vinetur

Brasiliens Brauereien gehen trotz Fußball-WM mit schwacher Nachfrage ins Jahresendgeschäft

Ambevs Bierabsatz stieg im dritten Quartal nur um 0,5 Prozent. Brasiliens Brauereien hoffen auf das Weihnachtsgeschäft und sorgen sich um Steueränderungen ab 2027.

Mittwoch, 11. November 2026



Brasiliens Brauereien gehen mit einer schwächer als erwarteten Nachfrage in die letzte Jahresphase. Sie hoffen, mit dem Absatz im vierten Quartal ihre Ergebnisse zu verbessern, nachdem selbst die Fußball-Weltmeisterschaft in diesem Jahr den Bierkonsum nicht spürbar angekurbelt hat. Unternehmenszahlen und Branchenkommentare zeigen einen Markt, der weiterhin unter schwachen Absatzmengen, kühlerem Wetter in wichtigen Regionen und der Sorge vor den Auswirkungen einer umfassenden Steuerreform auf Preise und Profitabilität ab 2027 leidet.

Ambev, die größte Brauerei Brasiliens, teilte mit, dass ihr Bierabsatz im Land im dritten Quartal gegenüber dem Vorjahreszeitraum lediglich um 0,5 Prozent gestiegen sei. Der Nettogewinn belief sich in diesem Zeitraum auf 4,366 Mrd. R $. Das entspricht einem Rückgang von 10,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal, der auf den Wegfall einmaliger Steuereffekte zurückzuführen ist, die 2025 verbucht worden waren. Bereinigt um diese Effekte lag der Nettogewinn bei 4,393 Mrd. R $, ein Plus von 14,3 Prozent.

Ambevs Vorstandsvorsitzender Carlos Lisboa sagte, das Unternehmen habe trotz höherer Preise Marktanteile hinzugewonnen, und bezeichnete das Markenportfolio als gut aufgestellt. Im Quartal habe der Fokus auf Premium-Marken gelegen, während die eher traditionellen Marken stagniert hätten. Lisboa erklärte außerdem, Jahre mit außergewöhnlich günstigen Wetterbedingungen, insbesondere 2024, seien Ausnahmen gewesen und sollten nicht als normaler Maßstab für den Bierabsatz gelten. Zudem habe sich die Nachfrage im Vorjahr Ende Dezember erholt und bis Mitte Januar angehalten. Das zeige die grundlegende Stärke der Branche, sagte er.

Dennoch drängen Investoren Ambev mit Fragen zu den ihrer Ansicht nach schwachen Absatzmengen bei Bier. Die Äußerungen des Unternehmens deuten darauf hin, dass Preise und Produktmix derzeit einen Teil des Nachfrageeinbruchs abfedern, die Sorgen über das Tempo der Erholung im Kerngeschäft aber nicht ausräumen.

Auch Heineken verwies auf das fragile Marktumfeld in Brasilien, berichtete jedoch zugleich von einer gewissen Verbesserung. Der Brauer teilte mit, dass sein Absatz im Land im dritten Quartal wieder gewachsen sei. Zusammen mit der besseren

Entwicklung in Mexiko trug dies dazu bei, den Absatz in Nord- und Südamerika auf 23,6 Millionen Hektoliter zu steigern – ein Plus von 2,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. In den ersten neun Monaten des Jahres lag der Absatz in der Region allerdings weiterhin 1,6 Prozent im Minus bei 69,3 Millionen Hektolitern.

In Brasilien verzeichnete die Marke Heineken nach Unternehmensangaben ein zweistelliges Wachstum, während Amstel im hohen einstelligen Prozentbereich zulegte. Heinekens Finanzvorstand Harold van den Broek sagte, er bleibe mit Blick auf den Bierabsatz im vierten Quartal sowohl in Brasilien als auch in Mexiko vorsichtig. Als großes Hindernis für die Branche nannte er die ungünstigen Wetterbedingungen, insbesondere das ungewöhnlich kühle Klima im Südosten Brasiliens. Außerdem verwies er auf die Inflation und allgemeine makroökonomische Risiken.

