



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Freyburg, 19.12.2024

## **Rotkäppchen-Mumm Trendmonitor: So genießen wir zum Jahresende Freiheit und Individualität prägen unseren Genuss zu Weihnachten und Silvester**

**Selbstbestimmt und frei: Die aktuelle Trendstudie zur Genusskultur in Deutschland von Rotkäppchen-Mumm zeigt, dass Menschen individuell entscheiden möchten, wann und wie sie sich etwas Gutes tun. Freiheit und Genuss gehen einher, selbstgewählte Genussmomente werden von einer großen Mehrheit der Befragten geschätzt.**

Traditionen wahren, aber neu interpretieren: 73 Prozent der Befragten genießen an den Festlichkeiten zum Jahresende allen voran den Zusammenhalt und die vertraute Gemeinschaft. Diese steht an Weihnachten für 77 Prozent der Befragten mehr im Vordergrund als die Geschenke und zeichnet sich auch bei den Top 3 Wünschen der Befragten für das kommende Jahr ab: Gesundheit, eine bessere Zukunft und Gemeinschaft. Bei der jüngeren Generation zeichnet sich zudem ein weiterer Trend ab: 55 Prozent der 18- bis 29-Jährigen empfinden Traditionen und Rituale als haltgebend in unsicheren Zeiten. Eine deutliche Mehrheit im Vergleich zu den 59- bis 68-Jährigen: Hier sind es lediglich 39 Prozent. Das wachsende Bedürfnis nach Freiheit und Selbstbestimmtheit prägt auch die Festlichkeiten: Die freie Interpretation von Traditionen steht für einen Großteil der Befragten im Vordergrund. Zudem geben knapp 66 Prozent an, Weihnachten aus freier Entscheidung, frei von religiösem oder traditionellem Pflichtbewusstsein zu feiern. „Den Menschen ist es wichtiger denn je, frei zu entscheiden und sich von bestimmten Erwartungshaltungen zu lösen“, so Christof Queisser, CEO von Rotkäppchen-Mumm. „Für unsere Genusserlebnisse heißt das: Die freie Interpretation von Traditionen, die freie Gestaltung von Auszeiten und die freie Wahl von Getränken werden immer bedeutender“, so Queisser weiter.

All das zeigt sich deutlich in der Trendstudie, bei der eine überwältigende Mehrheit von 89 Prozent angab, selbst den geeigneten Zeitpunkt für ihren Genussmoment bestimmen zu wollen. Und: Ob klassisch, low oder no Alkohol – 78 Prozent der Befragten möchten sich beim Anstoßen für ein Getränk ihrer Wahl entscheiden, anstatt sich den anderen anzuschließen. 61

1/4

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm: Anne Schmidt, Leiterin Corporate Affairs & Communication

Telefon: +49 6123 606-283  
anne.schmidt@rotkaeppchen-mumm.de  
www.rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

Prozent von ihnen finden zudem bewussten Genuss besser als Verzicht. Der Trend zum bewussten Genießen hält weiter an und spiegelt sich insbesondere bei den jüngeren Befragten wieder: Trotz der bereits breiten Produktauswahl wünschen sich 57 Prozent der Befragten zwischen 18 und 29 Jahren ein größeres Angebot im alkoholfreien Bereich, ebenso viele im low Alcohol Bereich.

### **Die Studie:**

Die Trendstudie zur Genusskultur in Deutschland von Rotkäppchen-Mumm erscheint seit 2021 einmal jährlich zum Jahresende und widmet sich zentralen Fragen rund um Konsumverhalten, Vorlieben und Anlässe in einer veränderten Gesellschaft – 2024 mit dem Fokus auf das wachsende Freiheitsbedürfnis. Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit Bonsai Research durchgeführt und kombiniert Erkenntnisse aktueller Quellen und Statistiken mit einer repräsentativen Befragung von 1.500 volljährigen Probanden, die gelegentlich bis regelmäßig (Schaum-)Wein und/oder Spirituosen genießen, und ihren Wohnsitz in Deutschland haben. Die diesjährige Befragung wurde vom 04.10. bis 11.10.2024 durchgeführt.

### **Über Rotkäppchen-Mumm:**

Rotkäppchen-Mumm ist Deutschlands führender Anbieter von Sekt, Wein und Spirituosen. Seit seiner Gründung 1856 steht das Unternehmen für ein stetig wachsendes Sortiment an geschätzten Marken und Innovationen. Die Nummer Eins im deutschen Sekt-, Markenwein und Spirituosen-Markt verbindet eine vielfältige Auswahl aus eigener Herstellung mit einem Distributionsangebot von über 200 internationalen Premium-Produkten. Als prägende Kraft im Markt setzt die Gruppe auf hohe Qualitätsstandards, Branchenkompetenz und eine gezielte Ausrichtung ihres Sortiments an Konsumentenbedürfnissen. Zu den erfolgreichsten Marken von Rotkäppchen-Mumm gehören Rotkäppchen, Mumm, Geldermann, Ruggeri Prosecco DOCG, Doppio Passo und Echter Nordhäuser. Im Jahr 2023 erzielte das Unternehmen mit seinen neun Standorten einen Gesamtumsatz von 1,3 Milliarden Euro.

[www.rotkaeppchen-mumm.de](http://www.rotkaeppchen-mumm.de)



# ROTKÄPPCHEN-MUMM

## Bildmaterial



© Rotkäppchen-Mumm

Ja zu Traditionen – aber so, wie es uns gefällt



© Rotkäppchen-Mumm

Ob klassisch, low oder no Alkohol: Freiheit in der Getränkewahl



© Rotkäppchen-Mumm

Wann und wie wir uns etwas Gutes tun, entscheiden wir gerne selbstbestimmt und frei



## ROTKÄPPCHEN-MUMM



© Svetlana Damjanac / iStock

Freiheit, Individualität und Zusammenhalt prägen unseren Genuss zu Weihnachten und Silvester