



VEGANUARY MEDIA KIT 2026

Der vegane Neujahrsvorsatz: Hintergründe, Fakten, prominenter Support

PROBIER'S VEGAN. DIESEN JANUAR.



VEGANUARY 2026

ZEIT, DIE ZUKUNFT ZU PROBIEREN

Vielen Dank für Ihr Interesse an Veganuary.

Dieses Mediakit bietet einen kompakten Überblick zum Veganuary 2026 und versammelt aktuelle Zahlen, Fakten und Stimmen zur pflanzlichen Ernährung und Ernährungswende.

Veganuary ist für die pflanzliche Ernährungswende relevanter denn je. Längst ist er zu einer globalen Bewegung gewachsen, die Menschen emotional verbindet: aus Neugier, Überzeugung oder dem Wunsch, Dinge positiv zu verändern – ohne sich selbst neu erfinden zu müssen. Ganz nach dem Motto *New Year, Same You*.

Es einen Monat lang vegan zu probieren, ist einer der beliebtesten Neujahrsvorsätze. Auch 2026 werden wieder Millionen Menschen weltweit den Januar als Einstieg in eine pflanzliche Ernährung nutzen, hunderte Unternehmen werden allein in Deutschland Teil der Kampagne sein.

DER WANDEL IST DA – BEI MENSCHEN UND MÄRKTEN

Die Ernährungswende ist unübersehbar im Gange. Laut Statistischem Bundesamt sank der Fleischabsatz im deutschen Einzelhandel während des Veganuary in den vergangenen Jahren spürbar – zuletzt um 12,5 Prozent im Vorjahresvergleich, so die aktuellste Auswertung aus dem Jahr 2024. Der Markt für pflanzliche Lebensmittel verzeichnet hingegen ein stabiles Wachstum. Und eine Studie des Good Food Institute Europe zeigt: 51 Prozent der deutschen Erwachsenen haben vor, ihre Essgewohnheiten zu ändern, indem sie weniger tierische Produkte und/oder mehr pflanzliche Optionen konsumieren. Jede:r Dritte greift schon heute aus Gewohnheit zu pflanzlichen Alternativen.

DIE ERNÄHRUNGSWENDE BRAUCHT RÜCKENWIND – VON UNS ALLEN

Fünf von neun planetaren Grenzen werden hauptverantwortlich von

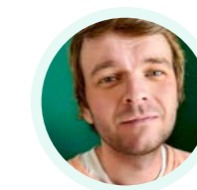
unserem Ernährungssystem überschritten, so der EAT-Lancet-Report 2025. Die Wissenschaft, aber auch immer mehr Privatpersonen, Unternehmen und Institutionen sind sich im Klaren: Pflanzliche Ernährung ist eine verlässliche Antwort auf drängende Fragen unserer Zeit – von Klima und Umwelt über Gesundheit und Ernährungssicherheit bis hin zum Schutz von Tieren und Artenvielfalt.



Damit sich das Potenzial der Ernährungswende als globaler Lösungsweg voll entfalten kann, braucht es mehr Mut zur Veränderung, es braucht mehr Geschwindigkeit, es braucht mehr gemeinsames Engagement.

Es ist – heute mehr denn je – unsere gesamtgesellschaftliche Aufgabe, den effektivsten und einfachsten Hebel zur Gestaltung unserer aller Zukunft zu nutzen. Und der setzt bei der Frage an: Was kommt auf den Teller?

Wir freuen uns auf jeden Beitrag über unsere gemeinnützige Arbeit und Kampagne. Für journalistische Formate, Gespräche oder Hintergrundrecherchen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.



Christopher Hollmann
**GESCHÄFTSFÜHRER
VEGANUARY
DEUTSCHLAND**

KONTAKT, INFOS UND MOTIVE 2026

DER DIREKTE DRAHT ZU VEGANUARY

Für regelmäßige Medien-Updates rund um die Kampagne Veganuary 2026 melden Sie sich gerne über

presse@veganuary.com für unseren Medienverteiler an.

Unsere Pressemitteilungen können Sie [hier](#) abrufen.

Gerne können Sie unter Beachtung unserer

Markenrichtlinien das [Veganuary-Logo und](#)

[entsprechende Grafikvorlagen](#) in Medienbeiträgen

über Veganuary verwenden.

Bild- und Videomaterial sowie O-Töne für Medienberichte über Veganuary gibt es in unserem [Media Center](#).

