vinetur

15-prozentiger US-Zoll setzt französische Wein- und Spirituosenwerte unter Druck.

Anleger haben zudem eine schwächere Nachfrage in China und einen Rückgang der Exporte um 8 % im Jahr 2025 eingepreist.

Samstag, 3. Oktober 2026



Französische Unternehmen aus der Wein- und Spirituosenbranche sehen sich an der Börse mit einem schwierigen Jahr konfrontiert, da neue US-Zölle, die schwächere Nachfrage in China, sinkende Exporte und veränderte Trinkgewohnheiten den Ausblick

des Sektors belasten.

Am Pariser Markt haben mehrere der bekanntesten Namen der Branche im Jahr 2026 nachgegeben. Nach von Meilleurtaux Placement zitierten Daten ist Marie Brizard seit Jahresbeginn um mehr als 7 % gefallen, Pernod Ricard liegt fast 20 % im Minus. Über einen Zeitraum von zehn Jahren fallen die Rückgänge noch deutlicher aus: mehr als 80 % bei Marie Brizard und mehr als 40 % bei Pernod Ricard. Der breitere Druck auf börsennotierte Konzerne spiegelt ein Geschäftsumfeld wider, das sich sowohl im Ausland als auch im Inland verschlechtert hat.

Einer der größten Rückschläge kam durch die Handelspolitik. Seit dem 1. Juli 2026 erheben die Vereinigten Staaten im Rahmen einer neuen Vereinbarung mit der Europäischen Union einen Zoll von 15 % auf die meisten europäischen Produkte. Wein und Spirituosen erhielten keine Ausnahme. Für französische Produzenten und Händler erhöht die Maßnahme die Kosten in einem ihrer wichtigsten Exportmärkte und vergrößert die Unsicherheit über Preise, Absatzmengen und Margen.

Auch China ist zu einem schwierigeren Markt geworden, insbesondere für Premiumprodukte wie Cognac. Jérôme Lieury, geschäftsführender Gesellschafter bei Olier Etudes & Recherche, sagte in von MoneyVox berichteten und von Meilleurtaux Placement zitierten Äußerungen, der chinesische Markt habe sich seit der Pandemie verschlechtert, insbesondere für hochwertigen Cognac. Er verwies auf Zollbeschränkungen, die als Reaktion auf europäische protektionistische Maßnahmen bei Elektroautos eingeführt wurden, sowie auf eine schwächere Verbrauchernachfrage im Zusammenhang mit Chinas Immobilienkrise. Diese Kombination hat die Planbarkeit für Unternehmen verringert, die stark von internationalen Verkäufen abhängen.

Die Exportdaten unterstreichen diesen Trend. Die Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux de France teilte mit, dass die Exporte des Sektors im dritten Jahr in Folge zurückgegangen seien und 2025 bei 14,3 Milliarden Euro lagen, ein Minus von 8 % gegenüber 2024. Für eine Branche, die stark von der Nachfrage im Ausland abhängt, verstärkt ein weiterer Jahresrückgang die Sorge, dass die Abkühlung nicht nur vorübergehend ist. Das hat auch weit über Weinberge und Brennereien hinaus Bedeutung, denn niedrigere Exporte, schwächere Nachfrage und Zollkosten können

Investitionspläne, Einstellungen, Marketingbudgets und Preise im gesamten Getränkegeschäft beeinflussen, einschließlich Wein, Spirituosen und angrenzender Premium-Drink-Kategorien.

Anleger reagieren zudem auf eine Veränderung im Verbraucherverhalten. Analysten, die die Branche beobachten, sagen, Käufer, insbesondere jüngere Verbraucher, achteten stärker auf Gesundheit und seien eher bereit, ihren Alkoholkonsum zu reduzieren. Das habe das Interesse an alkoholfreien und alkoholarmen Produkten, oft als NoLo bezeichnet, beflügelt, während traditionelle Kategorien an Dynamik verlieren. Für große Getränkeunternehmen wirft der Wandel die Frage auf, wie schnell sie Produktportfolios anpassen können, die lange auf etablierten Alkoholmarken und Premiumpositionierung beruht haben.

Regulatorischer Druck verschärft diese Bedenken. In den Vereinigten Staaten drängten Gesundheitsbehörden auf klarere Warnhinweise auf Flaschen über die mit Alkoholkonsum verbundenen Gesundheitsrisiken. Diese Vorschläge wurden nicht als unmittelbarer Verkaufsschock beschrieben, stellen für Produzenten, die bereits mit Zöllen und schwächerer weltweiter Nachfrage zu kämpfen haben, aber eine weitere Risikostufe dar. An den Finanzmärkten können solche Faktoren die Bewertungen belasten, noch bevor formelle Regeländerungen in Kraft treten.

Zugleich hat der Kursrückgang die Aktienkurse auf Niveaus gedrückt, die einige Analysten als historisch niedrig einschätzen. Dorian Abadie, Leiter der Aktienmärkte bei Meilleurtaux, sagte, die Bewertungen für einen großen Teil des Sektors in Paris seien auf ein Niveau gefallen, das bereits sehr viele schlechte Nachrichten einzupreisen scheine. Das beseitigt den Druck auf die Branche nicht, erklärt aber, warum einige Anleger den Sektor trotz der schwachen Entwicklung in diesem Jahr genau beobachten.

Rémy Cointreau ist ein Beispiel dafür, wie Unternehmen versuchen, sich anzupassen. Der französische Spirituosenkonzern hat einen Sparplan im Wert von mehr als 50 Millionen Euro aufgelegt. Zu den Maßnahmen gehören ein Einstellungsstopp, geringere Werbeausgaben und eine stärker auf Wert statt auf Volumen ausgerichtete Strategie. Die Aktie legte seit Jahresbeginn 2026 um 16 % zu, was darauf hindeutet, dass einige Anleger die Umstrukturierung eher als Zeichen von Disziplin in einem schwierigen

Markt denn als Hinweis auf tiefere Schwäche sehen.

Der Gegensatz innerhalb des Sektors zeigt, dass Anleger Wein- und Spirituosenunternehmen nicht mehr als ein einheitliches Thema betrachten. Gruppen mit starker Exponierung gegenüber Premium-Cognac oder gegenüber Märkten, die von Zöllen und schwächerem Konsum getroffen werden, stehen unter dem größten Druck. Unternehmen, die Kosten senken, Preise verteidigen oder auf veränderte Nachfrage mit neuen Produkten reagieren können, könnten sich besser behaupten. Für den Getränkesektor insgesamt verändert die Kombination aus Handelsbarrieren, schwächeren Exporten, gesundheitsbezogener Regulierung und dem Aufstieg von NoLo das Geschäftsumfeld und dürfte die Gewinnerwartungen und Marktbewertungen in den kommenden Monaten weiter beeinflussen.