vinetur

Alemania: un gigante importador entre la desaceleración y la premiumización — ¿Qué futuro para los vinos españoles?

Aunque el mercado alemán sigue siendo uno de los mayores del mundo, las importaciones evolucionan hacia productos de mayor valor y menor volumen

lunes 2 de febrero de 2026

ESCRITO POR WINETOP



El mercado alemán ocupa un lugar destacado en el panorama mundial del vino: es uno de los mayores importadores tanto por volumen como por valor, y su evolución ofrece señales claras sobre las tendencias del consumo europeo. Sin embargo, detrás de estos números conviven dos realidades: un descenso continuado en el volumen total de importaciones y una clara premiumización de la demanda, que favorece a productos de mayor valor añadido.

Durante el primer semestre de 2025, las importaciones de vino en Alemania alcanzaron unos 1.294 millones de euros (+7,1%), aunque el volumen total cayó ligeramente (-0,8%), hasta 647,2 millones de litros, reflejando una clara preferencia por vinos

envasados y de calidad frente a graneles de bajo precio.

Este fenómeno responde a una sobredotación de valor medio por litro —cercano a 2,00 euros en total y aún más alto en segmentos específicos— así como a un consumo que privilegia vinos terminados y premium frente a grandes volúmenes de vino básico.

El papel de los principales proveedores

Italia y Francia mantienen posiciones sólidas en valor: en el primer semestre de 2025, Italia encabezó las exportaciones a Alemania con 525,4 millones de euros (+11%) y Francia fue segunda con 360,6 millones (+14,2%). España, pese a ocupar la tercera posición por valor (113,3 M€ en vinos envasados), también lidera por volumen total, gracias al fuerte peso del vino a granel.

En concreto, España suministró 225,2 millones de litros, seguido muy de cerca por Italia con 224,6 millones de litros. Este liderazgo en volumen —aunque con ligeras caídas— demuestra que los vinos españoles siguen siendo referentes en precio competitivo y presencia de mercado.

Desafíos y cambios en la tendencia

Pese a este liderazgo en volumen, España enfrenta retos relevantes:

Descenso en las exportaciones de vino embotellado a Alemania, con caídas tanto en valor como en volumen respecto al año anterior, lo que señala una presión competitiva en segmentos de mayor valor. Preferencia alemana por vinos de mayor precio medio, lo que beneficia especialmente a Francia e Italia con sus marcas premium consolidadas. Un mercado importador que ha reducido sus compras de vino en términos generales, con cifras de 2024 que mostraron caídas notables en volumen y valor, después de años de estancamiento o ligera caída del consumo.

Además, la evolución del mercado alemán está influida por tendencias macroeconómicas —como el moderado crecimiento de la economía germana proyectado para 2026— que pueden limitar la expansión del consumo.

Oportunidades para el vino español

A pesar de los retos, la posición de España en Alemania no es residual. El liderazgo por volumen y la fortaleza en el segmento de vinos a granel ofrecen:

Una base sólida de presencia comercial, especialmente para bodegas enfocadas en exportaciones a precio competitivo. Espacio para crecer en vinos envasados, si se acompaña de estrategias de marca, segmentación y promoción enfocadas en calidad y diversidad del catálogo español.Potenciales sinergias con ferias y eventos internacionales claves para el sector, como ProWein, donde las regiones españolas amplían visibilidad y contactos comerciales.

En definitiva, Alemania sigue siendo un mercado esencial para las exportaciones vitivinícolas, pero la evolución del consumo y la competencia indican que las bodegas españolas tendrán que reforzar su posicionamiento más allá del volumen si quieren capitalizar las tendencias de consumo hacia productos de mayor valor añadido.