Alkoholfreies Angebot testen

Praxiswissen für Weinbetriebe

Neufassung · 11. November 2026

Ein überschaubarer Einstieg für Weinbetriebe

Alkoholfreie Angebote können Menschen ansprechen, die bei einem bestimmten Anlass auf Alkohol verzichten möchten. Prüfen Sie mit einem kleinen Test, welche Produkte Ihre Kunden tatsächlich nachfragen und wieder kaufen.

Mit dem Anlass beginnen

Fragen Sie Ihre Gäste, was sie zu einem Essen, beim Empfang oder während einer Veranstaltung trinken möchten. Leiten Sie aus einer Produktkategorie keine einheitliche Zielgruppe ab. Motive und Erwartungen können sich je nach Situation unterscheiden.

Produkte sinnvoll auswählen

Entalkoholisierte Weine und Getränke auf Trauben- oder anderer Basis sind unterschiedliche Angebote. Vergleichen Sie Geschmack, Zutaten, Produktangaben, Gebinde und Bezugskonditionen. Erklären Sie die Kategorie zutreffend. Alkoholfrei bedeutet nicht automatisch einen Alkoholgehalt von genau null.

Einen kleinen Test vorbereiten

- ☐ Wir haben einen konkreten Einsatz und eine begrenzte Produktauswahl festgelegt.
- ☐ Produktbezeichnungen und vorhandene Herstellerinformationen sind geprüft.
- ☐ Einkauf, Versand, Lagerung, Haltbarkeit und Preis passen zur geplanten Menge.
- ☐ Das Team kann die Produkte verständlich erklären und ausschenken.
- ☐ Wir erfassen neben Zustimmung auch tatsächliche Käufe und Wiederkäufe.

Anlass Produktauswahl und Testzeitraum

_____

Rückmeldungen erfassen

Frage	Notiz
Was gefällt geschmacklich	
Zu welchem Anlass passt das Getränk	
Welche Alternative wurde bisher gewählt	
Wird zum angebotenen Preis tatsächlich gekauft	
Gibt es nachvollziehbare Wiederkäufe	

Das Ergebnis wirtschaftlich einordnen

Beurteilen Sie Nachfrage, Beitrag nach variablen Kosten und den Aufwand in Beratung und Lagerhaltung gemeinsam. Eine positive Verkostungsrückmeldung allein ist noch kein tragfähiger Absatznachweis.

Studien richtig nutzen

Die qualitative Zielgruppenanalyse der DHBW Heilbronn vom 11. Dezember 2020 kann helfen, unterschiedliche Motive zu erkennen. Die damaligen Interviews bilden keine aktuelle repräsentative Verteilung des Marktes ab. Das Original bleibt unverändert als Hintergrundmaterial zugänglich.

Aktuelle Orientierung

Deutsches Weininstitut zu alkoholfreien Weinen und Sekten

Nennen Sie in Angeboten die tatsächlichen Produkteigenschaften. Pauschale Eignungsversprechen für Menschen mit medizinischen oder anderen persönlichen Anforderungen gehören nicht in diesen Sortimentsleitfaden.

Unsere Entscheidung nach dem Test

Vertiefung am Praxisbeispiel

Praxisfall: Ein Angebot für einen konkreten Anlass

Ein Weingut möchte bei Empfängen eine alkoholfreie Alternative anbieten. Es vergleicht zunächst zwei geeignete Produkte statt sofort ein breites Sortiment aufzubauen. Die Auswahl richtet sich nach Geschmack, Essen, Ausschank und Preis. Menschen verzichten aus unterschiedlichen Gründen auf Alkohol. Daraus entsteht keine einheitliche Zielgruppe mit denselben Erwartungen. Die qualitative Weinnova-Forschung liefert hierfür Motive, aber keine heutige repräsentative Marktverteilung. [Q057, Q058, Q059]

Die Kategorie verständlich erklären

Entalkoholisierter Wein entsteht aus Wein, dem durch geeignete Verfahren Alkohol entzogen wird. Ein Getränk auf Traubenbasis kann eine andere Zusammensetzung und rechtliche Einordnung haben. Prüfen Sie Produktbezeichnung, tatsächlichen Alkoholgehalt und Herstellerinformationen. Alkoholfrei bedeutet nicht zwangsläufig genau 0,0 Prozent. Vermeiden Sie pauschale Eignungszusagen für Schwangerschaft, Erkrankungen oder andere persönliche Anforderungen. [Q052, Q055, Q056, Q060]

Ein Test mit Kaufentscheidung

Laden Sie eine überschaubare Gruppe zu einer freiwilligen Verkostung ein. Fragen Sie zuerst nach Anlass und bisheriger Erfahrung. Danach erfassen Sie Geschmackseindruck, Kaufbereitschaft zum tatsächlichen Preis und tatsächlichen Kauf. Im nächsten Schritt prüfen Sie Wiederkäufe. Eine spontane Zustimmung beim kostenlosen Probieren ist ein anderes Ergebnis als eine Bestellung. Die Fragen bleiben neutral: ‚Was gefällt Ihnen, was stört Sie?' hilft mehr als ‚Das schmeckt doch fast wie Wein, oder?'

