

Zusammenfassung der Diplomarbeit:

Die Rolle alkoholfreier Weine in der modernen Gastronomie: Trends, Herausforderungen und Chancen für die Weinkarte der Zukunft

Fabian Kohler
Kandidat Nr. 220013

Datum, 9.1.2026

Motivation für die Arbeit

Als Weinhändler, welcher eng mit der Gastronomie verbunden ist, wird es zunehmend spürbar, dass der klassische Weinkonsum kontinuierlich zurückgeht, und Gäste vermehrt nach Alternativen fragen, die ohne oder mit deutlich weniger Alkohol auskommen. Dieser Wandel stellt nicht nur Gastronomiebetriebe, sondern auch den Weinhandel vor die Herausforderung, neue Angebotsformen zu entwickeln, die zeitgemässen Konsumgewohnheiten entsprechen. Gleichzeitig besteht eine Verantwortung gegenüber den Winzern, mit denen langfristige Partnerschaften gepflegt werden, sodass Alternativen bevorzugt auf Weinbasis gesucht werden, um deren Wertschöpfung zu sichern und bestehende Kompetenzen zu nutzen.

Parallel dazu befindet sich die moderne Gastronomie in einem tiefgreifenden Transformationsprozess, der von Trends wie Gesundheitsbewusstsein, Nachhaltigkeit und Inklusion geprägt ist. Immer mehr Gäste möchten Genuss ohne die negativen Effekte von Alkohol erleben, sei es aus gesundheitlichen, religiösen oder Lifestyle-bedingten Gründen, und erwarten gleichzeitig ein vollwertiges, hochwertiges Getränke-Erlebnis.

Fragestellung und Zielsetzung

Vor diesem Hintergrund verfolgt die Arbeit das Ziel, die Rolle alkoholfreier Weine in der modernen Gastronomie systematisch zu beleuchten und praxisorientierte Strategien für deren erfolgreiche Integration in die Getränkekarte zu entwickeln. Im Zentrum steht die Leitfrage, wie alkoholfreie Weine so in Weinkarten eingebunden werden können, dass sie sowohl sensorisch als auch wirtschaftlich überzeugen und von Gästen wie auch von Fachpersonal akzeptiert werden.

Zur Beantwortung dieser Leitfrage werden mehrere Unterfragen formuliert:

- Welche Markttrends und gesellschaftlichen Entwicklungen fördern die zunehmende Nachfrage nach alkoholfreien Weinen?
- Welche sensorischen, produktionstechnischen, wirtschaftlichen und logistischen Herausforderungen stehen einer breiteren Akzeptanz in der Gastronomie entgegen?
- Wie können Gastronomiebetriebe alkoholfreie Weine nutzen, um neue Zielgruppen anzusprechen, Mehrumsatz zu generieren und ihr Profil zu schärfen?
- Welche konkreten Strategien eignen sich, um alkoholfreie Weine dauerhaft und glaubwürdig als Bestandteil der Weinkarte der Zukunft zu etablieren?

Die Arbeit verbindet damit eine persönliche, praxisnahe Motivation aus der Perspektive des Weinhandels mit einer strategischen, zukunftsorientierten Fragestellung für die Gastronomie.

Methodik

Zur Beantwortung der Fragestellungen wird ein Methodenmix eingesetzt, der sowohl theoretische als auch praxisnahe Perspektiven vereint. Im ersten Schritt erfolgt eine umfassende Literatur- und Marktanalyse, die aktuelle Branchenberichte, Fachartikel, Statistiken und Trendstudien zu alkoholfreien Weinen und NoLo-Getränken einbezieht. Dadurch werden Marktentwicklung, Volumina, Wachstumsraten, relevante Marken sowie technologische Entwicklungen bei der Entalkoholisierung systematisch dargestellt.

Im zweiten Schritt werden Fallstudien aus der Gastronomie aufgezeigt, in denen alkoholfreie Weinbegleitungen und NoLo-Konzepte bereits erfolgreich umgesetzt werden. Diese Fallstudien liefern Einblicke in konkrete Umsetzungsformen, sensorische Konzepte, Preisstrategien sowie Reaktionen der Gäste.

Als drittes Element wird eine eigene Umfrage unter 18 Gastronomiebetrieben aus der Kundschaft eines Weinhandels in der Nordschweiz eingesetzt. Die Befragung richtet sich an Restaurantbetreibende

und Sommeliers. Die Ergebnisse werden in Form von Schlüsselkategorien (Förderfaktoren, Hindernisse, Gästereaktionen) ausgewertet und mit den theoretischen Erkenntnissen verknüpft.

Inhalt der Arbeit

Zu Beginn untersucht die Arbeit die Marktentwicklung und Konsumententrends im Bereich alkoholfreier Weine. Es wird aufgezeigt, dass NoLo-Produkte in der Schweiz bereits einen wachsenden, wenn auch noch kleinen, Anteil am Weinvolumen ausmachen und deutliche jährliche Wachstumsraten verzeichnen. Dazu werden relevante Zielgruppen wie Gesundheitsbewusste, Gen Z, Fahrer, Schwangere und religiöse Gruppen beschrieben und hinsichtlich ihrer Erwartungen, ihres Konsumverhaltens und ihres Umsatzpotenzials für die Gastronomie analysiert.

