vinetur

Stoli nimmt nach Einigung mit Gläubigern und Insolvenzantrag US-Geschäft wieder auf

Die Wodkamarke kehrt mit neuem Importeur und schrittweisem Neustart zurück und will während der Restrukturierung wieder Regalfläche gewinnen

Sonntag, 15. November 2026



Stoli hat den Geschäftsbetrieb in den USA wieder aufgenommen. Vorausgegangen war eine Einigung mit Gläubigern nach einem Insolvenzantrag zu Beginn des Jahres. Damit öffnet sich ein wichtiger Markt für die Wodkamarke erneut, die während ihrer Restrukturierung nicht regulär in den USA tätig war.

Seit Samstag, dem 14. November, ist das Unternehmen mit einer neuen Geschäftsstruktur auf den US-Markt zurückgekehrt. Dazu gehören MHW als Importeur und neue Vertriebsvereinbarungen, wie aus den verfügbaren Informationen zum Neustart hervorgeht. Die Rückkehr dürfte schrittweise erfolgen und nicht unmittelbar landesweit: Die Verfügbarkeit der Produkte wird sich demnach wohl Markt für Markt erholen, statt auf einmal flächendeckend wiederhergestellt zu werden.

Stoli Group hatte Insolvenz anmelden müssen, nachdem das Unternehmen in finanzielle Schwierigkeiten geraten war. Anschließend handelte das Unternehmen mit seinen Gläubigern Bedingungen aus, die eine Wiederaufnahme des US-Geschäfts ermöglichten. Das Insolvenzverfahren ist weiterhin offen, während das Unternehmen in einem seiner wichtigsten Märkte für importierte Spirituosen wieder geschäftlich aktiv wird.

Die Rückkehr bietet Stoli die Chance, ein Geschäft wieder aufzubauen, das stark von den Beziehungen zu Vertriebspartnern, der Platzierung im Einzelhandel und der Präsenz in Bars und Restaurants abhängt. Nach einem Insolvenzantrag können sich diese Beziehungen nur schwer wiederherstellen lassen – insbesondere in einem hart umkämpften Wodkamarkt, in dem Regalflächen und Kartenplätze begrenzt sind und Wettbewerber freie Plätze schnell besetzen. Ein schrittweiser Neustart bedeutet zudem, dass das Unternehmen voraussichtlich Zeit brauchen wird, um Lagerbestände aufzufüllen, die Vertriebsnetze auf Bundesstaaten- und lokaler Ebene wieder anzubinden und Abnehmer davon zu überzeugen, die Marke wieder regelmäßig ins Sortiment aufzunehmen.

Das Unternehmen hat angekündigt, seinen Marktanteil in den USA mit Marketing- und Produktstrategien ausbauen zu wollen, die auf den aktuellen Geschmack der Verbraucher ausgerichtet sind. Im Mittelpunkt steht damit nicht nur, die Flaschen wieder in die Lieferkette zu bringen, sondern auch, Großhändler, Einzelhändler und

Verbraucher davon zu überzeugen, dass die Marke nach einer Phase finanzieller Schwierigkeiten wieder ein verlässlicher langfristiger Lieferant sein kann.

Für die Getränkeindustrie könnte der Neustart über eine einzelne Wodkamarke hinaus Folgen haben. Er verändert die Vertriebsstruktur einer internationalen Spirituosengruppe in den USA und zeigt, wie schwierig es für eine Spirituosenmarke ist, nach einer Insolvenz wieder an Schwung zu gewinnen. Importeure, Vertriebspartner und konkurrierende Marken verfolgen solche Erholungsprozesse aufmerksam, da sie den Zugang zu Regalflächen, den Preisdruck und die Portfoliostrategie in der Spirituosenbranche verändern können.

Die in dem Bericht zitierten Analysten werteten die Entwicklung als positives Signal für die Marke. Sie verwiesen auf die Möglichkeit eines erneuten Verbraucherinteresses, sofern Stoli den Neustart erfolgreich umsetzt. Die Rückkehr auf den Markt allein stellt jedoch weder verlorene Umsätze noch die frühere Marktposition wieder her. Das Unternehmen muss weiterhin ganz praktisch den Vertrieb neu aufbauen, das Vertrauen seiner Handelspartner zurückgewinnen und zeigen, dass die Restrukturierung eine zuverlässige Belieferung des US-Marktes ermöglicht.

Das Wodkasegment in den USA ist weiterhin stark umkämpft. Etablierte einheimische und importierte Marken konkurrieren über den Preis, eine Premiumpositionierung und Marketing. In diesem Umfeld hängt die Rückkehr eines insolventen Unternehmens von mehr als dem Bekanntheitsgrad ab. Entscheidend ist auch, wie schnell die Produkte wieder in den Geschäften erhältlich sind, wie weit das Vertriebsnetz reicht und ob das Unternehmen Großhändlern und Einzelhändlern einen überzeugenden Grund bietet, den Neustart zu unterstützen. Stoli nimmt diesen Prozess nun wieder auf, während die Restrukturierung im Hintergrund weiterläuft.