vinetur

Grupo Modelo meldet im dritten Quartal ein Plus von rund 30 Prozent beim Absatz alkoholfreier Biere in Mexiko

Veröffentlichte Berichte nannten weder die absolute Absatzmenge noch die Vergleichsbasis. Das schränkt Aussagen über die Gesamtwirkung des Segments ein.

Montag, 23. November 2026



Das Geschäft mit alkoholfreiem Bier von Grupo Modelo in Mexiko legte im dritten Quartal 2026 mengenmäßig um rund 30 Prozent zu. Das geht aus Unternehmensangaben hervor, die El Economista am 20. November zitierte und über die Beer Magazine am 22. November berichtete.

Der gemeldete Zuwachs bezieht sich auf den Zeitraum von Juli bis September und auf das Absatzvolumen, nicht auf den Umsatz. Die verfügbaren Berichte nannten weder die absolute verkaufte Menge in Litern oder Hektolitern noch lag unmittelbar eine öffentliche Primärquelle mit einer detaillierten Aufschlüsselung vor. Da in den veröffentlichten Berichten keine Vergleichsbasis angegeben wurde, lässt sich nicht bestätigen, dass es sich um einen Anstieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum handelt.

Trotz dieser Einschränkung deutet das Ergebnis auf ein schnelleres Wachstum in einer Kategorie hin, die große Brauereien auszubauen versuchen, indem sie Produkte für Verbraucher anbieten, die Biergeschmack mit wenig oder ganz ohne Alkohol suchen. Aus den bislang verfügbaren Informationen geht weder hervor, welchen Anteil das alkoholfreie Segment im Quartal am Gesamtgeschäft von Grupo Modelo in Mexiko hatte, noch ob der Zuwachs auf eine breitere Distribution, häufigere Wiederholungskäufe, neue Produkteinführungen oder Werbeaktivitäten zurückzuführen war.

Grupo Modelo ist der mexikanische Brauer und Distributor unter der Kontrolle des belgischen Bierkonzerns Anheuser-Busch InBev, besser bekannt als AB InBev. Laut dem Ranking von BarthHaas für 2025 war AB InBev mit einer Produktion von 484,19 Millionen Hektolitern die größte Brauerei der Welt. Die globale Größe des Konzerns verleiht jedem Anzeichen für eine stärkere Nachfrage in einem seiner großen Märkte zusätzliches Gewicht.

Grupo Modelo gibt auf seiner Unternehmenswebsite an, in Mexiko über 11 Braustandorte zu verfügen: acht industrielle Anlagen, zwei Craft-Brauereien und eine Versuchsanlage. Die Präsenz des Unternehmens erklärt, warum selbst ein Nischensegment bei schnellem Wachstum Bedeutung gewinnen kann. Da jedoch keine Absatzmenge veröffentlicht wurde, lässt sich der jüngste Zuwachs bislang weder in Marktanteilsgewinne noch in einen klaren Beitrag zur Gesamtproduktion umrechnen.

Die Berichte, die sich auf die Aussagen des Unternehmens stützten, enthielten zudem keine Angaben zu einzelnen Marken. Grupo Modelo vertreibt in Mexiko mehrere Biere und hat seine Präsenz in Supermärkten, Convenience-Stores, Restaurants und anderen Vertriebskanälen ausgebaut. Aus den öffentlichen Informationen zur Zahl für das dritte Quartal geht jedoch nicht hervor, welche Marken den Zuwachs beim Absatz alkoholfreien Biers getragen haben oder ob das Wachstum auf bestimmte Regionen oder Verkaufsstellen konzentriert war.

Für Analysten und Wettbewerber bleiben damit mehrere Fragen offen. Ohne Angabe des Ausgangswerts kann ein Plus von 30 Prozent ganz unterschiedliche wirtschaftliche Entwicklungen beschreiben. Ein noch kleines Segment kann hohe Wachstumsraten verzeichnen, ohne das Gesamtgeschäft wesentlich zu verändern. Bei einer vergleichbaren Rate auf höherer Basis könnte sich dagegen ein deutlicherer Wandel der Verbrauchernachfrage abzeichnen. Die verfügbaren Informationen erlauben keine Unterscheidung.

Die Zahl sollte auch nicht als Maß für Preiswachstum oder Rentabilität verstanden werden. Ein höheres Absatzvolumen zeigt lediglich, dass mehr Produkte über den Markt verkauft wurden. Daraus geht weder hervor, ob die Verkäufe höhere Margen erzielten, noch ob sich die Durchschnittspreise veränderten oder das Unternehmen seine Ausgaben für Marketing und Vertrieb zur Unterstützung des Segments erhöhte.

Dennoch deutet die gemeldete Entwicklung darauf hin, dass alkoholfreies Bier für Grupo Modelo in Mexiko weiterhin ein Wachstumsfeld ist. Für eine Brauerei dieser Größe ist ein zweistelliger Mengenzuwachs in einem noch im Aufbau befindlichen Segment bemerkenswert. Da jedoch keine absolute Absatzmenge vorliegt, lässt sich nicht feststellen, wie stark diese Dynamik die Gesamtstruktur des Geschäfts im Quartal verändert hat.