Im nächsten Schritt beleuchtet die Arbeit die zentralen Herausforderungen der Integration alkoholfreier Weine in die Gastronomie. Dazu zählen vor allem sensorische Defizite – etwa der Verlust von Aromen, Struktur und Körper durch Entalkoholisierung –, die die Speisenbegleitung erschweren und zu Skepsis bei Gästen und Fachpersonal führen. Ergänzt werden diese Aspekte durch produktionstechnische und wirtschaftliche Hürden, wie erhöhte Herstellkosten, teure Entalkoholisierungsanlagen, begrenzte Auswahl und logistische Probleme beim Lagern und beim Ausschank geöffneter Flaschen mit kürzerer Haltbarkeit. Auch wahrnehmungsbedingte Vorurteile – etwa die Gleichsetzung mit „Traubensaft“ oder die Sorge um Imageverlust, werden als relevante Barrieren analysiert.

Darauf aufbauend werden die Chancen, die sich aus einer professionellen Integration alkoholfreier Weine ergeben, detailliert dargestellt. Die Arbeit zeigt, wie eine erweiterte Getränkekarte mit hochwertigen alkoholfreien Weinen kreative Speisenbegleitungen ermöglicht, neue Zielgruppen erschliesst und zur Differenzierung im Wettbewerb beitragen kann. Marketingansätze wie Degustationen, abgestimmte NoLo-Pairings, thematische Events (z.B. „Dry January“), Social-Media-Inszenierung sowie eine gleichwertige Platzierung alkoholfreier Optionen in der Hauptweinkarte werden vorgestellt.

Ein weiterer Inhaltsschwerpunkt liegt auf Praxisbeispielen und Erfahrungsberichten aus Gastronomiebetrieben, die alkoholfreie Weinangebote erfolgreich eingeführt haben. Hier werden unter anderem Betriebe porträtiert, die signifikante Umsatzsteigerungen durch alkoholfreie Schaumweine oder empfohlene NoLo-Weinbegleitungen erzielt haben, sowie Fine-Dining-Restaurants, die seit Jahren ausgefeilte alkoholfreie Pairings anbieten. Aus diesen Beispielen werden Erfolgsfaktoren abgeleitet, etwa konsequente Qualitätsauswahl, sensorisch durchdachte Pairings, klare Kommunikation und geschultes Personal.

Im Kapitel „Strategien für die Weinkarte der Zukunft“ werden die Erkenntnisse in konkrete Handlungsempfehlungen übersetzt. Dazu gehören die Diversifizierung des Angebots mit verschiedenen Stilen und Preispunkten, die nahtlose Integration alkoholfreier Weine in die Hauptweinkarte, eine stimmige Preisgestaltung, Storytelling zur Herkunft und Herstellung sowie saisonale Specials und Tasting-Formate. Ergänzend werden Schulungskonzepte für Service- und Beratungspersonal vorgestellt, die Grundlagenwissen, Verkostungen, Argumentationstechniken und Upselling-Ansätze für alkoholfreie Weine umfassen.

Fazit

Im Fazit kommt die Arbeit zu dem Schluss, dass alkoholfreie Weine sich von einer Nische zu einem zentralen Baustein zukunftsfähiger Weinkarten entwickeln. Getrieben wird diese Entwicklung durch gesellschaftliche Trends wie Gesundheitsbewusstsein, bewussten Konsum und das Bedürfnis nach Inklusion, aber auch durch technologische Fortschritte in der Produktion und eine wachsende Vielfalt an hochwertigen Produkten. Trotz nach wie vor bestehender sensorischer, wirtschaftlicher und imagebezogener Hürden zeigt sich, dass diese Herausforderungen mit gezielter Produktauswahl, kontinuierlicher Qualitätsentwicklung und professioneller Kommunikation zunehmend überwindbar sind.

Die Auswertung von Marktanalysen, Fallstudien und Umfrageergebnissen belegt, dass Gastronomiebetriebe, die alkoholfreie Weine aktiv und durchdacht einsetzen, sowohl bei der Gästezufriedenheit als auch beim Umsatz profitieren können. Entscheidend sind dabei drei Faktoren: ein diversifiziertes, qualitativ überzeugendes Angebot, gut geschultes Personal, das alkoholfreie Weine selbstbewusst und positiv empfiehlt, sowie eine Kommunikation, die diese Produkte nicht als „Ersatz“, sondern als eigenständige, genussvolle Option präsentiert. Unter diesen Voraussetzungen können alkoholfreie Weine helfen, neue Zielgruppen zu erschliessen, bestehende Gäste stärker zu binden und die Gastronomie insgesamt zeitgemäss weiterzuentwickeln, ohne den Charakter klassischer Weinkultur zu verlieren.