

2027 EDITION

BUSINESS SUPPORT TOOLKIT

ALLES, WAS EUER UNTERNEHMEN FÜR DIE
TEILNAHME AN DER WELTWEIT GRÖSSTEN
PFLANZLICHEN KAMPAGNE BRAUCHT

VEGANUARY



**VORLAGEN UND
LOGOS**

INHALT



Pflanzliche Ernährung im Rampenlicht **03**

So könnt ihr teilnehmen **04**

Die nächsten Schritte **05**

Noch einen Schritt weiter **06**

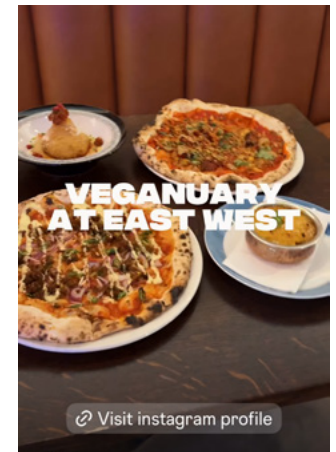
Kampagnenhighlights 2026 **07**

Aufmerksamkeitsstarke Kommunikation **08**

Zusammenarbeit im Veganuary und darüber hinaus **09**

FAQ **10**

Lasst uns miteinander sprechen **11**





PFLANZLICHE ERNÄHRUNG IM RAMPENLICHT – WIE UNTERNEHMEN PROFITIEREN

Willkommen im Veganuary – einer weltweit aufsehenerregenden Kampagne! Unternehmen profitieren von den spannenden Marketing- und PR-Möglichkeiten unseres Aktionsmonats rund um die pflanzliche Ernährung: Mit Veganuary können sie neue Zielgruppen erschließen, Umsätze steigern und optimal auf neue Markenerwartungen und Konsumgewohnheiten reagieren – mit Rücksicht auf Klima, Gesundheit, Tiere und unseren gesamten Planeten.

Veganuary ist eine gemeinnützige Organisation und Kampagne, die Menschen weltweit dazu ermutigt, sich im Januar und darüber hinaus pflanzlich zu ernähren. Im Jahr 2026 hat die weltweite Kampagne in 20 Ländern stattgefunden und mehr als 30 Millionen Menschen probierten im Januar eine pflanzliche Ernährung aus.¹ Der Großteil unserer Teilnehmenden ernährt sich flexitarisch, möchte den Konsum von tierischen Produkten reduzieren und hat Interesse daran, eine pflanzliche

Ernährung auszuprobieren. Und die ist längst in den Mainstream übergegangen – kein kurzfristiger Trend, sondern eine grundlegende Veränderung in der Art und Weise, wie sich Menschen ernähren. Für Unternehmen ist der Veganuary damit so wichtig wie nie zuvor.

DER IMPACT DER VEGANUARY-KAMPAGNE IST RIESIG

Unsere 31-tägige E-Mail-Serie unterstützt Menschen beim Einstieg in die pflanzliche Ernährung. Am Ende dieses Monats luden wir Teilnehmende, die unsere E-Mails abonniert hatten, zu einer Umfrage ein. 7.319 Personen folgten dieser Einladung und haben Folgendes berichtet:

- 79 % der Befragten, die sich vor Veganuary noch nicht rein pflanzlich ernährten, möchten auch nach dem veganen Januar ihre Ernährung grundlegend umstellen.
- 32 % der Befragten, die sich vor Veganuary noch nicht pflanzlich ernährten, möchten weiterhin rein pflanzlich essen.



¹ Das ergeben repräsentative Umfragen im Auftrag von Veganuary in zwölf Kernkampagnenländern sowie Berechnungen der internationalen Organisation auf Basis aktueller Bevölkerungsschätzungen der jeweiligen Länder.



