vinetur

La ola de calor dispara las ventas de cerveza mezclada en Alemania

La cerveza sin alcohol también marca máximos semanales con un alza del 38% en supermercados

miércoles 29 de julio de 2026



La ola de calor registrada en Alemania a finales de junio impulsó con fuerza las ventas minoristas de cerveza mezclada y de cerveza sin alcohol en los grandes supermercados del país. Los datos difundidos por la Oficina Federal de Estadística de Alemania, Destatis, sitúan ambas categorías en su mayor volumen semanal desde el inicio de la serie, a principios de 2023.

En el caso de la cerveza mezclada, que incluye productos como los radler y otras combinaciones a base de cerveza, el volumen vendido entre este domingo, 22 de junio, y este sábado, 28 de junio, fue un 63% superior al promedio de las semanas estivales de 2023, 2024 y 2025. La comparación se hace con las semanas 22 a 35 de esos tres años, que Destatis toma como referencia para medir una semana media de verano.

La oficina estadística alemana señala además que ese periodo dejó el mayor volumen semanal observado en toda la serie disponible. El dato apunta a una respuesta muy marcada del consumo de estas bebidas a las temperaturas altas, con un repunte claro en la demanda en el canal minorista analizado.

La cerveza sin alcohol también registró un avance notable en esas mismas fechas. Entre este domingo, 22 de junio, y este sábado, 28 de junio, sus ventas aumentaron un 38% respecto a una semana estival media calculada sobre los tres años anteriores. Igual que en la cerveza mezclada, se trata del nivel semanal más alto desde que comenzó el seguimiento estadístico a principios de 2023.

La diferencia entre ambas tasas muestra que las mezclas de cerveza avanzaron más que la categoría sin alcohol durante ese episodio de calor. Aun así, los datos publicados por Destatis apuntan a que la cerveza sin alcohol ganó consumo ligado a momentos propios del verano y reforzó su papel como bebida refrescante dentro del lineal.

Destatis precisa que se trata de una estadística experimental elaborada con datos de escáner procedentes de varias cadenas de gran distribución. Por ese motivo, los resultados no incluyen las ventas en hostelería ni representan por completo al mercado alemán de cerveza. Tampoco incorporan información sobre facturación.

La fuente no publica litros vendidos ni una variación interanual estricta para esa semana concreta. Además, al no ofrecer cifras absolutas ni desglose por marcas o segmentos adicionales, los datos no permiten calcular cuotas de mercado ni medir cómo evolucionó en conjunto la cerveza convencional durante esos mismos días.

Pese a esas limitaciones, la serie sí permite medir con claridad el efecto del calor extremo sobre determinadas categorías. En la semana analizada, tanto la cerveza mezclada como la sin alcohol alcanzaron máximos desde el arranque del registro y lo hicieron con aumentos del 63% y del 38%, respectivamente, frente a una semana

media de verano tomada como referencia por la estadística oficial alemana.