vinetur

Германия разрешила продавать на рождественских ярмарках безалкогольный глинтвейн под этим названием

Обновлённые правила ЕС для сезона 2026 года отменяют запрет на маркировку, связанный с прежним минимальным содержанием алкоголя в глинтвейне — 7%

пятница, 20 ноября 2026 г.



Теперь продавцы на рождественских ярмарках в Германии могут продавать деалкоголизированный глинтвейн под названием, которое точнее всего его описывает: безалкогольный глинтвейн. Это изменение, вступившее в силу к праздничному сезону 2026 года, стало следствием обновления правил Европейского союза. Прежде они запрещали такую маркировку, поскольку по закону глинтвейном считался напиток с содержанием алкоголя не менее 7%.

В пятницу SWR Aktuell сообщил, что новое правило об обозначении напитка уже применяется на рождественских ярмарках в Баден-Вюртемберге, где этот сезонный напиток пользуется большой популярностью. Правило распространяется и на розничную торговлю, однако представители отрасли отметили, что на полках магазинов новое название появится не сразу: многие товары к нынешнему сезону уже были подготовлены и поставлены под прежними наименованиями.

Как рассказал SWR управляющий директор Союза виноградарей Вюртемберга Герман Мораст, переход в розничной торговле, вероятно, будет медленным именно по этой причине. Однако на ярмарочных прилавках продавцы, как ожидается, сразу начнут использовать новую маркировку. До сих пор производители и продавцы часто прибегали к альтернативным названиям, например Glühpunsch, или другим маркетинговым обозначениям, если напиток был сделан из деалкоголизированного, а не обычного вина.

Винодельческие объединения считают, что изменение сделает маркировку понятнее для потребителей. Мораст рассказал SWR, что винодельни оказались в неловком положении: им приходилось объяснять, почему они продают «пунш», хотя по сути это безалкогольная версия глинтвейна. По его словам, более ясное название поможет покупателям понять, что именно они приобретают, особенно на рождественских ярмарках, где пристальнее оценивают цену и соотношение цены и качества.

Баденское объединение виноградарей высказало схожее мнение, но не ожидает резкого роста спроса. Его управляющий директор Хольгер Кляйн рассказал SWR, что новая маркировка может упростить продвижение товара и поддержать

спрос, поскольку термин «безалкогольный глинтвейн» сразу понятен потребителям. Он также отметил, что такая формулировка чётче отличает напитки на основе деалкоголизированного вина от безалкогольных пуншей из фруктового сока.

Это различие может иметь значение не только на рождественских ярмарках. Для виноделен, дистрибьюторов и розничных продавцов правило даёт более чёткое юридическое определение категории сезонных напитков, которые прежде продавались под другими названиями. Оно также может помочь отделить напитки на основе деалкоголизированного вина от горячих пуншей из сока. Это способно повлиять на размещение товаров, ожидания потребителей и брендинг в важный зимний период продаж.

Отраслевые объединения сообщили, что рынок безалкогольного вина в Германии растёт, хотя пока остаётся небольшим. Кляйн сослался на данные NielsenIQ, собранные для Немецкого института вина: в 2024 году объём закупок безалкогольного вина в Германии вырос на 86% по сравнению с 2023 годом. Тем не менее на эти продукты приходится лишь небольшая доля рынка вина, исчисляемая единицами процентов. По словам Кляйна, пока неясно, насколько эту тенденцию можно распространить на безалкогольный глинтвейн — более сезонный продукт.

Представители организаций по защите прав потребителей также приветствовали более понятную маркировку, но предупредили, что покупатели не должны путать понятие «безалкогольный» с полным отсутствием алкоголя. Сабине Хольцэпфель, специалист по питанию и продуктам питания из Центра защиты прав потребителей Баден-Вюртемберга, рассказала SWR, что содержание алкоголя в безалкогольном глинтвейне всё ещё может быть ниже 0,5% об. По её словам, поэтому напиток не подходит детям, беременным женщинам и тем, кто полностью отказывается от алкоголя. Для этих групп лучше выбирать горячие напитки на основе чая или фруктового сока.

Изменение правил даёт немецким производителям более простой способ описывать напиток, который уже продавался на рынке, но под другим названием. Неизвестно, приведёт ли это к существенному росту продаж, однако у виноделен

и организаторов ярмарок теперь есть маркировка, которая точнее соответствует содержимому чашки.