

Die Rotkäppchen-Mumm Trendstudie 2024:

WIE DAS FREIHEITSBEDÜRFNIS UNSERE GENUSSKULTUR PRÄGT

Trendstudie | © 2024

Die Rotkäppchen-Mumm Studie zur Genussskultur in Deutschland untersucht seit inzwischen vier Jahren, wie gesellschaftliche Entwicklungen und Trends unsere Genussvorlieben beeinflussen. Eingebettet in wiederkehrende, zentrale Fragestellungen rund um das Kaufverhalten, Vorlieben und Anlässe gilt in der neuen Ausgabe das besondere Augenmerk dem ersten Platz des Werte-Indexes in Deutschland: Freiheit. Den Menschen ist es wichtiger denn je, selbstbestimmt zu handeln, sich frei zu bewegen und frei zu entscheiden, wer sie sind, wie sie sich

kleiden und welcher Community sie angehören. Die Haltung zu Konventionen lockert sich zunehmend und prägt dabei auch den Rahmen für Genussmomente. Die Wertschätzung von traditionellen Festen als Ausdruck von Gemeinschaft und Zusammenhalt bleibt dennoch auf einem hohen Niveau. Die aktuellen Erkenntnisse zeigen eine spannende Momentaufnahme der Konsumenten-Vorlieben im Spannungsfeld zwischen Freiheitsdrang, Trends, Normen und einer fortschreitenden Digitalisierung.

1 Wann und wie wir uns etwas Gutes tun, entscheiden wir gerne selbstbestimmt und frei.

89% möchten selbst den geeigneten Zeitpunkt für ihren Genussmoment bestimmen.

Für **68%** bedeutet **GENUSS** = Gefühl von Freiheit



Für **30%** ist es wichtig, sich auch im Alltag Premiumprodukte zu gönnen.

2 Erlebnisse mit Erinnerungswert im „echten Leben“ statt Produkt-Konsum und total digital.

62% der 18- bis 29-Jährigen
46% Insgesamt
sehnen sich nach mehr sozialer Verbindung im echten Leben.

21% der 18- bis 29-Jährigen möchten weniger „online sein“.

61% der Befragten geben ihr Geld gern für besondere Erlebnisse aus.



+20 Prozentpunkte*
61% Insgesamt
73% der 18- bis 29-Jährigen
wünschen sich **mehr Zeit** mit Freunden und Familie.
* gegenüber dem Vorjahr

Für **78%** der 18- bis 29-Jährigen ist das Schaffen **schöner Erinnerungen wichtiger** als der Besitz von Gegenständen.

3 Ja zu Traditionen – aber so, wie es uns gefällt.

TRADITIONELLE FESTLICHKEITEN

73% genießen es, dass bei traditionellen Festlichkeiten eine vertraute Gemeinschaft zusammenkommt.



Für **62%** ist die freie Interpretation von Traditionen wichtig.



66% feiern Weihnachten aus freier Entscheidung (und weniger aus religiösem oder traditionellem Pflichtbewusstsein).



66% feiern Weihnachten mehr mit eigenen Traditionen.



Für **77%** steht die Gemeinschaft mehr im Vordergrund als die Geschenke.

DIE **TOP 3** WÜNSCHE FÜRS KOMMENDE JAHR

Gesundheit **66%**
Eine bessere Zukunft **45%**
Gemeinschaft **35%**

4 Ob klassisch, low oder no Alkohol: Freiheit bei der Getränkewahl.

ES GIBT ETWAS ZU FEIERN:



78% DER BEFRAGTEN MÖCHTEN SICH BEIM ANSTOSSEN FÜR EIN GETRÄNK IHRER WAHL ENTSCHEIDEN (ANSTATT SICH DEN ANDEREN ANZUSCHLIESSEN).



61% FINDEN BEWUSSTEN GENUSS BESSER ALS VERZICHT.

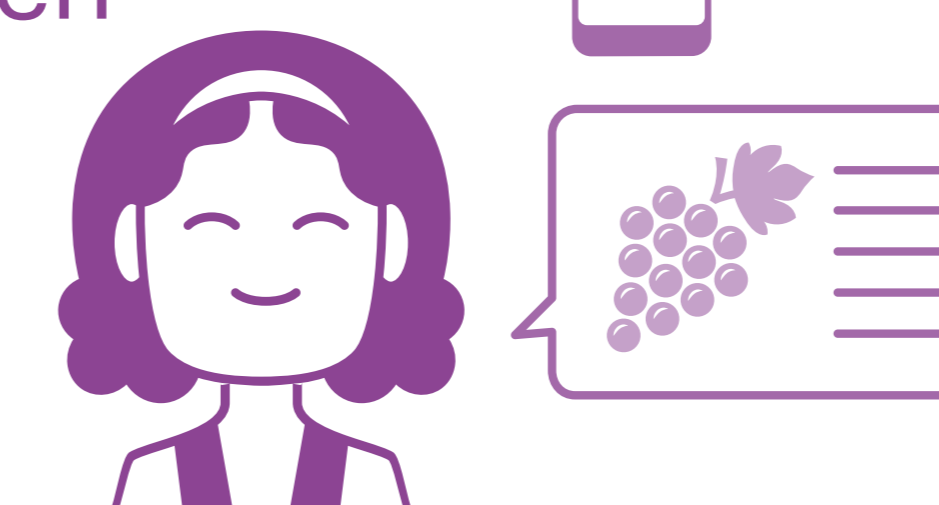
57% der 18- bis 29-Jährigen wünschen sich mehr Auswahl an alkoholfreien Varianten.



5 KI hält Einzug in die Kaufentscheidung.

Die **Top 3 Quellen**, um sich über alkoholische Getränke zu informieren:

- 46%** Freunde und Familie
- 42%** Fachgeschäft
- 38%** Online-Quellen



19% Insgesamt
32% der 18- bis 29-Jährigen
haben bereits positive Erfahrungen mit Empfehlungen von **ChatGPT, Wine.Finder oder einem anderen digitalen Service** gemacht.



20% haben die Empfehlungen von **Influencern** für Kaufentscheidungen genutzt.