SO KÖNNT IHR TEILNEHMEN



Stellt pflanzliche Ernährung kommenden Januar in den Mittelpunkt, indem ihr pflanzliche Neuprodukte, veganisierte Produkte, neue vegane Gerichte oder das bestehende pflanzliche Angebot hervorhebt. Wir rücken die Produktvielfalt ins Rampenlicht, um zu zeigen, wie einfach es sein kann, tierische gegen pflanzliche Produkte und Gerichte auszutauschen. Indem Unternehmen und Institutionen ihre Marketingbudgets in pflanzliche Optionen investieren sowie Rabatte und Aktionsangebote schaffen, ermöglichen sie Konsument:innen einen einfachen Einstieg im Veganuary.



Macht eure pflanzlichen Optionen für die Teilnehmenden sichtbar, indem ihr auf euren Social-Media-Kanälen das Hashtag **#Veganuary2027** nutzt, unseren deutschsprachigen Instagram-Kanal in relevantem Content markiert, unsere Logos, Badges und andere Assets verwendet und eure 360° Kommunikation rundum Veganuary gestaltet. So können Konsument:innen pflanzliche Optionen leicht finden, ausprobieren und haben überall eine Wahl.





DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

MARKEN & LEBENSMITTELPRODUKTION

- Plant den Launch eurer pflanzlichen Produkte zeitlich passend zum Veganuary.
- Stellt die Rezepturen von euren tierischen Produkten auf rein pflanzlich um.
- Verwendet das Veganuary-Logo auf Verpackungen und in Marketing-Aktivitäten für ein klares Messaging.
- Arbeitet mit dem Lebensmitteleinzelhandel zusammen, um Aktivierungen, Angebote und In-Store-Beschilderung zu planen.
- Arbeitet mit anderen Marken zusammen, um passende Inhalte zu erstellen und euren Communitys zu zeigen, dass ihre Lieblingsgerichte auch pflanzlich sein können.
- Schickt uns eure Pressemitteilungen zum Veganuary, damit wir sie mit unserer Redaktion teilen können – gerne können wir euch auch mit Zitaten von uns unterstützen.
- Teilt uns Informationen über Rabatte oder Sonderangebote für unsere Website mit.
- Mit Tastings, Pop-Ups oder Gewinnspielen könnt ihr Menschen zum Probieren eurer pflanzlichen Gerichte ermutigen.

RESTAURANTS & FOODSERVICE

- Bietet ein Veganuary-Aktionsmenü an, fügt eurem Menü ein Veganuary-Special hinzu oder hebt die bestehenden pflanzlichen Gerichte hervor: Unsere Logos und Badges sorgen für ein klares Messaging.
- Stellt die Rezepturen von euren tierischen Speisen auf rein pflanzlich um.
- Streicht Aufpreise für pflanzliche Milchalternativen.
- Bietet im Foodservice inspirierende Menüs und Rabatte, um Unternehmen zu ermutigen, mehr pflanzliche Optionen anzubieten.
- Schickt uns eure Pressemitteilungen zum Veganuary, damit wir sie mit unserer Redaktion teilen können – gerne können wir euch auch mit Zitaten von uns unterstützen.
- Veranstaltet Events wie Veganuary Coffee Mornings oder Veganuary Tastings.
- Verwendet das Veganuary-Logo auf Beschilderung und für Marketing-Aktivitäten.
- Mit Tastings, Pop-Ups oder Gewinnspielen könnt ihr Menschen zum Probieren eurer pflanzlichen Gerichte ermutigen.

LEBENSMITTELEINZELHANDEL

- Etwa 90 Prozent der in Deutschland konsumierten Lebensmittel werden vom klassischen Lebensmitteleinzelhandel verkauft – daher ist es besonders wichtig, den Anteil pflanzlicher Proteine dort langfristig zu erhöhen.
- Verwendet das Veganuary-Logo oder Veganuary-Badges am POS, in Handzetteln und der digitalen Kommunikation, um euer pflanzliches Angebot hervorzuheben.
- Arbeitet mit euren Eigenmarken und anderen Marken zusammen, um Aktivierungen, In-Store-Platzierung und -Beschilderung zu planen.
- Informiert und inspiriert Menschen über eure Social-Media-Kanäle – einfache Rezepte können zum Beispiel zeigen, wie einfach und lecker sich tierische Produkte durch Tofu, Seitan, Tempeh oder Hülsenfrüchte austauschen lassen.
- Rabatte, Tastings, Pop-Ups oder Gewinnspiele ermutigen Menschen zum Ausprobieren eurer pflanzlichen Produkte.

