vinetur

Mehr als die Hälfte der britischen Pub-Betreiber meldet sinkende Gewinne

Eine neue Branchenumfrage ergab, dass 38,6 % höhere Umsätze verzeichneten, was auf einen breiten Margendruck in der gesamten Branche hindeutet.

Dienstag, 22. September 2026



Ein wachsender Anteil britischer Pub-Betreiber sagt, dass sich die Umsätze in diesem Jahr behaupten, doch noch mehr berichten, dass die Gewinne weiter sinken – ein Hinweis auf einen tieferen Margendruck in der gesamten Branche.

Laut einer exklusiven Umfrage, die zur MA Pub Report 2026 von The Morning Advertiser beigetragen hat, sagten 38,6 % der Pub-Betreiber, dass der Umsatz in diesem Jahr gestiegen sei. Dazu gehörten 26,5 %, die von einem moderaten Anstieg berichteten, und 12,1 %, die sagten, der Zuwachs sei deutlich gewesen. Gleichzeitig gaben 36,4 % an, dass der Umsatz gesunken sei; 19,7 % meldeten einen deutlichen Rückgang und 16,7 % sagten, die Verkäufe seien leicht rückläufig gewesen. Weitere 25,0 % beschrieben den Umsatz als unverändert.

Das Bild bei den Gewinnen war deutlich schwächer. Insgesamt 56,8 % der Betreiber sagten, die Profitabilität sei gesunken; davon berichteten 31,1 % von einem deutlichen Rückgang und 25,8 % von einem kleineren Minus. Nur 24,2 % sagten, die Profitabilität habe sich verbessert, während 18,9 % angaben, sie sei unverändert geblieben.

Die Lücke zwischen Umsatz- und Gewinndaten ist eine der klarsten Erkenntnisse der Umfrage. Der Anteil der Betreiber, die eine niedrigere Profitabilität meldeten, lag um 20,5 Prozentpunkte höher als der Anteil, der von sinkendem Umsatz berichtete. Auf der anderen Seite lag der Anteil mit Gewinnwachstum um 14,4 Prozentpunkte unter dem Anteil mit Umsatzwachstum. Die Zahlen deuten darauf hin, dass viele Pubs zwar weiter Gäste und Umsatz erzielen, dieses Geschäft aber nicht in stärkere Erträge umsetzen können.

Das ist wichtig, weil Pubs im On-Trade-Markt nach wie vor ein zentraler Absatzkanal für Bier, Cider, Wein und Spirituosen sind. Wenn Betreiber Umsätze sichern, aber Margen verlieren, haben sie möglicherweise weniger Spielraum, das Getränkesortiment auszuweiten, in Premiumprodukte zu investieren, neue Speisekarten zu testen oder mit Lieferanten weniger flexible Konditionen zu vereinbaren. Die Auswirkungen unterscheiden sich von Betrieb zu Betrieb, doch engere Margen können begrenzen, wie viel Pubs für Lagerbestände, Promotions und Produktinnovationen ausgeben, selbst wenn die Kundennachfrage vergleichsweise stabil bleibt.

Die Ergebnisse zeichnen ein gemischteres Bild, als eine reine Umsatzschlagzeile vermuten lassen könnte. Beim Umsatz allein wirkt der Sektor nahezu ausgeglichen, mit einem leicht größeren Anteil an Betrieben, die Wachstum statt Rückgang melden. Die Gewinndaten zeigen jedoch ein deutlich einseitigeres Ergebnis: Mehr als die Hälfte der Betreiber sagt, dass die Erträge sinken. Für eine Branche mit hohen Fixkosten ist dieser Unterschied erheblich. Umsatzerlöse können helfen, Standorte am Laufen zu halten, beseitigen aber nicht den Druck, wenn die Betriebskosten mögliche Zuwächse weiter auffressen.

The Morning Advertiser teilte mit, dass die Umfrageergebnisse Teil des MA Pub Report 2026 sind, der in der Woche ab dem 28. Sept. veröffentlicht werden soll. Der Bericht wird den Zustand des britischen Pub-Marktes über gepachtete und vermietete Betriebe, gemanagte Estates, unabhängige Lokale und Standorte großer Pub-Unternehmen hinweg untersuchen. Zudem stützt er sich auf Forschung von Branchenspezialisten und Immobilienmaklern, um die aktuelle Lage, die kurzfristigen Erwartungen und die wichtigsten Faktoren zu bewerten, die den Markt im vergangenen Jahr geprägt haben.

Die Veröffentlichung soll zudem ein Ranking der 50 größten Pub-Unternehmen nach Bestandsgröße enthalten. Während die größten Betreiber voraussichtlich an der Spitze dieser Liste bleiben, wird der Bericht auch kleinere und mittelgroße Gruppen sowie Betreiber betrachten, die in den vergangenen 12 Monaten als besonders innovativ im Geschäft beschrieben wurden.

Vorläufig deutet die Umfrage auf eine Branche hin, die zwar weiterhin Geschäft anzieht, aber Schwierigkeiten hat, die daraus erzielten Erträge zu schützen. Das Verhältnis zwischen Umsatz und Profitabilität legt nahe, dass die Herausforderung für viele Pubs nicht mehr nur darin besteht, ob Kunden durch die Tür kommen, sondern ob nach Abzug der Kosten von jedem Verkauf genug übrig bleibt.