vinetur

Bierumsatz im britischen Gastgewerbe steigt in der Woche bis zum 31. Oktober um 2,9 Prozent

Laut NIQ erholten sich die Umsätze in geführten Gastronomiebetrieben nach einem jährlichen Rückgang von 3,0 Prozent. Ob mehr Pints verkauft wurden, zeigen die Daten nicht.

Montag, 9. November 2026



Der Bierumsatz im britischen Gastgewerbe ist Ende Oktober laut dem Marktforschungsunternehmen NIQ wieder gestiegen. In der Vorwoche hatte eine schwache Entwicklung den Handel mit einer der größten Getränkekategorien der Branche unterbrochen.

Am 6. November teilte NIQ mit, dass der Wert der Bierverkäufe in geführten Gastronomiebetrieben in Großbritannien in der Woche bis zum 31. Oktober 2,9 Prozent über dem Vorjahreswert lag. In der Woche bis zum 24. Oktober war noch ein jährlicher Rückgang von 3,0 Prozent verzeichnet worden.

Zwischen den beiden Messwerten bedeutete das eine Verbesserung um 5,9 Prozentpunkte. Das heißt jedoch nicht, dass die Verkäufe von einer Woche auf die nächste um 5,9 Prozent gestiegen sind. NIQ vergleicht jede Woche mit der entsprechenden Vorjahreswoche und veröffentlichte die zugrunde liegenden Umsatzwerte in Pfund Sterling nicht. Ohne diese Geldbeträge lassen sich weder die absolute Umsatzveränderung noch das Gesamtergebnis über beide Wochen berechnen.

Die Zahlen stammen aus dem Daily Drinks Tracker von NIQ und wurden in einem Bericht mit dem Titel „Stürme schwächen den Getränkeabsatz Ende Oktober“ veröffentlicht. In diesem Datensatz wird Bier getrennt von Cider ausgewiesen. Das Panel des Unternehmens umfasst geführte Gastronomiebetriebe und nicht den gesamten Getränkemarkt. Die Ergebnisse sind daher nicht als Maß für den gesamten nationalen Bierkonsum zu verstehen.

Die jüngsten Zahlen deuten darauf hin, dass der Bierumsatz nach einer schwächeren Phase Ende Oktober wieder an Fahrt gewonnen hat. Für Brauereien, Getränkehändler sowie Betreiber von Pubs und Restaurants ist das relevant, weil sich der Markt auf die wichtige umsatzstarke Feiertagssaison zubewegt, in der Getränkeverkäufe häufig einen größeren Anteil am Wochenumsatz ausmachen.

Die Aussagekraft der Daten ist jedoch begrenzt. Erfasst wird der Umsatzwert, nicht die verkaufte Menge, und die Zahlen sind nominal, also nicht inflationsbereinigt. Ein Umsatzanstieg kann auf höhere Preise, größere Absatzmengen oder eine Kombination aus beidem zurückgehen. Für sich genommen zeigt der Zuwachs von 2,9 Prozent in der Woche bis zum 31. Oktober nicht, ob die Verbraucher mehr Pints kauften oder lediglich

mehr dafür bezahlten.

Auch der kurze Betrachtungszeitraum erschwert eine verlässliche Einschätzung der Marktentwicklung. Zwei Wochen mit Daten können eine Erholung nach einem Rückgang zeigen, reichen aber nicht aus, um einen anhaltenden Trend festzustellen. Das gilt besonders für das Gastgewerbe, dessen Geschäft durch das Wetter, lokale Veranstaltungen, den Zeitpunkt von Feiertagen und Veränderungen bei der Besucherfrequenz beeinflusst werden kann.

In seiner eigenen Einordnung verwies NIQ auf das Wetter Ende Oktober als Einflussfaktor für die Getränkeverkäufe im betrachteten Zeitraum. Schlechtes Wetter kann sich rasch auf Biergärten, Ausflugsziele und spontane Besuche am Abend auswirken, insbesondere wenn kältere und nassere Bedingungen weniger Gäste anziehen. Bier ist solchen Schwankungen häufig ausgesetzt, da es im Außer-Haus-Geschäft eine der sichtbarsten Kategorien bleibt.

Der Wechsel zurück in den positiven Bereich ist dennoch bemerkenswert, weil ihm unmittelbar ein negativer Messwert vorausging. Der jährliche Rückgang von 3,0 Prozent in der Woche bis zum 24. Oktober deutete auf Druck beim Bierumsatz in geführten Betrieben hin. Der Zuwachs von 2,9 Prozent in der darauffolgenden Woche zeigt, dass die Kategorie bis zum Monatsende auf Jahresbasis zumindest einen Teil des Rückstands wettmachen konnte.

Der Bericht enthielt keine Aufschlüsselung nach Betriebstyp, Region oder Biersegment. Auch blieb offen, ob sich die Verbesserung über das gesamte Panel erstreckte oder auf einzelne Betreiber konzentrierte. Angaben zu Durchschnittspreisen, Absatzmengen oder Zahl der Transaktionen wurden ebenfalls nicht veröffentlicht. Diese Details wären erforderlich, um beurteilen zu können, ob die Erholung auf eine stärkere Nachfrage, Preisänderungen oder eine Kombination aus beidem zurückzuführen war.

Vorerst weisen die NIQ-Daten auf eine moderate Erholung des Bierumsatzes im geführten britischen Gastgewerbe Ende Oktober hin, nachdem es in einer früheren Woche des Monats schwächer gelaufen war. Die Zahlen geben Lieferanten und Betreibern einen ersten Einblick in die Geschäftslage, lassen aber die größere Frage offen, ob sich die Biernachfrage nachhaltig erholt, während der Markt auf die letzten

Wochen des Jahres zusteuert.