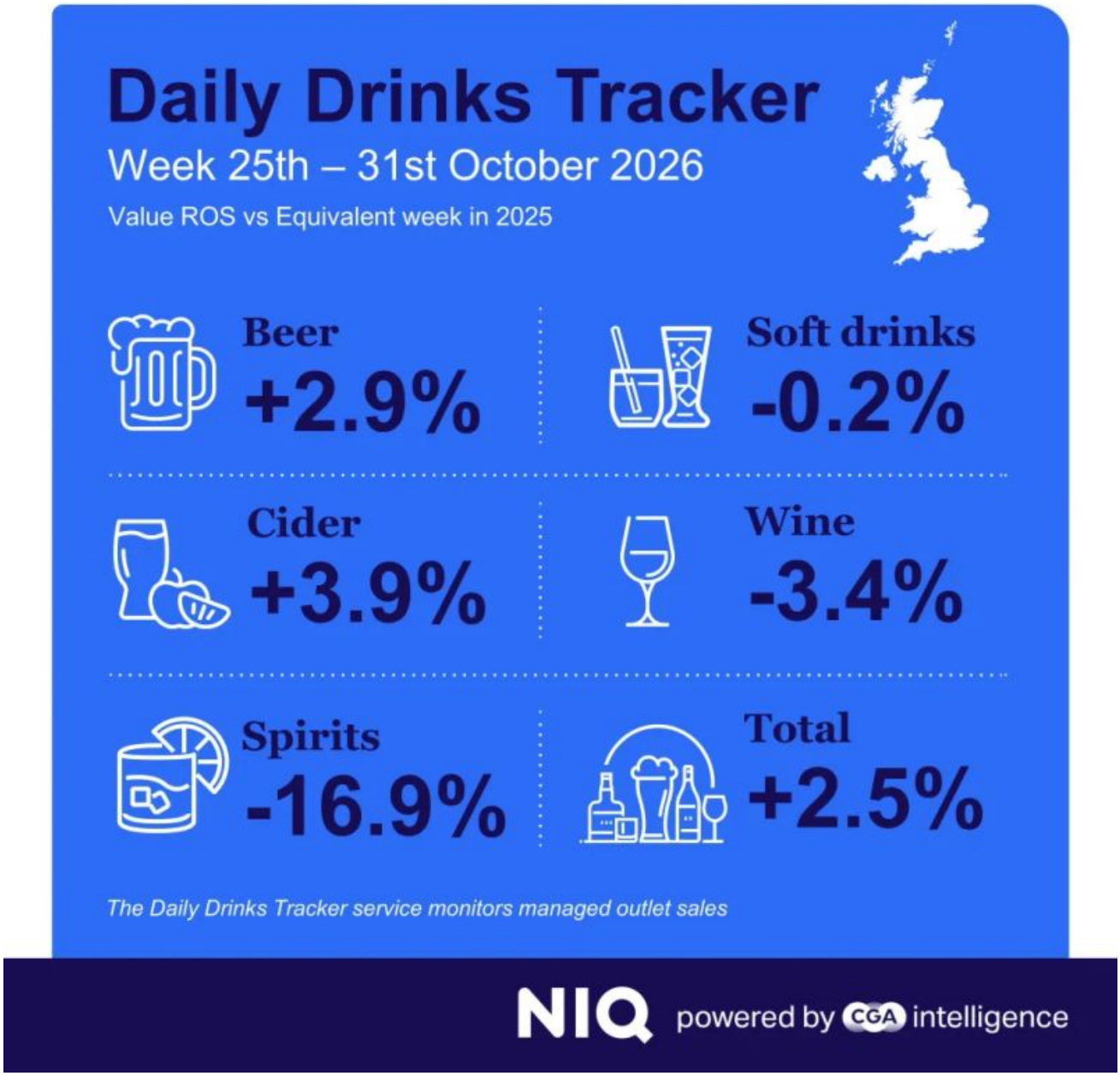
vinetur

# Stürme Austen und Boelo drücken Getränkeumsatz britischer Pubs an einem Samstag Ende Oktober um 14,2 Prozent

Laut NIQ machte schlechtes Wetter einem wichtigen Umsatzwochenende einen Strich durch die Rechnung. Der Wochenumsatz sank um 5,8 Prozent, besonders stark gingen die Spirituosenverkäufe zurück.

