vinetur

El vino alemán solo cubre el 42% del mercado nacional

Ocho estados acuerdan medidas para reforzar la identidad y competitividad del sector vitivinícola en Alemania

viernes 21 de noviembre de 2025



Los ocho estados federados de Alemania con producción vitivinícola han acordado una serie de medidas para mejorar la situación del sector, que atraviesa un periodo complicado. Así lo ha comunicado Daniela Schmitt, ministra de Agricultura y Viticultura de Renania-Palatinado, tras la celebración de una reunión en el monasterio de Eberbach, en el Rheingau, a la que asistieron representantes de Hesse, Baden-

Württemberg, Baviera, Sarre, Sajonia, Sajonia-Anhalt y Turingia, así como del Ministerio Federal de Agricultura.

El encuentro ha servido para consensuar un documento conjunto que recoge las principales demandas del sector. Entre ellas figuran la necesidad de contar con condiciones estables para los productores, reducir la carga administrativa y reforzar tanto la identificación del origen como el perfil de calidad de los vinos alemanes. Además, se busca aumentar la presencia y el reconocimiento de estos vinos tanto en el mercado nacional como en el internacional.

El sector vitivinícola alemán se enfrenta actualmente a varios problemas. El aumento de los costes de producción, el descenso del consumo interno, la sobreproducción y la presión de los vinos importados están afectando a los productores locales. Según datos presentados por la ministra Schmitt, el vino alemán solo representa un 42% del mercado nacional. El resto corresponde a botellas importadas.

Schmitt ha señalado que es importante ofrecer a los consumidores una información más clara sobre lo que compran. Ha explicado que uno de los objetivos es centrar el sistema de clasificación por categorías (Prädikatssystem) en los vinos con mayor contenido en azúcar residual. Este sistema agrupa los vinos en diferentes niveles según su calidad y características.

Por su parte, Ingmar Jung, ministro de Agricultura y Viticultura de Hesse e impulsor del encuentro, ha subrayado que una mejor estrategia comercial puede beneficiar no solo a las bodegas sino también a las regiones productoras y al turismo vinculado al vino. Jung proviene de una familia dedicada a la viticultura y conoce bien las dificultades actuales del sector.

La ministra Schmitt también ha recordado que durante la próxima edición de la feria Grüne Woche, que tendrá lugar en Berlín entre el 16 y el 25 de enero, se pondrá en valor el trabajo de los viticultores alemanes y las características propias de cada región productora. El objetivo es dar visibilidad a las innovaciones y a la diversidad del vino alemán ante un público amplio.

El acuerdo alcanzado entre los estados federados supone un paso coordinado para afrontar los problemas actuales del sector vitivinícola alemán. Las autoridades consideran que reforzar la identidad regional y mejorar la comunicación con los consumidores puede ayudar a recuperar cuota en el mercado nacional e impulsar las exportaciones.