vinetur

Umfrage: 60 % der europäischen Spirituosenhersteller sehen ein schlechteres Geschäftsklima

Die meisten Unternehmen wollen ihre Investitionen trotz Druck durch Regulierung, Steuern, Inflation, Bürokratie und Handelskonflikte stabil halten.

Dienstag, 22. September 2026



Europäische Spirituosenhersteller sagen, sie blieben der Herstellung, Investition und Weiterentwicklung ihrer Produkte in Europa verpflichtet, doch eine am Dienstag in Brüssel veröffentlichte neue Branchenumfrage zeigt wachsende Sorge, dass die Region zu einem schwierigeren Ort für Expansion wird.

Die von spiritsEUROPE im Rahmen ihrer „Spirit of Life Week“ in Brüssel veröffentlichte Umfrage ergab, dass viele Produzenten ihr Geld und ihre Aktivitäten weiterhin in Europa halten wollen, obwohl sie ein aus ihrer Sicht schwächeres Geschäftsklima erleben. Der Branchenverband sagte, die Ergebnisse wiesen auf zunehmenden Druck durch Inflation, schwächere Konsumausgaben, Regulierung, Steuerlasten, Bürokratie und Handelsspannungen hin.

spiritsEUROPE sagte, der Sektor spiele auf dem gesamten Kontinent eine breite wirtschaftliche Rolle und verbinde Landwirtschaft, Produktion, Tourismus und Gastgewerbe. Nach Angaben des Verbands unterstützt die Spirituosenbranche in Europa 1,2 Millionen Arbeitsplätze, erwirtschaftet eine Bruttowertschöpfung von 60 Milliarden Euro und erzielt jährliche Steuereinnahmen von 25,3 Milliarden Euro. Außerdem hieß es, europäische Spirituosen trügen 250 geografische Angaben, die ein wichtiger Teil der kulturellen und wirtschaftlichen Identität der Region seien.

An der Umfrage beteiligten sich 50 Spirituosenhersteller, wobei kleine und mittelständische Unternehmen den Großteil der Befragten ausmachten. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass viele Unternehmen Europa zwar nicht den Rücken kehren, aber zunehmend bezweifeln, dass die aktuellen Bedingungen schnelleres Wachstum zulassen.

Knapp 33 % der Befragten sagten, sie wollten ihre Investitionen im nächsten Jahr erhöhen. Die meisten übrigen gaben an, dass sie mit weitgehend unveränderten Investitionen rechnen. Zugleich sagten 60 %, dass sich das allgemeine Geschäftsumfeld in Europa in den vergangenen 12 Monaten verschlechtert habe. Mehr als 50 % nannten regulatorische Fragen als eine der wichtigsten Herausforderungen, die sie im kommenden Jahr erwarten.

Der Branchenverband wertete diese Antworten als Warnung, dass Europas Stellung als globales Zentrum der Spirituosenproduktion nicht als dauerhaft gesichert angesehen werden kann. Obwohl Produzenten Europa weiterhin als natürlichen Heimatmarkt vieler der weltweit bekanntesten Spirituosen betrachten, legt die Umfrage nahe, dass sie vorsichtiger geworden sind, was die Wettbewerbsfähigkeit der Region in einem schwierigeren globalen Markt betrifft.

Die Ergebnisse wurden veröffentlicht, als Branchenvertreter in Brüssel zu einer Woche mit Treffen und Veranstaltungen zusammenkamen, die den wirtschaftlichen Beitrag des Sektors hervorheben und für politische Maßnahmen werben sollten, die künftiges Wachstum unterstützen. spiritsEUROPE sagte, die Veranstaltung solle den Dialog mit den europäischen politischen Entscheidungsträgern fördern – zu einem Zeitpunkt, an dem Produzenten schnellere Maßnahmen für Wettbewerbsfähigkeit und Marktzugang fordern.

Patrick Piana, Präsident von spiritsEUROPE, sagte, der Sektor verfüge weiterhin über starke Fundamentaldaten, sehe sich aber schärferem internationalen Wettbewerb gegenüber und brauche ein unterstützenderes politisches Umfeld. Er sagte, Spirituosenhersteller verbänden langjähriges Können und Erbe mit Innovation, schafften Arbeitsplätze in ganz Europa, insbesondere in ländlichen Gebieten, und seien weiterhin erfolgreiche Exporteure. Zugleich sagte er, diese Bilanz dürfe nicht als selbstverständlich gelten.

Mark Titterington, der Generaldirektor der Gruppe, sagte, die Mitglieder wünschten sich schnellere Fortschritte beim Abbau bürokratischer Hürden, bei der besseren Funktionsweise des Binnenmarkts der Europäischen Union und bei einem vorhersehbareren regulatorischen und steuerlichen Rahmen. Er forderte außerdem stärkere Unterstützung für Handelsförderung und Marktzugang, damit europäische Produzenten im Ausland wirksamer konkurrieren können.

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass viele Produzenten nicht einen einzelnen Druckpunkt sehen, sondern eine Kombination von Faktoren, die Geschäftsentscheidungen beeinflussen. Inflation treibt die Betriebskosten weiter in die Höhe, während eine schwächere Kaufkraft der Haushalte in einigen Märkten die

Nachfrage beeinträchtigt. Unternehmen verwiesen außerdem auf Verwaltungsaufwand und Steuerdruck als Hindernisse für Expansion. Zu diesen binnenwirtschaftlichen Sorgen kommen zunehmende geopolitische Spannungen und Handelskonflikte hinzu, die die Unsicherheit für Exporteure erhöhen.

Das ist bedeutsam für einen Sektor, der stark von internationalen Märkten und Europas Ruf für Premiumprodukte abhängt. Europäische Spirituosenhersteller verkaufen Produkte, die oft mit bestimmten Regionen und traditionellen Verfahren verbunden sind, und sind damit Teil der breiteren Exportidentität des Blocks. Branchenvertreter sagten, diese Position könne weiter gestärkt werden, aber nur, wenn Europa schneller daran arbeite, die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern.

Die Teilnehmer der Umfrage sagten, sie sähen in mehreren Bereichen eine klare Rolle für die EU. Nach Angaben von spiritsEUROPE wollen die Produzenten, dass der Block als verhältnismäßiger Regulierer, wirksamer Handelsverhandler, Verteidiger des Binnenmarkts und Treiber der Wettbewerbsfähigkeit handelt. Der Verband sagte, die Unternehmen hätten Signale begrüßt, dass die EU-Institutionen der Wettbewerbsfähigkeit und der regulatorischen Vereinfachung mehr Aufmerksamkeit schenken, ebenso wie Bemühungen, durch künftige Handelsabkommen neue wirtschaftliche Chancen zu eröffnen.

Dennoch sei die Botschaft der Umfrage gewesen, dass viele Produzenten die derzeitigen Bemühungen für nicht schnell genug halten. spiritsEUROPE sagte, die Unternehmen suchten nach ambitionierteren Maßnahmen, wenn Europa die langfristige Stärke des Sektors bewahren und vermeiden wolle, gegenüber Wettbewerbern anderswo zurückzufallen.

Die Veröffentlichung der Umfrage während der „Spirit of Life Week“ gibt der Branche eine Plattform, dieses Anliegen direkt in Brüssel vorzutragen. Produzenten nutzen die Veranstaltung, um zu argumentieren, dass Spirituosen nicht nur ein Verbraucherprodukt seien, sondern auch Teil einer breiteren Wertschöpfungskette, die von landwirtschaftlichen Betrieben und Ausrüstungsherstellern bis hin zu Bars, Restaurants und Tourismusunternehmen reicht. In diesem Sinne reichen die in der Umfrage geäußerten Sorgen über die Destillerien selbst hinaus und betreffen eine

größere Gruppe von Arbeitnehmern und Zulieferern in ganz Europa.

Vorläufig zeichnet die Umfrage ein gemischtes Bild. Die Unternehmen sind weiterhin bereit zu investieren und signalisieren keinen breiten Rückzug aus Europa. Doch die Daten zeigen auch eine deutliche Unruhe darüber, ob die Region die richtigen Bedingungen für künftiges Wachstum bietet, zumal die Produzenten mit höheren Kosten, strengerer Regulierung und einem unsichereren Handelsumfeld zu kämpfen haben. Titterington sagte, mit den richtigen Rahmenbedingungen könne der Sektor weiterhin Arbeitsplätze und Investitionen auf dem ganzen Kontinent unterstützen, „vom Feld bis ins Glas“.