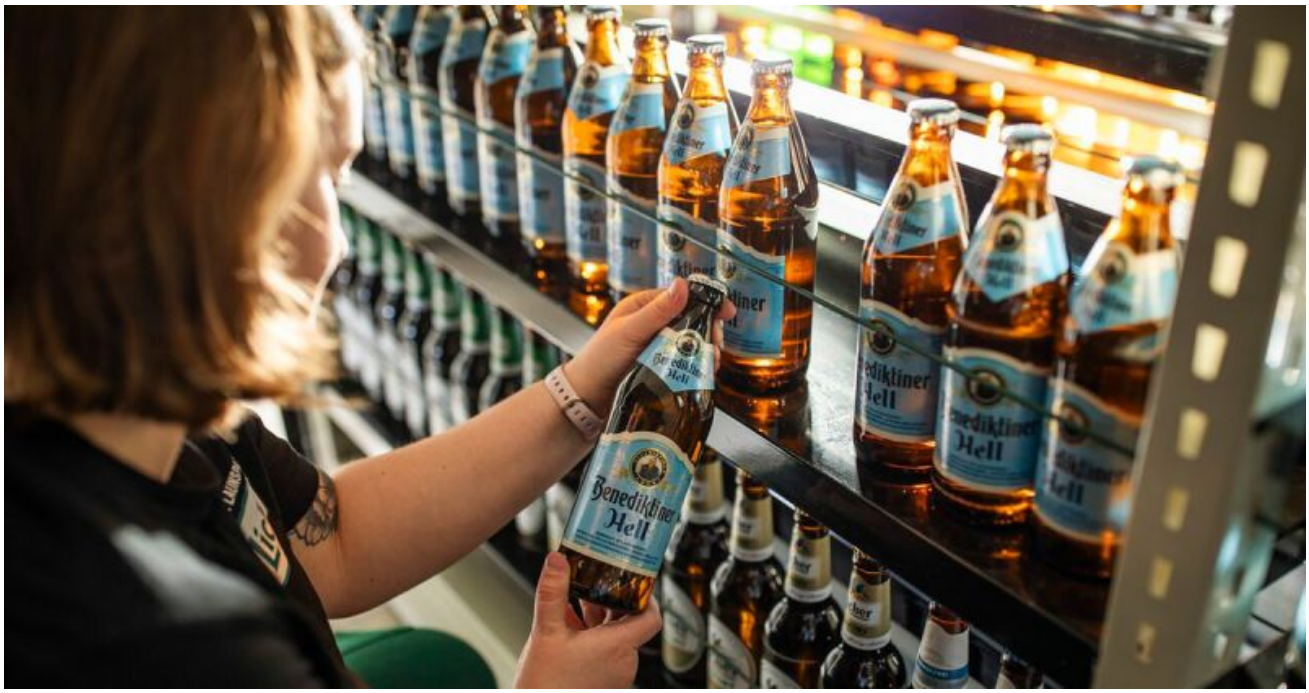
vinetur

Bitburger diz que as vendas anuais da Benediktiner atingiram pela primeira vez os 500 000 hectolitros

A marca de cerveja de trigo criada com a Abadia de Ettal vendeu cerca de 50 milhões de litros em 12 meses, mas a cervejeira não divulgou a evolução das vendas

terça-feira, 3 de novembro de 2026



A Bitburger Braugruppe anunciou na terça-feira que a Benediktiner Weissbräu atingiu pela primeira vez vendas anuais de 500 000 hectolitros, um marco para a marca de cerveja alemã criada pelo grupo em parceria com a Abadia de Ettal, na Baviera.

Este volume equivale a cerca de 50 milhões de litros de cerveja vendidos num período de 12 meses. A empresa afirmou que esse patamar nunca tinha sido atingido nos cerca de 15 anos de presença da marca no mercado. O anúncio foi feito no LinkedIn e noticiado pela publicação especializada About-Drinks.

A cervejeira não especificou os meses abrangidos pelo valor das vendas anuais, nem indicou o volume do período anterior. Assim, não é possível calcular a taxa de crescimento homóloga com base nas informações divulgadas. A empresa também não discriminou as vendas por país nem revelou as receitas associadas à marca.

A Benediktiner Weissbräu foi desenvolvida como um projeto conjunto da Bitburger Braugruppe e do Kloster Ettal, a abadia beneditina do sul da Alemanha. A marca posiciona-se no segmento das cervejas de trigo, uma categoria consolidada no mercado cervejeiro alemão, com procura tanto no mercado interno como nos mercados de exportação. No anúncio, a Bitburger afirmou que o novo nível de vendas refletia cerca de 15 anos de desenvolvimento consistente da marca, uma estratégia clara e uma aposta em produtos de elevada qualidade.

A empresa afirmou que pretende continuar a expandir a marca de forma gradual, em vez de promover uma mudança rápida de rumo. Não apresentou alterações à produção, novos mercados ou metas específicas de volume para além do marco dos 500 000 hectolitros.

A Bitburger associou também o anúncio a uma nova iniciativa de marketing desportivo. Segundo a empresa, a Benediktiner Weissbräu será, pela primeira vez, patrocinadora principal das LaVita IBU World Cups de biatlo. A iniciativa vem juntar-se à atividade de patrocínio desportivo da marca e dá-lhe visibilidade numa modalidade de inverno com uma forte audiência nos mercados de língua alemã e em partes da Europa.

O marco de vendas dá uma ideia da dimensão alcançada por uma das marcas da Bitburger no seio de um grupo cervejeiro de maior dimensão. Segundo a BarthHaas, fornecedora global de lúpulo e analista da indústria cervejeira, a Bitburger Braugruppe ocupou o 35.º lugar a nível mundial em volume de cerveja produzida em 2025, com 5,2 milhões de hectolitros. Este valor diz respeito à produção total do grupo, enquanto os 500 000 hectolitros anunciados para a Benediktiner correspondem às vendas anuais de

uma única marca; os dois indicadores descrevem, portanto, dimensões diferentes da atividade.

A Bitburger não revelou que parte do volume da Benediktiner correspondeu à Alemanha e que parte teve origem nos mercados internacionais. Também não esclareceu se o crescimento da marca foi impulsionado sobretudo pelas vendas a retalho, pela restauração, pelas exportações ou por uma combinação destes canais. Sem esses dados, o anúncio permite sobretudo perceber a dimensão atual das vendas anuais da marca, mas não as fontes concretas desse crescimento.

Para a Bitburger, o anúncio acrescenta um valor concreto a uma marca apresentada como um projeto de longo prazo, e não como um lançamento de curta duração. Atingir os 500 000 hectolitros dá à empresa um referencial comercial claro para a Benediktiner, numa altura em que muitas cervejeiras europeias procuram equilibrar mercados internos maduros, mudanças nos hábitos de consumo e custos de manutenção da visibilidade das marcas.

O anúncio não incluiu declarações de responsáveis da empresa para além da descrição do resultado como confirmação da estratégia em vigor. Também não indicou se haverá mais investimento na produção, no marketing ou na expansão internacional. A empresa deixou claro que a Benediktiner ultrapassou agora um nível de vendas anuais que a Bitburger nunca tinha comunicado para a marca.