vinetur

Rémy Cointreau verzeichnete im ersten Quartal ein Umsatzplus von 1,3%

Der Cognac-Umsatz stieg um 7,7% und glich schwächere Ergebnisse bei Likören und Spirituosen aus, während der Konzern seine Jahresziele unverändert ließ

Donnerstag, 30. Juli 2026



Rémy Cointreau teilte mit, dass der Umsatz im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2026/27 organisch um 1,3% gestiegen sei – ein Auftakt, den der französische Spirituosenkonzern als im Einklang mit seinem Gesamtjahresplan bezeichnete, wobei das Wachstum bei Cognac schwächere Ergebnisse bei Likören und anderen Spirituosen ausglich.

Das Unternehmen berichtete, dass der Cognac-Umsatz im Quartal organisch um 7,7% zulegte, während die Sparte Liköre und Spirituosen um 6,6% zurückging. Die Mitteilung deutet auf ein gemischtes Nachfragemuster über die Kategorien hinweg bei einem der weltweit größten Premium-Getränkekonzerne hin, wobei sich Cognac robust zeigte, während andere Teile des Portfolios weiter unter Druck stehen.

Diese Aufteilung ist über die Ergebnisse eines einzelnen Unternehmens hinaus relevant. Für Produzenten, Distributoren und Händler im gesamten Getränkesektor liefern die Zahlen von Rémy Cointreau einen frühen Hinweis darauf, wie Verbraucher je Kategorie ausgeben. Eine stärkere Nachfrage nach Cognac könnte die Lagerplanung und Preisgestaltung bei braunen Spirituosen stützen, während schwächere Trends bei Likören und anderen Spirituosen Unternehmen dazu veranlassen könnten, bei Aktionen, Produktmix und Bestellungen in diesen Segmenten vorsichtiger zu sein.

Rémy Cointreau bestätigte seine Ziele für das gesamte Geschäftsjahr 2026/27 und signalisiert damit, dass das Management die Divergenz zwischen den Kategorien im ersten Quartal nicht als ausreichend ansieht, um den breiteren Ausblick zu ändern. Das Unternehmen stellte das Quartal nicht als deutliche Trendwende dar, sondern als einen Beginn, der zu der bereits für das Jahr skizzierten Entwicklung passt.

Die Zahlen des ersten Quartals werden genau beobachtet, weil Rémy Cointreau ein erhebliches Engagement im Premium- und Super-Premium-Segment hat, insbesondere bei Cognac, einer Kategorie, die in den vergangenen Jahren uneinheitliche Handelsbedingungen erlebt hat. Die Nachfrage nach hochwertigen Spirituosen wurde von Inflation, schwächerer diskretionärer Ausgabebereitschaft in einigen Märkten und Veränderungen bei den Lagerbeständen der Distributoren nach früheren Phasen der Bestandsanpassung geprägt.

Vor diesem Hintergrund dürfte das Wachstum bei Cognac bei Importeuren und Großhändlern besondere Aufmerksamkeit erregen, die nach Anzeichen für eine Stabilisierung der Kategorie suchen. Ein Plus von 7,7% deutet darauf hin, dass sich die Nachfrage dort im Berichtszeitraum besser hielt als in anderen Teilen des Portfolios des Konzerns. Im Gegensatz dazu zeigt der Rückgang um 6,6% bei Likören und Spirituosen, dass schwächere Nachfrage oder vorsichtigere Bestellungen diese Marken weiterhin belasten.

Die Quartalsmitteilung des Unternehmens legt nahe, dass der Kategorienmix ein zentrales Thema für die Entwicklung bleibt. Cognac hat für Rémy Cointreau strategische Bedeutung, weil er einer der wichtigsten Gewinnträger des Konzerns und ein zentraler Indikator für die weltweite Nachfrage nach Premium-Spirituosen ist. Wenn Cognac besser abschneidet, während andere Sparten schrumpfen, kann das das gesamte Umsatzwachstum stützen, auch wenn die Dynamik im Geschäft uneinheitlich bleibt.

Für den breiteren Getränkesektor könnte dieses Muster auch die Erwartungen an Wettbewerber mit ähnlichen Preispunkten und Vertriebskanälen prägen. Wenn Verbraucher weiterhin etablierte Prestige-Kategorien bevorzugen, sich aber bei angrenzenden Produkten zurückhalten, müssen Anbieter ihre kommerziellen Pläne möglicherweise Markt für Markt anpassen. Das könnte alles betreffen, vom Zeitpunkt der Lieferungen bis hin zu Marketingbudgets und Regalplatzierung.

Die Bestätigung der Jahresziele durch Rémy Cointreau deutet darauf hin, dass das Unternehmen trotz des Drucks in Teilen des Portfolios Vertrauen in die beherrschbare Entwicklung des laufenden Geschäfts hat. Investoren und Handelspartner werden nun die kommenden Quartale daraufhin beobachten, ob Cognac das Wachstum weiter tragen kann und ob sich Liköre und andere Spirituosen erholen.

Die Mitteilung zum ersten Quartal änderte nichts an der zentralen Botschaft, die das Unternehmen dem Markt vermittelt: Die Entwicklung bleibt uneinheitlich, doch das Management ist überzeugt, dass sich das Jahr wie erwartet entfaltet. Für eine Branche, die klarere Signale zur Nachfrage nach Premium-Spirituosen sucht, ergibt sich damit eher ein differenziertes Bild als eine klare Erholung.