



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 8. Januar 2026

Vier Städte, ein Ziel: Lidl macht den Veganuary mit Restaurant-Tour erlebbar

Von Pizzalieferant bis Fine-Dining – Lebensmitteleinzelhändler bringt die Bandbreite pflanzlicher Küche direkt auf die Teller

Der Veganuary ist für viele der Startschuss, die eigene Ernährung zu hinterfragen. Lidl in Deutschland macht diesen Einstieg nun so einfach wie nie zuvor und zeigt in vier deutschen Städten: pflanzliche Ernährung ist vielseitig, alltagstauglich und vor allem lecker. In Köln, Hamburg, Berlin und München übernimmt Lidl für jeweils kurze Zeit profilierte Gastronomiebetriebe – vom Streetfood-Pizzalieferanten bis zum Fine-Dining-Restaurant. Zum Einsatz kommen fast ausschließlich Produkte, die der Lebensmitteleinzelhändler auch in seinen über 3.250 Filialen anbietet.

Jede Location der Tour erzählt dabei ihre eigene Geschichte und beweist: Vegane Küche funktioniert überall und hat das Potenzial, jede Zielgruppe zu begeistern, unabhängig von Alter oder Geschmack.

Die Tour-Stopps: Vier Geschmackswelten

Für kurze Zeit verwandelt Lidl folgende vier Gastronomiewelten in pflanzliche Hotspots:

- Double 00 Pizzeria, Köln: Dass pflanzlich auch heiß und fettig kann, steht hier außer Frage. Beim ersten Restaurant-Takeover am 9. und 10. Januar setzen Lidl und die Gastronomen auf vegane Käsealternativen und einzelne Stücke, um möglichst viele Varianten probieren zu können.
- KASA, Hamburg: Dolce Vita mal anders probieren – sizilianische Lebensfreude trifft auf pflanzliche Innovation. Am 16. und 17. Januar stehen ein Gnocchi-Gericht und eine pflanzliche Variante von Shepherd's Pie auf der Speisekarte.
- Studio Schmaus, Berlin: Regionalität, Leidenschaft und Gastfreundschaft treffen am 23. und 24. Januar auf Kreativität und Kunst. In diesem kulinarischen Studio isst das Auge bei den veganen Variationen definitiv mit.
- Botanista Coffee Club, München: „Brunch Bowls & being together“ lautet das Motto am 30. Januar. Beim einzigen eintägigen Restaurant-Takeover gibt es Brunch und Dinner – pflanzlich, gesundheitsfokussiert und gesellig.



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 8. Januar 2026

Die Teilnahme an den exklusiven Events ist begrenzt. Über die Social-Media-Kanäle von Lidl in Deutschland werden die begehrten Plätze verlost. Interessierte können teilnehmen, indem sie den entsprechenden Aktionspost kommentieren. So wird die Brücke zwischen digitaler Inspiration und realem Geschmackserlebnis geschlagen.

Teil einer großen Bewegung: Die 360-Grad-Kampagne

Die Restaurant-Übernahmen werden von einer breit angelegten 360-Grad-Kampagne begleitet, die den Moment zeigt, in dem Menschen ihre Vorurteile gegenüber pflanzlicher Ernährung loslassen und Alternativen ausprobieren. „Mit unseren Maßnahmen im Veganuary zeigen wir auf kreative Weise, wie lecker, günstig und vielseitig pflanzliche Ernährung sein kann“, sagt Alexander Lafery, Leiter Marketing der Lidl Dienstleistung GmbH und Co. KG. „Der komplette Veganuary bei Lidl steht unter dem Motto ‚Einfach mal probieren lohnt sich‘.“

Pflanzliche Ernährung – keine Frage des Geldbeutels

Aus diesem Grund hat der Lebensmitteleinzelhändler im Oktober 2023 als erster deutscher Lebensmitteleinzelhändler die Preise für nahezu das gesamte Sortiment der mehrfach ausgezeichneten veganen Lidl-Eigenmarke Vemondo an vergleichbare Produkte tierischen Ursprungs angepasst. Lidl ist davon überzeugt, dass ein bewusster und nachhaltiger Konsum nur in die Breite getragen werden kann, wenn die passende Ernährung für alle erschwinglich und leichter zugänglich ist.

Eine aktuelle Studie der Ernährungsorganisation ProVeg¹ hat jüngst gezeigt, dass Lidl viele Vemondo-Produkte nicht nur zum gleichen Preis anbietet wie die tierischen Pendanten, sondern sogar günstiger. Die vegane Auswahl von unter anderem Aufschnitt, Käse und Pizza kostete 18 Prozent weniger als vergleichbare tierische Produkte. Damit erzielte der Lebensmitteleinzelhändler den größten Preisunterschied in der Branche. Die Preisanpassung ist in diesem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt einmalig im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.

Im Veganuary reduziert Lidl in Deutschland den Preis für alle Vemondo-Artikel um zusätzliche zehn Prozent für Lidl Plus Nutzer. Beim Restaurant-Takeover essen alle Anwesenden kostenlos.

¹ <https://proveg.org/de/news/preisstudie-2025>



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 8. Januar 2026

Ausgezeichnetes Sortiment

Vor kurzem wurden die pflanzlichen Produkte von Lidl bereits zum fünften Mal mit dem „V-Label Award“ der Organisation ProVeg ausgezeichnet.² Die vegane Produktlinie Vemondo wurde erneut mit dem „Eigenmarken-Award“ prämiert. In den Kategorien „Fleisch- und Fischalternativen“, „Vegane Brotaufstriche“ sowie „Milch- und Molkereialternativen“ setzten sich die vegane Leverturst Schnittlauch, die Nuss-Nougat-Creme und der „No Ghurt“ durch.

Weitere Informationen zu Lidl in Deutschland finden Sie [hier](#).

² <https://awards.v-label.de/2025/de/page/gewinner-2025>
