vinetur

El vino importado encaja el mayor golpe en el mercado alemán

Las ventas del vino extranjero caen casi un 10% en volumen frente al 1,7% del producto nacional

viernes 13 de noviembre de 2026



El mercado del vino en Alemania registró una nueva caída en el tercer trimestre de 2026. La facturación conjunta de los vinos comercializados en el país bajó un 4,8% respecto al mismo periodo del año anterior y el volumen de ventas retrocedió un 6,3%, de acuerdo con el último análisis disponible sobre ese mercado.

El descenso fue más intenso en los vinos importados. En ese segmento, las ventas cedieron un 9% en valor y casi un 10% en volumen durante el trimestre. Los vinos alemanes, en cambio, conservaron la facturación y limitaron la bajada de las cantidades vendidas al 1,7%.

La diferencia entre ambos comportamientos marca una pauta clara. El producto nacional resistió mejor en caja y en ingresos, mientras que el ajuste se concentró en las referencias llegadas del exterior. Esa brecha sugiere una mayor capacidad del vino alemán para mantener su posición comercial en un momento de menor demanda.

La comparación entre valor y volumen también aporta otra lectura. En el conjunto del mercado, las ventas bajaron más en litros que en euros, una señal compatible con un precio medio algo más alto o con un mayor peso de categorías de más valor dentro de la cesta de compra. Aun así, el balance del trimestre sigue siendo de contracción.

Para las bodegas exportadoras, este reparto del descenso tiene una consecuencia potencial directa. Alemania es uno de los grandes mercados europeos del vino y una caída más intensa de los importados puede traducirse en más presión comercial para quienes dependen de ese destino, tanto en precios como en promociones, surtido y presencia en distribución.

Ese efecto no se limita a las bodegas. También afecta a importadores, distribuidores y operadores de bebidas que trabajan con referencias internacionales y que necesitan mantener rotación en un mercado donde el consumidor está comprando menos volumen. Cuando el ajuste recae sobre el vino procedente de fuera, la pugna por conservar espacio comercial se endurece entre proveedores de distintos países.

Los datos del tercer trimestre prolongan así la debilidad del mercado alemán del vino durante 2026. La caída conjunta del 4,8% en facturación y del 6,3% en volumen deja una imagen menos favorable para el negocio, con un comportamiento más estable del vino local y un retroceso más acusado para el producto importado.

Si esta pauta se mantiene en los próximos meses, las empresas con mayor exposición a Alemania podrían verse obligadas a revisar su estrategia comercial en ese país. En un mercado de menor volumen, conservar ingresos pasa a depender más de la mezcla de productos, del posicionamiento de precio y de la capacidad de sostener ventas en los

canales de distribución.