

Pressemitteilung

Freyburg (Unstrut), 04. März 2025

Rotkäppchen launcht Secconade & Seccomate: Neue Sparkling-Mix-Kategorie für die GenZ (18+)

Rotkäppchen, Deutschlands führende Sektmarke, launcht eine Innovation im Getränkemarkt, die bereits vor der Markteinführung mit dem All Beverage Award ausgezeichnet wurde: Rotkäppchen Secconade & Seccomate – die neue Generation Sparkling Mix, kreiert für die GenZ (18+). Als First Mover etabliert Rotkäppchen damit eine neue Subkategorie im Markt, die spritzigen Secco im Low Alcohol Segment mit fruchtiger Limonade oder Mate kombiniert. Das Ziel: Wachstum in der Kategorie Ready-to-drink zu stimulieren.

Ready-to-drink-Produkte sind seit Jahren auf Erfolgskurs im Bereich alkoholischer Getränke¹. Mit Rotkäppchen Secconade & Seccomate gibt es jetzt eine Innovation im Sparkling-Mix-Markt, die die Bedürfnisse der jungen, kaufkräftigen Zielgruppe der GenZ (18+) optimal adressiert und drei zentrale Trends aufgreift: Natürlicher Geschmack, ein handliches Format für unterwegs und einen moderaten Alkoholgehalt. Bereits heute ist Rotkäppchen in der Altersgruppe zwischen 18 bis 29 Jahren fest etabliert: Nahezu jeder zweite² Sekttrinker der jungen Zielgruppe greift zu Rotkäppchen.

Einzigartiges Konzept trifft hohe Markenbekanntheit

Die Entwicklung der Range erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der Zielgruppe: Über 2.000 Vertreter der GenZ (18+) wurden im Rahmen verschiedener Marktforschungsstudien involviert. „Bei Rotkäppchen Secconade & Seccomate haben wir uns erstmals an den Trends hausgemachte Limonade, Schaumwein und Low-Alcohol orientiert. Auf dieser Basis haben wir einen innovativen Ready-to-Drink-Premix kreiert“, so Stephanie Schieszl, Marketing Director bei Rotkäppchen-Mumm. „Die Begeisterung der Trendsetter schon vor dem Launch ist sehr groß. Das einzigartige Konzept, gepaart mit der starken Markenbekanntheit und hohen Qualitätswahrnehmung von Rotkäppchen, sorgt für eine hohe Probierbereitschaft und großes

¹ Circana, RTD Mix Absatz & Umsatz, 2019 - 2024

² Best4Planning 2024

Kaufinteresse. Das macht die Range für Handel und Gastronomie zu einer attraktiven Neuheit mit starkem Absatzpotenzial. Dass wir bereits vor dem Launch mit dem All Beverage Award 2025 ausgezeichnet wurden, ist ein toller Start für unsere neue Sparkling Mix Range.“

Vier aufregende Sorten in der stylischen 0,33l-Flasche für unterwegs:

- **Secconade Zitrone:** Fruchtig-frischer Genuss. Spritzige Zitrone trifft prickelnden Secco. Der Klassiker für sonnige Tage und laue Abende. (5,5% vol.)
- Rotkäppchen **Secconade Pink Grapefruit:** Exotisch. Verführerisch. Die einzigartige Kombination aus Pink Grapefruit und Secco – süß, herb und unwiderstehlich kribbelnd. (5,5% vol.)
- Rotkäppchen **Secconade Blutorange:** Sonne im Glas. Die herbe Süße der Blutorange und prickelnder Secco sorgen für Good Vibes Only. (5,5% vol.)
- Rotkäppchen **Seccomate:** Der Energy-Kick. Herb-süßer Mategeschmack mit Koffeinboost begegnet spritzigem Secco. Für alle, die die Nacht zum Tag machen. (7% vol.)

Starke POS-Aktivierung und hohe Zielgruppendurchdringung

Rotkäppchen begleitet die Markteinführung von Secconade & Seccomate mit einer umfassenden Marketingkampagne für einen schnellen Awarenessaufbau in der Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen: Neben einer starken Präsenz im Out-of-Home-Bereich setzt die Marke auf digitale und Social-Media-Aktivitäten sowie Influencer-Kooperationen. Zahlreiche Sampling-Aktionen unter anderem auf Festivals oder zum Semesterbeginn an Universitäten sorgen zudem für eine hohe Reichweite und bieten Verkostungsmöglichkeiten. Im Mittelpunkt steht außerdem der POS, an dem eine gezielte Aktivierung die Probierbereitschaft steigern und eine hohe Rotation erzielen soll: Mit aufmerksamkeitsstarken Displays, Cross-Displays, Regal-Tools, Mix&Match 4er-Trägern und einer groß angelegten „Gratis-Testen“-Aktion sorgt Rotkäppchen von Anfang an für Sichtbarkeit, Bekanntheit und starke Impulskäufe. Darüber hinaus lädt die Marke wichtige Multiplikatoren, Trendsetter und Stakeholder zu einem exklusiven Launch-Event in Berlin, das die neue Sparkling-Mix-Kategorie prominent in Szene setzt.

Alle vier Sorten sind ab März 2025 deutschlandweit erhältlich (UVP 1,99€). Beliefert werden alle relevanten Handelsformate – von Vollsortimentern über den Discount bis hin zu GAM, GFGH und Convenience-Kanälen.

Über Rotkäppchen:

Rotkäppchen ist eine Marke aus dem Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut), die Generationen verbindet. Als erfolgreichste Sektmarke Deutschlands begeistert sie Konsumenten aller Altersgruppen und ist damit einzigartig auf dem deutschen Markt. Seit 1856 steht die traditionsreiche Rotkäppchen Sektkellerei für höchste Qualität und vollendeten Sektgenuss. Mit viel Erfahrung und Liebe werden Sekte und Weine bester Qualität kreiert. Das Produktportfolio umfasst das vielfältige Traditionssortiment, die elegante Flaschengärung, das sommerliche Weinmischgetränk Fruchtsecco, Qualitätsweine, die junge Linie Weinzeit!, den innovativen Ready-to-Drink Rotkäppchen Secconade & Seccomate, aus Secco und Limonade bzw. als Matevariante, Rotkäppchen Glühwein sowie entalkoholisierte Alternativen zu Sekt, Wein und Fruchtsecco. Rotkäppchen ist die offene und bodenständige Marke für jedermann. Sie steht im Leben vieler Menschen für die besonderen Augenblicke und trägt dazu bei, dass aus schönen Situationen erinnerungswürdige Momente werden.

www.rotkaeppchen.de

Foto: © Rotkäppchen

