

Berlin / Wiesbaden, den 14. April 2026

Positionspapier zur Diskussion um eine mögliche Erhöhung der Alkoholsteuer auf Spirituosen

I. POLITISCHE EINORDNUNG UND POSITION DES BWSI

Mit dem ersten Bericht der „FinanzKommission Gesundheit“ liegt ein umfangreicher Maßnahmenkatalog zur Stabilisierung der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) vor. Der Bericht versteht sich ausdrücklich als politischer Werkzeugkasten, aus dem die Bundesregierung einzelne Maßnahmen auswählen kann. Das empfohlene Gesamtvolumen übersteigt die prognostizierte Finanzierungslücke deutlich. Für unsere Branche besonders relevant ist die Empfehlung zur Erhöhung der Alkoholsteuer auf Spirituosen.

Aus Sicht des Bundesverbandes Wein und Spirituosen International e.V. (BWSI) ist die vorgeschlagene Erhöhung der Alkoholsteuer auf Spirituosen äußerst kritisch zu bewerten. Sie ist weder gesundheitspolitisch zielgenau noch systematisch überzeugend.

1. Pauschale Steuererhöhungen sind kein zielgenaues Präventionsinstrument

Wer missbräuchlichen Konsum alkoholischer Getränke wirksam reduzieren will, sollte dort ansetzen, wo die Risiken tatsächlich entstehen: bei problematischen Konsummustern, beim Rauschtrinken, bei vulnerablen Gruppen und beim Jugendschutz. Hinzu kommt, dass der Konsum alkoholischer Getränke und insbesondere problematische Konsummuster seit Jahren rückläufig sind. Das spricht dafür, dass Prävention, Aufklärung sowie verantwortungsvolle Vermarktung Wirkung entfalten. Zielgenaue Prävention, Aufklärung und konsequente Rechtsdurchsetzung sind daher sachgerechter als eine allgemeine steuerliche Mehrbelastung.

2. Die Herleitung über Jugendliche und junge Erwachsene ist nicht schlüssig

Der Bericht stützt seine Empfehlung ausdrücklich auch auf die besondere Relevanz von Spirituosen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Gerade wenn problematischer Konsum in diesen Gruppen adressiert werden soll, sind passgenaue Maßnahmen im Jugendschutz und in der Prävention der sachgerechtere Weg als eine pauschale Steuererhöhung.

3. Die Maßnahme wäre wirtschaftlich das falsche Signal

Eine zusätzliche steuerliche Belastung würde in eine wirtschaftlich angespannte Phase fallen, in der viele Unternehmen bereits unter Kostendruck, schwacher Nachfrage und hoher Unsicherheit stehen. Für Hersteller, Importeure, Handel und Gastronomie wäre dies ein weiteres Belastungssignal zur Unzeit.



4. Bars, Kneipen und Clubs wären besonders getroffen

Getränkegeprägte Betriebe leben wesentlich vom Getränkeumsatz. Eine höhere Alkoholsteuer auf Spirituosen würde Bars, Kneipen und Clubs daher besonders und unverhältnismäßig belasten. Damit steigt die Gefahr eines weiteren Kneipen-, Bar- und Clubsterbens. Betroffen wären nicht nur Betriebe, sondern auch gesellschaftliche Treffpunkte, Orte kulturellen Lebens und des sozialen Austauschs.

5. Die vorgeschlagene Steuererhöhung ist unverhältnismäßig und systematisch nicht überzeugend

Die im Bericht vorgeschlagene Anhebung würde die Steuerbelastung auf Spirituosen innerhalb von drei Jahren faktisch nahezu verdoppeln. Das wäre keine maßvolle Anpassung, sondern ein sprunghafter fiskalischer Eingriff in eine einzelne Produktkategorie. Zugleich sind Spirituosen bereits heute stark besteuert. Auch der Bericht selbst räumt ein, dass mögliche Ausweichreaktionen hin zu anderen alkoholischen Getränken nicht ausgeschlossen werden können. Eine isolierte Steuererhöhung auf Spirituosen würde deshalb Marktverzerrungen und Verlagerungseffekte verstärken, ohne missbräuchlichen Konsum treffsicher zu reduzieren.

