



# Pressemitteilung

Eltville am Rhein, 20.01.2022

Das Leben ist zum Genießen da:

## **100 Jahre Mumm: Die Erfolgsmarke feiert Geburtstag und stellt sich mit einem starken Jubiläumsjahr für die Zukunft auf**

**Seit nunmehr 100 Jahren bringt Mumm traditionelle Werte gekonnt mit dem Lebensgefühl der Gegenwart in Einklang „Das Leben ist zum Genießen da“, so versteht sich die Sektmarke Mumm und feiert dies anlässlich des Jubiläums mit einer starken 360°-Kampagne, die neben einer limitierten Celebration-Edition zahlreiche Highlights zu bieten hat. 2022 steht ganz im Zeichen von Offenheit und Freiheit. Die Offenheit, Neues zu entdecken und die Freiheit, sich immer wieder eine kleine Auszeit vom Alltag zu nehmen. Mumm hat sich in den letzten 100 Jahren als eine der bekanntesten deutschen Sektmarken etabliert und ist dabei ihren Wurzeln immer treu geblieben. Gleichzeitig hat sich die Lifestylemarke an die veränderten Bedürfnisse ihrer Verbraucher angepasst. Dank dieses Erfolgsrezepts ist Mumm heute aus den deutschen LEH-Regalen nicht mehr wegzudenken.**

### **Eine starke Marke feiert im Hier und Jetzt**

Die Erfolgsmarke aus dem Rheingau kennen 81% der Deutschen. Das ist einer der höchsten Werte der Branche.<sup>1</sup> Von Generation zu Generation wurde der Lebensstil, den die Marke verkörpert, weitergegeben. Der Claim „Manchmal muss es eben Mumm sein“ ist jedem im Ohr, wenn er an den begehrten Sekt denkt. Kein Wunder: Der Claim ist einer der bekanntesten im gesamten Sektmarkt. Seit den 80er-Jahren erinnert er uns daran, die besonderen Momente zu feiern. Und bleibt so bis heute im Kopf. Früher war Mumm mit „Mumm Selection“ der High Society vorbehalten. Heute ist Mumm die drittstärkste Marke im deutschen Sektmarkt. „Auch im Jubiläumsjahr dreht sich alles um unsere Kernbotschaft ‚Das Leben ist zum Genießen da‘“, sagt Cathrin Duppel, Geschäftsleiterin Sekt & Wein und Director Strategic Marketing & Digital bei Rotkäppchen-Mumm. „Mumm ist eine hochwertige Lifestyle-Marke, die seit Generationen geschätzt wird und in der Sektcategory immer wieder neue Impulse gesetzt hat. Das nehmen

---

<sup>1</sup> externes Marktforschungsinstitut Kantar, 08/2021  
1/4

haebmau | Pressekontakt: Nicole Raseck, Agentur haebmau

Telefon: +49 3072 6208 419  
Mobil: +49 151 68840074  
nicole.raseck@haebmau.de

Rosenthaler Str. 52  
D-10178 Berlin  
www.haebmau.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM



wir zum Anlass, im Hier und Jetzt zu feiern und uns mit unserer Leidenschaft für modernen Genuss auf die Zukunft vorzubereiten.“ 2022 feiert Mumm mit vielen Highlights am POS, im Internet und auf den Social-Media-Kanälen sowie im TV, bei Sponsorings und starken Kooperationen – auf die nächsten 100 Jahre.

### **Ganzjährige Design-Integration an allen Touchpoints**

Um das Jubiläum auch als kommunikative Klammer an allen Touchpoints zu nutzen, wird es im Jubiläumsjahr ein passendes Jubiläumselement geben, das auch direkt am Produkt zu sehen sein wird.

Das „100-Jahre-Emblem“, das neben der Kommunikation des Alters auch den hohen Qualitätsanspruch hervorhebt, schmückt die Flaschen sowie die Umkartons. Selbst der für Mumm so bedeutende Korken, der ein wichtiges Asset im TV-Spot darstellt, kennzeichnet das 100-Jahre-Emblem. Zudem wird es auf weiteren POS-Tools, im Social-Media-Auftritt und auch im TV in den Fokus gerückt.

