vinetur

Diageo will Top-Spirituosenmarken in Indien neu formulieren

Der Schritt folgt dem Vorgehen der Regulierer gegen zugesetzte Aromastoffe in Whisky und Rum, darunter Royal Challenge, das 4,5 Millionen Kisten pro Jahr verkauft.

Dienstag, 18. August 2026



Diageo hat zugestimmt, einige seiner meistverkauften Spirituosen in Indien neu zu formulieren, nachdem Regulierer den Einsatz zugesetzter Aromastoffe in als Whisky und Rum verkauften Produkten beanstandet hatten. Der Schritt wird die Produktion im ganzen Land betreffen und eine der größten lokalen Marken des Unternehmens erfassen.

Wie Reuters unter Berufung auf zwei Regierungsquellen berichtet, hat Diageo eingeräumt, dass es in mehreren in Indien vermarkteten Produkten keine Aromastoffe mehr zusetzen wird, die den Geschmack von Whisky in Whisky und von Rum in Rum nachbilden. Die Entscheidung folgt Beschränkungen, die Anfang dieses Monats von der Food Safety and Standards Authority of India, kurz FSSAI, in einem Streit über Kennzeichnungs- und Zusammensetzungsvorschriften in einem der weltweit größten Alkoholmärkte verhängt wurden.

Zu den betroffenen Produkten im Streit gehören Antiquity Blue whisky, Royal Challenge whisky und McDowell’s No. 1 Celebration Matured XXX Rum. Die ursprünglichen Einschränkungen galten für die Produktion in bestimmten Bundesstaaten, darunter Madhya Pradesh und Maharashtra, doch die nun vereinbarten Änderungen werden nach Angaben der von Reuters zitierten Regierungsquellen für die Herstellung dieser Marken in ganz Indien gelten.

Damit ist die Entscheidung für Diageos indisches Geschäft bedeutsam. Royal Challenge ist einer der meistverkauften Whiskys des Unternehmens im Land. Diageo zufolge übersteigt der Jahresabsatz von Royal Challenge in Indien 4,5 Millionen 9-Liter-Kisten, was mehr als 40,5 Millionen Litern pro Jahr entspricht. Die Marke liegt in dem vom Unternehmen als Mid-Prestige-Preissegment beschriebenen Bereich, was der Neuformulierung eine größere wirtschaftliche Bedeutung verleiht als einer begrenzten Compliance-Frage auf Ebene einzelner Bundesstaaten.

Die Economic Times berichtete, dass die Neuformulierung in etwa drei Monaten abgeschlossen sein dürfte. Während dieser Übergangszeit müssen die in den betroffenen Produkten verwendeten Aromastoffe auf der Vorderseite des Etiketts klar ausgewiesen werden. Diese Zwischenlösung soll die Marken im Markt halten, während Rezepturen, Etiketten und Lagerbestände angepasst werden.

Der Fall entstand im Zuge einer breiteren Offensive indischer Regulierer gegen Kennzeichnungs- und Herstellungspraktiken bei Alkohol. Anfang dieses Monats gingen die Behörden gegen mehrere Spirituosenmarken von Diageo und anderen indischen Spirituosenunternehmen vor und warfen ihnen Fehlkennzeichnung sowie den unzulässigen Einsatz von Aromastoffen vor. Im Mittelpunkt stand die Zugabe von Aromen, die nach Ansicht der Regulierer nicht so verwendet werden sollten, dass sie die Unterscheidung zwischen der Grundzusammensetzung eines Spirituosenprodukts und einem hinzugefügten Geschmacksprofil verwischen.

Im Fall von Royal Challenge hieß es auf dem Rücketikett des Produkts, es enthalte demineralisiertes Wasser, Neutralalkohol aus Getreide und Scotch sowie zulässige Farbstoffe und zugesetzte naturidentische Whisky-Aromastoffe. Die Regulierer beanstandeten diese Praxis im Rahmen von Indiens Lebensmittelsicherheitsvorschriften, was einen Streit auslöste, der nun dazu geführt hat, dass das Unternehmen einer Änderung der Rezeptur zugestimmt hat.

