



Pressemitteilung

Eltville, 06. Oktober 2025

Neue Kampagne

Mumm setzt neue Impulse im Alkoholfrei-Segment – mit erster Kampagne für alkoholfreien Sekt* in Deutschland

Der Trend zu alkoholfreien Genussprodukten ist ungebrochen. Der alkoholfreie Sektmarkt boomt und ist innerhalb von drei Jahren um 52 Prozent gewachsen.¹ Jetzt bekommt er neue Impulse durch Mumm: Die erste große Sektmarke Deutschlands startet eine reine Alkoholfrei-Kampagne. Unter dem Motto „Hab den Mumm, das Leben zu genießen“ stellt Mumm die Freiheit der Wahl in den Mittelpunkt. Mit der neuen Kommunikation knüpft die Marke an das Rekordjahr 2024 (+7% Umsatz) an und festigt ihre Position als mutiger Innovationsführer im Sektmarkt.

Die Kampagne ist eine strategische Antwort auf eine dynamische Marktentwicklung: Der Markt für alkoholfreien Sekt wächst rasant um +15,2 % zum Vorjahr auf 97,1 Mio. Euro und steigert seinen Marktanteil innerhalb des Sekt- und Champagner Marktes um einen Prozentpunkt auf 6,8 %². Getragen wird diese Entwicklung unter anderem von dem tiefen Konsumentenwunsch nach mehr Wahlfreiheit: Rund 90 Prozent der Verbraucher haben alkoholfreien Sekt bereits probiert oder ziehen dies in Betracht, während 78 Prozent sich beim Anstoßen bewusst für ein Getränk ihrer Wahl entscheiden möchten³. Mumm Alkoholfrei* ist dabei ein maßgeblicher Treiber dieses Wachstums: Mit einer Umsatzsteigerung von +16,1 % übertrifft die Marke den Marktdurchschnitt und konnte zudem die Wiederkaufsrate sowie die Käuferreichweite um jeweils einen Prozentpunkt erhöhen⁴.

¹ Circana, LEH >= 200qm + DM + GAM + C&C nach Geschäftstyp, Alkoholfreier Sekt, Umsatz, MAT Aug 2025

² Circana, LEH >= 200qm + DM + GAM + C&C nach Geschäftstyp, Alkoholfreier Sekt, Umsatz, MAT Aug 2025

³ Rotkäppchen-Mumm Trendstudie zur Genusskultur in Deutschland 2024

⁴ Sim-It, YTD Aug. 2025, Mumm Alkoholfrei

1/3

Ogilvy Public Relations GmbH | Tugba Soybelli

Mobil: +49 172 8508131
tugba.soybelli@ogilvy.com

Völklinger Str. 33
40221 Düsseldorf



EIN UNTERNEHMEN DER ROTKÄPPCHEN-MUMM GRUPPE



Pionier im Alkoholfrei-Segment: Eine Kampagne, die Trends setzt

Der Anspruch, Vorreiter zu sein, hat bei Mumm Tradition: von der exklusiven „Lufthansa Cuvée“ 1974, die als erster Sekt über den Wolken eine völlig neue Genusswelt erschloss und Mumm zum Statussymbol machte, bis hin zur frühen Pionierrolle als einer der ersten Hersteller von alkoholfreiem Sekt*. An diese Geschichte knüpft Mumm nun an und startet als erste große Sektmarke eine reine Alkoholfrei-Kampagne über TV, Kino, Digital und Social Media. *„Mut ist Teil der Mumm-DNA. Mit „Hab den Mumm, das Leben zu genießen“, bringen wir diesen Markenkern auf den Punkt: Wir wollen Menschen inspirieren, sich ihre Genussmomente selbstbewusst und spontan zu nehmen“,* erklärt Stephanie Schieszl, Marketing Director bei Rotkäppchen-Mumm. *„Es geht nicht um Verzicht, sondern um Vielfalt. Deshalb zeigen wir am Ende des Spots bewusst unser gesamtes Portfolio – mit und ohne Alkohol. Es geht um die Freiheit, jeden Augenblick nach den eigenen Vorstellungen zu genießen.“*

