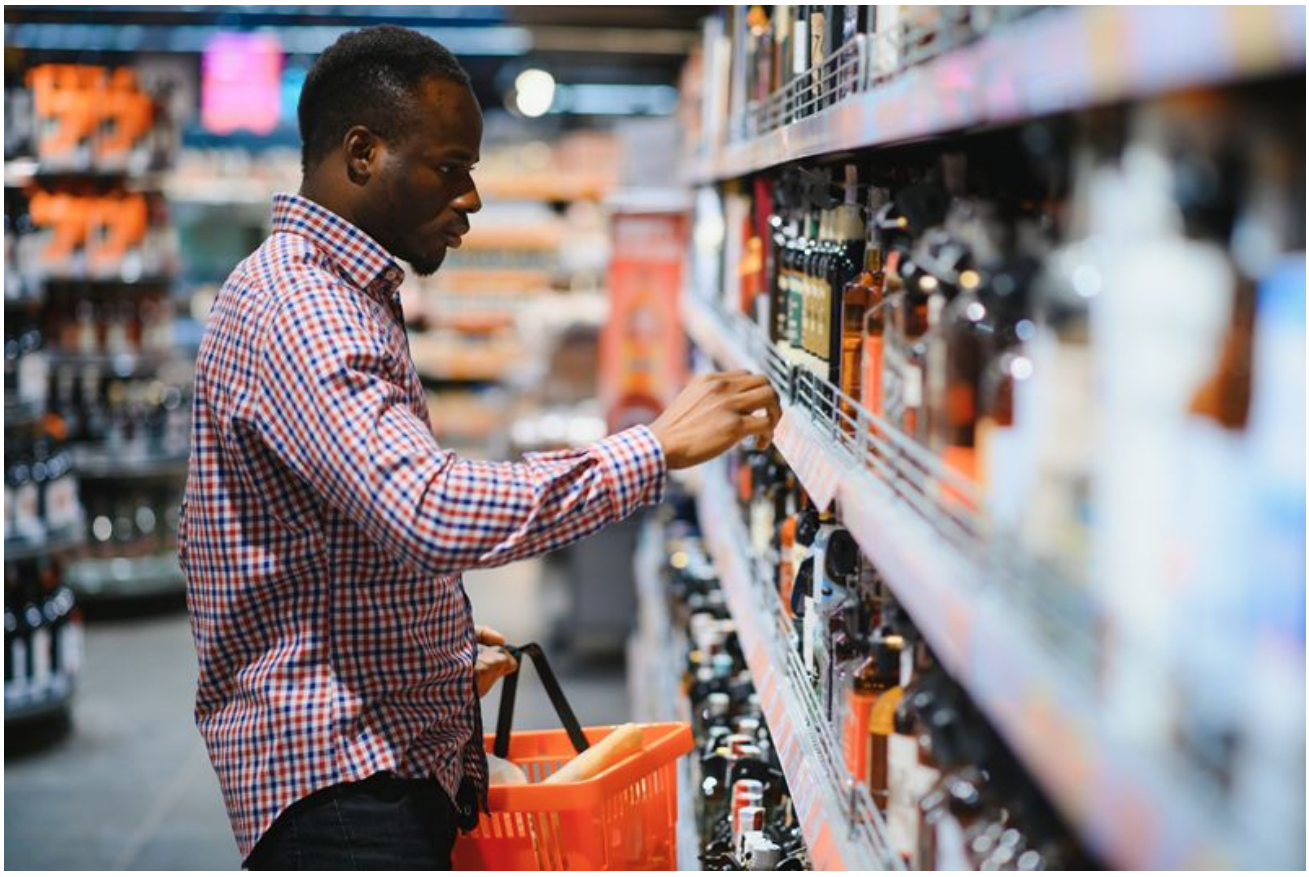
vinetur

Total Wine erzielt mehr als 75 Millionen Dollar Umsatz mit alkoholfreien Getränken für Erwachsene

Alkoholfreies Bier macht inzwischen 6,5 % des Biergeschäfts aus – ein Zeichen dafür, dass alkoholfreie Getränke zunehmend im Mainstream ankommen

Freitag, 20. November 2026



Total Wine & More hat mit alkoholfreien Getränken für Erwachsene einen Umsatz von mehr als 75 Millionen Dollar erzielt. Das zeigt, dass alkoholfreie Alternativen einen immer größeren Anteil am US-amerikanischen Getränkegeschäft ausmachen.