NOCH EINEN SCHRITT WEITER



WORKPLACE CHALLENGE

Die Veganuary Workplace Challenge ist eine 31-tägige Challenge, die Mitarbeitende ermutigt, im Januar pflanzliche Alternativen auszuprobieren. Unternehmen erhalten Ideen und Ressourcen, um die Teilnahme leicht, unkompliziert und ansprechend zu gestalten.

[Weitere Informationen](#)

CORPORATE COMMITMENT

Ein Corporate Commitment ist eine langfristige Zielsetzung, um mit eurem Unternehmen konkrete Schritte in eine pflanzliche Zukunft zu gehen. Wir arbeiten mit euch zusammen, um sinnvolle Ziele zu setzen und unterstützen euch in der Außenkommunikation, um nachhaltigen Wandel voranzutreiben.



VEGANUARY SPONSORSHIP

Ein Veganuary-Sponsoring ist der perfekte Weg, Marken und Unternehmen mit unserer wertebasierten Kampagne in Einklang zu bringen. In der rasant wachsenden Branche pflanzlicher Lebensmittel können sich Brands so eindrucksvoll hervorheben und die gemeinsame Zielgruppe erreichen. Alle Mittel, die wir auf diesem Weg einnehmen, fließen direkt in unsere Veganuary-Kampagne und unterstützen Menschen auf der ganzen Welt dabei, eine pflanzliche Ernährung auszuprobieren.

Wir bieten verschiedene Sponsoring-Pakete an und jedes dieser Pakete bringt eine Reihe von Vorteilen mit



sich – natürlich schneiden wir diese gern auf individuelle Bedürfnisse zu. Collab-Postings mit unserem Instagram-Kanal und die garantierte Einbindung in unsere 31-tägige E-Mail-Serie sind exklusiv Sponsoren vorbehalten.



KAMPAGNENHIGHLIGHTS 2026

Auch im Veganuary 2026 nahmen wieder mehr als 1.000 Unternehmen in Deutschland teil. Mehr als 165 vegane Neuprodukte kamen auf den Markt und rund 360 pflanzliche Gerichte in Restaurants, Kantinen und Mensen machten den Einstieg in die pflanzliche Ernährung besonders einfach.

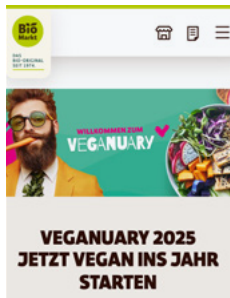
- Alle großen Einzelhandelsketten waren Teil der Kampagne: Sie erweiterten ihr pflanzliches Sortiment und warben im Januar mit Angeboten. Die Nachfrage war dank Veganuary so groß, dass deutsche Medien von einer bundesweiten Tofu-Knappheit berichteten.
- Restaurants und Gastronomieketten stellten neue pflanzliche Optionen vor – darunter der Falafel Bites Burger von Burger King, veganes Chicken Shawarma Poutine bei Frittenwerk, ein Smashed Falafel Sub bei Subway und ein Verrano-Bagel in den Zügen der Deutschen Bahn.
- Als offizieller Veganuary-Sponsor brachte Just Egg die namhaften Ei-Alternativen endlich auch nach Deutschland.
- Die Allianz Arena – die Heimspielstätte des FC Bayern München – zeigte im Veganuary, wie nachhaltiges Stadion-Catering aussieht und erweiterte das pflanzliche Angebot.
- Von Hamburg bis München, von Dortmund bis Dresden: Studierendenwerke in ganz Deutschland sorgten für mehr pflanzliche Optionen in Mensen und luden zu Events ein.
- Das pflanzliche Angebot großer Catering-Unternehmen erreichte Tausende in Kantinen und Betriebsrestaurants: Aramark, Dussmann, L&D, Klüh Catering, Transgourmet, SV Group und Kruschina waren Teil von Veganuary.
- An mindestens 92 Arbeitsplätzen wurde Veganuary dank der Workplace Challenge sichtbar – ganze Teams wurden ermutigt, pflanzlich zu essen und dabei häufig mit veganen Optionen in Kantinen unterstützt.