Aus Sicht des BWSI sind zielgenaue Prävention, konsequenter Jugendschutz, Aufklärung sowie verantwortungsvolle Vermarktung der bessere Weg, um missbräuchlichen Konsum wirksam zu bekämpfen – ohne verantwortungsvollen Konsum eines großen Teils der Erwachsenen pauschal mitzutreffen und ohne kulturelle Orte des gesellschaftlichen Lebens weiter zu schwächen.

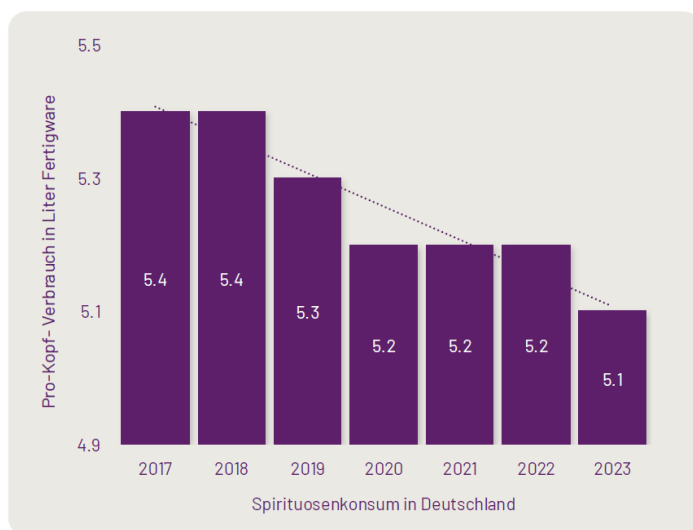
II. GESUNDHEIT / PUBLIC HEALTH

Konsummuster sind entscheidend – nicht das Getränk

Die Wirkung von Ethanol ist in allen alkoholischen Getränken gleich, daher sind aus gesundheitspolitischer Sicht vor allem missbräuchliche Konsummuster, insbesondere Menge, Häufigkeit und Konsumkontext, maßgeblich.

Der Konsum alkoholischer Getränke erfolgt heute insgesamt moderater und bewusster; eine Entwicklung, die sich auch im rückläufigen Spirituosenkonsum widerspiegelt.

Konsumrückgang bei Spirituosen setzt sich fort



In den letzten Jahren ist der jährliche Spirituosenkonsum in Deutschland etwas zurückgegangen.

2023: vorläufige Angaben.

Quellenangabe

Ifo Institut (2024): Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen in Deutschland in den Jahren 1960 - 2023 (in Liter Fertigware)

Rückgang des schädlichen Alkoholkonsums

Nationale Erhebungen zeigen seit Jahren einen Rückgang insbesondere des missbräuchlichen Alkoholkonsums. Dies gilt vor allem für exzessive Trinkmuster sowie für den Alkoholkonsum bei jungen Erwachsenen¹. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Aufklärungsarbeit, Präventionsprogramme, strenge Jugendschutzregelungen sowie ein gestiegenes gesellschaftliches Bewusstsein für verantwortungsvollen Konsum bereits Wirkung entfalten.

Pauschale Steuererhöhungen sind kein zielgenaues Präventionsinstrument

Pauschale Steuererhöhungen treffen vor allem verantwortungsvolle Erwachsene und stellen kein zielgenaues Instrumentarium zur Verringerung missbräuchlicher Konsummuster dar. Wer problematischen Konsum wirksam reduzieren will, muss dort ansetzen, wo die Risiken tatsächlich entstehen: beim missbräuchlichen Konsum, beim Rauschtrinken, bei vulnerablen Gruppen und beim Jugendschutz. Erfolgreiche und präventive Ansätze sollten daher unmittelbar auf missbräuchliche Konsummuster abzielen, anstatt den moderaten und verantwortungsvollen Genuss insgesamt zu belasten.

