



Pressemitteilung

Eltville am Rhein, 17.09.2020

Mumm & Co. inspiriert mit neuer Kampagne das Leben zu genießen

Mumm & Co. startet im Herbst mit einer neuen Kampagne im stationären Handel und weiteren Kanälen. Die beliebte Lifestyle-Marke, mit ihrem Hochpreis Sekt- und Alkoholfreisortiment, bietet seit April auch ausgesuchte Weine der beliebtesten deutschen Anbauregionen an. Mit der Sortimentserweiterung und der neuen Kampagne zeigt Mumm & Co. sein Gespür für Trends. Die Kernbotschaft: Das Leben ist zum Genießen da – und diesen Freiraum, sich bewusst etwas zu gönnen, kann sich jeder selbst schaffen. Am 21. September startet die deutschlandweite TV-Kampagne, die über alle digitalen Mumm & Co. Kanäle verlängert wird. Der Mix aus frischem Markenauftritt, dem Eintritt in die Weinkategorie und die vielseitigen Kommunikationsmaßnahmen tragen zur Präsenzsteigerung der Marke Mumm & Co. beim Konsumenten bei.

Vielversprechende Neuheiten für qualitätsbewusste Genießer

Mumm & Co. hält in diesem Jahr viele Überraschungen parat: Darunter der Eintritt in die Weinkategorie im Frühjahr 2020 und ein überarbeitetes Produktdesign. Das Highlight des Jahres ist die neue Kampagne, in deren Rahmen Mumm & Co. ab Herbst verschiedene zielgruppenspezifische Aktivierungen präsentiert: Von anlassbezogenen PoS-Aktionen über einen überarbeiteten Social Media Auftritt sowie einen neuen TV-Spot.

Im Zentrum der Kommunikation steht dabei das Thema Genuss und das Sekt- sowie das jüngst eingeführte Markenwein-Sortiment. Cathrin Duppel, Marketing Director der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, will mit der Kampagne dazu animieren, sich wieder mehr Freiräume für bewussten Genuss zu schaffen, um diesen zu zelebrieren: „Unser schnelllebiger Alltag und die aktuellen Herausforderungen machen es immer schwieriger, das Leben in vollen Zügen auszukosten. Dabei sehnen sich die Menschen zunehmend und gerade jetzt danach. Der Genuss gerät schnell ins Hintertreffen, so dass er quasi zu einer ‚bedrohten Art‘ wird. Daher möchten wir – im wahrsten Sinne des Wortes – den Mumm haben, uns eine bewusste Auszeit

1/4

Mumm & Co. | Pressekontakt: Tim Keppke, Agentur haebmau

Telefon: +49 30 726208-414
Tim.keppke@haebmau.de

Rosenthaler Str. 52
D-10178 Berlin
www.haebmau.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM



zum Genießen zu gönnen. Darauf richten wir mit unserer Markenkommunikation von Mumm & Co. den Fokus.“

Aktuelle Umfrageergebnisse bekannter Marktforschungsinstitute unterstreichen die zunehmende Relevanz der neuen Kernbotschaft von Mumm & Co. Ulrike Faust, Marketing Manager bei Mumm, war es wichtig, mit der Kampagne den aktuellen Zeitgeist zu treffen und die Verbraucher emotional abzuholen: „Im Zuge der Entwicklung unserer Kernbotschaft haben wir, unter anderem anhand von aktuellen Marktforschungsergebnissen, feststellen können, dass sich die Menschen insbesondere in außergewöhnlichen Zeiten einen proaktiven Beitrag ihrer Lieblingsmarken wünschen. Sie sollen vor allem optimistische Botschaften vermitteln. Mit unserer Kernbotschaft „Das Leben ist zum Genießen da!“ gehen wir auf dieses Bedürfnis ein und setzen unsere kontextbezogene, agile Herangehensweise innerhalb der Rotkäppchen-Mumm Kommunikationsstrategie fort.“

Im TV Spot lässt Mumm die Korken knallen und rückt auch den Wein in den Vordergrund