Die 360°-Kommunikation im Jubiläumsjahr umfasst:

- TV und Online-Bewegt看
- POS-Aufbauten
- Social-Media-Kommunikation
- Sponsorings
- starke Kooperationen
- und als besonderes Produkt- und Designhighlight: die limitierte Celebration-Edition

### **Ein Grund zum Feiern: die Celebration-Edition**

Für das Jubiläumsjahr hat Mumm etwas ganz Besonderes geplant: Von März bis Mai 2022 wird es im Lebensmitteleinzelhandel eine limitierte Celebration-Edition der drei Jahrgangssektorten geben. Die Flaschen des Mumm Dry, Mumm Extra Dry und Mumm Rosé Dry erscheinen im modernen 20er-Jahre-Design. Dabei wird der für die 20er-Jahre charakteristische Art déco ins Hier und Jetzt übertragen. Das Besondere: Die Limited-Edition wurde statt im herkömmlichen Sleeve-Druck im Glas-Direktdruck veredelt. Dadurch kann auf Plastik verzichtet werden. So stellt sich Mumm zukunftsorientiert auf. Neben aufmerksamkeitsstarken POS-Aufbauten wird die Celebration-Edition von einer zielgruppenorientierten Social-Media-Kampagne sowie passenden Sponsorings begleitet.

2/4

haebmau | Pressekontakt: Nicole Raseck, Agentur haebmau

Telefon: +49 3072 6208 419  
Mobil: +49 151 68840074  
nicole.raseck@haebmau.de

Rosenthaler Str. 52  
D-10178 Berlin  
www.haebmau.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM



Aber das war es noch nicht: Zum Jahresausklang 2022 von Oktober bis Dezember, in der Zeit des Schenkens und Genießens, wird eine limitierte Geschenkdose ebenfalls im Art-déco-Stil im Einzelhandel erhältlich sein, um die „neuen“ Goldenen Zwanziger zu feiern. Zum Saisonhöhepunkt werden POS-Aufbauten im Einzelhandel die drei Sorten Mumm Dry, Mumm Extra Dry und Mumm Rosé Dry gemeinsam mit Mumm Alkoholfrei prominent in Szene setzen.

### **Eine Erfolgsgeschichte**

Mumm richtet den Blick in die Zukunft, ohne dabei die beeindruckende Geschichte zu vernachlässigen. 1922 gründet Godefroy H. von Mumm in Frankfurt am Main das Sekthaus „Godefroy H. von Mumm & Co.“. Seitdem ist viel passiert, und Mumm gelang es immer wieder, ein besonderes Gespür für den Zeitgeist unter Beweis zu stellen: 1974 wird die „Mumm Selection“ eingeführt, ein Meilenstein für Mumm. Fliegen war zu dieser Zeit sehr kostspielig und so nur der High Society vorbehalten. Die Begehrlichkeit war geweckt. 1998 stellt Mumm als erste Marke den „No-Label-Look“ vor. 2009 wird Mumm Rosé Dry entwickelt. Es folgen Art-Editionen, die unter anderen mit Illustratorin Anja Kroencke, Typografen Alex Trochut und Modefotograf Christian Schuller umgesetzt wurden. 2017 erweitert Mumm das Sortiment um den Dry Alkoholfrei und seit 2020 gibt es die Mumm-Weinlinie aus heimischen Rebsorten. Mumm beweist seit 100 Jahren Offenheit für Neues und das Verständnis, das Leben als eine inspirierende Genuss-Reise zu sehen.

### **Über Mumm & Co.:**

Mumm ist die weltoffene, inspirierende Marke aus dem Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut). Der frische, feinperlige Premium-Sekt steht für die besonderen Genussmomente im Leben. Sorgfältig ausgewählte Weine höchster Qualität verleihen Mumm Sekt seinen elegant-trockenen Charakter und machen ihn zu einem geschmacklichen Erlebnis – und das bereits seit 1922. Mumm lässt sich in den Varianten Mumm Dry, Mumm Extra Dry, Mumm Rosé Dry und Mumm Dry Alkoholfrei sowie als Mumm Rosé Dry Alkoholfrei genießen. 2020 erweitert Mumm & Co. sein Produktportfolio mit einem Sortiment aus deutschen Markenweinen der Sorten Riesling, Spätburgunder Rosé und Chardonnay aus drei beliebten heimischen Weinregionen.

### **Links:**

[www.mumm-co.de](http://www.mumm-co.de)

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

3/4

**haebmau | Pressekontakt: Nicole Raseck, Agentur haebmau**

Telefon: +49 3072 6208 419  
Mobil: +49 151 68840074  
[nicole.raseck@haebmau.de](mailto:nicole.raseck@haebmau.de)

Rosenthaler Str. 52  
D-10178 Berlin  
[www.haebmau.de](http://www.haebmau.de)



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Mumm  
& Co.

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

Foto:



4/4

haebmau | Pressekontakt: Nicole Raseck, Agentur haebmau

Telefon: +49 3072 6208 419  
Mobil: +49 151 68840074  
nicole.raseck@haebmau.de

Rosenthaler Str. 52  
D-10178 Berlin  
www.haebmau.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM