vinetur

Britische Pubs verkauften über das Frühlingsbankholiday-Wochenende 28,2 Millionen Pints

Wärmeres Wetter und ein langes Wochenende belebten das Geschäft; der Ciderabsatz sprang im Feiertagszeitraum um 42,7 % nach oben

Mittwoch, 3. Juni 2026

Pubs im gesamten Vereinigten Königreich verkauften über das Frühlingsbankholiday-Wochenende 28,2 Millionen Pints, ein Plus von 11,5 % gegenüber dem gleichen Vier-Tage-Zeitraum des Vorjahres, wie Daten von Oxford Partnership und BevMetrics/Vianet zeigen.

Die Zahlen beziehen sich auf den Zeitraum vom 22. bis 25. Mai und zeigen, dass der Feiertag dem On-Trade einen deutlichen Schub brachte, da wärmeres Wetter und ein langes Wochenende mehr Gäste in die Pubs lockten. Ein durchschnittlicher Pub schenkte in diesem Zeitraum rund 860 Pints aus und erzielte im Schnitt £4,449 an Getränkeumsatz, so die Daten.

Die Gäste blieben auch länger. Die durchschnittliche Verweildauer stieg gegenüber dem Vorjahr um 10 Minuten auf 154 Minuten, während die Gesamtauslastung 65,8 % erreichte. Das deutet darauf hin, dass viele Besucher den Feiertag eher als längeren geselligen Ausflug denn als kurzen Stopp für nur eine Runde nutzten.

Am stärksten war das Geschäft am Montag, als die Auslastung gegenüber dem Vorjahr um 6 Prozentpunkte zulegte. Das spricht für eine breitere Verteilung der Besuche über das gesamte Wochenende hinweg, statt einer Konzentration der Aktivität vor allem auf

den Samstag.

Pubs in Stadtzentren blieben die am stärksten frequentierten Lokale, mit einer Auslastung von 70,6 %. Auch ländliche Pubs verzeichneten eine deutliche Verbesserung: Die Auslastung stieg im Jahresvergleich um 3 Prozentpunkte, da Verbraucher außerhalb der Städte verstärkt zielgerichtete und freizeitorientierte Besuche unternahmen.

Die verkaufte Getränkemischung verschob sich mit dem Wetter. Cider war die herausragende Kategorie und legte gegenüber dem Vorjahr um 42,7 % zu; damit übertraf er jede andere große Getränkesparte. Der Absatz von World Lager stieg um 26,4 %, der gesamte Lagerabsatz um 17,2 %. Premium Lager legte um 16,2 % zu, Premium 4% Lager um 14,4 %, was eine anhaltende Nachfrage nach Markenbieren mit höheren Preispunkten zeigt.

Im Gegensatz dazu gingen die Ale-Mengen um 8,8 % zurück und Stout verlor 16,4 %, was unterstreicht, wie wärmere Bedingungen einige Konsumenten von schwereren Stilen weglenkten, die in kälteren Monaten tendenziell besser laufen.

Alison Jordan, Geschäftsführerin von Oxford Partnership, sagte, der Feiertag zeige, wie Wetter und soziales Verhalten den Pub-Markt prägen. Verbraucher entschieden sich zunehmend für längere, stärker erlebnisorientierte Anlässe beim Ausgehen; das eröffne Betreibern und Lieferanten Chancen, die zu diesen Vorlieben passten.