PRESSEKONTAKT:



Mirjam Schmitt
COMMUNICATIONS MANAGER

E-Mail: presse@veganuary.com

Tel.: +49 (0)175 9905945

FOLGEN SIE UNS

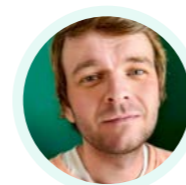
Veganuary Deutschland



Veganuary Global



IHR INTERVIEWPARTNER FÜR ALLE FORMATE:



Christopher Hollmann
GESCHÄFTSFÜHRER
VEGANUARY DEUTSCHLAND

E-Mail: christopher@veganuary.com

Tel.: +49 (0)172 5620840

BEI UNS FINDEN SIE EXPERTISE UND PERSPEKTIVEN ZU FRAGEN WIE:

- Welche Chancen für Klima, Umwelt und die globale Gesundheit birgt die pflanzliche Ernährungswende?
- Welche Schief lagen unseres Ernährungssystems gilt es dringend zu überwinden?
- Welche Transformationspotenziale bieten Wirtschaft und Gesellschaft – und wie aktivieren wir sie?

WIR LIEFERN TIPPS UND INHALTE:

- zum einfachen Einstieg in die vegane Ernährung
- zu leckeren und gelingsicheren pflanzlichen Rezepten
- von prominenten Supporter:innen – [mehr dazu ab Seite 8](#)

KURZ UND KNAPP

WIE FUNKTIONIERT VEGANUARY?

WIE UNTERSTÜTZT VEGANUARY TEILNEHMENDE?

Mit einem täglichen Newsletter über den gesamten Januar – los geht es unter veganuary.com/mitmachen. Zum Einstieg in den veganen Neujahrsvorsatz gibt es das informative Veganuary Starter Kit, das digitale Promi-Kochbuch mit Lieblingsrezepten internationaler Unterstützer:innen, saisonale und glutenfreie Ernährungspläne sowie Tipps zum Einkaufen und Essen unterwegs.

WAS PASSIERT SONST NOCH?

Weiteren Support bieten die hochfrequentierten Veganuary-Kanäle in den sozialen Medien: Die aktuellen und ehemaligen Teilnehmenden der Kampagne bilden eine lebendige Community, in ständigem Austausch rund um eine pflanzliche Ernährung. Darüber hinaus informieren wir über Aktionen und Angebote der teilnehmenden Unternehmen.

WAS KOSTET DIE TEILNAHME?

Nichts. Veganuary ist eine gemeinnützige Non-Profit-Kampagne, die sich durch Spenden finanziert.

WANN GEHT ES LOS?

Bereits im Dezember startet eine bunte Kampagne, die dazu einlädt, beim Veganuary mitzumachen. Der offizielle Aktionszeitraum sind die 31 Tage im Januar. Interessierte können aber auch sofort mit ihrem veganen Probemonat beginnen – oder später einsteigen.

WO FINDET VEGANUARY ÜBERALL STATT?

Der Hashtag #Veganuary2026 trendet im Januar auf allen Kanälen. Einzelhandel, Restaurants, Cateringunternehmen, Marken und Medien schließen sich dem Neujahrsvorsatz an und setzen mit neuen Produkten und Gerichten, mit Angeboten, Aktionen und Marketing auf pflanzliche Ernährung.

WAS PASSIERT IM LAUFE DES JAHRES?

Wir helfen ganzjährig beim Einstieg in die pflanzliche Ernährung und sorgen dafür, dass vegane Lebensmittel leicht und überall verfügbar sind. So aktivieren wir auch außerhalb des Januars Handel und Gastronomie für Aktionen rund um pflanzliche Alternativen zu tierischen Produkten wie Eier, Milch und Fleisch – und unterstützen Unternehmen bei langfristigen Zielen für eine pflanzliche Ernährungswende.

VEGANUARY: DAS OFFIZIELLE KOCHBUCH

Mit mehr als 100 Rezepten für alle Jahreszeiten und hilfreichen Tipps unterstützt unser Kochbuch beim Einstieg in die pflanzliche Ernährung. Erschienen im DK Verlag.



