

Stilvoll ohne Alkohol anstossen und dabei nicht auffallen

Patricia Dähler-Kraus und Esther Schaefer-Meier von der Tröpfel GmbH schilderten den Gästen des ersten Agro-Food-Treffs, wie sie vor 19 Jahren die Tröpfel GmbH gründeten. Sie rechneten anfänglich nicht mit jenem nachhaltigen Erfolg am Markt, den sie inzwischen mit ihren alkoholfreien Getränken im Premiumsegment «Tröpfel» erreicht haben.

Text und Bilder: Isabelle Schwander



Von links: Patricia Dähler und Esther Schaefer haben ihr Sortiment sukzessive ausgebaut und verwenden für ihre Getränke im Premium-Segment ausschliesslich Rohstoffe aus einheimischem Anbau.

Simone May, Geschäftsführerin Agro Marketing Thurgau AG, und Frank Burose, Geschäftsführer Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft, ermöglichten Mitgliedern, Aktionären, Supportern, Partnern und Gönnern einen Blick hinter die Kulissen der Tröpfel GmbH. Der Firmenname steht für die wichtigsten Grundzutaten ihrer Getränke: Trauben und Äpfel aus einheimischem Anbau.

Wurzeln in der Gastronomie

Patricia Dähler führte während 27 Jahren mit ihrem Mann Niklaus Dähler, Landwirt, das Restaurant Klingenzellerhof. Auch Esther Schaefer's beruflicher Werdegang ist eng verbunden mit der Gastronomie. Sie führte mit ihrem Mann das Restaurant Adler in Mammern. Beide Frauen erlebten, dass Gäste, die bewusst keinen Alkohol trinken möchten, sich oft dazu gedrängt fühlten, ihren Verzicht begründen zu müssen. Sie hätten festgestellt, dass es wenig Alternativen gibt. «Die Gründungsidee von Tröpfel war, eine alkoholfreie Getränkevariante anzubieten, die in ähnlicher Aufmachung wie eine Sektflasche stilvoll serviert werden kann», so Patricia Dähler.

Um diese Idee umzusetzen, nahmen sie mit Othmar Lampert Kontakt auf. Er ist Önologe und Winzer mit einem Weinkeller in Steckborn. Vorab galt es, abzuklären, ob sich seine Anlagen für die Produktion und Abfüllung eines Getränks aus Riesling- und Johanner-Trauben eignen. «Der Winzer ging diese Herausforderung pragmatisch an und liess sich für die Produktion unseres ersten Tröpfels überzeugen», erzählte Patricia Dähler.

Nicht alles lief reibungslos

Mit 900 anfänglich grünen Flaschen mit Trauben aus dem Rebbaubetrieb von Esther Schaefer und mit Hochstammobst von Dählers Landwirtschaftsbetrieb erfolgte 2005 die Umsetzung der Geschäftsidee. Inzwischen beliefert die Tröpfel GmbH schweizweit 350 Verkaufsstellen. Darunter sind Gastrobetriebe, Caterer und kleine Wiederverkäufer wie Hofläden, Metzgereien und Bäckereien. Seit Anbeginn befinden sich Lager und Administration der Tröpfel GmbH in den Räumen eines ehemaligen Landwirtschaftsbetriebs, in dem Patricia Dähler und Esther Schaefer Mieterinnen sind.

In den ersten beiden Jahren lief nicht immer alles reibungslos. Die beiden Geschäftsfrauen schilderten, dass es amtliche Einschränkungen für anfänglich gewählte Bezeichnungen wie «Tröpfel brut» gab. Bis heute wird das im Verlauf der letzten Jahre sukzessive gewachsene Sortiment der Tröpfel GmbH im Weinkeller von Othmar Lampert produziert und abgefüllt. Was im ersten Jahr mit kleiner Stückzahl und

dem «Tröpfel der Erste» begann, ist inzwischen um «Tröpfel der Zweite» und «Tröpfel der Dritte» erweitert worden.

Rohstoffe aus einheimischem Anbau

Eine Kreation folgte auf die nächste. Die feine Perlage ist ihr Geschäftsgeheimnis. Es gehe auch um das Bouquet und physiologische Reife. Patricia Dähler und Esther Schaefer betonten in ihren Ausführungen, dass es die Bauern- und Rebbaubetriebe sind, die zum Erfolg beitragen. Die Rohstoffe für die «Tröpfel»-Getränke sind Riesling-Silvaner und Johannitertrauben sowie rund 24 (alte) säurebetonte Apfelsorten. Die Aronia-Beere für den Tröpfel mit rötlicher Färbung stammt aus einem Betrieb in Egnach. Sogar für den «Kingwer» haben sie einen

einheimischen Produzenten, der in Steinmaur (ZH) Ingwer anbaut, gefunden. Der «Kingwer»-Tröpfel wird von Robert Irsslinger, einem jungen Önologen, in Bonau, produziert. Die Tröpfel-Getränke werden nach der Abfüllung konserviert, jedoch nicht pasteurisiert.

Wir stellten fest, dass es wenig Alternativen gibt. Die Gründungsidee von Tröpfel war es, eine alkoholfreie Getränkevariante anzubieten, die in ähnlicher Aufmachung wie eine Sektflasche stilvoll serviert werden kann.

Patricia Dähler



Das Sortiment der Tröpfel GmbH mit alkoholfreien Apéro-Alternativen ist sukzessive gewachsen, ebenso wie die Nachfrage in einem Nischenmarkt.

Potenzial für Apéro-Alternativen

Patricia Dähler erklärte, dass sie mit ihren Produzenten keine Verträge abschliessen. Sie steht jeweils mit den rund zwei Dutzend Produzenten in persönlichem Kontakt, erkundigt sich vor Ort nach dem Ernteverlauf und legt die benötigten Mengen fest. Dieses partnerschaftliche Verhältnis habe sich bewährt. «Es schafft gegenseitiges Vertrauen und trägt dazu bei, dass wir unseren Produktionsstandard, für den wir nur qualitativ einwandfreie Rohstoffe akzeptieren, hochhalten können», so Dähler.

2006 wurde die Tröpfel GmbH mit mehreren Bronze-, Silber- und Goldmedaillen für die besten Regionalprodukte ausgezeichnet. Das verlieh dem Unternehmen und den Produkten zusätzlichen Schub. Spätestens seit 2005, mit der Verschärfung der Promillegrenze im Strassenverkehrsgesetz, sei die Nachfrage nach alkoholfreien Alternativen stetig gestiegen. Patricia Dähler und Esther Schaefer betonten, dass sie Alkohol nicht verpönen. Gelegentlich ein Glas Wein zu geniessen, schätzen auch sie: Das eine schliesse das andere nicht aus.

Ihre neueste Getränkecreation, einen «Sansbulle» (ohne Kohlensäure), haben sie als «Essensbegleiter ohne Alkohol» lanciert. «Stilvoll, auch ohne Alkohol, anstossen und dabei nicht auffallen», lautete ihr Motto bei der Tröpfel-Gründung. Inzwischen ist die Nachfrage auf 70 000 Flaschen im Jahr 2024 gestiegen. «Das beweist, dass das Potenzial für alkoholfreie Apéro-Alternativen noch lange nicht ausgeschöpft ist», lautete Simone Mays Fazit am Ende des Anlasses.