¹ [Zahl der Klinikbehandlungen wegen Alkoholmissbrauchs binnen 10 Jahren um 46,5 % zurückgegangen - Statistisches Bundesamt.](#)

Zielgerichteter Jugendschutz statt undifferenzierter Maßnahmen

Der Bericht begründet seine Empfehlung zur höheren Besteuerung von Spirituosen ausdrücklich unter anderem mit der besonderen Relevanz von Spirituosen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Gerade diese Herleitung ist erklärungsbedürftig: Jugendliche dürfen Spirituosen nach geltendem Jugendschutzrecht weder erwerben noch konsumieren. Wenn dennoch auf diese Altersgruppe abgestellt wird, bezieht sich die Argumentation auf einen Konsum, der rechtlich nicht erlaubt ist. Zugleich sind öffentlich zugängliche Zahlen speziell zum Spirituosenkonsum von 12- bis 17-Jährigen nicht belastbar ausgewiesen. Gerade deshalb gilt: Missbräuchlicher Konsum und Jugendschutz lassen sich durch gezielte Präventionsmaßnahmen passgenauer adressieren als durch pauschale Steuererhöhungen. Dazu gehören wirksame Alterskontrollen, die konsequente Durchsetzung bestehender Jugendschutzregelungen, Präventions- und Aufklärungskampagnen, Frühintervention sowie zielgruppenspezifische Maßnahmen für vulnerable Gruppen. Solche Ansätze adressieren Risiken gezielt und wirksam, ohne den verantwortungsvollen Konsum, der von einem Großteil der erwachsenen Verbraucher praktiziert wird, zu treffen.

III. SYSTEMATIK & KOHÄRENZ DER ALKOHOLBESTEUERUNG

Bestehendes Steuersystem für Spirituosen

Spirituosen unterliegen in Deutschland einer umfassenden und differenzierten Besteuerung, die seit langem einen festen Bestandteil des steuerrechtlichen Rahmens darstellt. Die Alkoholsteuer auf Spirituosen bemisst sich an der Menge des enthaltenen Reinalkohols, während andere alkoholische Getränke wie Bier oder Schaumwein jeweils eigenen steuerlichen Regelungen unterliegen. Pauschale Steuererhöhungen erscheinen daher weder notwendig noch sachgerecht. Sie wirken gesundheitspolitisch nicht zielgenau und verzerren die bestehende Systematik.

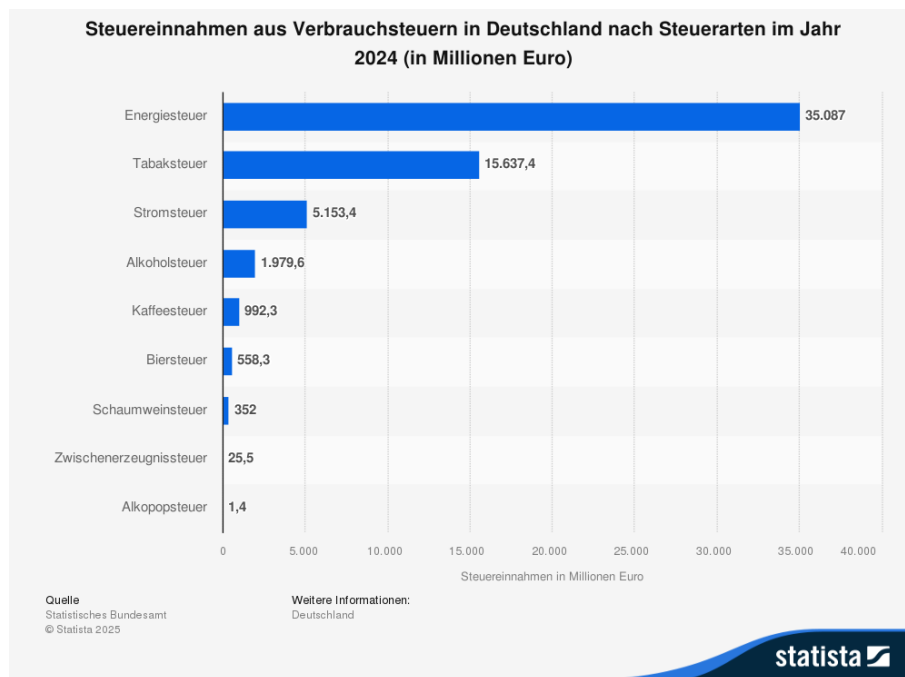


Unverhältnismäßige Belastung einer einzelnen Produktkategorie

Die im Bericht vorgeschlagene Erhöhung der Spirituosensteuer würde innerhalb von drei Jahren faktisch zu einer nahezu verdoppelten Steuerbelastung führen. Eine solche Entwicklung wäre keine maßvolle Anpassung, sondern ein sprunghafter und unverhältnismäßiger fiskalischer Eingriff in eine einzelne Produktkategorie.

