

CEO-Statementreihe von vegconomist geht in die 10. Runde: Jubiläumsausgabe beleuchtet Geschlechterstereotype in der Grillwerbung

Berlin, 27.06.2024 – 33 Statements von Führungskräften der Plant-Based und Cultivated-Food-Branche: Das ist die Zwischenbilanz der CEO-Statementreihe „Was aufregt, bewegt, motiviert“ die vegency, eine Unit der Berliner Kommunikationsagentur *united consultancy/united communications*, im Auftrag von *vegconomist*, dem führenden B2B-Online-Magazin für den Plant-Based- und Cultivated-Markt, umgesetzt. *vegconomist* veröffentlichte gerade die 10. Ausgabe der Serie.

„Unsere Reihe bietet eine Plattform für wichtige Akteur:innen der Branche. Wir möchten damit anregen, aktuelle Themen und Herausforderungen zu diskutieren sowie neue Perspektiven zu eröffnen“, erklärt Gunhild Flöter, Unit Director Nachhaltige Markenkommunikation von vegency. „Wir freuen uns über das große Interesse an dem neuen Format. Mit den Erfahrungen der ersten zehn Ausgaben haben wir an einigen Stellschrauben gedreht und werden nun die Serie der CEO-Statements auf das nächste Level heben. So planen wir zum Beispiel zukünftig mehr interaktive Features.“

Die Jubiläumsausgabe widmete sich passend zur Grillsaison dem Thema „Männer brauchen Fleisch!“ – Geschlechterstereotype in der Grillwerbung. Diese Ausgabe bietet spannende Insights in die Art und Weise, wie Werbung traditionelle Rollenbilder verstärkt und welche Auswirkungen dies auf die Wahrnehmung pflanzlicher Alternativen hat. Bemerkenswert ist, dass alle Statementgeber:innen aus dem Bereich pflanzlicher Alternativen Genderstereotype einhellig als völlig überholt betrachten. Sie unterstreichen die Notwendigkeit, veraltete Vorstellungen von Männlichkeit und Ernährung zu hinterfragen und plädieren für eine vielfältigere, geschlechtergerechte Darstellung in der Werbung. Diese Expert:innenmeinungen spiegeln den wachsenden Trend im Marktsegment pflanzlicher Produkten wider, der zunehmend alle Geschlechter anspricht und traditionelle Ernährungsmuster herausfordert.

Zu den bisherigen Teilnehmern der CEO-Statementreihe gehören namhafte Unternehmen wie *endori*, *Veganuary*, *Dussmann*, *Rügenwalder Mühle* und *Planted*. „Die Vielfalt der vertretenen Unternehmen – von agilen Start-ups bis hin zu etablierten Marken – macht die CEO-Statementreihe zu einem Stimmungsbarometer für die Branche“, betont Meike Koch, Manager Marketing Communications bei vegency. Die Serie erscheint alle zwei Wochen im Online-Magazin vegconomist.de, auf dem LinkedIn-Account und im Newsletter von vegconomist. Eine Übersicht über alle bereits veröffentlichten Ausgaben finden Sie unter [Was CEOs bewegt](#).

CEOs, die sich zu brandaktuellen Themen äußern möchten, sind eingeladen, sich an unser vegency-Team unter to@vegency.de zu wenden. „Gefragt sind aber keine werblichen Marketingbotschaften, sondern pointierte und aussagekräftige Statements, die einen echten Mehrwert für die Leser:innen liefern“, betont Gunhild Flöter.

Über vegency

Spezialisiert auf das Branding veganer, vegetarischer und zellkultivierter Innovationen: vegency bringt Marken ins Gespräch. Vegane und vegetarische Produkte sind längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen – vegency hat diesen Trend früh erkannt und betreut bereits seit 2014 Kunden aus dem Bereich Food, Forschung und Medien. vegency ist eine Unit der Berliner Kommunikationsagentur united consultancy/united communications, die bereits seit 1995 Unternehmen und NGOs aus den Bereichen IT, TK, Bildung, Wissenschaft und Forschung in den Disziplinen Branding, PR, CSR, Marketing und Channel-Kommunikation unterstützt.

Weitere Informationen zu vegency unter www.vegency.de.

Pressekontakt:

Presseanfragen richten Sie bitte an:

vegency c/o united consultancy/united communications GmbH

Gunhild Flöter, Meike Koch, Nina Sturm

Tel.: +49 30 78 90 76 0

E-Mail: to@vegency.de

Website: www.vegency.de

LinkedIn: www.linkedin.com/company/vegency-de