Rafael Oliveira, der neue Vorstandsvorsitzende von Heineken, besuchte kürzlich Brasilien und sagte, der Markt sei weiterhin von einer gewissen wirtschaftlichen Anspannung geprägt. Van den Broek hob zudem die starke Volatilität der brasilianischen Währung nach dem Ergebnis der Präsidentschaftswahl hervor. Seine Prognose für Nord- und Südamerika sei konservativ, da er noch keine klare Wende hin zu nachhaltigem Wachstum erkenne.

Die schwache Nachfrage wirkt sich nicht nur auf die Quartalsumsätze aus. Brasilien zählt zu den größten Biermärkten der Welt, und ein langsamerer Konsum kann die Preisentscheidungen, Margen und Investitionspläne von Brauereien und ihren Zulieferern beeinflussen. Für die Getränkeindustrie insgesamt könnte die Kombination aus verhaltener Nachfrage und dem Übergang zu einem neuen Steuersystem Auswirkungen darauf haben, wie Unternehmen in einem der wichtigsten Märkte der Branche ihren Produktmix, ihre Investitionen und Preiserhöhungen steuern.

Gleichzeitig erklärten Brauereien, die ersten veröffentlichten Leitlinien zur neuen selektiven Steuer Brasiliens, die Teil der Steuerreform des Landes ist, sorgten für eine gewisse Entlastung. Am Dienstag, dem 10. November, begrüßte die Branche die Veröffentlichung einer vorläufigen Maßnahme, die mehr Klarheit über den Übergang ab 2027 schaffe. Im Zuge der Reform werden die derzeitigen Verbrauchsteuern schrittweise durch ein neues Modell ersetzt. Für Getränkeunternehmen ist die

wichtigste Änderung die selektive Steuer, die in Brasilien häufig als „Sündensteuer“ bezeichnet wird und ab 2027 unter anderem auf alkoholische Getränke erhoben werden soll. Ebenfalls ab diesem Jahr wird die als CBS bekannte Bundesabgabe die PIS/Cofins ersetzen. Der umfassendere Übergang soll bis 2033 dauern.

Der Nationale Verband der Bierindustrie, bekannt als Sindicerv, erklärte, die vorläufige Maßnahme schaffe ein wichtiges Maß an Vorhersehbarkeit. Helena Romeiro de Araújo, die neue Vorstandsvorsitzende des Verbands, sagte, die Branche werde weiter mit der Bundesregierung zusammenarbeiten, um die Steuerneutralität im Rahmen der Reform zu wahren. Die Brauereien hätten sich der Debatte auf fachlicher Ebene genähert und setzten sich für Regeln ein, die den Wettbewerb ausgewogen hielten. „Wir werden uns für Steuerneutralität einsetzen“, sagte sie. „Wir gehören zu den Branchen, die am meisten Steuern zahlen.“

Araújo trat ihr Amt am 2. November an und löste Márcio Maciel ab. Sie ist die erste Frau an der Spitze des Verbands in dessen 78-jähriger Geschichte. Sindicerv vertritt 12 Brauereien, darunter Ambev und Heineken, die beiden größten des Landes. Nach Angaben des Verbands ist Brasilien der drittgrößte Bierproduzent der Welt, hinter den Vereinigten Staaten und China. Die Branche sichere rund 2,5 Millionen direkte, indirekte und induzierte Arbeitsplätze und zahle jährlich etwa 50 Mrd. R $ an Steuern.

Analysten von Bradesco BBI und Citi zufolge dürfte die Steuerreform zunächst weitgehend neutral auf die Bierindustrie wirken. Es gebe keine klaren Anzeichen für einen erheblichen zusätzlichen Preisdruck ab 2027. Zugleich bestünden weiterhin große Unsicherheiten, insbesondere hinsichtlich der ab 2028 festzulegenden Sätze der selektiven Steuer und späterer Anpassungen bis 2033.

Vorerst setzen die Brauereien weiterhin auf das letzte Quartal als Stütze. Ihre eigenen Aussagen legen jedoch nahe, dass die Erholung von Faktoren abhängt, die außerhalb ihrer Kontrolle liegen – darunter das Wetter, die Konsumausgaben und die konkrete Ausgestaltung des neuen Steuersystems.