Jetzt
Rezepte zum
Abdruck
downloaden



UMFRAGE

WARUM IMMER MEHR MENSCHEN MITMACHEN

**80 % REDUZIEREN
TIERISCHE PRODUKTE,
32 % BLEIBEN VEGAN**

Ein Großteil der Menschen, die während Veganuary einen Monat lang eine vegane Ernährung ausprobieren, stellen nachhaltig auf klima- und umweltfreundlichere Essgewohnheiten um. Sechs Monate nach dem Veganuary zeigen auch im aktuellen Jahr die Umfrageergebnisse: 80 % der Befragten, die sich vor ihrer Teilnahme noch nicht vegan ernährten, haben ihren Konsum von Tierprodukten weiterhin drastisch reduziert oder gänzlich umgestellt.
Im Detail:

32 % ERNÄHREN SICH WEITERHIN VOLLSTÄNDIG VEGAN.

33 % KONSUMIEREN MINDESTENS 75 % WENIGER FLEISCH UND ANDERE TIERPRODUKTE ALS VOR DEM VEGANUARY.

15 % KONSUMIEREN MINDESTENS 50 % WENIGER FLEISCH UND ANDERE TIERPRODUKTE ALS VOR DEM VEGANUARY.



**CHRISTOPHER HOLLMANN,
GESCHÄFTSFÜHRER
VEGANUARY DEUTSCHLAND**

„Die Ergebnisse unserer Umfragen belegen seit Jahren, dass Veganuary Konsumgewohnheiten nachhaltig und messbar verändert:

Laut Statistischem Bundesamt sank der Fleischabsatz im deutschen Einzelhandel während des Veganuary in den vergangenen Jahren spürbar. Als globale Bewegung hat Veganuary die pflanzliche Ernährung von der Nische in den Mainstream gehoben – und verdeutlicht dabei die zahlreichen Vorteile für das Klima, unsere Gesundheit und die Tiere.“

**45 % HABEN MINDESTENS
EINE WEITERE PERSON
überzeugt, es auch vegan zu
probieren.**

**94 % SIND OFFEN FÜR EINE
KÜNFTIGE PFLANZLICHE
ERNÄHRUNG**

94 % der befragten Veganuary-Teilnehmenden, die sich nicht weiterhin vollständig vegan ernähren, gaben an, es sei wahrscheinlich, dass sie auch künftig eine vegane Ernährung ausprobierten.

67 % der befragten Teilnehmenden gaben an, dass Veganuary 2025 ihnen zu **MEHR INSPIRATION IN DER KÜCHE** verholfen habe.

59 % BERICHTEN VON GESUNDHEITLICHEN VORTEILEN

59 % der nachträglich befragten Teilnehmenden gaben eine allgemein verbesserte Gesundheit an. Mehr Energie (55 %), bessere Stimmung (58 %), bessere Haut (48 %) und eine gewünschte Veränderung des Körpergewichts (47 %) waren die am häufigsten genannten Vorteile.

AKTUELLE ZAHLEN UND FAKTEN

VEGAN WIRKT GEGEN KLIMAKRISE

VEGAN REDUZIERT TREIBHAUSGASE

Mit einer pflanzlichen Ernährung ließen sich in Deutschland bis zu 81 % der lebensmittelbedingten Treibhausgasemissionen einsparen.

Quelle: Marco Springmann: Towards healthy and sustainable diets in Germany. An analysis of the environmental effects and policy implications of dietary change in Germany, hrsg. v. Umweltbundesamt, Mai 2023.

VEGAN SCHONT UMWELT, RESSOURCEN, FLORA UND FAUNA

Im Vergleich zu einer fleischlastigen benötigt eine pflanzliche Ernährung im Durchschnitt etwa drei viertel weniger Land, in etwa nur halb so viel Wasser und belastet Böden und Gewässer um zwei Drittel weniger. Außerdem trägt sie maßgeblich zum Erhalt der Artenvielfalt bei.

Quelle: Peter Scarborough et al.: Vegans, vegetarians, fish-eaters and meat-eaters in the UK show discrepant environmental impacts, in: Nature Food (Vol. 4), Juli 2023.

VEGAN RETTET GRÜNE LUNGE DER ERDE

Würden tierische Produkte weltweit auch nur zur Hälfte reduziert und stattdessen pflanzliche Alternativen konsumiert werden, stoppt das den Nettoabbau von Wäldern und natürlichen Flächen beinahe vollständig.

Quelle: Marta Kozicka et al.: Feeding climate and biodiversity goals with novel plant-based meat and milk alternatives, in: Nature Communications (Vol. 14), September 2023.

FÜR JE EINE MILLION TEILNEHMENDE,

DIE SICH 31 TAGE VEGAN ERNÄHREN, ERGIBT SICH EIN RIESIGER POSITIVER IMPACT!

