vinetur

Längere Besuche beleben Britanniens Bars

Die Ausgaben bleiben stabil, obwohl die Getränkemengen sinken, sagt The Oxford Partnership.

Mittwoch, 20. Mai 2026



Neue Daten von The Oxford Partnership zeigen, dass längere Aufenthalte und stabile Ausgaben die Entwicklung in Großbritanniens Pubs und Bars stützen, obwohl die Trinkmengen weiter nachgeben.

Der April-Marktbericht der Gruppe ergab, dass die Auslastung auf 65,5 % stieg und damit 3,4 % über dem Vorjahreswert lag, während die durchschnittliche Verweildauer um 11 Minuten auf 157 Minuten zunahm. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf blieben bei 26,89 £ und damit nahe am Rekordniveau vom März, was darauf hindeutet, dass Verbraucher weiterhin bereit sind auszugeben, wenn sie ausgehen.

Der Bericht zeigte jedoch auch, dass die gesamten Getränkemengen im April im Jahresvergleich um 2,1 % zurückgingen, während der Absatz pro Verkaufsstelle um 0,8 % nachgab. The Oxford Partnership sagte, die Zahlen deuteten auf eine wachsende Lücke zwischen dem Engagement der Verbraucher für Gastronomiebetriebe und der Menge hin, die sie dort tatsächlich trinken.

Das Unternehmen erklärte, Mäßigung bleibe ein klarer Trend: Kunden betrachteten Pubs und Bars zunehmend als Orte für Essen, Geselligkeit und breitere Erlebnisse und nicht mehr ausschließlich für alkoholgetriebene Anlässe. Dieser Wandel habe dazu beigetragen, die Betriebe gut ausgelastet zu halten, zugleich aber das Geschäft für Betreiber komplizierter gemacht, die mit höheren Kosten und schwächerem Verbrauchervertrauen konfrontiert seien.

Die Kategorienentwicklung spiegelte diese veränderten Gewohnheiten wider. Stout blieb einer der stärksten Segmente mit einem Mengenplus von 7,6 %, während World Lager um 3,5 % zulegte. Traditionelle Lager-Segmente taten sich weiterhin schwer: Die Volumina bei Core Lager sanken um 6 %, World 4 Lager verlor 6,7 %.

Alison Jordan, Chief Executive von The Oxford Partnership, sagte, die Verbraucher nähmen sich weiterhin Zeit für Gastronomie und soziale Anlässe blieben wichtig, verhielten sich aber bei ihrer Ankunft anders. „Die Menschen bleiben länger, die Betriebe sind gut besucht und das Ausgabenniveau hält sich gut“, sagte sie. „Allerdings bedeutet höhere Ausgaben nicht automatisch bessere Erträge für Betreiber.“

Sie fügte hinzu, der Kostendruck bleibe erheblich und Verbraucher zahlten oft mehr und tranken dabei weniger; das schaffe ein komplexeres Geschäftsumfeld, als es die Schlagzeilen allein vermuten ließen.

Der Bericht sagte voraus, dass der Sektor nun auf wärmeres Wetter und große Sommerveranstaltungen setzen werde, um in den kommenden Monaten aus starkem Besucheraufkommen bessere Getränkverkäufe zu machen.