

In de gezondheidstrend van de laatste jaren past ook het minderen van alcohol. Alcoholvrije wijn en andere dranken bieden een kwalitatief steeds beter alternatief. Als horecaondernemers het actiever verkopen, neemt de vraag bij gasten vanzelf toe, menen importeurs.

ALCOHOLVRIJE ALTERNATIEVEN AAN ZET

Kwaliteit en aanbod alcoholvrije wijn neemt toe

MET alcoholvrije wijn in de horeca is het een beetje een kip-ei-verhaal. Ondernemers zeggen: mijn gasten vragen er niet naar, dus ik koop het niet in; diezelfde gasten denken dat het niet beschikbaar is en bestellen 'dan maar' fris. 'Gastheren en -vrouwen mogen actiever verkopen', vindt Wiljan Dorrepaal van La Source, importeur van alcoholvrije wijnen.

Overigens is hij de laatste die ontkent dat alcoholvrije wijn nog altijd met een imagoprobleem kampt: zoet, muf en gastronomisch niet interessant. Dat is wat hij vaak hoort over zijn product. 'Dat komt vooral door onwetendheid. De kwaliteit is echt veel beter dan een

paar jaar terug.' Want de producenten van wijnen zonder alcohol staan niet stil. Ze selecteren betere wijnen en ontwikkelen betere methoden voor de-alcoholisatie, waardoor de kwaliteit is verbeterd.

De-alcoholisatie

Werd tot enkele jaren geleden de wijn gedestilleerd, waarbij door de verhitting tot 86°C duidelijke smaakverandering optrad, tegenwoordig gebeurt de de-alcoholisatie in een vacuüm. Daarbij hoeft de wijn maar tot 32°C te worden verwarmd en behoudt de eigen smaak. In een glazen cilinder van 22 meter (!) hoog met uitstulpingen en filters druppelt de wijn langzaam naar beneden. De buis wordt vacuüm

gezogen, waardoor de alcohol met de lucht verdwijnt. Onderin de buis bevat de wijn nog 0,2 tot 0,5 procent alcohol. Volgens Europese wetgeving mag alles wat minder dan 0,5 procent bevat als alcoholvrij worden verkocht. Zelfs in vruchtensappen kan immers door nagisting van suikers tot 0,5 procent alcohol zitten. Deze geringe hoeveelheid is niet waarneembaar en heeft ook geen gevolgen voor zwangere vrouwen, medicijngebruikers of automobilisten.

De vacuüm methode wordt momenteel door een aantal grote bedrijven in Frankrijk, Spanje en Duitsland toegepast. In Spanje en bij onze oosterburen is alcoholvrije wijn veel bekender en populairder dan in Nederland. Voor de productie van alcoholvrije wijnen worden intussen wijnen uit heel Europa gebruikt, waarmee de keuze flink is verruimd. Ook in Nederland is een producent actief: Domaine de Fleur. Eigenaar Alexander Nijeboer selecteert zelf de basiswijnen en laat deze in een Duitse fabriek de-alcoholiseren. 'Producenten zijn steeds meer op zoek naar kwaliteit. Vroeger gebruikten ze goedkope bulkwijn waaraan ze



Wiljan Dorrepaal van La Source: 'Als ondernemers alcoholvrije wijn actiever verkopen, groeit de vraag vanzelf.'

most toevoegden om nog wat smaak te krijgen. Intussen produceren ook bekende huizen als Torres alcoholvrije wijn. Dat helpt het imago.'

Wijnsnobisme

Wel ziet Nijeboer dat consumenten verder zijn dan de horeca. 'Horecaondernemers zijn conservatief, het zijn trendvolgers. In de gezondheidstrend van nu drinken veel mensen al alcoholvrije alternatieven van wijn. Tussen nu en vijf jaar zal het in de horeca ook meer zijn doorgedrongen.'

Tot die tijd zet hij zijn geld op vrouwelijke gasten. 'Mannen hebben een mening over wijn, maar het zijn meestal de vrouwen die wijn kopen. Alcoholvrije wijn heeft last van

wijnsnobisme, en dat is toch vooral een mannending. Kijk naar voetbal. Er is mannen- en vrouwenvoetbal. Het tweede wordt door weinig mannen serieus genomen. Maar je moet het niet één op één vergelijken met mannenvoetbal. Het is hetzelfde spel, maar er spelen

andere factoren. Dat is met het verschil tussen gewone wijn en alcoholvrije wijn net zo.'

Want uiteindelijk is het een ander product. 'Je kunt wijn niet straffeloos de-alcoholiseren', erkent Nijeboer. Ten eerste heeft alcoholvrije wijn een maximale houdbaarheid van

twee jaar na de-alcoholisatie. Ook treden smaakverschillen op, maar alcoholvrije wijn is gastronomisch best interessant, zeggen zowel Nijeboer als Dorrepaal. Niet in plaats van een gewone wijn, want daarvoor mist toch de bouquetdrager alcohol, maar wel ter vervanging



van wat nu vaak als alcoholvrij alternatief wordt aangeboden: cola of water.

Omzetverhoger

Want waar een glas fris misschien €2,50 opbrengt, kan een glas alcoholvrije wijn gemakkelijk voor €4 worden weggezet, meent Dorrepaal van La Source. 'Op die manier is het echt een omzetverhoger. En inkoop is een fles €4 tot €5.'

Volgens Nijeboer zullen gasten het ook waarderen dat een restaurant aan tafel een ander alcoholvrij alternatief kan aanraden dan fris of water. 'Een gast voelt zich meer serieus genomen en het bedrijf straalt tegelijk uit serieus met het vak bezig te zijn.'

Als een ondernemer het helemaal goed wil doen, neemt hij niet alleen alcoholvrije wijn en bier op in het assortiment, maar het hele spectrum aan dranken. La Source biedt bijvoorbeeld ook alcoholvrije koffielikeuren, cocktails als mojito en dranken als rum en whisky - al mogen die niet zo heten, ze zijn wél van dezelfde ingrediënten gemaakt.

www.la-source.nl
www.domainedefleur.nl

Creatief non-alcoholisch arrangement

Naast alcoholvrije wijn kan een alcoholvrij arrangement ook worden opgebouwd uit sappen om toch spannende drank-spijscombinaties te creëren. In de keuken van Floris in Rotterdam kwam met een alcoholvrij arrangement bij hun vegetarische elfgangendiner. Onder meer helder tomatensap van San Marzano-tomaten met tabasco en zout bij Achelse blauwe met schuim van geitenmelk en ras-el-hanout; geitenmelk met olijfolie en gerookt zout bij zachtgekookt kwartelei met crème van aardappel en gepofte knoflook; gemberbier bij een gerecht met verschillende bereidingen van ui; rode kool-appelsap bij portobello met paprika en jasmijnrijst.



Miniflesjes tegen onnodig openstaande flessen

Een veelgehoorde klacht van ondernemers is dat slechts één of twee glazen per week worden verkocht en de rest van de fles door de gootsteen moet. Om die ondernemers tegemoet te komen, brengen producenten kleine flesjes op de markt, vooral de bubbelsvarianten. Vini Vici hanteert al langer een piccolo van hun sparkling wijn, recent introduceerde ook Grapedistrict een flesje van 200 ml van hun PasDuTout, alcoholvrije bubbelswijn uit de Provence. Beide merken mikken op de aperitiefmarkt: de 0,2 procent alcohol bevattende wijn is prima geschikt voor zwangere vrouwen, bobbers of zakelijke borrelaars. PasDuTout is sinds mei verkrijgbaar voor de horeca. www.grapedistrict.nl