



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Hintergrundinformation

Freyburg (Unstrut), 27.11.2024

Rotkäppchen-Mumm Trendstudie zur Genussskultur in Deutschland 2024: Die Ergebnisse in Kürze

Gemeinschaftliche Erlebnisse statt total digital

In einer Zeit, in der materielle Güter leicht verfügbar sind und der persönliche Austausch abnimmt, steigt der Wunsch nach „echten“ gemeinsamen Erlebnissen mit Erinnerungswert:

- Insgesamt jeder Fünfte möchte weniger online sein.
- 78 Prozent der 18- bis 29-Jährigen erachten das Schaffen von schönen Erinnerungen als wertvoller als den Besitz von Gegenständen.
- 62 Prozent der Altersgruppe zwischen 18 und 29 Jahren sehnen sich nach mehr sozialer Verbindung im echten Leben, 42 Prozent insgesamt.

Ja zu Traditionen, aber so wie es gefällt

Die Haltung zu Konventionen lockert sich zunehmend, traditionelle Feste als Ausdruck von Gemeinschaft und Zusammenhalt werden dennoch weiterhin wertgeschätzt:

- 73 Prozent der Befragten genießen es, dass bei traditionellen Festlichkeiten eine vertraute Gemeinschaft zusammenkommt.
- Für 69 Prozent der Befragten schafft Weihnachten ein Gefühl von Zusammenhalt.
- Für 62 Prozent ist die freie Interpretation in der Ausgestaltung von Traditionen wichtig.

Wann und wie wir genießen: Individuelle Auszeiten

Losgelöst von besonderen Anlässen tut man sich zwischendurch gerne etwas Gutes – ein Stück Schokolade, ein Wellness-Moment oder ein Glas Wein in guter Gesellschaft.

- 68 Prozent der Befragten geben an, dass sie in Genussmomenten ein besonderes Freiheitsgefühl empfinden.
- Für 75 Prozent sind Genussmomente essenziell für ein ausgeglichenes Leben.
- 89 Prozent der Befragten ist es wichtig, selbst den geeigneten Zeitpunkt für einen Genussmoment zu bestimmen.
- 30 Prozent ist es wichtig, sich auch im Alltag bei Genussmomenten Premiumprodukte zu gönnen.

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

Freiheit bei der Getränkewahl

Die eigenen, authentischen Bedürfnisse in den Vordergrund zu stellen, führt – auch jenseits des Themas „alkoholfrei“ – zu einer ansteigenden Befreiung von Konventionen.

- 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.
- Trotz der bereits breiten Produktauswahl in diesem Segment wünschen sich 57 Prozent der Befragten zwischen 18 und 29 Jahren ein größeres Angebot im alkoholfreien Bereich, ebenso viele im low Alkohol Bereich.

KI hält Einzug in die Kaufentscheidung

Insbesondere die „Digital Natives“ schätzen die Einfachheit von KI-Anwendungen als Unterstützung beim Einkauf.

- 19 Prozent der Befragten haben bereits positive Erfahrungen mit Empfehlungen von digitalen Tools wie ChatGPT und Wine.Finder gemacht, unter den 18- bis 29-Jährigen sogar 32 Prozent.
- Die persönliche Beratung bleibt aber dennoch erste Anlaufstelle: Für den Kauf einer Flasche Wein, Schaumwein oder einer Spirituose schätzen 46 Prozent der Befragten Empfehlungen von Familie und Freunden am meisten.

Die vierte Ausgabe der Rotkäppchen-Mumm Trendstudie zur Genusskultur:

Die Studie entstand in Zusammenarbeit mit Bonsai Research als Experten für gesellschaftlichen Wandel, sowie dem Panel-Anbieter Bilendi. Als Grundlage für die Recherchearbeit und die Hypothesenbildung dienten Bonsai Research interne Forschungsdaten, zusätzliche Quellen wie GfK, Werteindex, Global Web Index sowie Daten des Statistischen Bundesamts und des Edelman Trust Barometer. Die erhobenen Daten stammen aus der repräsentativen Bilendi-Befragung (04. bis 11. Oktober 2024) von 1.500 Personen über 18 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland, die gelegentlich bis regelmäßig Wein, Schaumwein und / oder Spirituosen konsumieren

Material: Hochauflösendes Bildmaterial zur freien Verwendung unter Angabe des Copyright-Hinweises steht Ihnen im Pressebereich von Rotkäppchen-Mumm zum Download zur Verfügung. Außerdem finden Sie [hier](#) eine Übersicht zur Trendstudie



ROTKÄPPCHEN-MUMM



Foto: Rotkäppchen-Mumm

Rotkäppchen-Mumm Trendstudie 2024: Gemeinschaftliche Erlebnisse im „echten Leben“ gewinnen an Bedeutung.

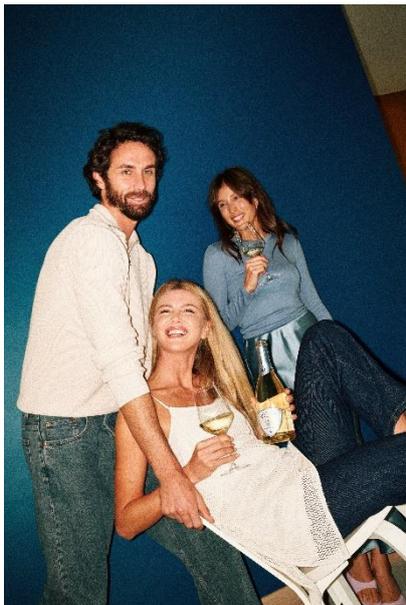


Foto: Rotkäppchen-Mumm

Rotkäppchen-Mumm Trendstudie 2024: Ob klassisch, low oder no Alkohol: Die Individualisierung des Genusses prägt auch die freie Getränkewahl.



ROTKÄPPCHEN-MUMM



Foto: Rotkäppchen-Mumm / Unsplash

Rotkäppchen-Mumm Trendstudie 2024: KI hält Einzug in die Kaufentscheidungen.