vinetur

La venta directa resiste en las bodegas alemanas del VDP

Un tercio del vino se coloca en origen y la exportación ya pesa un 25%

miércoles 29 de abril de 2026



El Verband Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) ha publicado un informe sobre la evolución de sus canales de venta y ha señalado que la distribución del vino entre sus bodegas asociadas se ha vuelto más exigente. La organización presentó los datos coincidiendo con el cierre de su feria anual en Maguncia, tras consultar de nuevo a sus miembros sobre cómo venden y por qué vías colocan sus vinos en el mercado.

Según el sondeo, la venta directa en bodega sigue siendo una vía central para estas casas. Alrededor de un tercio del volumen total se vende en origen, una proporción que se mantiene estable desde hace tiempo. También gana peso la tienda propia en internet, que ya supone cerca del 12% del total. Los distribuidores online externos aportan alrededor del 5%.

En cambio, la presencia en supermercados continúa siendo limitada. Este canal representa un 6% de las ventas, mientras que el descuento apenas llega al 1%. Para las bodegas del VDP, los pilares siguen siendo el comercio especializado y la hostelería, donde se concentra buena parte de su actividad comercial.

El informe también recoge el peso del mercado exterior. Cerca del 75% de los vinos de estas bodegas se vende dentro de Alemania y el 25% sale fuera del país. Entre los destinos más importantes figuran Escandinavia, Estados Unidos, Reino Unido y Suiza. El VDP señala que la exportación gana peso dentro de la estrategia comercial de sus asociados.

La patronal habla de un cambio en las formas de vender. Según su lectura, el mercado pide más presencia, más explicación y más relación directa con el cliente. Por eso, muchas bodegas consideran que la venta no se sostiene sola y que necesita trabajo continuo mediante viajes, actos promocionales, catas y otros formatos comerciales.

El balance de volumen refleja esa presión. En 2025, las bodegas del VDP vendieron unos 33,5 millones de botellas, 2,2 millones menos que el año anterior. La caída no se atribuye solo al menor consumo, sino también a una cosecha más corta en 2024 por daños de heladas, lo que redujo la disponibilidad de vino para comercializar.