Basierend auf den Berechnungen von Poore & Nemecek (Science 2018)
science.sciencemag.org/content/360/6392/987/



6,2 MILLIONEN
LITER WASSER
EINGESPART



405 TONNEN
PHOSPHAT-ÄQUIVALENTE
EINGESPART
($PO_4^{3-}EQ$ – EUTROPHIERUNG)
Das entspricht etwa
1.645 Tonnen Abwasser, Gülle und
Düngemittel, die nicht in Gewässer
und Böden gelangen und dort zu
Überdüngung führen



103.840 TONNEN
CO₂-ÄQUIVALENTE
EINGESPART
Das entspricht etwa 1,2
Millionen Flügen von
London nach Paris



3,4 MILLIONEN TIERE
WENIGER MÜSSEN FÜR
UNSER ESSEN LEIDEN
Laut Rechner der
Vegan Society (UK)

BOOSTER FÜR DIE VEGANE BEWEGUNG

VEGANUARY BESCHLEUNIGT PFLANZLICHE WENDE

MESSBARER IMPACT

Mit Veganaury nahm laut Bundesamt für Statistik der Absatz von Fleisch im deutschen Einzelhandel in den vergangenen Jahren spürbar ab: im Januar 2024 um 12,5 % im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt, so die letzte Auswertung.

KLIMASCHUTZ

75 % der Deutschen finden es wichtig, für den Klimaschutz weniger Fleisch zu essen.

ERNÄHRUNGSSICHERHEIT

78 % der Deutschen finden, dass ein verringerter Fleischkonsum dazu beitragen könne, die globale Ernährung zu sichern. 58 % meinen, es sollten hierfür mehr pflanzliche Alternativen gegessen werden.

DR. MARCO SPRINGMANN, UNIVERSITÄT OXFORD

„Herstellung und Konsum tierischer Produkte sind kostspielig für die Umwelt, unsere Gesundheit und unseren Geldbeutel. Sie sind maßgeblich verantwortlich für Klimawandel, Artensterben, Wasserverschmutzung und die Zunahme ernährungsbedingter Krankheiten wie Herz-erkrankungen, Schlaganfälle, Diabetes und Krebs. Die Teilnahme am Veganuary und eine pflanzenbasierte Ernährung können helfen, unseren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern, uns gesünder zu ernähren und außerdem Geld zu sparen, insbesondere wenn wir zu möglichst unverarbeiteten Lebensmitteln greifen.“

VON DGE BESTÄTIGT

Eine vegane Ernährung kann gesundheitsfördernd sein und ist äußerst umweltfreundlich.

ERNÄHRUNGSGEWOHNHEITEN ÄNDERN SICH

51 % der Deutschen haben vor, ihren Konsum von Lebensmitteln zu ändern, indem sie entweder weniger tierischer Produkte (34 %) und/oder mehr pflanzliche Optionen verzehren (38 %). Jede:r Dritte (31 %) greift aus Gewohnheit zu pflanzlichen Optionen.

JUNGE GENERATION ISST VEGAN

6 % der unter 30-Jährigen in Deutschland ernähren sich vegan.

NACHFRAGE NACH PFLANZLICHEN ALTERNATIVEN STEIGT

Die durchschnittliche Verkaufsmenge pflanzlicher Fleisch-, Fisch- und Milchprodukte ist 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 7,1 % gestiegen, seit 2022 um 13,5 %.

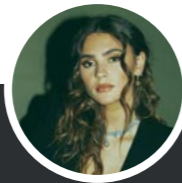
PFLANZLICH IST GÜNSTIGER

Ein pflanzlicher Warenkorb ist 2025 im Durchschnitt 5 % und je nach Einzelhandelskette bis zu 18 % günstiger als einer mit tierischen Produkten.

STIMMEN ZU PFLANZLICHER ERNÄHRUNG

PROMINENTE UNTERSTÜTZER:INNEN

Viele prominente Persönlichkeiten unterstützen Veganuary und sprechen öffentlichkeitswirksam und auf allen Kanälen über die zahlreichen Vorteile einer pflanzlichen Ernährung – und berichten dabei über ihre ganz persönlichen Wege und Erfahrungen. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf oder nutzen Sie unser [Media Center](#): Dort gibt es Statements und Bildmaterial zum Download.