Die Wirtschaftlichkeit gehört dazu

Fiktives Beispiel, netto: Ein Produkt bringt nach Einkauf und variablen Verkaufskosten 2,50 Euro je Flasche. 80 verkaufte Flaschen ergeben 200 Euro Deckungsbeitrag. Eine Verkostungsaktion kostet 120 Euro für Proben, Material und kalkulierte Arbeitszeit. Es bleiben 80 Euro vor weiteren nicht berücksichtigten Aufwendungen. Nicht verkaufte oder ablaufende Ware verschlechtert das Ergebnis. Setzen Sie deshalb Menge und Testdauer bewusst fest.

Aus Marktwachstum folgt keine lokale Nachfrage

Das DWI berichtet über eine wachsende Bedeutung alkoholfreier Weine. Das begründet einen Test, aber keine automatische Sortimentserweiterung in jedem Betrieb. Treffen Sie die Entscheidung anhand Ihrer Kunden, wiederholter Käufe, Lieferfähigkeit und wirtschaftlichen Ergebnisse. Veröffentlichen Sie aktuelle Marktwerte immer mit Bezugsjahr und Quelle. Die Angebotsliste eines Lieferanten aus 2021 wird dadurch nicht wieder aktuell. [Q011, Q054]

Wenn Sie Unterstützung wünschen

Wir unterstützen Sie bei Positionierung, Testangebot, Produktkommunikation und Auswertung. Für die korrekte Produktkategorie und Kennzeichnung ziehen Sie Ihre Lieferantenunterlagen und die zuständige Weinüberwachung hinzu.

Kontakt: info@dasteam.de

Quellen und Vertiefung

Redaktionell geprüft am 11. November 2026. Die Beispiele und Rechenfälle sind eigene, fiktive Übertragungen auf den Betriebsalltag. Quellen belegen Grundlagen und Einordnung. Sie sind keine Nachweise für die Ergebnisse der fiktiven Betriebe.

Q011 DWI: Alkoholfreie Weine immer beliebter, 14.03.2026
https://www.deutscheweine.de/news-medien/meldungen/meldung/1675/alkoholfreie-weine-immer-beliebter

Q052 Deutsches Weininstitut: Alkoholfreie Weine und Sekte
https://www.deutscheweine.de/wein-speise/420/alkoholfreie-weine-und-sekte/

Q054 12 months, 12 resolutions: Dealcoholisation of wines | OIV
https://www.oiv.int/press/12-months-12-resolutions-dealcoholisation-wines

Q055 Dealcoholisation of wines | OIV
https://www.oiv.int/de/standards/international-code-of-oenological-practices/part-ii-oenological-treatments-and-practices/wines/dealcoholisation-of-wines

Q056 Beverage obtained by dealcoholisation of wine | OIV
https://www.oiv.int/standards/international-code-of-oenological-practices/part-i-definitions/products-derived-from-grapes%2C-grape-must-or-wine/beverage-obtained-by-dealcoholisation-of-wine

Q057 Weinnova
https://www.heilbronn.dhbw.de/forschung-transfer/studiengangspezifische-forschung/vermarktung-alkoholfreier-weine/

Q058 DHBW Heilbronn: Weinnova, Delphi-Ergebnisse 2021
https://www.heilbronn.dhbw.de/fileadmin/user_upload/dhbw/downloads/Forschung/211102_Weinnova_Ergebnisse_Delphi-Studie.PDF

Q059 DHBW Heilbronn: Alkoholfreie Weine, Fachartikel 2021
https://www.heilbronn.dhbw.de/fileadmin/user_upload/dhbw/downloads/UEber_uns/2021_ddw03_26-28_Alkoholfrei_ipad.pdf

Q060 EU-Kommission: Fragen und Antworten zur Entalkoholisierung von Wein, C/2024/694
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:52024XC00694

Q045 EUR-Lex - 52023XC01190 - EN - EUR-Lex
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=OJ%3AC_202301190