

VEGANER JANUAR MIT ALDI SÜD.



Gutes für alle.

Bereits das siebte Jahr in Folge ist ALDI SÜD im Januar 2026 beim VEGANUARY dabei. Mit unserem umfangreichen veganen Sortiment, Produktneuheiten, Inspirationen und Tipps unterstützen wir unsere Kund:innen beim veganen Start ins Jahr. Wir zeigen, dass pflanzenbasierte Ernährung lecker, abwechslungsreich, einfach und leistbar für alle ist.

Mehr als

1400

vegan gekennzeichnete Produkte¹ sind über das Jahr verteilt bei ALDI SÜD erhältlich – mehr als doppelt so viele wie noch 2021. Wir bauen unser pflanzenbasiertes Sortiment kontinuierlich aus.

Unser **pflanzenbasierter Sortimentsanteil** liegt aktuell bei **56,4 %**, während der tierbasierte Sortimentsanteil 43,6 % beträgt.³



Neben Lebensmitteln zählen auch **vegane Kosmetik-Produkte** zu unserem Standardsortiment. Sie tragen das Zeichen „Veganblume“.

Unsere MYVAY Produkte sind mit dem **V-Label vegan** gekennzeichnet. Viele unserer veganen Lebensmittel sind zudem **Bio-Produkte** und erfüllen mind. die Vorgaben der EU-Öko-Verordnung. Sie sind unter unseren Eigenmarken **bio** und **NUR NUR NATUR** erhältlich.



Als Alternative zu tierischen Produkten bieten wir unter unserer **Eigenmarke MYVAY** u.a. Milchalternativen, ein veganes Snacksortiment und Käsealternativen.



Für noch mehr vegane Vielfalt ergänzen wir unser Standardsortiment regelmäßig durch pflanzenbasierte **Aktions- und Saisonartikel**.

ALDI SÜD ist **Vegan-Händler Nr. 1** bei Eigenmarken im eigenen Vertriebsgebiet² und bietet eine große Auswahl an pflanzenbasierten Produkten zu besten Preisen.



~50%
der Deutschen haben bereits mindestens einmal vegane oder vegetarische Alternativen gekauft.⁴

Weitere Infos unter aldi-sued.de/veganuary

¹ Gezählt wurden mit dem V-Label vegan oder der Veganblume gekennzeichnete Food- und Kosmetik- Produktsorten (Standard-, Aktions- und Saisonware) über das Jahr 2024 bei ALDI SÜD.

² Quelle: NielsenIQ Homescan, Eigenmarken Vegan, MAT August 2024, Umsatz und Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland.

³ Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzen- und tierbasierter Food-Marken- und Eigenmarkenprodukte im Standard-, Saison und Aktionsortiment für das Geschäftsjahr 2024; berechnet nach WWF-Methode (<https://www.fint.awsassets.panda.org/downloads/wwf-planet-based-diets-retailer-methodology.pdf>).

⁴ Quelle: BMLEH-Ernährungsreport 2025.