aus welchen Gründen ernähren Sie sich vegan?

Umfrage zu den Gründen für eine vegane Ernährung in Deutschland 2020

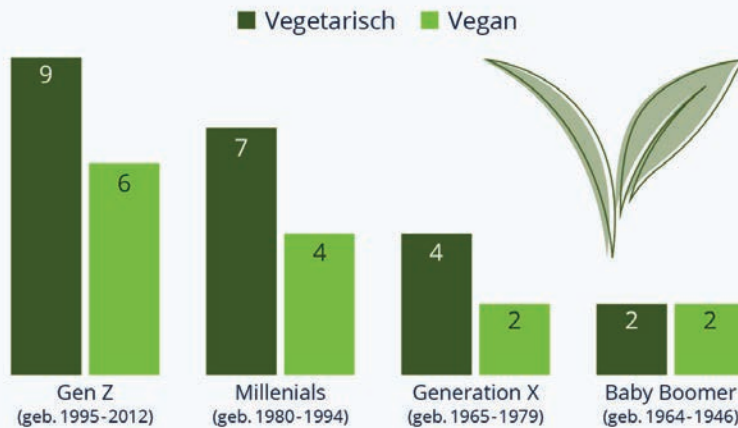


52 Beschreibung: Rund 78 Prozent der befragten Teilnehmer und Teilnehmerinnen gaben an, dass Sie sich vegan ernähren, um gesund zu leben. Einer Umfrage von POSpulse in Deutschland aus dem Jahr 2020 zufolge ernähren sich etwa 81 Prozent der befragten Konsumenten und Konsumentinnen vegan, weil sie weniger Tierleid verursachen wollen. Motiv
 Hinweis(ig): Deutschland; 29.09. bis 13.10.2020; 58 Befragte
 Quelle(s): POSpulse

statista

Fleisch & Fisch bleibt größtenteils auf dem Tisch

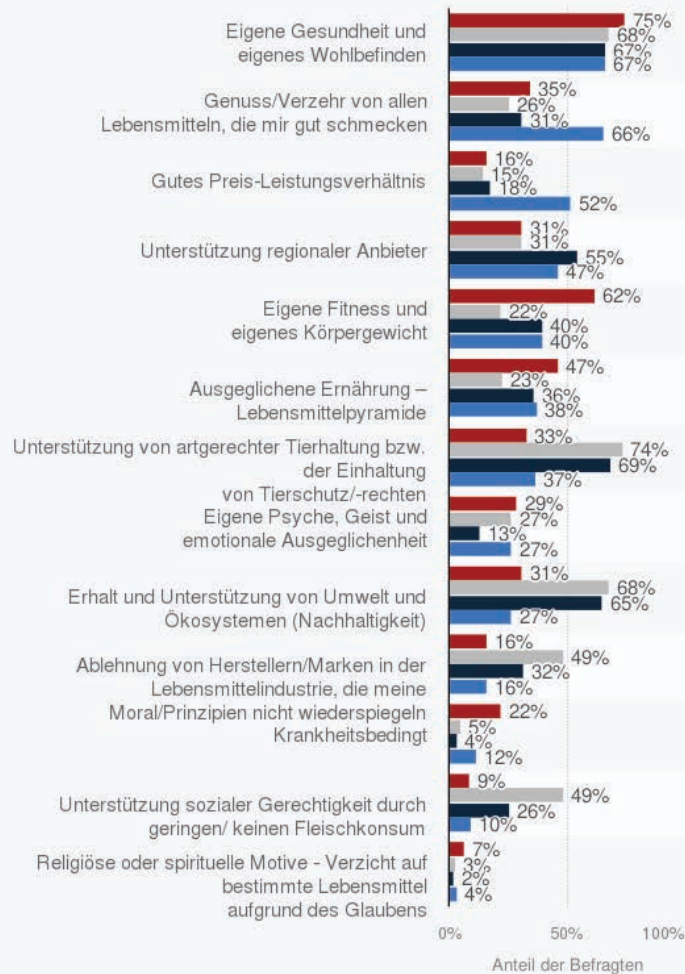
Anteil der Befragten, die sich wie folgt ernähren, nach Generation (in %)



Basis: 5.023 Befragte (18 bis 64 Jahre) in Deutschland; Jul 2021 - Jun 2022
Quelle: Statista Global Consumer Survey



Welche der folgenden Beweggründe und Absichten verfolgen Sie bei der Umsetzung Ihrer Ernährungsweise?



● Allesesser
 ● Flexitarier
 ● Vegetarier/Veganer
 ● Andere

Quelle
 EARSandEYES
 © Statista 2023

Weitere Informationen:
 Deutschland; 16. bis 22. Oktober 2019; 1.000 Befragte; 16-69 Jahre; Online-Umfrage

8 . Warum Nicht ?

Geschmack ist für Allesesser das größte Verzichtshindernis

Anteil der Befragten, die aus folgenden Gründen nicht auf Fleisch und Fisch verzichten wollen



Basis: 1.786 Allesesser:innen (18 bis 75 Jahre) in Deutschland;
Mehrfachantwort möglich; 16.-28. August 2023
Quelle: Sinus Institut via YouGov



statista