vinetur

Spanien rechnet 2026 mit einem Absatz von 3 Millionen Litern alkoholfreiem Wein

Branchenvertreter erwarten, dass bessere Qualität den Nischenmarkt bis 2029 auf fünf Millionen Liter wachsen lässt – gegenüber 900 Millionen Litern alkoholhaltigen Weins

Montag, 16. November 2026



Der Markt für alkoholfreien Wein wächst in Spanien, macht aber weiterhin nur einen kleinen Teil des gesamten Weinmarkts des Landes aus.

José Luis Benítez, Generaldirektor des Spanischen Weinverbands FEV, sagte am Montag, dem 16. November, der Nachrichtenagentur EFE, dass in fast allen traditionellen Weinmärkten rund 20 % der Kunden Produkte aus der Kategorie alkoholfrei oder alkoholarm kaufen. Seine Äußerungen verweisen auf einen allgemeinen Wandel der Konsumgewohnheiten, der auch Spanien erreicht. Dort haben Weingüter ihr Angebot über klassische Still- und Schaumweine hinaus erweitert.

Der Gesamtverbrauch in Spanien sei weiterhin „sehr gering“, sagte Benítez. Für 2026 werde mit rund drei Millionen Litern alkoholfreiem Wein gerechnet, darunter Still- und Schaumweine. Zum Vergleich: Alkoholhaltiger Wein kommt auf dem spanischen Markt auf einen Absatz von rund 900 Millionen Litern.

Die Zahlen zeigen, wie klein das Segment gemessen am Volumen noch ist. Dennoch verzeichneten alkoholfreie Angebote laut dem Verband hohe Wachstumsraten. Die Zuwächse hätten jährlich „sehr hoch“ gelegen, sagte Benítez. Bis 2029 werde ein weiterer Anstieg des Verbrauchs um zwei Millionen Liter auf insgesamt fünf Millionen Liter erwartet.

Die Zahlen deuten darauf hin, dass Spanien einem Muster folgt, das bereits in anderen Weinmärkten zu beobachten ist: Erzeuger versuchen, auf Verbraucher zu reagieren, die Alternativen ohne oder mit weniger Alkohol suchen. Die Kategorie ist weiterhin deutlich kleiner als der klassische Weinmarkt, doch die Branche sieht Wachstumspotenzial, da sich die Vorlieben der Verbraucher ausdifferenzieren.

Benítez führte einen großen Teil des Nachfragewachstums auf die Produktqualität zurück. Bis vor Kurzem sei es für jemanden, der Wein liebt, „sehr schwierig“ gewesen, alkoholfreie Varianten zu wählen, da die verfügbaren Produkte häufig nicht den Erwartungen entsprochen hätten. Das habe sich geändert: Inzwischen gebe es Optionen, die für eine größere Zahl von Verbrauchern „durchaus trinkbar“ seien.

Diese Verbesserung ist für Weingüter wichtig, denn der Erfolg alkoholfreien Weins hängt nicht nur von Gesundheits- oder Lifestyle-Trends ab, sondern auch davon, ob regelmäßige Weintrinker Geschmack und Charakter des Produkts akzeptabel finden. Benítez’ Aussagen zeigen, dass die Branche davon ausgeht, mit technischen Fortschritten eine der wichtigsten Hürden für die Entwicklung der Kategorie abzubauen.

In Spanien, wo Wein eine zentrale Rolle für Landwirtschaft, Exporte und Esskultur spielt, stellt der Aufstieg alkoholfreien Weins kurzfristig keine Bedrohung für die Vorherrschaft traditioneller Produkte dar. Bei einer Prognose von drei Millionen Litern für 2026 gegenüber 900 Millionen Litern alkoholhaltigen Weins bleibt das Segment mengenmäßig unbedeutend. Der erwartete Anstieg auf fünf Millionen Liter bis 2029 zeigt jedoch, dass die Erzeuger mit anhaltendem Interesse und nicht mit einem vorübergehenden Ausschlag rechnen.

Die Einschätzung des Verbands spiegelt auch eine umfassendere wirtschaftliche Überlegung wider. Wenn in traditionellen Weinmärkten bereits rund 20 % der Kunden alkoholfreie oder alkoholreduzierte Angebote kaufen, könnten Unternehmen, die das Segment ignorieren, einen wachsenden Teil der Nachfrage verpassen. Für spanische Erzeuger entsteht damit der Druck, die Qualität weiter zu verbessern und zugleich eine Kategorie aufzubauen, die heute zwar noch klein ist, bei Verbrauchern mit dem Wunsch nach mehr Auswahl aber zunehmend an Sichtbarkeit gewinnt.