AUFMERKSAMKEITSSTARKE KOMMUNIKATION

Ganz gleich, wie eure Teilnahme am Veganuary aussieht, kommuniziert zusammen mit uns zum gemeinsamen Aktionsmonat: Das schafft uns tolle Anknüpfungspunkte zum Teilen eurer Produktneuheiten, Angebote und Aktionen.



NEWSLETTER

- **Über einen Newsletter** lassen sich Infos und Sonderaktionen rund um Veganuary 2027 hervorragend kommunizieren.

SOCIAL MEDIA

- **Reels, Beiträge und Stories** mit eingebundenem Veganuary-Logo oder Hinweis auf die Veganuary-Kampagne erhöhen die Aufmerksamkeit im Aktionsmonat.
- **Kooperationen mit Influencer:innen** erhöhen die Reichweite und den Austausch mit der Zielgruppe.
- **Gewinnspiele und Aktionen** beziehen die Zielgruppe aktiv ein und motivieren zur Teilnahme am Veganuary 2027.



WEBSITE

- **Die Integration des Veganuary-Logos** auf der Website weist prägnant auf die Teilnahme hin und hebt vegane Produkte aufmerksamkeitsstark hervor.
- **Rezepte** geben Inspiration zur Verwendung veganer Neuprodukte und vereinfachen den Einstieg.
- **(Food-)Blogs** können im Rahmen von Kooperationen auf Produktneuheiten aufmerksam machen. Auch auf dem eigenen Blog lässt sich die Teilnahme am Veganuary vertiefen.

PR: DIE INTEGRATION DES VEGANUARY 2027

- **Eine exklusive Pressemitteilung** zum Kampagnenstart stellt Produktneuheiten ins Rampenlicht. Natürlich können im Rahmen aller PR-Aktivitäten das Veganuary-Logo und entsprechende Inhalte von uns verwendet werden.
- **Außergewöhnliche Kampagnen**, wie ein ausschließlich pflanzliches Angebot im Januar, große Außenwerbekampagnen und Platzierungen in Print und TV – all das kann im Rahmen des Veganuary 2027 große Aufmerksamkeit erzeugen.
- **Spektakuläre Neuigkeiten** sprechen für sich und sorgen für reichweitenstarke Features online und offline.



ZUSAMMENARBEIT IM VEGANUARY UND DARÜBER HINAUS

WIE VEGANUARY EUCH UNTERSTÜTZT

Integration auf unseren Kanälen:

- **Neuigkeiten teilen:** Wir freuen uns über alle Infos zu neuen Produkten und Gerichten. Gerne teilen wir diese über verschiedene reichweitenstarke Kanäle, wann immer sie spannend und relevant für unsere Zielgruppe sind.
- **Specials hervorheben:** Sonderangebote, Events und Aktionen – gerne teilen und integrieren wir die für unsere Zielgruppe relevanten Inhalte auf unseren Kanälen und listen sie im Rahmen des Veganuary auf unserer beliebten Landing-Page „Aktionen und Angebote“. Wir freuen uns, wenn ihr uns zu allen Aktivitäten im Rahmen der Kampagne auf dem Laufenden haltet.