Fiskalische Bedeutung

Im Jahr 2024 erzielte der deutsche Staat durch die Alkoholsteuer Einnahmen in Höhe von rund 1,98 Milliarden Euro. Diese Einnahmen sind Bestandteil der Verbrauchsteuern im deutschen Steuerrecht und tragen zur Finanzierung staatlicher Aufgaben bei, machen jedoch nur einen relativ geringen Anteil am gesamten Steueraufkommen aus. Vor diesem Hintergrund ist die Alkoholsteuer kein geeignetes Instrument zur Haushaltskonsolidierung. Entscheidend ist vielmehr, dass steuerliche Maßnahmen systemkohärent bleiben und keine strukturellen Wettbewerbsverzerrungen erzeugen. Im Gesamtkontext der GKV-Finanzreform mag die Spirituosensteuer ein kleiner Baustein sein, für die Branche stellt sie aber eine unverhältnismäßige Belastung dar.



IV. WETTBEWERB, GASTRONOMIE & GESELLSCHAFTLICHE FOLGEN

Marktverzerrungen vermeiden

Eine isolierte Erhöhung der Spirituosensteuer würde zudem nur ein Segment betreffen, während andere alkoholische Getränke ausgeschlossen blieben. Auch der Bericht selbst schließt Ausweichreaktionen hin zu anderen alkoholischen Getränken nicht aus. Nicht zielführende Verschiebungen zwischen einzelnen Segmenten innerhalb der Kategorie der alkoholischen Getränke wären die Folge. Eine steuerliche Mehrbelastung von Spirituosen



würde den Konsum schlicht in weniger besteuerte Kategorien verschieben. Dies würde einen marktpolitisch ungerechtfertigten Eingriff in die Wettbewerbsfähigkeit einzelner Unternehmen darstellen – ohne einen gesundheitspolitischen Nutzen zu stiften. Auch der Bericht selbst schließt mögliche Ausweichreaktionen hin zu anderen alkoholischen Getränken nicht aus und bestätigt damit, dass Verlagerungseffekte und Marktverzerrungen entstehen können.

Auswirkungen auf Gastronomie und getränkegeprägte Betriebe

Der Bundesverband Wein und Spirituosen International e.V. unterstützt eine verantwortungsvolle und schlüssige Steuerpolitik. An ihre Grenzen gerät die steuerpolitische Logik allerdings dort, wo Entlastungs- und Belastungsmaßnahmen innerhalb desselben Sektors gegensätzliche Effekte entfalten. Eine Mehrwertsteuerreduzierung auf Speisen kann insbesondere getränkegeprägte Betriebe wie Bars und Clubs strukturell kaum entlasten, wenn gleichzeitig ihre zentrale wirtschaftliche Grundlage, nämlich der Getränkeumsatz, durch höhere Abgaben für Spirituosen geschwächt wird. Dies erscheint nicht sinnvoll und widerspricht dem Ziel einer kohärenten und zielgerichteten Stabilisierung der Gastronomie. Hinzu kommt, dass gerade getränkegeprägte Betriebe bereits heute unter erheblichem wirtschaftlichem Druck stehen. Neben schwacher Nachfrage und allgemeiner Unsicherheit wirken steigende Personalkosten, auch infolge der jüngsten Mindestlohnerhöhungen, zusätzlich belastend. Eine weitere Abgabe auf Spirituosen würde damit ausgerechnet jene Betriebe treffen, deren wirtschaftliche Grundlage maßgeblich auf dem Getränkeumsatz beruht.

