vinetur

El vino alemán gana cuota en los hogares pese a la caída del mercado en Alemania

El gasto apenas varía en el producto nacional frente al fuerte retroceso del vino importado

jueves 12 de noviembre de 2026



El vino alemán logró mantener prácticamente estable su facturación en las compras de los hogares durante el tercer trimestre de 2026, en un mercado que siguió a la baja en Alemania y en el que el vino importado registró un retroceso mucho mayor. Los datos proceden de un estudio de NielsenIQ encargado por el Deutsches Weininstitut,

difundido este miércoles, 11 de noviembre.

La comparación interanual, realizada entre el tercer trimestre de 2026 y el mismo periodo de 2025, muestra que el volumen total de vino comprado por los hogares alemanes cayó un 6,3%, mientras que el gasto bajó un 4,8%. Dentro de ese descenso general, el vino alemán perdió un 1,7% en volumen, pero elevó un 0,1% su valor. En cambio, los vinos de otros países cedieron un 9,7% en volumen y un 9% en valor.

Ese mejor comportamiento relativo permitió al vino alemán ganar peso en el mercado doméstico. Su cuota en volumen pasó del 41,3% al 43,5%, lo que supone 2,2 puntos más que un año antes. El dato refleja que el producto nacional recortó menos ventas que el conjunto del mercado y mucho menos que el vino extranjero.

El instituto alemán del vino atribuye la estabilidad de la facturación a un aumento del 1,8% en el precio medio del vino alemán. Esa subida, no obstante, debe leerse con cautela: el valor está expresado en términos nominales y el precio medio puede variar por cambios en la mezcla de productos comprados, por lo que no equivale por sí solo a una subida uniforme de tarifas.

En la distribución por franjas de precio, el estudio recoge avances tanto en el segmento bajo de 1,49 a 1,99 euros por botella de 0,75 litros como en el tramo superior a 5 euros por 0,75 litros. El Deutsches Weininstitut también señala que las tiendas de descuento y los pequeños supermercados fueron los canales con mejor evolución dentro de los lugares de compra de vino.

La caída del mercado, además, fue algo menor que la observada en el trimestre anterior. Entre abril y junio, el volumen total había bajado un 7,7% interanual. Entre julio y septiembre, ese descenso se moderó hasta el 6,3%. Son 1,4 puntos menos de caída, aunque no implica un avance entre trimestres.

Por tipos de vino, la entidad informa de una mejora en los blancos alemanes. Dentro del vino nacional, su cuota pasó del 51% al 54% respecto al mismo periodo del año anterior. El instituto añade que la preferencia por blancos y rosados siguió presente también durante el tercer trimestre de 2026.

Los datos deben interpretarse, además, dentro de los límites del panel analizado. El estudio mide las compras de los hogares y deja fuera el consumo en bares, restaurantes y otros establecimientos de hostelería. Por eso, describe una parte del mercado, pero no todo el consumo de vino en Alemania.

El Deutsches Weininstitut evita presentar estos resultados como prueba de un cambio firme de tendencia y remite a los próximos trimestres para comprobar si el mejor comportamiento del vino alemán se mantiene. La entidad no ha difundido en esta ocasión magnitudes absolutas ni una serie acumulada comparable, de modo que la lectura se apoya en las variaciones porcentuales y en la evolución de la cuota por origen.