vinetur

Pernod Ricard prüft Börsengang seines Indiengeschäfts

Pernod Ricard erwägt einen Börsengang seines Indiengeschäfts, da Indien die USA als größten Markt des Konzerns überholen könnte.

Montag, 23. November 2026



Pernod Ricard bereitet einen möglichen Börsengang seines Indiengeschäfts vor. Der französische Spirituosenkonzern erwägt diesen Schritt nach eigenen Angaben aus strategischen und nicht allein aus finanziellen Gründen, da Indien für sein weltweites

Wachstum immer wichtiger wird.

Verwaltungsratspräsident Alexandre Ricard sagte den Aktionären auf der Hauptversammlung des Unternehmens am 20. November, der Verwaltungsrat könnte im Januar 2027 in Indien zusammenkommen, um die Möglichkeit zu erörtern. Das berichtete The Economic Times. Eine endgültige Entscheidung sei noch nicht gefallen. Zugleich warnte Ricard, ein Börsengang bringe mehr Bürokratie und regulatorische Komplexität mit sich und würde den Anteil der Muttergesellschaft dauerhaft verringern.

Ricard bezeichnete Indien als „absolut strategisch“ für Pernod Ricard. Mittelfristige Prognosen deuteten darauf hin, dass das Land die USA beim Umsatz künftig als größten Einzelmarkt des Konzerns überholen könnte. Indien sei bereits der zweitgrößte Markt von Pernod Ricard nach den USA, sagte er. Vor zehn Jahren habe das Land noch nicht zu den zwölf wichtigsten Märkten des Unternehmens gehört.

Das Unternehmen hinter Chivas Regal, Royal Stag und The Glenlivet hat weder den Umfang noch den Zeitpunkt eines möglichen Angebots bekannt gegeben. Auf der Aktionärsversammlung brachte ein Investor einen Börsengang im Wert von mehr als 1 Milliarde US-Dollar ins Gespräch. Ricard bestätigte jedoch keine Bewertung. Er sagte, der Verwaltungsrat habe ihn etwa ein Jahr zuvor gebeten, die strategischen Gründe für einen Börsengang zu prüfen. Mit den laufenden Vorbereitungen halte das Unternehmen diese Möglichkeit nun offen.

Nach den indischen Börsenzulassungsregeln müsste Pernod Ricard seinen Anteil auf etwa 75% reduzieren, da mindestens 25% der Aktien frei handelbar sein müssen. Ricard sagte, ein solcher Schritt wäre unumkehrbar und würde das Unternehmen dazu zwingen, das vollständige Eigentum an einem Geschäft aufzugeben, das immer wichtiger werde. Der Verwaltungsrat müsse sowohl von den strategischen Vorteilen als auch von günstigen Marktbedingungen überzeugt sein, bevor er einem solchen Schritt zustimme.

Ricard zufolge könnte eine börsennotierte indische Tochtergesellschaft die Unternehmensführung und Transparenz verbessern und zugleich die Beziehungen zu Behörden, Kunden, Lieferanten und anderen lokalen Interessengruppen stärken. Ein Börsengang könnte außerdem dabei helfen, Talente in einem Markt zu gewinnen, in

dem der Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte zunimmt. Zugleich betonte er, dass dies weniger Flexibilität und einen höheren Verwaltungsaufwand mit sich brächte.

Die Diskussion spiegelt einen grundlegenden Wandel in der weltweiten Getränkeindustrie wider: Indien gewinnt für internationale Spirituosenkonzerne an Bedeutung. Das Wachstum des Landes verändert die langfristigen Investitionspläne der Hersteller. Ein Börsengang einer großen lokalen Tochtergesellschaft könnte zeigen, wie wichtig Indien als Absatzmotor und strategischer Standort geworden ist.

Ricard verwies zudem auf den zunehmenden Wirtschaftsnationalismus und die stärkere Vorliebe für lokal hergestellte Produkte in Schwellenländern wie Indien und China sowie in Teilen Afrikas. Pernod Ricard passe sich daran mit einer, wie er es nannte, „Entwestlichung“ der Strategie an. Dazu gehörten engere lokale Verbindungen für internationale Marken und Kooperationen mit Künstlern vor Ort.

Besonders deutlich zeigt sich dieser Wandel auf dem indischen Whisky-Markt. In den vergangenen zehn Jahren hat sich der Markt über massentaugliche Blended Whiskys hinaus in Richtung lokal produzierter Single Malts entwickelt. Pernod Ricard und der Konkurrent Diageo haben beide indische Single Malts auf den Markt gebracht, um auf die veränderte Nachfrage und die Attraktivität einheimischer Marken zu reagieren.

Indien hat zudem dazu beigetragen, die schwächere Entwicklung in anderen Bereichen des Pernod-Ricard-Geschäfts auszugleichen. Ricard zufolge federt das Land die Schwäche in den USA und China ab. Das Unternehmen meldete kürzlich für das erste Quartal einen Umsatzrückgang von 0,9%. Indien trug maßgeblich dazu bei, die Auswirkungen der Rückgänge in diesen anderen Märkten zu begrenzen.

Die Finanzergebnisse der lokalen Tochtergesellschaft zeigen, warum Indien so wichtig ist. Pernod Ricard India meldete für das Geschäftsjahr 2026 einen Umsatz ohne Verbrauchsteuern von ₹13,315 crore, ein Plus von 0,6%. Der Gewinn vor Sondereffekten und Steuern stieg um 5,7% auf ₹2,483 crore. Der Nettogewinn sprang von ₹1,755 crore auf ₹4,559 crore. Dazu trug ein außerordentlicher Gewinn von ₹3,223 crore aus dem Verkauf der Marke Imperial Blue an Tilaknagar Industries bei.

Auch im Vergleich mit dem nächstgrößten Wettbewerber ist die Größe des Unternehmens in Indien bemerkenswert. United Spirits, das von Diageo kontrolliert wird, meldete einen Nettoumsatz von ₹12,467 crore, ein Plus von 7,7%. Das EBITDA stieg um 11% auf ₹2,286 crore.

Ricard sagte, sollte der Verwaltungsrat einen Börsengang unterstützen, dann wegen der strategischen Bedeutung Indiens und nicht, weil die Muttergesellschaft Geld benötige. Ob die mögliche Verwaltungsratssitzung im Januar 2027 in Indien stattfinde, hänge zudem von der geopolitischen Lage ab.

Für Pernod Ricard geht es nicht mehr um die Frage, ob Indien ein bedeutender Markt ist, sondern darum, wie weit das Unternehmen diesem Markt ein eigenständigeres und öffentlich sichtbares Unternehmensprofil geben sollte. Für die Getränkeindustrie insgesamt zeigen die Überlegungen, dass globale Spirituosenkonzerne Indien immer schwerer als einen von vielen großen Märkten behandeln können und das Land als Zentrum künftigen Wachstums kaum noch ignorieren können.