vinetur

Englands WM-Unentschieden ließ Bier- und Cider-Verkäufe in britischen Pubs um 77% steigen

Eine Hitzewelle verstärkte den Anstieg und hob das Fassbier-Volumen an einem sonst schwachen Dienstag auf 5,4 Millionen Pints

Freitag, 26. Juni 2026



Ein WM-Spiel und eine Hitzewelle sorgten für einen deutlichen Aufschwung in britischen Pubs und Bars unter der Woche: Die Verkäufe von Fassbier und Cider stiegen laut einer neuen Analyse von The Oxford Partnership auf Basis von Beverage-Metrics-

Volumendaten von Vianet um 77% gegenüber einem typischen Dienstag.

Die Zahlen beziehen sich auf den 23. Juni, als England in seinem zweiten Gruppenspiel der FIFA-Weltmeisterschaft 2026 gegen Ghana antrat. Obwohl die Partie torlos endete, verkauften Pubs im gesamten Vereinigten Königreich an diesem Tag 5,4 Millionen Pints Fassbier und Cider, wie die Analyse ergab. Das entsprach im Schnitt 170 Pints pro Betrieb und rund £935 Fassumsatz pro Pub.

Der Zuwachs war bemerkenswert, weil das Spiel auf einen Dienstagabend fiel, der für Betreiber im Gastgewerbe normalerweise zu den schwierigeren Handelstagen zählt. Verglichen mit dem durchschnittlichen Dienstag im Juni 2025 verkauften die Betriebe jeweils 74 Pints mehr.

Englands Pubs kamen im Schnitt auf 173,8 Pints pro Betrieb, während auch Schottland und Wales Zuwächse verzeichneten, da sich das Interesse am Turnier im gesamten Vereinigten Königreich ausbreitete. London meldete mit 232 Pints pro Standort die höchste Verkaufsrate, während der Osten Englands mit einem Plus von fast 99% gegenüber normalen Dienstagwerten das stärkste Wachstum verzeichnete.

Jede englische Region verzeichnete ein Plus von mindestens 67%, hieß es in dem Bericht. Unter den Betrieben, die Live-Sport zeigten, verdoppelte sich der durchschnittliche Publikumsverkehr während des Spiels gegenüber einem typischen Dienstagabend im Juni mehr als.

Lager war die stärkste Kategorie. Die Verkäufe stiegen im Jahresvergleich um 98,3%, world lager legte um 136,1% zu. Cider kletterte um 121,2%, da Verbraucher bei heißem Wetter kühlere und leichtere Optionen suchten. Premium- und internationale Lager-Marken trieben einen Großteil dieses Wachstums an; Asahi Super Dry, Cruzcampo, Estrella Damm und Stella Artois verzeichneten allesamt dreistellige Zuwächse.

Auch jenseits des Fußballs spielte das Wetter eine Rolle. The Oxford Partnership sagte, dass auch Betriebe, die WM-Spiele nicht aktiv bewarben, ihre Verkäufe gegenüber einem typischen Dienstag im Juni um 46,1% steigern konnten, was darauf hindeute, dass ungewöhnlich warme Bedingungen für sich genommen zusätzliche Besuche auslösten.

Dieser Effekt war je nach Standort unterschiedlich stark. Urbane und Vorstadt-Betriebe verzeichneten die größten Zuwächse; die Verkäufe stiegen dort um 53,3% beziehungsweise 50,0%. Standorte in Stadtzentren legten um 18,6% zu. Die Analysten sagten, das Muster deute darauf hin, dass Verbraucher bei extremer Hitze eher in der Nähe ihres Wohnorts blieben, statt in die Innenstädte zu fahren.

Alison Jordan, Geschäftsführerin von The Oxford Partnership, sagte, Englands WM-Lauf sorge weiterhin für einen spürbaren Schub für den On-Trade-Sektor; Fußball und außergewöhnliches Wetter zögen Verbraucher landesweit in Pubs und Bars. Sie fügte hinzu, dass das stärkste Wachstum in Vorstadt- und Stadtlagen zeige, wie der lokale Handel profitieren könne, wenn große Sportereignisse mit heißem Wetter zusammenfielen.

Für Brauereien, Pub-Betreiber und Getränkedistributoren liefern die Zahlen ein klares Signal dafür, wie schnell die Nachfrage anziehen kann, wenn Sportübertragungen und Sommertemperaturen zusammenkommen. Solche Ausschläge können Personalplanung, Lagerbestände und Fassbier-Versorgung im gesamten On-Trade-Kanal beeinflussen – insbesondere bei Lager und Cider.