vinetur

Weinumsatz im britischen Gastgewerbe sank in der Woche bis zum 31. Oktober um 3,4 Prozent

Laut NielsenIQ schwächte sich der Rückgang von 6,9 auf 3,4 Prozent ab. Der Weinumsatz lag vor Weihnachten dennoch unter dem Niveau von 2025.

Montag, 9. November 2026



Der Weinumsatz im britischen Gastgewerbe sank in der Woche bis zum 31. Oktober im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,4 Prozent. Damit fiel der Rückgang geringer aus als in der Woche bis zum 24. Oktober, als er 6,9 Prozent betragen hatte. Das geht aus Daten von NielsenIQ hervor, die den Getränkeabsatz in bewirtschafteten Betrieben in Großbritannien erfassen.

Die am 6. November von NielsenIQ in einem Update des Daily Drinks Tracker mit dem Titel „Storms weaken late October drinks sales“ veröffentlichten Zahlen deuten auf den zweiten wöchentlichen Rückgang in Folge für Wein hin. Der Gastronomiekanal steht bei Importeuren, Distributoren und Lieferanten für den Außer-Haus-Markt vor dem Weihnachtsgeschäft besonders im Fokus.

Die jüngste Erhebung misst die Veränderung des nominalen Umsatzes, nicht die verkaufte Menge. NielsenIQ veröffentlichte keine Weinumsätze in Pfund, sodass die Daten lediglich die Veränderungsrate der nominalen Erlöse gegenüber dem Vorjahr ausweisen. Der Rückgang von 6,9 auf 3,4 Prozent ist daher als Abschwächung des Minus um 3,5 Prozentpunkte zu verstehen, nicht als Anstieg von 3,5 Prozent gegenüber der Vorwoche.

Der Tracker vergleicht jede Berichtswoche mit der entsprechenden Woche im Jahr 2025. Demnach lag der Weinumsatz in beiden Zeiträumen Ende Oktober unter dem Vorjahresniveau, auch wenn sich das Minus in der jüngsten Woche verringerte. Da die Zahlen auf nominalen Umsätzen beruhen, zeigen sie nicht, welcher Anteil der Veränderung auf eine veränderte Nachfrage, Menüpreise, Rabatte oder Verschiebungen bei den gekauften Produkten zurückzuführen ist.

Die Erfassung von NielsenIQ beschränkt sich auf die organisierten Gastgewerbebetriebe in Großbritannien, die Teil der Monitoring-Stichprobe sind. Die Daten des Unternehmens bilden nicht den gesamten britischen Gastgewerbemarkt ab und erlauben keine direkte Aussage zum Weinverbrauch im Land. Zudem wird nicht zwischen dem Einfluss von Absatzmenge, Preisen und Werbeaktionen unterschieden, was die Aussagekraft der Zahlen für die zugrunde liegende Nachfrage begrenzt.

Trotz dieser Einschränkungen ist der Rückgang über zwei Wochen bemerkenswert, weil er unmittelbar vor dem wichtigsten saisonalen Geschäftszeitraum des Jahres einsetzt. Der Spätherbst und der frühe Winter sind für Weinlieferanten an Pubs, Bars und Restaurants entscheidend. Ein zweiter Rückgang des Umsatzes in Folge dürfte daher die Frage in den Mittelpunkt rücken, ob sich die Ausgaben im Außer-Haus-Kanal erholen können, wenn die Zahl der Feiertagsbuchungen und gesellschaftlichen Veranstaltungen steigt.

Der weitere Kontext des NielsenIQ-Updates deutet darauf hin, dass das Wetter den Getränkeabsatz Ende Oktober beeinflusst hat. Der Titel des Berichts verweist darauf, dass Stürme den Umsatz belasteten. Das lässt darauf schließen, dass Besucherzahlen und Verbraucherausgaben in Gastgewerbebetrieben in diesem Zeitraum beeinträchtigt worden sein könnten. Aus den Weinzahlen allein geht jedoch nicht hervor, ob die schwächere Entwicklung vor allem auf weniger Besuche, geringere Ausgaben pro Anlass oder eine veränderte Getränkeauswahl zurückzuführen war.

Für Unternehmen, die mit dem britischen Weinmarkt im Außer-Haus-Bereich verbunden sind, liefern die jüngsten Zahlen ein gemischtes Bild. Der Rückgang in der Woche bis zum 31. Oktober fiel geringer aus als in der Vorwoche, doch der Umsatz lag weiterhin unter dem vergleichbaren Zeitraum 2025. Die verfügbaren Daten stützen daher nicht die weitergehende Aussage, dass sich die Weinnachfrage erholt hat.