vinetur

Diageo India überholt Pernod Ricard als umsatzstärkstes Alkoholunternehmen Indiens

United Spirits erzielte im Geschäftsjahr FY26 einen Umsatz von 27.816 Crore Rupien, nachdem Pernod Ricards Umsatz nach dem Verkauf von Imperial Blue um 13,6 % gesunken war

Sonntag, 22. November 2026



Diageo India hat Pernod Ricard India überholt und ist nach Umsatz zum größten Unternehmen für alkoholische Getränke des Landes geworden. Grund dafür war ein deutlicher Umsatzrückgang bei Pernod Ricard im Geschäftsjahr, das am 31. März 2026 endete, nachdem das Unternehmen sein Geschäft mit Imperial Blue verkauft hatte.

Aus den beim indischen Unternehmensregister eingereichten Finanzunterlagen geht hervor, dass Pernod Ricard India im Geschäftsjahr FY26 einen Rückgang der Umsatzerlöse aus dem operativen Geschäft um 13,6 % auf 23.701,27 Crore Rupien verzeichnete. Die Gesamterträge einschließlich sonstiger Erträge sanken um 12,8 % auf 24.122,03 Crore Rupien.

Dadurch rückte Diageo India, das über die börsennotierte Tochtergesellschaft United Spirits tätig ist, an die Spitze vor. United Spirits meldete im Geschäftsjahr FY26 Umsatzerlöse aus dem operativen Geschäft von 27.816 Crore Rupien, ein Plus von 4,38 % gegenüber dem Vorjahr. Die konsolidierten Gesamterträge stiegen auf 28.294 Crore Rupien.

Der Wechsel an der Spitze markiert eine bemerkenswerte Veränderung in einem Markt, den globale Spirituosenkonzerne als einen der wichtigsten für ihr langfristiges Wachstum betrachten. Zugleich zeigt er, wie rasch Veränderungen im Produktportfolio die Rangfolge am indischen Markt verschieben können. Indien ist ein wichtiges Wettbewerbsfeld für Spirituosenunternehmen und gewinnt auch für Hersteller von Premiumspirituosen, Bier und anderen Getränken zunehmend an Bedeutung.

Pernod Ricard hatte in den vergangenen Jahren die Spitzenposition inne. Der Rückgang im Geschäftsjahr FY26 war vor allem auf den Verkauf von Imperial Blue an Tilaknagar Industries zurückzuführen, durch den der französische Konzern seine Präsenz im Massenmarkt verringerte. Diageos Aufstieg erfolgt mehrere Jahre, nachdem United Spirits 2021 im Rahmen seiner Strategie, sich stärker auf Premiumprodukte zu konzentrieren, eine Reihe beliebter Whisky-Marken im unteren Preissegment an Inbrew Beverages verkauft hatte.

Die Zahlen verdeutlichen eine umfassendere Neuordnung der indischen Getränkealkoholbranche. Während multinationale Konzerne weiterhin auf Premium- und Luxusmarken setzen, gewinnen auch heimische Unternehmen Marktanteile. Radico

Khaitan verzeichnete unter den großen Anbietern eines der stärksten Ergebnisse: Die konsolidierten Gesamterträge stiegen im Geschäftsjahr FY26 gegenüber 17.098,5 Crore Rupien im Geschäftsjahr FY25 um fast 22,7 % auf 20.976,4 Crore Rupien. Damit belegte das indische Unternehmen nach Umsatz den dritten Platz am Markt.

Zum Portfolio von Radico Khaitan gehören der Wodka Magic Moments, der Whisky 8PM, der Rampur Indian Single Malt, der Jaisalmer Indian Craft Gin und der Whisky Royal Ranthambore. Das Wachstum deutet darauf hin, dass heimische Hersteller ebenso wie ausländische Konzerne davon profitieren, dass indische Verbraucher bereit sind, mehr für höherpreisige Spirituosen auszugeben.

Der von Heineken kontrollierte Bierhersteller United Breweries blieb eine weitere bedeutende Kraft am Markt, verzeichnete jedoch schwächere Ergebnisse. Die konsolidierten Gesamterträge des Unternehmens sanken im Geschäftsjahr FY26 gegenüber 19.444,44 Crore Rupien im Vorjahr um fast 10 % auf 17.508,66 Crore Rupien.

Zusammengenommen verdeutlichen die Finanzergebnisse von Diageo India und Pernod Ricard India die Größenordnung des Marktes – auch in einem Jahr mit uneinheitlicher Entwicklung. Die beiden Unternehmen erzielten im Geschäftsjahr FY26 Gesamterträge von zusammen 52.416,03 Crore Rupien, 5,17 % weniger als die 55.275,6 Crore Rupien im vorangegangenen Geschäftsjahr.

Der Umsatzrückgang hinderte Pernod Ricard nicht daran, sein Ergebnis deutlich zu verbessern. Der Gewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen stieg von 1.734,59 Crore Rupien im Vorjahr auf 4.551,60 Crore Rupien. Maßgeblich dazu trugen außerordentliche Erträge von 3.223,49 Crore Rupien aus dem Verkauf von Imperial Blue bei.

Auch ohne diese außerordentlichen Posten verzeichnete Pernod Ricard eine Verbesserung des operativen Ergebnisses. Der Gewinn vor außerordentlichen Posten und Steuern stieg im Geschäftsjahr FY26 gegenüber 2.342,24 Crore Rupien im Geschäftsjahr FY25 um 5,68 % auf 2.475,29 Crore Rupien. Die Gesamtaufwendungen sanken um 14,51 % auf 21.646,74 Crore Rupien.

Das Unternehmen erhöhte zudem seine Ausgaben für seine Marken. Die Werbe- und Promotionaufwendungen stiegen im Geschäftsjahr FY26 gegenüber 864,16 Crore Rupien im Vorjahr um 12,44 % auf 971,69 Crore Rupien. Der gesamte Steueraufwand erhöhte sich von 607,65 Crore Rupien auf 1.147,18 Crore Rupien, ein Plus von 88,8 %.

Indien ist nach Absatzvolumen weiterhin der größte Markt von Pernod Ricard weltweit und zählt zu den wichtigsten Wachstumsmärkten des Unternehmens. Pernod Ricard vertreibt dort internationale Marken wie Absolut, Jameson, Chivas Regal, Ballantine’s und The Glenlivet sowie sein Seagram-Portfolio, zu dem Blenders Pride, 100 Pipers, Longitude 77 und Xclamat!on gehören.

Laut dem Bericht laufen bei Pernod Ricard außerdem weiterhin Vorbereitungen für einen möglichen Börsengang des Indiengeschäfts. Eine Börsennotierung dürfte angesichts der Marktgröße und des raschen Wandels im Wettbewerb bei Investoren auf großes Interesse stoßen.

Der Wechsel an der Spitze nach Umsatz könnte auch über die beiden unmittelbar betroffenen Unternehmen hinaus Folgen haben. In Indien, wo Spirituosen den Alkoholkonsum dominieren und die Premiumisierung zu einer zentralen Branchenstrategie geworden ist, kann der Verkauf einer großen Massenmarktmarke Marktanteile, Preissetzungsmacht und Investitionspläne in der gesamten Branche verändern. Das könnte beeinflussen, wie globale und heimische Hersteller ihre Whisky-, Wodka-, Gin- und Bierportfolios in einem der weltweit am genauesten beobachteten Getränkemärkte aufstellen.