STEFANIE GIESINGER, MODEL UND UNTERNEHMERIN:

„Vegan zu sein, ist viel mehr als ein Trendthema. Es ist ein gesellschaftliches Gesamtkonzept. Ihr müsst nicht auf alles verzichten, was euch Freude bringt. Doch ich finde es wichtig, ein Bewusstsein für den eigenen Konsum zu entwickeln. Für mich ist es ein Ansporn, zu wissen, dass ich mit meiner Ernährung nicht nur etwas für meine eigene Gesundheit tue, sondern auch positiven Einfluss auf die Welt habe. Jeder Bissen zählt, für unsere Zukunft und die des Planeten.“



MARIA CLARA GROPPLER, COMEDIENNE:

„Mittlerweile gibt's wirklich jedes Gericht auch als vegane Variante. Und die schmeckt meistens wie das Original, wenn nicht sogar besser. Wer immer noch denkt, dass Veganer:innen nichts essen könnten, kann sich ja einfach mal die riesige Auswahl im Supermarkt anschauen.“



URSULA KARVEN, SCHAUSPIELERIN:

„Warum vegan? Ein einfacher Grund: Ich habe plötzlich das ganze Tier gesehen und nicht nur ein Stück Fleisch ... Seit ich komplett pflanzenbasiert lebe, habe ich sehr viel mehr Energie, meine Haut ist besser, meine Verdauung ist besser, ALLES IST BESSER! Ich lege es allen ans Herz, nicht nur den Tieren zuliebe, sondern vor allem für ein ganzheitliches Wohlbefinden.“



HANNES JAENICKE SCHAUSPIELER, AUTOR, UND UMWELTAKTIVIST:

„Mein letztes Steak ist ungefähr 40 Jahre her und erstaunlicherweise bin ich immer noch nicht von den Knochen gefallen. Im Gegenteil, ich bin nie krank und hab mehr Energie als mir (und meinen Mitarbeiter:innen) lieb ist. Dass ich nicht mitverantwortlich bin für die brutalen Tierquälereien der Fleisch-, Fisch- und Milchindustrie und sogar noch einen kleinen Beitrag zum Umweltschutz leisten kann, ist das (vegane) Sahnetörtchen obendrauf. Go Veganuary, go!“



ATZE SCHRÖDER, COMEDIAN:

„Es ist einfach völlig schräg, unsere Mitbewohner aufzuessen. Probier's doch mal vegan, mach mit beim Veganuary.“

STIMMEN ZU PFLANZLICHER ERNÄHRUNG

PROMINENTE UNTERSTÜTZER:INNEN

Für mehr Fotos und Zitate weiterer Unterstützer:innen bitte hier klicken



MINA TANDER, SCHAUSPIELERIN:

„Seit ich mit zwölf Jahren angesehen habe, wie eine Kuh geschlachtet wurde, ist fleischlose Ernährung für mich Überzeugungssache. Tierleid ist in unserem heutigen Ernährungssystem allerdings kaum sichtbar – obwohl es mit der Massentierhaltung drastisch wächst. Ich als ‚Foodie‘ staune immer noch, wie genussvoll ich vegan schlemmen kann. Und dabei fühle ich mich fit und rundum gesund. Probiert es aus!“



JOAQUIN PHOENIX, SCHAUSPIELER:

„Wenn man die Klimakrise oder die Missstände in unserem Lebensmittelsystem betrachtet, kann einen schnell ein Gefühl der Hilflosigkeit überkommen. Doch es gibt etwas, das man sofort dagegen tun kann: Mach mit und probier's diesen Januar vegan.“



LENA MEYER-LANDRUT, SÄNGERIN UND SONGWRITERIN:

„Wir alle stellen uns zu selten die Frage, wo Produkte herkommen und welchen Impact unser Konsum und unsere Ernährung auf die Welt und auf Tiere haben. Darum sind Kampagnen wie Veganuary so wichtig, denn sie machen bewusst, dass jedes tierische Produkt einen Ursprung hat – und wir zu Alternativen greifen können.“



HELGE MARK LODDER, SCHAUSPIELER UND TIKTOK CREATOR:

„Es ist total schräg, täglich Konsumentscheidungen zu treffen, die dem Klima, den Tieren und dem gesamten Planeten schaden.“



KERSTIN OTT, SCHLAGERSÄNGERIN:

„Ist es nicht schräg, zum Abendbrot ein Kälbchen zu essen, aber anschließend mit einem Welpen auf dem Sofa zu kuscheln? Probiert's vegan, mach bei Veganuary mit!“



ALJOSHA MUTTARDI, ARZT, QUEER- UND VEGAN-AKTIVIST:

„Ich probier's vegan, weil ich eine Wahl habe, die Tiere nicht.“

WEITERE INTERNATIONALE VEGANUARY-UNTERSTÜTZER:INNEN:

Veganuary erfährt Unterstützung von Stars aus aller Welt: Weitere Statements und Bildmaterial gibt es von Alicia Silverstone, Paul McCartney, Evanna Lynch, Richa Moorjani, Leilani Münter und vielen mehr.