GEMEINSAME PR-KOOPERATIONEN

Wir freuen uns auf eine strategische Zusammenarbeit im Hinblick auf die Medienarbeit – zum Beispiel in Form von gemeinsamen und kreativen Medienaktivierungen sowie dem Austausch wirksamer Zitate. Hierzu beraten wir euch gerne jederzeit.



FAQ

IST DIE TEILNAHME AN DER VEGANUARY-KAMPAGNE MIT KOSTEN VERBUNDEN?

Die Teilnahme am Veganuary ist kostenlos! Unser Ziel ist es, neugierigen Teilnehmenden unserer Kampagne ihren Zugang zu Informationen und pflanzlichen Alternativen noch leichter zu machen – im Januar und darüber hinaus. Unternehmen sind herzlich eingeladen, [unsere Assets und Logos](#) zu nutzen, um Engagement zu zeigen und vegane Angebote und Aktionen sowohl intern als auch extern zu bewerben. Je enger Unternehmen mit unserem Team zusammenarbeiten, desto nachhaltiger können wir verschiedenste PR-Aktivitäten abstimmen – und desto stärker sind die positiven Effekte der Kampagne.

WIE KÖNNEN SICH UNTERNEHMEN AM VEGANUARY BETEILIGEN?

Veganuary ist ein großartiges kostenloses Marketinginstrument, das Marken, Einzelhandel, Gastronomie und Institutionen bei der Einführung und Bewerbung ihrer veganen Produkte und Gerichte im Januar und darüber hinaus unterstützt. Unser Corporate Engagement Team berät Unternehmen gerne jederzeit zu individuellen Möglichkeiten.

MUSS DIE MARKE VOLLSTÄNDIG VEGAN SEIN, UM TEILZUNEHMEN?

Marken müssen nicht vollständig vegan sein, um teilzunehmen, solange das beworbene Produkt vollständig vegan ist. Wir arbeiten sogar gerne mit nicht-veganen Marken zusammen, um ihnen dabei zu helfen, ihr pflanzliches Angebot zu erweitern und einen spannenden Aktionsmonat zu ermöglichen.

WAS MACHT VEGANUARY AUSSERHALB DER JANUAR-KAMPAGNE?

Das Veganuary-Team arbeitet das ganze Jahr über daran, Menschen für die pflanzliche Ernährung zu begeistern. Dafür stellen wir kostenlose Ressourcen zur Verfügung und bieten Unternehmen gleichzeitig eine fantastische Möglichkeit, sich auch außerhalb des Januars mit Veganuary zu verknüpfen.

WIE KÖNNEN SICH INTERNATIONALE MARKEN ÜBER DEUTSCHLAND HINAUS ENGAGIEREN?

Veganuary hat derzeit Standorte in Deutschland, Großbritannien, Spanien, den USA, Lateinamerika und Indien. Darüber hinaus arbeiten wir mit Partnerorganisationen auf der ganzen Welt zusammen. Gerne verknüpfen wir Unternehmen mit den passenden internationalen Ansprechpersonen.



A portrait of Kristine Bakhturidze, a woman with long dark hair, smiling, wearing a light green shirt over a white top, with a beaded necklace. The background is a blurred green foliage.

LASST UNS MITEINANDER SPRECHEN

**WENN IHR MEHR ZUR MÖGLICHEN
ZUSAMMENARBEIT, SPONSORINGS
ODER EINFACH ÜBER DIE TEILNAHME
ERFAHREN MÖCHTET:**

KRISTINE BAKHTURIDZE

Senior Corporate Engagement und Creative Managerin,
Veganuary Deutschland

Email: kristine@veganuary.com

Tel.: +49 (0) 151 15100636

FOLGT UNS



#Veganuary2027

#Veganuary

Veganuary gGmbH
Edisonstraße 63 / Haus A
12459 Berlin
Deutschland

Veganuary ist eine international tätige Organisation,
die in Deutschland sowie in England und Wales
(Charity-Nummer: 1168566) als gemeinnützig anerkannt ist.

VEGANUARY 