vinetur

La publicidad de bebidas alcohólicas en Alemania alcanza los 465 millones de euros en 2024

El vino alemán recibirá dos millones de euros extra para mejorar su imagen y ventas ante la fuerte competencia publicitaria

lunes 19 de enero de 2026



El Instituto Alemán del Vino (DWI) ha anunciado una nueva campaña de comunicación para mejorar la imagen y las ventas de los vinos alemanes. El objetivo es apoyar a los productores ante la situación complicada que atraviesa el mercado. Para esta iniciativa, se han sumado fondos del estado de Renania-Palatinado y de las regiones vitivinícolas

de Rheinhessen, Pfalz y Mosel.

La ministra de Agricultura de Renania-Palatinado, Daniela Schmitt, informó sobre esta medida durante la feria Grüne Woche celebrada en Berlín este lunes, 19 de enero. Según explicó, el sector contará con un millón de euros destinados a acciones publicitarias. Además, como ya se había comunicado el año pasado, el Ministerio Federal de Agricultura también aportará cerca de un millón de euros.

La campaña prevista tendrá un enfoque integral y combinará actividades en redes sociales con eventos y acciones en puntos de venta. Está previsto que comience en el segundo trimestre de 2026 y buscará llegar a consumidores que residen fuera de las zonas productoras de vino.

El impacto real que puede tener esta campaña aún está por ver, especialmente teniendo en cuenta la presión publicitaria existente en todo el sector. Según datos publicados por la Asociación Alemana de Bebidas Espirituosas (BSI) en su informe “Datos del sector del alcohol”, en 2024 se invirtieron en Alemania 14 millones de euros en publicidad para vino y 40 millones para vinos espumosos. En total, el gasto publicitario para todas las bebidas alcohólicas alcanzó los 465 millones de euros, siendo la cerveza la que recibió la mayor inversión con 272 millones.