



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Freyburg (Unstrut), 19.12.2023

Rotkäppchen-Mumm Trendmonitor: Genuss zum Jahresende

Neujahrsvorsätze: Deutsche stoßen auf mehr Zeit mit Freunden und Familie an

Zusammen feiern und genießen: In schwierigen Zeiten gewinnt Gemeinschaft an Wichtigkeit. 42 Prozent der Deutschen nehmen sich für 2024 vor, mehr Zeit mit Familie und Freunden zu verbringen. In der Gen Z fassen sogar 55 Prozent diesen Vorsatz.¹ Damit landen die Liebsten vor den klassischen Neujahrsvorhaben mehr Sport zu treiben oder die Karriere voranzubringen.

In Zeiten der Permakrise steigt die Wertschätzung zwischenmenschlicher Beziehungen. Das zeigt nicht nur der Vorsatz, mehr Zeit mit Freunden und Familie verbringen zu wollen. Auch die kleinen Momente gewinnen an Bedeutung: Für 77 Prozent ist ein Treffen mit Freunden ein Grund zu Anstoßen. Drei Viertel der Befragten schätzen gemeinsame Genussmomente wie ein schönes Essen mit ausgewählten Getränken als kleine Auszeit vom Alltag.¹

„Die Gesellschaft möchte dem allgemeinen Stimmungstief etwas entgegen setzen, indem sie viel gemeinsame Zeit mit den Liebsten verbringt und gesellige Runden bei einem schönen Essen mit guten Getränken genießt, sagt Christof Queisser, CEO von Rotkäppchen-Mumm. „Dieses Bedürfnis, zwischenmenschliche Beziehungen zu stärken, spiegelt sich auch in der weiterhin steigenden Bedeutung traditioneller Festlichkeiten: Für 62 Prozent sind Traditionen ein wichtiger Anker in Krisenzeiten¹; seit 2021 ist ihre Bedeutung um 36 Prozent gestiegen,“ so Queisser weiter. Ein Grund dafür: Weihnachten schafft für 74 Prozent, Silvester für 61 Prozent ein Gefühl von Zusammenhalt und Gemeinschaft.¹

¹ Repräsentative Umfrage durch Cint von 2.000 volljährigen Deutschen, die regelmäßig Wein, Schaumwein oder Spirituosen konsumieren. (13.10. bis 20.10.2023).



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Das Traditionsbewusstsein der Deutschen zeigt sich auch in der klassischen Getränkewahl: In der Vorweihnachtszeit wird Glühwein getrunken, Weihnachten gehören Wein und Sekt auf die Festtagstafel und an Silvester wird mit Schaumwein angestoßen.¹

Die Studie:

Die Trendstudie „Genusskultur“ von Rotkäppchen-Mumm und dem Trendbüro erscheint seit 2021 einmal jährlich zum Jahresende und widmet sich zentralen Fragen rund um Konsumverhalten, Vorlieben und Anlässe in einer veränderten Gesellschaft. Im Fokus stehen aktuell die Auswirkungen multipler Krisen auf das Genussverhalten. Die Studie kombiniert Erkenntnisse aktueller Quellen und Statistiken mit einer repräsentativen Befragung von 2.000 volljährigen Probanden. Die diesjährige Befragung wurde vom 13.10. bis 20.10.2023 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 2022 erzielte das Unternehmen mit seinen neun Standorten einen Gesamtumsatz von 1,2 Milliarden Euro.

www.rotkaeppchen-mumm.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Fotos (Credits Rotkäppchen-Mumm):





ROTKÄPPCHEN-MUMM