360°-Aktivierung für maximale Reichweite

Die Kampagne wird ab dem 6. Oktober auf allen relevanten Kanälen ausgespielt, um für eine maximale Präsenz zu sorgen:

- **TV & Kino:** Aufmerksamkeitsstarke 20-Sekunden-Spots für fünf Wochen im TV und bis Ende Dezember im Kino.
- **Digital:** Präsenz auf YouTube und den Streamingdiensten Joyn, Disney+ und Sky.
- **Social Media:** Umfassende Präsenz auf Instagram, Facebook und Pinterest, ergänzt durch gezielte Influencer-Aktivierung.
- **POS:** Integration der Kampagne auf Displays ab 2026 direkt im Handel.

Der neue TV-Spot: Eine Vision, die Konsumenten zu selbstbewusstem Genuss inspiriert

Der 20-sekündige Spot – eine Länge, die Mumm seit Jahren erstmals wieder einsetzt und bewusst für intensives Storytelling nutzt – öffnet mit einer urbanen Szenerie. Schritte hallen, Stimmen und Verkehrslärm füllen die Luft. Eine junge Frau tritt aus einer Unterführung, als sich vor ihr eine überdimensionale Mumm-Flasche erhebt. Als ihre Hand über die kühle Oberfläche streift, verschwimmen die Geräusche der Stadt zu einem Tagtraum. Sonnenlicht, Musik, Lachen, Gläserklirren. Sie tanzt ausgelassen auf einer Dachterrassenparty. Die Magie endet hier aber nicht im Traum: Als ein Korken vor ihr auf dem Boden landet, wird sie zurück in die Realität geholt. Blinzelnd richtet sie den Blick nach oben und wird von den fröhlich feiernden Menschen auf dem Dach herangewunken. Im nächsten Moment ist sie mittendrin,

2/3

Ogilvy Public Relations GmbH | Tugba Soybelli

Mobil: +49 172 8508131
tugba.soybelli@ogilvy.com

Völklinger Str. 33
40221 Düsseldorf



EIN UNTERNEHMEN DER ROTKÄPPCHEN-MUMM GRUPPE



umgeben von der prickelnden Leichtigkeit des Augenblicks. Dazu heißt es: „Hab den Mumm, das Leben zu genießen“, gefolgt vom ikonischen „Manchmal muss es eben Mumm sein“. Der Spot schließt mit dem gesamten Mumm-Sortiment – eine Einladung, die Vielfalt des Genusses zu entdecken. Jüngste Marktforschungsergebnisse⁵ bescheinigen dem Spot ein herausragendes Potenzial, sowohl den kurzfristigen Absatz als auch die langfristige Markenbindung von Mumm signifikant zu stärken. Er gehört beispielsweise zu den Top 3% der erfolgreichsten von Kantar bewerteten Spots in der Kategorie „Genussfaktor“. Zudem trägt der Spot maßgeblich zur langfristigen Stärkung der Markenattraktivität bei und übertrifft hier 93% aller vergleichbaren Spots.

***Schäumendes Getränk aus entalkoholisierem Wein 0,0 % vol.**

Über Mumm & Co.

Mumm steht für die Freiheit, das Leben im Hier und Jetzt zu genießen. Dabei inspiriert Mumm, jedes Genusserlebnis individuell zu gestalten. Sorgfältig ausgewählte Weine höchster Qualität verleihen Mumm Sekt seinen elegant-trockenen Charakter und machen ihn zu einem geschmacklichen Erlebnis – und das bereits seit 1922.

Die Jahrgangssekt-Sorten Mumm Dry, Mumm Extra Dry und Mumm Rosé Dry sowie zwei alkoholfreie 0,0%-Varianten, Mumm Dry Alkoholfrei oder Mumm Rosé Dry Alkoholfrei, versprechen für jede Gelegenheit einen prickelnden Genuss. Für besonders glanzvolle Momente ergänzt Godefroy von Mumm, ein edler Rebsortensekt in Jahrgangsqualität in den Sorten Riesling Brut und Pinot Noir Rosé Dry, seit 2023 das Sortiment.

<https://www.mumm-co.de>

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

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

⁵ Kantar Studie, Rotkäppchen MUMM 'Alf' 'Dry' Germany Full Report, September 2025.