Indien ist ein wichtiger Markt für Diageo, das das Land als seinen „Verbrauchermarkt des Jahrzehnts“ bezeichnet hat. Die lokale Einheit United Spirits ist zentral für diese Strategie; ihr Portfolio erreicht über ein breites Netz von Bundesstaaten und Vertriebskanälen Massenmarkt-, Prestige- und Premium-Konsumenten. Ein regulatorischer Streit auf Produktebene in Indien wiegt daher schwerer als eine routinemäßige Kennzeichnungsfrage, vor allem wenn er Marken von nationaler Größe betrifft.

Der landesweite Umfang der Änderung ist einer der wichtigsten Punkte der Vereinbarung. Anstatt nur die Produktion in den Bundesstaaten anzupassen, in denen die Behörden den Verkauf oder die Herstellung eingeschränkt hatten, muss Diageo Rezepturen und Verpackungen für dieselben Marken überall dort ändern, wo sie in Indien produziert werden. Das könnte Anpassungen im Fabrikbetrieb, in der Lieferplanung und im bundesstaatlichen Bestandsmanagement erfordern, auch wenn bislang keine offizielle Kostenschätzung für den Übergang veröffentlicht wurde.

Weder Diageos Indien-Einheit noch die FSSAI reagierten zunächst auf Reuters-Anfragen nach einer Stellungnahme, als die Nachrichtenagentur die Entscheidung erstmals meldete. Auch hat die FSSAI bislang keine formelle Anordnung veröffentlicht, mit der die früheren Beschränkungen aufgehoben werden, was trotz des berichteten Einvernehmens mit dem Unternehmen gewisse Unsicherheit über Zeitplan und Umsetzung lässt.

Das Fehlen einer veröffentlichten endgültigen Lösung ist für die Branche relevant, weil die praktischen Bedingungen der Einhaltung weiterhin von Folgeanweisungen der Regulierer abhängen könnten. Für Diageo ist vor allem die Frage, wie schnell das Unternehmen von einer grundsätzlichen Einigung zu einer Produktion mit überarbeiteten Rezepturen übergehen kann, ohne die Versorgung in einem Markt, in dem große Marken auf ständige Nachlieferung angewiesen sind, wesentlich zu stören.

Der Vorfall kommt zudem zu einer Zeit, in der Diageo in Indien breiterer regulatorischer Aufmerksamkeit ausgesetzt ist. Reuters berichtete vergangene Woche, dass Inspektoren rund 18.000 Kisten mit Diageo-Spirituosenflaschen beschlagnahmt hätten, weil diese angeblich keine Kennzeichnung trugen, die auswies, dass sie aus sicher recyceltem Kunststoff hergestellt worden seien. Dieser Vorwurf steht zwar nicht im Zusammenhang mit dem Aromastoffstreit, hat aber zusammen die Prüfung der Compliance-Praktiken des Unternehmens im Land verschärft.

Für den indischen Spirituosenmarkt könnte der Fall Folgen über Diageo hinaus haben. Die Beanstandung zugesetzter Aromastoffe in Whisky und Rum könnte andere Hersteller veranlassen, Produktrezepturen, Etiketten und Werbeaussagen zu überprüfen, um ähnliche Maßnahmen zu vermeiden. Indiens Vorschriften zur Zusammensetzung von Lebensmitteln und Getränken können je nach Auslegung und Durchsetzung unterschiedlich gehandhabt werden, und ein aufsehenerregender Fall mit einem der größten Akteure der Branche wird oft zum Signal für den Rest des Marktes.

Unklar bleibt der geschäftliche Effekt während der Übergangsphase. Es gibt keine öffentliche Schätzung der Neuformulierungskosten, keine offizielle Zahl zu Beständen, die sich durch die Beschränkungen verzögert oder zurückgehalten haben könnten, und keine Angaben zu möglichen Auswirkungen auf den Absatz der betroffenen Marken.

Ebenfalls nicht bekannt ist, ob Händler oder staatliche Verbrauchsteuerbehörden zusätzliche Genehmigungen verlangen werden, bevor die überarbeiteten Produkte wieder regulär in den Umlauf kommen.

Dennoch markiert die Vereinbarung einen Wandel von einem regulatorischen Streit in einigen Bundesstaaten hin zu einer landesweiten Produktänderung für einige von Diageos bekanntesten Etiketten in Indien. Für ein Unternehmen, das im Land jedes Jahr Millionen Kisten lokalen Whiskys verkauft, verwandelt das ein technisches Compliance-Thema in eine operative Veränderung mit Folgen für Herstellung, Kennzeichnung und Regalpräsenz in einem seiner wichtigsten Wachstumsmärkte.