BISHERIGE ERFOLGE KAMPAGNEN-HIGHLIGHTS 2025



12.286
MEDIENBEITRÄGE
weltweit
berichteten über
Veganuary.



25,8 MILLIONEN
MENSCHEN
weltweit probierten es im
Januar 2025 vegan (basierend
auf Teilnahme-Umfragen und
Bevölkerungsdaten aus unseren
Schwerpunktländern).

228
WORKPLACE
CHALLENGES
fanden
weltweit statt.




12,8 MILLIONEN
E-MAILS
verschickten wir zur
Unterstützung an
Teilnehmende.



1,35 MILLIONEN
MENSCHEN
folgen unseren
internationalen
Social-Media-Kanälen.



MEHR ALS 1.480 NEUE
VEGANE PRODUKTE
UND GERICHTE
kamen weltweit zum
Veganuary 2025 auf
den Markt.



BURGER KING ließ sich vom „McRib“ der Konkurrenz inspirieren und kreierte – ausschließlich – eine rein pflanzliche Variante des Burgers: Der „King Rib“ war den ganzen Januar über erhältlich.



Cateringunternehmen wie **ARAMARK, DUSSMANN, SV GROUP, KLÜH CATERING, KRUSCHINA, L&D UND WISAG** sowie Studierendenwerke von mehr als 20 Universitäten boten in tausenden Betriebsrestaurants, Einrichtungen des Gesundheitswesens, Uni-Mensen und Schulen neue pflanzliche Speisen an – und erreichten damit jeden Tag Millionen Menschen. Dussmann verpflichtete sich, bis 2030 mindestens 40 Prozent der Gerichte rein pflanzlich anzubieten.



IKEA DEUTSCHLAND vergrößerte das vegane Angebot in den Schwedenrestaurants und -bistros und präsentierte zum Veganuary 2025 ein pflanzliches Fischfilet.



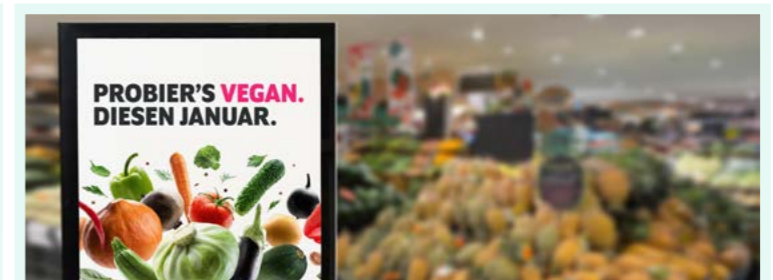
Ferrero bot im Veganuary 2025 zwei Produktikonen in pflanzlichen Varianten an: „**NUTELLA** Plant-Based“ und „Hanuta“.



Mindestens 97 Unternehmen nahmen an der **WORKPLACE CHALLENGE** teil und riefen ihre Teams dazu auf, beim Veganuary mitzumachen, darunter ProSiebenSat.1, Mkk, Naturstrom, Commerzbank, Continental, Peter Kölln, Ritter Sport, Coca-Cola, BASF, Puma, Iglo, Dr. Oetker und viele mehr.



IM EINZELHANDEL VERZEICHNETEN FLEISCHVERKÄUFE EINEN RÜCKGANG VON 12,5 PROZENT während Veganuary 2024 – und das sorgte für Schlagzeilen. Unter anderem titelte der Spiegel: „Handel bekommt gute Vorsätze zu spüren“.



ALLE GROSSEN EINZELHANDELSUNTERNEHMEN, unter anderem Aldi Nord und Süd, Lidl, Edeka, Rewe, Kaufland, Penny und Globus, warben in Millionen Prospekten online und in den Märkten für neue Produkte, Angebote und Aktionen.

JOHN DEERE
BOMBERGER'S
LAWN & GARDEN

TRY VEGAN
VEGAN
VEGAN FOR

THE FUTURE



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.