Montag, 9. November 2026




Die Stürme Austen und Boelo drückten Ende Oktober den Getränkeumsatz in Pubs, Bars und anderen Ausschankbetrieben in Großbritannien. Das geht aus Daten hervor, die NIQ am 6. November veröffentlichte. Das schlechte Wetter habe ein wichtiges Umsatzwochenende beeinträchtigt und dem Sektor einen schwachen Monatsausklang beschert, teilte das Unternehmen mit.

Der Daily Drinks Tracker von NIQ zeigte, dass der durchschnittliche Umsatz in bewirtschafteten Gastronomiebetrieben in der Woche bis Samstag, 24. Oktober, 5,8 Prozent unter dem Wert des entsprechenden Zeitraums 2025 lag. Der stärkste Rückgang entfiel auf das Ende der Woche, als die Stürme kurz hintereinander aufzogen.

Am Freitag, 23. Oktober, sank der Tagesumsatz um 11,0 Prozent, am Samstag, 24. Oktober, um 14,2 Prozent. Wegen des schlechten Wetters seien viele Kunden zu Hause geblieben, statt auszugehen, erklärte das Unternehmen.

Die darauffolgende Woche fiel nur geringfügig besser aus. In der Woche bis Samstag, 31. Oktober, lag der Umsatz 1,5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Laut NIQ begann die Woche zunächst stärker: An vier der ersten fünf Tage wurde ein Wachstum verzeichnet. Bis zum Wochenende ließ die Dynamik jedoch nach. Am Freitag, 30. Oktober, sank der Umsatz um 7,6 Prozent, am Samstag, 31. Oktober, um 1,8 Prozent.

Der schwächere Monatsausklang fiel trotz Halloween so aus, das 2026 auf einen Samstag fiel, nachdem es 2025 an einem Freitag gefeiert worden war. Der begrenzte Zuwachs deute darauf hin, dass möglicherweise mehr Menschen Halloween zu Hause statt in Bars und Pubs feiern, so NIQ. Zudem habe das nasse Wetter in Teilen Großbritanniens weiterhin die Besucherzahlen belastet.

Zusammengenommen rundeten die Zahlen einen Monat ab, den NIQ als verhalten für den Getränkeabsatz in der Gastronomie bezeichnete, also für Verkäufe in Lokalen und nicht im Einzelhandel. In drei der vier vollständigen Oktoberwochen lag der Umsatz unter dem Vorjahreswert. Der Rückgang beschränkte sich damit nicht auf ein einzelnes, von Stürmen beeinträchtigtes Wochenende.

Am deutlichsten zeigte sich der Druck bei Spirituosen. Laut NIQ gingen die Spirituosenverkäufe in der Woche bis zum 24. Oktober um 20,1 Prozent und in der Woche bis zum 31. Oktober um 16,9 Prozent zurück – trotz Halloween. Auch Wein verzeichnete Rückgänge: In der früheren Woche lag der Absatz 6,9 Prozent, in der letzten Woche des Monats 3,4 Prozent niedriger.

Bier und Cider schnitten besser ab als Spirituosen und Wein, die Ergebnisse fielen jedoch unterschiedlich aus. In der Woche bis zum 24. Oktober sank der Bierabsatz um 3,0 Prozent und der Ciderabsatz um 2,5 Prozent. In den letzten sieben Oktobertagen erholten sich beide Kategorien: Bier legte um 2,9 Prozent zu, Cider um 3,9 Prozent.

Rachel Weller, Vertriebsverantwortliche von NIQ für Großbritannien und Irland, sagte, die ersten größeren Stürme der Saison seien für Gastronomiebetriebe zu einem ungünstigen Zeitpunkt gekommen, da sie ein normalerweise umsatzstarkes Wochenende getroffen hätten. Auch der Halloween-Effekt sei schwächer ausgefallen, als sich viele Betriebe erhofft hätten. Die Spirituosendaten bezeichnete sie als Anlass zur Sorge für Lieferanten und Barbetreiber.

Zugleich sagte Weller, Verbraucher schienen weiterhin bereit zu sein, auswärts zu essen und zu trinken, sofern ihr Budget es zulasse. Die Branche werde diesen Punkt mit Blick auf die bevorstehende Feiertagssaison genau verfolgen. Viele Betreiber und Lieferanten seien darauf angewiesen, dass November und Dezember nach einem schwächeren Herbst die Jahresumsätze ankurbeln.

Der Daily Drinks Tracker basiert auf Verkaufsdaten aus bewirtschafteten Ausschankbetrieben in Großbritannien und ist Teil der Forschungsarbeit von NIQ mit CGA. Er erfasst die Verkaufsentwicklung nach Kategorie, Lieferant und Marke im Gastronomiemarkt.