Sich die Freiheit zu nehmen, das Leben auf die eigene Art zu genießen, davon handelt der neue TV-Spot, der ab September deutschlandweit ausgestrahlt wird. Verantwortlich für die Idee, Umsetzung und Kreation der neuen Kampagne ist die Agentur Ogilvy. Die Lifestyle-Marke zeigt sich im TV-Spot als inspirierender Impulsgeber, der dazu einlädt das Hier und Jetzt zu genießen. Sie sorgt für den spontanen Genussmoment: Nach einem stressigen Tag zuhause ankommen und sofort loslassen ist nicht immer einfach. Der Knall bzw. Flug des Mumm Korkens fungiert nicht nur als Initiator, sondern ist ein Symbol, um „abzuschalten“ und sich eine Auszeit zu nehmen. Den Moment bewusst zu genießen, am besten gemeinsam mit Freunden. Denn: *Das Leben ist zum Genießen da – manchmal muss es eben Mumm sein.*

Das jüngst eingeführte Weinsortiment – bestehend aus einem Riesling, einem Chardonnay und einem Spätburgunder Rosé – wird im Zuge der Bewegtbildkampagne gezielt über einen Tag-on eingebunden. Damit erhält die heimische Weinrange die reichweitenstärkste Unterstützung, die es innerhalb der Kategorie von Markenwein in den letzten fünf Jahren gegeben hat. Zeitgleich mit dem TV-Spot werden auf den Owned und Paid Channels von Mumm & Co. unterschiedliche Aktivierungen sowie starke Markenkooperationen umgesetzt, um die Kampagne zielgruppengerecht zu verlängern.

2/4

Mumm & Co. | Pressekontakt: Tim Keppke, Agentur haebmau

Telefon: +49 30 726208-414
Tim.keppke@haebmau.de

Rosenthaler Str. 52
D-10178 Berlin
www.haebmau.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM



Aufmerksamkeitsstarke PoS Aktivierungen

Mit einem modernen Auftritt und aufmerksamkeitsstarken Aktivierungen am PoS werden bestehende und neue Kunden gleichermaßen begeistert. Besonders trendorientierte Verbraucher mit einem ausgeprägten Sinn für hochwertiges Design sollen noch gezielter angesprochen werden. Zur Unterstützung des Feiertagsgeschäfts wird ab Mitte Oktober ein mehrstufiges PoS-Aktivierungspaket zum Thema „Schenken und Genießen“ eingeführt. Dazu gehören Flaschenanhänger, die Raum für persönliche Grußbotschaften bieten, und limitierte Premium-Geschenkdosen, die durch ihre hochwertige Aufbereitung und Erscheinung eine ideale Geschenkidee rund um die Feiertage sind. Außerdem wird das Weinsortiment von Mumm durch ein gezieltes Kleinflaschensampling an verschiedenen Brand Touchpoints unterstützt, um so neue Probierkontakte zu generieren.

Material: Hochauflösendes Bildmaterial zur freien Verwendung unter Angabe des Copyright-Hinweises finden Sie [HIER](#) zum Download. (Copyright: Mumm & Co.)

Über Mumm & Co.:

Mumm ist die weltoffene, inspirierende Marke aus dem Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut). Der frische, feinperlige Premium-Sekt steht für die besonderen Genussmomente im Leben. Sorgfältig ausgewählte Weine höchster Qualität verleihen Mumm Sekt seinen elegant-trockenen Charakter und machen ihn zu einem geschmacklichen Erlebnis – und das bereits seit 1922. Mumm lässt sich in den Varianten Mumm Dry, Mumm Extra Dry, Mumm Rosé Dry und Mumm Dry Alkoholfrei sowie als Mumm Rosé Dry Alkoholfrei genießen. 2020 erweitert Mumm & Co. sein Produktportfolio mit einem Sortiment aus deutschen Markenweinen der Sorten Riesling, Spätburgunder Rosé und Chardonnay aus drei beliebten heimischen Weinregionen.

LINKS

www.mumm-co.de

<https://www.facebook.com/MummundCo>

<https://www.instagram.com/mummsekt/>

3/4

Mumm & Co. | Pressekontakt: Tim Keppke, Agentur haebmau

Telefon: +49 30 726208-414
Tim.keppke@haebmau.de

Rosenthaler Str. 52
D-10178 Berlin
www.haebmau.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM



Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

haebmau ag
Tim Keppke
Tel.: 030 726 208 414
Tim.Keppke@haebmau.de

4/4

Mumm & Co. | Pressekontakt: Tim Keppke, Agentur haebmau

Telefon: +49 30 726208-414
Tim.keppke@haebmau.de

Rosenthaler Str. 52
D-10178 Berlin
www.haebmau.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM