vinetur

Umfrage: 60 Prozent der europäischen Spirituosenhersteller sehen ein schlechteres Geschäftsklima

Viele erwarten weiterhin, ihre Investitionen im kommenden Jahr zu halten oder zu erhöhen, während Regulierung zur größten Herausforderung wird.

Mittwoch, 23. September 2026



Eine Umfrage unter europäischen Spirituosenherstellern zeigt einen deutlichen Rückgang des Geschäftsklimas, obwohl viele Unternehmen weiterhin planen, im kommenden Jahr zu investieren.

Laut der von spiritsEUROPE am 10. Sept. veröffentlichten Umfrage sagten 60% der 50 Produzenten, dass sich das Geschäftsumfeld in den vergangenen 12 Monaten verschlechtert habe. Derselbe Anteil sagte, sie seien nicht zuversichtlich, dass die europäische Produktion im kommenden Jahr wachsen werde. Die Ergebnisse deuten auf eine Branche hin, die in der gesamten Europäischen Union schwächere Rahmenbedingungen sieht, sich bei den Investitionsausgaben bislang aber nicht breit zurückzieht.

Die Umfrage wurde im Sommer 2026 unter 50 Unternehmen durchgeführt, die meisten davon kleine und mittelständische Betriebe. spiritsEUROPE sagte, die Fragen hätten sich auf Zuversicht, Investitionspläne und Handelshemmnisse im EU-Markt konzentriert.

Trotz des trüben Ausblicks fielen die Antworten zu Investitionen stabiler aus als die Zahlen zur Zuversicht. Fast jeder dritte Produzent sagte, er rechne damit, die Investitionen in den nächsten 12 Monaten zu erhöhen. Die meisten übrigen sagten, sie wollten die Investitionen unverändert lassen statt sie zu kürzen. Diese Aufteilung deutet darauf hin, dass viele Unternehmen weiterhin einen Grund sehen, in Betrieb, Kapazitäten oder Marktposition zu investieren, selbst wenn sie ein härteres Geschäftsklima melden.

Die Umfrage verweist auch auf Regulierung als zentrale Sorge. Mehr als die Hälfte der Befragten nannte Regulierung als ihre unmittelbar größte Herausforderung. Die Veröffentlichung differenzierte nicht alle betroffenen konkreten Vorschriften auf, doch das Ergebnis zeigt, dass Compliance-Anforderungen und politische Änderungen für Brennereien und andere Spirituosenhersteller in der gesamten Union ein wesentlicher Druckfaktor bleiben.

Handelspraktiken waren eine weitere wichtige Sorge. spiritsEUROPE sagte, 86% der Befragten berichteten, weiterhin mit unlauteren Handelspraktiken konfrontiert zu sein. Zudem sagten 40%, diese Praktiken hätten sich in den vergangenen fünf Jahren verschlechtert. Die Ergebnisse legen nahe, dass viele Hersteller glauben, der

Wettbewerbsdruck beschränke sich nicht auf schwächere Nachfrage oder höhere Kosten, sondern umfasse auch die Art und Weise, wie Produkte gekauft, verkauft und im Markt platziert werden.

Die Umfrage nannte keine Dollar- oder Euro-Beträge für die geplanten Investitionen und lieferte keine detaillierte Aufschlüsselung nach Ländern oder Unternehmensgröße, abgesehen von dem Hinweis, dass die Befragten überwiegend KMU waren. Sie nannte auch keine Auswahlmethode, keine Fehlermarge und keine direkt vergleichbare frühere Umfragerunde, die eine belastbare historische Einordnung der Stimmungsänderung erlauben würde. Das schränkt ein, wie weit sich die Ergebnisse als statistischer Maßstab für die gesamte europäische Spirituosenbranche heranziehen lassen.

Dennoch sind die Ergebnisse bemerkenswert, weil sie eine Lücke zwischen Ausblick und Handeln zeigen. Eine Mehrheit der Befragten sagte, die Geschäftslage habe sich verschlechtert, und bezweifelte, dass die Produktion im kommenden Jahr zunehmen werde. Zugleich signalisierte nur eine Minderheit einen Rückzug bei den Investitionen. Für Branchenverbände und politische Entscheidungsträger könnte das darauf hindeuten, dass die Hersteller versuchen, wettbewerbsfähig zu bleiben und langfristige Pläne zu bewahren, auch wenn das kurzfristige Vertrauen schwach ist.

Die Veröffentlichung stammt von einem Branchenverband und nicht von einer staatlichen Statistikbehörde; sie wurde als neue Zweitveröffentlichung einer früheren Umfrage beschrieben und nicht als frisches Update, das am 22. Sept. veröffentlicht wurde. Dieser Unterschied ist wichtig, weil die Zahlen keine neue Messung nach dem 10. Sept. darstellen. Sie heben vielmehr Antworten hervor, die früher im Sommer erhoben und erneut veröffentlicht wurden, um die aktuellen Sorgen der Branche zu unterstreichen.

Der Spirituosensektor in Europa umfasst eine große Zahl exportorientierter Produzenten ebenso wie familiengeführte und regionale Unternehmen, die auf inländische Vertriebsnetze angewiesen sind. Gerade für kleinere Firmen können eine strengere Regulierung und Streitigkeiten über Handelspraktiken Margen, Planung und den Zugang zu Regalflächen beeinträchtigen. Die Ergebnisse der Umfrage legen nahe, dass diese Themen die Stimmung in unterschiedlichen Teilen des Marktes belasten.

spiritsEUROPE stellte die Umfrage unter den Themen Zuversicht, Investitionen und Hindernisse für das Geschäftemachen auf. Bei der Zuversicht war die Botschaft überwiegend negativ. Bei den Investitionen war das Bild gemischter. Bei den Hemmnissen verwiesen die Befragten zuerst auf Regulierung und dann auf unlautere Praktiken im Handel. Zusammengenommen beschreiben die Antworten eine Branche, die ein schwierigeres operatives Umfeld sieht, sich aber noch nicht in einen breiten defensiven Rückzug begeben hat.

Da die Umfrage nur 50 Unternehmen umfasste und keine detaillierte Methodik veröffentlichte, sollten ihre Zahlen eher als Signal der teilnehmenden Produzenten denn als definitive Bestandsaufnahme des gesamten EU-Markts gelesen werden. Dennoch bieten die Antworten einen nützlichen Einblick, wie Unternehmen der Branche die kommenden Monate sehen. Sie zeigen, dass die Sorge über die Geschäftslage weit verbreitet ist, dass die Zweifel am Produktionswachstum groß sind und dass viele Produzenten trotz dieser Unsicherheit weiter investieren.