Gefahr eines weiteren Kneipen- und Clubsterbens

Mit einer zusätzlichen Steuererhöhung auf Spirituosen geht die Gefahr eines weiteren Kneipen-, Bar- und Clubsterbens einher. Bars, Kneipen und Clubs sind nicht nur wirtschaftliche Betriebe, sondern auch gesellschaftliche Treffpunkte, Orte kulturellen Lebens, der Nachtkultur sowie des sozialen Austauschs. Gerade im ländlichen Raum wie auch in städtischen Quartieren übernehmen sie wichtige soziale Funktionen. Wird ihre wirtschaftliche Basis weiter geschwächt, hat das nicht nur betriebswirtschaftliche Folgen, sondern auch Auswirkungen auf Innenstädte, soziale Teilhabe und das gesellschaftliche Leben insgesamt. Der Verlust solcher niedrigschwelligen Begegnungsorte kann soziale Isolation verstärken und der Gefahr von Vereinsamung zusätzlichen Vorschub leisten. Gerade jetzt, wo die Gesellschaft in Deutschland immer weiter auseinanderdriftet, sollte dies unbedingt vermieden werden.

Wirtschaftliche Lage und Belastung zur Unzeit

Die Debatte über zusätzliche Steuerbelastungen fällt in eine wirtschaftlich angespannte Phase. Viele Unternehmen stehen bereits unter erheblichem Kostendruck, schwacher Nachfrage, hoher Unsicherheit und gedämpfter Investitionsbereitschaft. Hinzu kommen spürbare Steigerungen bei den Personalkosten, nicht zuletzt durch die Anhebung des gesetzlichen Mindestlohns. Zusätzliche Belastungen sowohl für Unternehmen als auch für



Verbraucher senden in einer solchen Lage das falsche Signal. Eine Erhöhung der Spirituosensteuer würde daher nicht in eine Phase wirtschaftlicher Stärke fallen, sondern in eine Situation, in der wirtschaftspolitisch vielmehr Entlastung, Planungssicherheit und Investitionsanreize gefragt sind.

IV. ZUKUNFTSORIENTIERTE ANSÄTZE

Spirituosen haben in Deutschland – neben Bier und Wein – auch kulturelle Bedeutung und sind Teil von Gastlichkeit, Barkultur und gesellschaftlichen Anlässen. Der Bundesverband Wein und Spirituosen International e.V. wünscht sich einen ehrlichen politischen Wettbewerb um die richtigen Maßnahmen und plädiert dafür, bei alkoholischen Getränken zwischen Genuss und Missbrauch klar zu unterscheiden.

Zentrale Bausteine zur Verringerung des schädlichen Alkoholkonsums bleiben Prävention und verantwortungsvolles Handeln. Das gilt gleichermaßen für Verbraucher und Hersteller. Die Branche setzt sich seit Jahrzehnten mit umfangreichen und etablierten Initiativen und Aufklärungskampagnen für einen verantwortungsvollen Umgang mit alkoholischen Getränken ein. Mit der Kampagne „[DON'T DRINK AND DRIVE](#)“ leisten die Wirtschaftsbeteiligten beispielsweise initiativ einen bedeutenden Beitrag zur Aufklärung und eigenverantwortlichen Kompetenz der Konsumenten. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen lässt sich an validen statistischen Erhebungen ablesen. Auch die Hersteller und Vertreiber alkoholischer Getränke sind sich heute mehr denn je ihrer großen Verantwortung gegenüber ihren Konsumentinnen und Konsumenten sowie insbesondere gegenüber schützenswerten Altersgruppen bewusst. Sie unterstützen damit den bereits bestehenden, umfassenden Jugendschutz und die umfangreichen Präventions- und Aufklärungskampagnen für verschiedene vulnerable Gruppen. Zusätzlich engagieren sich Branche und Hersteller in zahlreichen freiwilligen Initiativen und Selbstverpflichtungen für einen verantwortungsvollen Konsum und eine verantwortungsvolle Vermarktung alkoholischer Getränke. Dies umfasst sowohl den Handel in enger Zusammenarbeit mit dem Lebensmitteleinzel-, Fach- und Onlinehandel als auch das werbliche Umfeld offline und online inklusive Social Media. Beispielhaft sind die „Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für alkoholhaltige Getränke“².

² https://werberat.de/wp-content/uploads/2024/09/dwr_flyer_alkoholregeln_2024_updated.pdf