



Aktionsmonat Veganuary 2025

EDEKA inspiriert zu einem veganen Start ins neue Jahr

- **Tipps und Tricks für eine pflanzliche Ernährung auf allen Kanälen**
- **Größte vegane Sortimentsvielfalt mit Marken und Eigenmarken**
- **Attraktive Angebote machen den Einstieg lecker und günstig gleichermaßen**

Hamburg, 3. Januar 2025: Der Januar steht wieder ganz im Zeichen des Veganuarys! Bereits seit 2014 ruft die internationale Organisation dazu auf, einen Monat lang eine rein pflanzliche Ernährung auszuprobieren. Wie auch in den Vorjahren beteiligt sich der EDEKA-Verbund an dem Aktionsmonat und gibt Kund:innen auf allen Kanälen praktische Tipps und Tricks, wie sich eine tierfreie Ernährung günstig und einfach im Alltag umsetzen lässt: Mit attraktiven Angeboten, kreativen Rezeptideen und interessanten Hintergrundinfos von Expert:innen gelingt der Einstieg in die pflanzliche Ernährungswelt noch einfacher.

2024 haben weltweit rund 25 Millionen Menschen am Veganuary teilgenommen – aus Neugier, Überzeugung und dem Wunsch, bewusster zu konsumieren. Diese stetig wachsende Begeisterung für pflanzliche Ernährung zeigt, wie groß das Interesse an nachhaltigen und gesundheitsbewussten Lebensstilen ist. Der EDEKA-Verbund, zu dem neben EDEKA auch Marktkauf und Netto Marken-Discount gehören, unterstützt diesen Trend und begleitet seine Kund:innen mit einem vielfältigen Angebot durch den Aktionsmonat.

Größte vegane Sortimentsvielfalt im Handel

So können Verbraucher:innen beim Einkauf im EDEKA-Markt aus dem mittlerweile größten veganen Sortiment im deutschen Lebensmittelhandel wählen. Allein unter den beiden Eigenmarken „EDEKA MY VEGGIE“ oder „EDEKA Bio MY VEGGIE“ führt EDEKA aktuell über 100 verschiedene Artikel zu Preisen, die in vielen Fällen genauso günstig oder sogar günstiger sind als die tierischen „Originale“. Das bewegt immer mehr Menschen zum Zugreifen: Zwischen 2021 und 2023 legten die pflanzlichen Alternativen von Eigenmarken um 45 Prozent zu, während Markenprodukte lediglich

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](https://www.verbund.edeka.de)





um 15 Prozent wuchsen¹. Vor allem Fleischersatzprodukte und Milchalternativen werden seit Jahren immer stärker nachgefragt und in der Sortimentsgestaltung entsprechend berücksichtigt. Viele dieser Artikel rückt EDEKA im Veganuary deshalb auch ganz besonders in den Fokus.

Der Veganuary ist mehr als ein Trend – er ist eine Einladung an alle Kund:innen, Genuss und Nachhaltigkeit neu zu entdecken. Damit diese Botschaft möglichst viele Menschen erreicht, setzt der EDEKA-Verbund auf ein umfassendes Kommunikationspaket:

- Den gesamten Januar über weisen die EDEKA-Märkte auf **Plakaten**, bei **PoS-Aktionen**, in den wöchentlichen **Handzetteln** und in der **EDEKA-App** auf die vielen attraktiven veganen Angebote hin.
- Die Januar-Ausgabe des kostenlosen EDEKA-Foodmagazins **MIT LIEBE** ist ein großes Veggie-/Vegan-Sonderheft mit leckeren Rezepten, Warenkunden, Produktvorstellungen und Hintergrundwissen.
- Online auf edeka.de/veganuary und im **Newsletter** bietet EDEKA zahlreiche vegane Rezepte und wertvolle Tipps & Tricks zur Ernährungsumstellung.
- In den sozialen Netzwerken **Instagram, TikTok & Co.** werden inspirierende Inhalte rund um die vegane Ernährung geteilt.
- Im Ernährungspodcast **ISS SO** in KW 3 betrachtet Achim Sam das Thema Veganismus aus ernährungswissenschaftlicher Sicht. Die Sonderfolge „Von Natur aus vegan“ erläutert, wie leicht der Einstieg in die vegane Ernährung sein kann.
- In **Cheers! Der Weinpodcast mit Lou** spricht Weinexpertin Lou Schmidt über vegane Weine – und vermittelt so wichtiges Wissen für den POS.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.400 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.

¹ GFI Europe



PRESSE-INFORMATION

Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie trinkgut oder NATURKIND, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2023 mit rund 11.050 Märkten und rund 410.700 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 70,7 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 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

