vinetur

Absatz alkoholfreier Weine im US-Einzelhandel steigt um 17 Prozent

Laut Impact Databank legte das Volumen um 12 Prozent zu. Die Kategorie wächst seit Jahren zweistellig und macht weiterhin weniger als 1 Prozent des Marktes aus.

Freitag, 13. November 2026



Der Absatz alkoholfreier Weine im US-Einzelhandel ist weiter gewachsen, obwohl der Weinmarkt insgesamt unter Druck blieb. Das geht aus Daten hervor, die Impact Databank am Donnerstag, dem 12. November, veröffentlichte.

In den 52 Wochen bis zum 3. Oktober stieg das Volumen alkoholfreier Weine in den von NielsenIQ erfassten Vertriebskanälen um 12 Prozent, der Umsatz in Dollar um 17 Prozent, teilte Impact Databank mit. Die Kategorie macht weiterhin weniger als 1 Prozent des gesamten US-Weinmarktes aus, verzeichnet aber seit mehreren Jahren ein starkes zweistelliges Wachstum.

Auch kalorienarme Weine legten laut Impact Databank weiter zu. 2025 überschritt das Segment bei zweistelligem Wachstum die Marke von 3 Millionen Kisten und gehörte damit neben alkoholfreien Marken und weinbasierten Cocktails zu den dynamischsten Bereichen der Weinbranche. Die Entwicklung ist bemerkenswert, weil sie auf einen Marktbereich verweist, in dem Verbraucher weiterhin Geld ausgeben, während viele traditionelle Weinmarken mit einer schwächeren Nachfrage konfrontiert sind.

Dieser Trend dürfte die gesamte Getränkebranche betreffen – nicht nur Weingüter, sondern auch Händler und Einzelhändler, die über Lagerbestände und Marketingbudgets entscheiden. Anbieter, die bereits Wein, Bier und andere Getränke verkaufen, betrachten maßvollen Konsum, kalorienärmere Produkte und alkoholfreie Alternativen zunehmend als übergreifende Portfolio-Strategie und nicht mehr als Nische im Weinsegment.

Trincheros Fre ist laut Impact Databank weiterhin die führende Marke für entalkoholisierten Wein in den USA. Auch die Marke Seaglass des Unternehmens hat seit ihrem Einstieg in das alkoholfreie Segment 2024 an Zugkraft gewonnen. Bei Schaumwein führt Mionetto Prosecco das Segment der entalkoholisierten Marken an, gefolgt von Freixenet Cava aus demselben Portfolio.

Eine separate Markenrangliste von Impact Databank auf Grundlage von Circana-Daten für die 52 Wochen bis zum 4. Oktober zeigt, wie stark die Kategorie weiterhin konzentriert ist. Fre führte die entalkoholisierten Weine 2025 in den USA mit 451.000 9-Liter-Kisten Absatz und einem Zuwachs des Einzelhandelsvolumens von 5,2 Prozent an. Giesen 0% folgte mit 131.000 Kisten und einem Wachstum des Einzelhandelsvolumens von 15,8 Prozent. Ariel kam auf 71.000 Kisten und ein Plus von 12,7 Prozent. Seaglass verzeichnete bei einem kleineren Volumen von 50.000 Kisten ein Wachstum von 94,3 Prozent, Stella Rosa legte um 54,7 Prozent auf 45.000 Kisten zu.

Im Segment der kalorienarmen Weine lag Delicatos Bota Box Breeze laut demselben Datensatz mit 980.000 9-Liter-Kisten Absatz 2025 in den USA an erster Stelle. Avaline, das Bio-Weine und Weine für eine vegane Ernährung vermarktet, war die am schnellsten wachsende größere Marke der Gruppe: Das Einzelhandelsvolumen stieg um 40,5 Prozent auf 229.000 Kisten. Weitere wachsende Marken waren Kim Crawford Illuminate mit einem Plus von 10,7 Prozent, Liquid Light mit 8,9 Prozent, Matua Lighter mit 11,8 Prozent und Decoy Featherweight mit 27,7 Prozent.

Einige große Getränkeunternehmen bauen ihr Engagement in der Kategorie aus. Constellation Brands stärkte 2026 seine Position bei Getränken mit gesundheitsorientierter Ausrichtung durch die Übernahme von Hop Wtr, einer Marke für alkoholfreies Sprudelwasser. Zum Portfolio gehörten bereits Kim Crawford Illuminate, ein leichterer Wein aus Neuseeland, sowie entalkoholisierte Varianten der Biere Corona und Modelo Chelada. Der Schritt zeigt, wie große Getränkekonzerne Trends zu maßvollem Weinkonsum mit benachbarten alkoholfreien Produkten verknüpfen.

Das in Neuseeland ansässige Unternehmen Giesen zählt zu den am schnellsten wachsenden Anbietern in diesem Segment. Giesen 0% habe sein Volumen seit 2022 mehr als vervierfacht, teilte Impact Databank mit. 2026 brachte die Marke eine Spritz-Reihe in den Varianten Rosé und Sauvignon Blanc auf den Markt, erhältlich in 750-ml-Flaschen und 250-ml-Dosen. Das Unternehmen richtet die Produktreihe an die Generation Z, spricht damit aber auch Millennials und Babyboomer an, die bei bestimmten Gelegenheiten ihren Alkoholkonsum reduzieren möchten.

Auch andere Anbieter erproben neue Formate und Produktversprechen. Das kalifornische Unternehmen O’Neill Vintners brachte 2026 Fitvine Free auf den Markt, einen nach eigenen Angaben funktionalen alkoholfreien Wein mit Elektrolyten und Adaptogenen. Fitvine zählte zuvor zu den meistverkauften leichten Weinmarken und setzte auf Produkte ohne Zucker und Gluten. Im Sommer 2026 baute Avaline seine Präsenz in nationalen Einzelhandelsketten wie Kroger, Target und Whole Foods aus und verstärkte zugleich seine Präsenz im Gastronomiegeschäft, insbesondere in Hotels.

In jüngster Zeit sind mehrere etablierte Weinunternehmen in das Segment entalkoholisierter Weine eingestiegen. Dazu zählen Ariels kalifornischer Sauvignon Blanc von J. Lohr für etwa 13 US-Dollar pro 750-ml-Flasche, Palm Bays Invivo X, SJP 0%

aus Neuseeland für etwa 15 US-Dollar sowie zwei italienische Marken von Frederick Wildman: Riunite Zero Red für etwa 10 US-Dollar und Maschio Zero White für etwa 13 US-Dollar. Auch Gallo hat mit La Marca einen alkoholfreien Schaumwein auf den Markt gebracht. Foley Family Wines & Spirits brachte einen von Elton John unterstützten alkoholfreien Schaumwein auf den Markt, der im oberen Preissegment mit French Bloom konkurrieren soll, der alkoholfreien Schaumweinmarke, an der Moët Hennessy 30 Prozent hält.