vinetur

Maisel invierte 90 millones en una fábrica dedicada solo a Bayreuther Hell

La instalación podrá producir 500.000 hectolitros al año con una sola referencia

martes 24 de noviembre de 2026



La cervecera familiar Maisel ha puesto en marcha este martes, 24 de noviembre, una nueva fábrica en Bayreuth, en Baviera, con una inversión de 90 millones de euros. La instalación, llamada Bayreuther Brauhaus, elaborará una sola referencia, Bayreuther

Hell, y podrá llenar hasta 40.000 botellas por hora, con una capacidad anual de 500.000 hectolitros.

La operación llama la atención por su tamaño y por el momento elegido. El consumo de cerveza en Alemania lleva años a la baja y el segmento helles tampoco se mantiene al margen. Entre enero y septiembre de 2026, sus ventas retrocedieron un 0,7%, según NielsenIQ. Pese a ese dato, la familia propietaria ha decidido ampliar su base industrial con una apuesta muy concentrada en una marca y en un estilo concreto.

Maisel es una empresa familiar fundada en 1887 y cuenta con unos 300 empleados. Hasta ahora, Gebr. Maisel y Bayreuther Bierbrauerei, junto con su producción de cerveza de trigo, rondaban los 800.000 hectolitros al año. La nueva planta se suma a esa estructura con un enfoque monoproducto, algo poco habitual en una inversión de este volumen.

El helles es una lager clara muy asociada al sur de Alemania. En los últimos años ha ganado espacio fuera de Baviera, en parte porque ofrece un perfil distinto al de la pils tradicional. Jeff Maisel resume ese cambio de gustos con una frase directa: “Los jóvenes no quieren beber la misma pils que su padre”, afirma.

Esa idea ayuda a entender la lógica de la inversión. La familia busca aprovechar el tirón comercial de Bayreuther Hell y producirla en una instalación nueva, pensada para altos volúmenes y para una operativa más eficiente. En un mercado donde el consumo total no crece, vender más pasa a menudo por quitar cuota a otros fabricantes, reforzar la presencia en hostelería y mejorar la posición en los lineales.

Para el sector de bebidas, el movimiento de Maisel ilustra una pauta que se repite cuando el mercado pierde volumen. Algunas empresas optan por concentrar recursos en las referencias con mayor salida, simplificar procesos y rebajar el gasto por unidad producida. Esa presión también puede acelerar otras decisiones, como ampliar la oferta de cerveza sin alcohol o buscar categorías complementarias con mejor evolución.

La nueva fábrica de Bayreuth tiene además una dimensión de imagen de marca. El edificio combina madera, vidrio y una gran fachada metálica; en el interior alberga depósitos, tuberías y válvulas iluminados en azul. La empresa vincula así la producción

cervecera con tecnología, diseño y visibilidad comercial, no solo con capacidad fabril.

Dedicar toda la planta a una sola cerveza reduce la dispersión operativa y permite organizar el trabajo alrededor de una única referencia. En una industria donde el margen depende mucho del volumen, de la logística y de la velocidad de envasado, esa especialización puede ser una palanca importante para una compañía de tamaño medio dentro del mercado alemán.

La planta elaborará solo Bayreuther Hell y su línea de embotellado podrá alcanzar 40.000 botellas por hora. Con esa configuración, la familia Maisel concentra 90 millones de euros en una sola marca y en la idea, formulada por Jeff Maisel, de que una parte del público joven busca una alternativa a la pils tradicional.