



Veguary 2024:

EDEKA startet auf allen Kanälen vegan und vegetarisch ins neue Jahr

- **Aktionsmonat rückt vegane und vegetarische Ernährung in den Fokus**
- **Tipps, Tricks und attraktive Angebote auf allen Kanälen**
- **Größte vegane Sortimentsvielfalt mit Marken und Eigenmarken**

Hamburg, 03. Januar 2024: Auch 2024 startet der EDEKA-Verbund wieder mit vielen veganen und vegetarischen Angeboten ins neue Jahr. Wie in den Vorjahren beteiligt sich der Händler am weltweiten „Veguary“ und motiviert seine Kund:innen, die vegane Ernährungsweise oder vegetarische Alternativen zu testen. Auf allen EDEKA-Kanälen finden sich kreative Rezeptideen, Tipps & Tricks sowie Beiträge von Expert:innen rund um die pflanzlich basierte Küche – für Anfänger:innen und Profis.

Weltweit werden Menschen im Januar ermutigt, sich einen Monat und darüber hinaus vegan zu ernähren oder vegane Lebensmittel auszuprobieren. Der EDEKA-Verbund unterstützt erneut den Aktionsmonat „Veguary“: Mit einem bunten Mix aus Rezepten, Wissen, Ratgebern und Entertainment in unterschiedlichen On- und Offline-Formaten begleitet EDEKA seine Kund:innen durch den Januar und zeigt, wie vielseitig die pflanzliche Ernährung sein kann. Zielgruppe sind nicht nur Veganer:innen und Vegetarier:innen – auch bei „Flexitarier:innen“ kommen die Aktionen von Jahr zu Jahr besser an.

Beim Einkauf im EDEKA-Supermarkt finden Verbraucher:innen alles, was sie für eine pflanzlich basierte Ernährung benötigen. Mit weit über 1.500 veganen Artikeln bietet der genossenschaftliche Verbund die größte Sortimentsvielfalt im veganen Segment. Allein unter den Eigenmarken wie „EDEKA MY VEGGIE“ oder "EDEKA Bio MY VEGGIE" führt EDEKA aktuell rund 150 verschiedene Artikel, hinzu kommen zahlreiche vegane Markenprodukte sowie regional oder lokal erzeugte vegane Lebensmittel. Und das alles zu wettbewerbsfähigen Preisen: In den vergangenen Jahren haben sich die Verkaufspreise für pflanzliche und tierische Produkte immer weiter angenähert. In vielen Fällen sind vegane oder vegetarische Alternativen bereits genauso günstig oder sogar günstiger als die tierisch erzeugten „Originale“ – das gilt besonders für die Eigenmarken.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka.de





Vor allem pflanzliche Alternativprodukte für Fleisch, Wurst, Milch und Käse werden seit Jahren immer stärker nachgefragt. Viele dieser Artikel stehen im „Veganuary“ ganz besonders im Fokus. Hier eine Auswahl der kommunikativen Maßnahmen, die EDEKA seit Anfang Januar in die Wege geleitet hat:

- **Angebotskommunikation:** Vegane Ernährung und Preiswürdigkeit sind perfekt vereinbar – das beweisen die vielen attraktiven Angebote, auf die im wöchentlichen Handzettel, in der EDEKA-App und bei PoS-Aktionen in den Märkten verstärkt hingewiesen wird.
- **„MIT LIEBE“ – VEGGIE-Spezial:** In der Januar-Ausgabe des kostenlosen EDEKA-Foodmagazins dreht sich alles um das Thema vegane und vegetarische Ernährung. Mit leckeren Rezeptinspirationen, Hintergrundwissen und Tipps & Tricks gelingt der Einstieg in die pflanzliche Ernährungswelt noch einfacher.
- **edeka.de/veganuary & Newsletter:** Online und im Newsletter bietet EDEKA zahlreiche Rezepte, Tipps & Tricks rund um die vegane Ernährung und ein Gewinnspiel, bei dem Kochbücher („Voll Vegan“) und Einkaufsgutscheine gewonnen werden können.
- **Social Media:** Im Januar steht auch auf Instagram, TikTok & Co. die pflanzliche Ernährung im Fokus: von Facts über Mythen bis hin zu vielseitiger Rezept-Inspiration.
- **YouTube:** Auf dem EDEKA-Kanal erscheinen im Januar vier neue Rezeptvideos zum Thema „vegan“. Dazu folgen weitere Rezeptideen auf dem Kochkanal yumtamtam.
- **„ISS SO“:** Der Ernährungspodcast ISS SO mit Achim Sam steigt noch tiefer in den Veganismus ein und durchleuchtet das Thema aus ernährungswissenschaftlicher Sicht. Die Sonderfolge „Von Natur aus vegan“ erläutert, wie leicht der Einstieg in die vegane Ernährung sein kann.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.500 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne "Wir ♥ Lebensmittel" und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie BUDNI oder NATURKIND, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2022 mit rund 11.100 Märkten und rund 408.900 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 66,2 Mrd. Euro. Mit rund 19.300 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka.de

