



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Eltville, 03.04.2023

Rotkäppchen-Mumm Trendmonitor

Aperitif: Geschmackvolles Multitalent erobert die Märkte

Beim Besuch im Restaurant, zum Familienfest oder beim gemütlichen Abend mit Freunden: Die Anlässe für den Genuss sowie die Herkunft des Aperitifs sind so facettenreich wie das Getränk selbst. Für Rotkäppchen-Mumm, deutscher Marktführer im Bereich Schaumwein und Spirituosen, ist der Aperitif mehr als nur ein Trend – er ist ein Spiegel zeitgemäßer, kreativer Genusskultur und aus dem Markenportfolio nicht mehr wegzudenken.

Aperitifs als gemischte Drinks vor einer Mahlzeit gibt es seit Ende des 18. Jahrhunderts. Mit dem Getränk sollte der Magen für das folgende Essen wortwörtlich geöffnet werden, denn das Wort leitet sich vom Lateinischen *aperire* (öffnen) ab. Üblicherweise sind die Drinks deswegen herb oder bitter, da diese Geschmacksnoten den Appetit anregen. „Bei den Deutschen, die als Weltmeister im Sektrinken bekannt sind, sind vor allem Aperitifs auf Schaumweinbasis beliebt: Von Kombinationen mit Sirup wie dem fruchtigeren Hugo bis hin zu herben Spritz-Varianten mit Spirituosen – Hauptsache, der Drink vor dem Essen prickelt“, erklärt Claudia Burgdorf, Leiterin der Marktforschungsabteilung/Category Management bei Rotkäppchen-Mumm.

Die steigende Beliebtheit des Aperitifs in Deutschland belegen auch die Marktzahlen: Die Käuferreichweite von Aperitif wuchs im Jahr 2022 entgegen dem Markttrend um knapp zehn Prozent. Auch die Intensität und Wiederkaufsrate entwickeln sich weiter positiv.¹ Insgesamt lag der Umsatz mit Aperitifs im vergangenen Jahr 14 Prozent höher als 2021 und damit mehr als 50 Prozent über dem Wert des Vor-Pandemie-Jahres 2019.²

„Als trendbewusste Markenmacher haben wir diese Entwicklung im Blick und passen unser Markenportfolio regelmäßig an: Mit CANONITA de Mallorca führen wir aktuell eine Neuheit auf dem deutschen und österreichischen Markt ein, die den Aperitif-Trend bedient“, so Jens Gardthausen, Leiter des Geschäftsbereichs Eggers & Franke bei Rotkäppchen-Mumm.

¹ GfK Consumer-Panel, Januar-Dezember 2022

² IRI YTD Dec. 2022, LEH >= 200 qm + DM + GAM + C&C

1/4

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm: Anne Schmidt, Leiterin Corporate Affairs & Communications

Telefon: +49 6123 606-283
presse@rotkaeppchen-mumm.de
www.rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1
D-65343 Eltville am Rhein



ROTKÄPPCHEN-MUMM



ROTKÄPPCHEN-MUMM

CANONITA de Mallorca überzeugt mit dem Geschmack der besten Orangen der Baleareninsel in Kombination mit mallorquinischen Kräutern. Als Spritz mit Sekt aufgegossen, ergibt sich ein sommerlicher Genuss.

Der Aperitif-Trend: Herkunft ungeklärt, Beliebtheit unangefochten

Um den Ursprung des Aperitifs – sowohl des Getränks als auch der Gepflogenheit – ranken sich viele Geschichten. Während der Apéro – moderne Abkürzung für Aperitif – in Frankreich ein Vermächtnis der Französischen Revolution sein soll, wetteifern in Italien Turin und Mailand seit Jahrzehnten um den Titel „Geburtsort des Aperitivo“. Unumstritten ist jedoch die Beliebtheit des Rituals, das in beiden Ländern mehr als nur ein anregendes Getränk ist. In Italien gehört der Aperitivo seit den 1980er Jahren zum Feierabend dazu: Bei einem Drink und Häppchen lassen die Italiener in Bars und Kneipen oder auf der Piazza den Tag ausklingen und stimmen sich auf das gemeinsame Abendessen ein.

In einigen Fällen wird auch beides verbunden: Beim Apericena – *cena* ist Italienisch für Abendessen – gibt es statt der Kleinigkeiten ein Buffet mit Speisen. Der in Frankreich beliebte Apéro ist auch in der Schweiz und Luxemburg bekannt. Im Gegensatz zu den Italienern ist es aber durchaus üblich, sich zu Hause zu treffen. Kleine Leckereien dürfen hier als Begleitung zum Drink ebenfalls nicht fehlen.

La dolce vita auch in Deutschland

Dank der mediterranen Lebensfreude, die der Aperitivo verspricht, verbreitet sich das Ritual auch hierzulande. „Wir sehen in Deutschland eine wachsende Zahl von sogenannten Aperitivo-Bars, deren gastronomisches Konzept ganz auf das italienische Vorbild ausgerichtet ist. Auf den Speisekarten stehen entsprechend Aperitifs sowie begleitende Kleinigkeiten“, so Jens Gardthausen.

Zudem löst sich das Anstoßen auf den Feierabend zunehmend vom Ende der Arbeitswoche. Die Ergebnisse der [Trendstudie](#) im Auftrag von Rotkäppchen-Mumm zeigen, dass 30 Prozent der Befragten sich auch unter der Woche zum Anstoßen mit Freunden treffen. In der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen sind es sogar 45 Prozent. Vor allem bei den jüngeren Verbrauchern³ trifft der Aperitif-Trend auf die Lust zu [cool sober drinking, dem bewussten alkoholfreien Genuss](#). „Dank der Vielzahl entalkoholisierter Alternativen zu Sekt, Wein und Spirituosen, die

³ GfK Haushaltspanel 2021
2/4

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm: Anne Schmidt, Leiterin Corporate Affairs & Communications

Telefon: +49 6123 606-283
presse@rotkaeppchen-mumm.de
www.rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1
D-65343 Eltville am Rhein



ROTKÄPPCHEN-MUMM



ROTKÄPPCHEN-MUMM

es mittlerweile gibt, lassen sich beide Trends problemlos miteinander kombinieren“, so Jens Gardthausen.



© Rotkäppchen-Mumm

Der Aperitif als italienisches Feierabendritual, sich mit einem Drink und kleinen Snacks auf den Abend einzustimmen, wird auch in Deutschland immer beliebter

3/4

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm: Anne Schmidt, Leiterin Corporate Affairs & Communications

Telefon: +49 6123 606-283
presse@rotkaeppchen-mumm.de
www.rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1
D-65343 Eltville am Rhein



ROTKÄPPCHEN-MUMM



ROTKÄPPCHEN-MUMM



© CANONITA de Mallorca

Bringt mediterrane Lebensfreude nach Deutschland: CANONITA de Mallorca aus den besten Orangen der Baleareninsel

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

4/4

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm: Anne Schmidt, Leiterin Corporate Affairs & Communications

Telefon: +49 6123 606-283
presse@rotkaeppchen-mumm.de
www.rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1
D-65343 Eltville am Rhein



ROTKÄPPCHEN-MUMM