Wie Brewbound am Donnerstag, dem 19. November, berichtete, entfallen inzwischen 6,5 % des gesamten Bierumsatzes von Total Wine auf alkoholfreies Bier. Die Zahl legt nahe, dass die Kategorie beim Händler über ein kleines Nischensegment hinausgewachsen ist und mittlerweile einen messbaren Anteil an einem der Kerngeschäfte der Branche ausmacht.

Dem Bericht zufolge baut das Unternehmen sein Sortiment an alkoholfreien Produkten in den Bereichen Bier, Wein und Spirituosenalternativen aus. Die größere Auswahl richtet sich an Kunden, die nach mehr Angeboten für einen moderaten Konsum, einen gesundheitsbewussten Lebensstil oder Anlässe ohne Alkohol suchen. Führungskräfte von Total Wine bezeichneten das Segment laut Brewbound als Teil der umfassenderen Wachstumsstrategie des Händlers und seiner Bemühungen, unterschiedlichen Verbraucherpräferenzen gerecht zu werden.

Die Zahlen sind relevant, weil Total Wine ein großer Fachhändler mit einer breiten Präsenz in verschiedenen Getränkekategorien ist. Wenn eine Kette dieser Größe anhaltendes Wachstum bei alkoholfreien Produkten für Erwachsene meldet, kann das beeinflussen, wie Lieferanten über Produkteinführungen nachdenken, wie Händler die Kategorie angehen und wie viel Regalfläche der alkoholfreien Getränkeauswahl eingeräumt wird. Für Bierhersteller ist der Anteil von 6,5 % insbesondere ein Zeichen dafür, dass alkoholfreie Produkte im Bierregal eine zunehmend bedeutende Rolle einnehmen und nicht mehr nur am Rand stehen.

Der gemeldete Gesamtumsatz deutet zudem auf einen umfassenderen Wandel im Verbraucherverhalten hin. Alkoholfreie Getränke für Erwachsene gewinnen an Bedeutung, da immer mehr Kunden nach Alternativen suchen, mit denen sie an denselben Anlässen wie Menschen teilnehmen können, die Alkohol trinken, ohne selbst Alkohol zu konsumieren. Dieser Wandel hat einen größeren Markt für Produkte geschaffen, die Geschmack, Verpackung und Ritual von herkömmlichem Bier, Wein und Spirituosen nachbilden sollen.

Für die Getränkebranche ist diese Entwicklung ein weiterer Beleg dafür, dass sich das Wachstum nicht auf ein einzelnes Nischenprodukt beschränkt. Bier ist zwar der sichtbarste Teil der alkoholfreien Bewegung, doch der Fokus von Total Wine auf Wein- und Spirituosenalternativen zeigt, dass der Handel Potenzial sieht, die Kategorie über mehrere Bereiche des Geschäfts hinweg auszubauen. Das kann etablierte Alkoholmarken stärker unter Wettbewerb setzen und zugleich neuen Unternehmen, die auf alkoholfreie Produkte spezialisiert sind, Möglichkeiten eröffnen.

Die Zahlen von Total Wine dürften auch von Herstellern aufmerksam verfolgt werden, die abschätzen wollen, wohin künftige Investitionen fließen sollten. Wenn ein großer Händler weiterhin steigende Umsätze mit alkoholfreien Getränken erzielt, könnten Lieferanten mehr Mittel in Rezepturentwicklung, Markenaufbau und Vertrieb dieser Produkte investieren. Außerdem könnten etablierte Alkoholunternehmen alkoholfreie Produktlinien eher als Teil ihrer zentralen Portfoliostrategie statt als Nebenprojekt betrachten.

Brewbound zufolge führte der Händler das Wachstum der Kategorie auf umfassendere Veränderungen im Lebensstil und das zunehmende Interesse an Wohlbefinden zurück. Auch wenn die Nachfrage je nach Region, Anlass und Produkttyp unterschiedlich ausfallen kann, legen die neuesten Zahlen nahe, dass die Kategorie bei einer großen Kette inzwischen so wichtig ist, dass sie Sortimentsentscheidungen und die Portfolioplanung in den Bereichen Bier, Wein und Spirituosen beeinflusst. Während Händler sich auf diese Veränderungen einstellen, dürften alkoholfreie Produkte eine größere Rolle dabei spielen, wie die Getränkebranche um Verbraucher konkurriert, die mehr Wahlfreiheit dabei wünschen, wann und wie sie trinken.